

GRATUIT SUR
ABONNEMENT

www.resagro.com

RESAGRO

Le magazine des décideurs de l'agroalimentaire,
de l'hôtellerie - restauration et des métiers de bouche

N° 15 • SEPTEMBRE - 25 DH

MÉTIERS de bouche CERTIFIÉS, LE CAS MAYMANA

Interview

Export



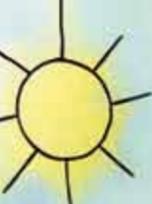
DAMIEN LESAFFRE,
P-DG LESAFFRE
MAROC

FRUITS & LÉGUMES,
NORMES ET CONTRAINTES

Produit

LA MOUTARDE

AGDF / 409 COMPASD - Adresse BP 20020 Bte. L'Esplanade - 20247 Casablanca



Aïn Atlas. À l'origine de votre bien-être.

Dans une région bordée par les montagnes de l'Atlas, une source authentique donne naissance à l'eau de source naturelle Aïn Atlas. Saine et pure comme la terre dont elle a puisé la richesse de ses minéraux, Aïn Atlas est l'eau équilibrée, bénéfique à votre santé, qui vous procure fraîcheur et bien-être au quotidien. Avec Aïn Atlas, éprouvez du plaisir à vous désaltérer pour vous maintenir au sommet de votre bien-être.



© ILLUMIUM ES&C



Edition, conseil et communication

Edito



EDITION PRINT
IDENTITÉ VISUELLE
CRÉATION MULTIMEDIA
CRÉATION DE SITES WEB
MARKETING (MAILING)
HÉBERGEMENT

L'activité retrouve son rythme. Pour preuve : le recrutement qui a repris avant la fin du Ramadan et le fait que les hôteliers tournés vers l'international aient continué à attirer de la clientèle. La rentrée est même l'occasion d'annoncer la rénovation de village de vacances, l'ouverture d'hôtels flambant neufs, le lancement de nouvelles formules restauration, la maturation postvendange d'un vin prometteur, l'aboutissement d'une démarche de certification, etc. De tout cela nous rendons compte dans ce numéro. Nous y apportons d'autres informations pertinentes, à travers notre entretien avec le patron de la filiale de Lesaffre au Maroc. De bonnes questions engendrant des réponses informatives. Bonne rentrée, entrepreneuriale et personnelle !

Alexandre DELALONDE

95, rue Mesk Ellile, Beauséjour. Casablanca
Tél:(+212)5 22 36 04 09 - Fax:(+212)5 22 36 03 97
Site web : groupecompad.com
E-mail : contact@groupecompad.com

Packs Métiers
Experts
Sage AGRO

Sage AGRO

Le logiciel expert de gestion et de traçabilité
pour tous les professionnels de l'Agroalimentaire



- . Achats / Ventes
- . Stocks / Lots
- . Conditionnements
- . Transformation / Production
- . Préparation de commandes et expéditions
- . Statistiques / Reporting
- . Transport / Tournées de livraison
- . Facturation
- . EDI ...

Tél : 05 290 290 90 | Fax : 08 020 820 29 | info@sage.ma | www.sage.ma
Tél : 06 222 255 60 | Fax : 05 222 258 01 | agro@editinfo.ma | www.editinfo.ma

HALL 2
BLOC 19
Stand N° 2

Professionnels de l'Agroalimentaire,
Découvrez en avant première au CFIA*
Sage AGRO, la solution progicielle intégrée
référéncée dans le cadre de
Moussanada TI Agroalimentaire
pour gérer efficacement vos activités de gestion

* du 29 septembre au 02 octobre à l'Office des Changes de Casablanca

Avec la participation d'

Editinfo Partenaire Exclusif Sage Agro
Les métiers du Savoir

sage

S o m m a i r e

• **Éditorial** 3

Agro'

- **Périscopes** 6
- **Pleins feux sur...**
- Comment être certifié en boulangerie/pâtisserie/ traiteur : le cas Maymana 12
- **L'interview du décideur du mois**
- Damien Lesaffre, P-DG de Lesaffre Maroc, chef de file sur le marché de la levure et de la panification 18
- **Veille**
- Sania, certifiée ISO 14 001 22
- **Import-export**
- Contraintes et avantages des normes UE pour les fruits & légumes marocains 24
- **Salons & foires** 28

Distribution

- **Nouveaux produits monde** 30
- **Nouveaux produits Maroc** 31

Cahier technique

- **Produit**
- La moutarde 32
- **Procédé**
- La cuisson-extrusion 36
- **Formulation**
- La levure chimique 38
- **Équipements** 40
- **Emballage** 44
- **HQSE**
- L'hygiène, du détergent à la biodégradabilité 48

CHR

- **Actualités** 52
- **Café**
- Vers du « café de dattes » 60
- **Veille**
- Le Club Med monte en gamme 64
- **Métiers de bouche**
- Paul prône la nutrition et le naturel 65
- **Vins & spiritueux**
- Un blanc prometteur aux vendanges de La Ferme rouge 66

Alexandre Delalonde, directeur de publication • Dominique Claudon, responsable de rédaction • Souad Selmi, ingénieure rédactrice • Driss Tayeb, journaliste • Dominique Pereda, correspondante francophone dpereda@resagro.com - (+ 00 33) 6 98 26 84 57 • Fanny Poun, correspondante anglophone • Laetitia Saint Maur, correspondante hispanophone tél. : 0034 625 526 196, email : laetitia@resagro.com - (+ 00 44) 7751 819 653 • Nabil Zridi, directeur artistique • Younes El Hilali, chef de projet web • Mohammad El Allali, développeur web • Evelyn Anguy, responsable commercial • Amal Zinia Berrada, responsable commercial • CTP & Impression - Europrint - Casablanca Tél. : 05 22 75 24 75 • Compad - Agence de communication • Capital - 100 000 DH • R.C. - 185273 - I.F. - 1109149 • ISSN du périodique 2028 - 0157 Date d'attribution de l'ISSN Juillet 2009 • Dépôt légal - 0008/2009 Tél. - 05 22 36 04 09 / 16 / 19 / 69 • Fax - 05 22 36 03 97 E-mail - contact@resagro.com • Site Internet - www.resagro.com

6,7 MM DH

C'est le montant global des 82 projets envisagés dans le cadre du plan agricole du Haouz, avec un rythme moyen de 870 millions DH / an

Moussanada T.I. : l'agroalimentaire aussi

L'offre Moussanada T.I. s'applique désormais au secteur de l'agroalimentaire. L'Agence nationale pour la promotion de la petite et moyenne entreprise (ANPME) vient d'officialiser cette déclinaison. L'offre s'inscrit dans le droit fil du plan Maroc Numérique 2013 et a pour objectif d'accélérer le recours des PME aux technologies de l'information (T.I.), afin d'améliorer leur productivité.

Rappelons que l'Agence prend en charge les coûts induits par Moussanada T.I. en matière d'assistance à maîtrise d'ouvrage, d'acquisition de licences et de leur intégration à hauteur de 60 % du coût et dans une limite de 400 000 dirhams par entreprise.

ARÔMES & CO Créateur Fabricant d'Arômes | **eurofragrance** FRAGRANCES & FLAVOURS

Alliance Stratégique

Une gamme innovante d'arômes poudres et liquides avec actifs nutritifs naturels vitaminés
 Smoothie Aroma : base naturelle (Fruity, Fruits rouges, Tropical-exotic, Citrus-agrumes)
 Arômes complexes pour glaces
 Arômes Desserts,
 Instant Drinks, Energy Drinks

« Arômes Clean Label »
Simply natural... Simply good...

43, Bd Gandhi, Résidence Alami20200 - Casablanca - Tél/Fax : 0522 944 617
 Gsm : 0661 189 031 - Email : contact@aromes-co.com - Site web : www.aromes-co.com

Concilier biodiversité agricole et sécurité alimentaire rurale



Lutter contre la perte du savoir-faire agricole, faute de relève chez les jeunes ruraux, tout en valorisant les produits du terroir local : tel est l'objet du projet pilote relatif aux Systèmes ingénieux du patrimoine agricole mondial (Sipam), sur le point d'être lancé au Maroc. Selon les promoteurs des Sipam, cette nouvelle approche de conservation des écosystèmes cherche notamment à protéger leur biodiversité agricole tout en cherchant à sauvegarder le savoir-faire local et la sécurité alimentaire des populations villageoises. Du point de vue de la FAO, la démarche répond aux critères du deuxième pilier du plan Maroc vert, qui vise à accompagner les petits paysans et à encourager une agriculture solidaire. Ainsi, les Sipam peuvent aussi être considérés comme un rempart contre la mondialisation, qui uniformise les modes de vie. Le concept va encore plus avant : cet outil de la conservation de la biodiversité peut être utilisé pour la sauvegarde de la diversité culturelle. D'où l'idée de créer un réseau de suivi de la biodiversité autour d'une centaine de sites pilotes pour la sauvegarde des patrimoines locaux et perpétuer ces écosystèmes. Pour expérimenter le Sipam au Maroc, deux sites pilotes ont été choisis : Imilchil et Imitar (est du Haut-Atlas), Tinghir et Toudra (vallée de Ghريس). La première étape aura pour objet de revoir les techniques de production et la gestion des ressources naturelles par les agriculteurs. La seconde consistera à étudier, améliorer et valoriser les produits du terroir de ces écosystèmes pour ensuite les intégrer dans le réseau mondial Sipam. Après l'expérience des deux sites, il y aura proposition d'intégrer plusieurs sites marocains dans un projet financé en partie par le Fonds mondial pour l'environnement et la FAO. Ensuite, il s'agira de penser à une charte de la biodiversité dans laquelle il faudra intégrer l'inventaire du savoir-faire local, qui est en train de se perdre.

Quick multiplie les ouvertures de restaurants halal



Le hamburger halal est une bonne affaire en France, rapporte *Le Monde*. Dans les zones ciblées où il s'est substitué à l'offre classique, ce type de produit permet de doubler les ventes des établissements de restauration rapide. Fort de ce constat, *Quick* va étendre et pérenniser sa très controversée expérimentation lancée entre 2009 et 2010 dans huit établissements. A partir du 1^{er} septembre s'en ajoutent quatorze autres.

Au total, 6 % établissements de la chaîne dans l'Hexagone ne vendront que des produits à base de viande (bœuf, poulet, dinde) disposant d'un certificat délivré par les autorités religieuses et indiquant que la méthode d'abattage rituel a été respectée.

La progression moyenne des ventes des huit restaurants a été de l'ordre de 100 %, et leur fréquentation a quasiment doublé, selon l'enseigne rivale de *McDonald's*. Ce qui aurait abouti à une progression du chiffre d'affaires de 12 millions d'euros.

« *Quick n'est pas à l'origine du phénomène* », déclare Jacques-Edouard Charret, président du directoire de *Quick*, au journal français. Face aux accusations de « *pratiques commerciales communautaristes* », le dirigeant explique que proposer une double offre dans le même restaurant est inenvisageable. « *Il est interdit de cuire une viande halal sur la même plaque de cuisson qu'une autre viande ; pour offrir le choix, il faudrait disposer de deux cuisines* », avance-t-il.

Chez *Quick*, il n'existerait pas de phénomène de rejet ; les non-consommateurs de halal ne considéreraient pas qu'il s'agit d'une discrimination mais, par exemple, de la possibilité de partager un repas avec des amis musulmans.

« Emballez intelligent ! »

Les organisateurs du salon Emballage sont en bonne partie parés pour la 39^e édition, planifiée du 22 au 25 novembre prochain à Paris-Nord Villepinte.

Le fil rouge de cette édition est « *Emballer intelligent* ». En effet, de la matière première au produit fini, l'intelligence est partout, à toutes les étapes de production.

« *Protéger, informer, séduire, transporter, sécuriser : l'emballage remplit de très nombreuses fonctions et doit répondre à des cahiers des charges toujours plus complexes, en phase avec les enjeux de chaque secteur utilisateur* », souligne l'équipe organisationnelle.

Quatre jours durant, les visiteurs vont découvrir les solutions aux enjeux actuels, qu'ils soient techniques, mercatiques ou économiques -, de même que toute l'innovation, du conditionnement à la chaîne d'approvisionnement

Emballage 2010 présente une offre qui se veut complète, des matières premières aux machines de conditionnement, de mar-

quage-codage ou d'impression, jusqu'au produit fini - il se présente comme un salon généraliste et multispécialiste, grâce à une sectorisation claire qui se déploie sur 3 halls.



Photo FDR Emballage

aam Laboratoire Accrédité MN ISO 17025 v2005
 agro analyses maroc

Laboratoire Agréé en Microbiologie Alimentaire et Hydrique

- Analyses Agro Alimentaires et Hydrique des Aliments
- Audit et Conseils en Hygiène et Sécurité des Aliments
- Formations

Tél: 212 (0) 5 37 75 40 80
 Fax: 212 (0) 5 37 75 95 00
 Mail: aam@menara.ma

Adresse: 19 rue Zyaydah, Aviation, Rabat

Dixit...

Une microcrevette fait des ravages

Une « crevette tueuse » a été repérée dans les eaux britanniques après avoir proliféré plus au sud, selon l'agence de l'environnement de Grande-Bretagne. Les autorités environnementales du pays sont sur le qui-vive.

Cette crevette, de son vrai nom *Dikerogammarus villosus* (ou gammare du Danube), mesure à peine une vingtaine de millimètres. Mais elle a une capacité de nuisance inversement proportionnelle à sa taille. La microtueuse tend à éliminer de nombreuses espèces locales en peu de temps, comme les autres gammares, mais aussi des insectes aquatiques, libellules, petits invertébrés ou larves de poissons. Fait rare et qui lui vaut son surnom guerrier, ce prédateur tue généralement ses proies sans même les manger, avec un effet dévastateur sur d'autres espèces de la chaîne alimentaire (oiseaux, grenouilles et araignées par exemple).

Cette crevette s'est répandue dans toute l'Europe de l'Ouest depuis vingt ans, gagnant le Danube à partir des régions de la mer Noire et de la mer Caspienne. Elle colonise déjà, par exemple, tous les grands bassins des fleuves français.

Une fois installée, on ne connaît pas de moyen de la déloger. Les autorités britanniques ont lancé l'alerte. Des biologistes ont prévu de mener une campagne de mesures des eaux, pour savoir si le phénomène est isolé ou déjà généralisé. L'affaire est montée jusqu'au ministère chargé de l'environnement.

Pour le moment, les autorités ont demandé aux pêcheurs d'ouvrir l'œil pour repérer d'autres spécimens, et surtout de veiller à nettoyer soigneusement leurs matériels en passant d'un cours d'eau à un autre, pour éviter la prolifération.

L'Economiste

L'envolée des dépenses d'assistance technique tient aussi au développement fulgurant des franchises dont l'expansion a été portée par les enseignes étrangères dans l'alimentaire [notamment].

Les certifications halal des mosquées de Paris et d'Evry pointées

Alors que le marché du halal connaît une forte croissance en France, la question de la certification se pose de manière cruciale. Dans ce secteur qui ne dispose d'aucune norme, on trouve plusieurs organismes de certification, dont trois sont liés à des mosquées : celles respectivement de Lyon, Evry et Paris.

Or ces deux dernières sont sérieu-



sement mises en cause par Bernard Godard, consultant sur les questions liées à l'islam, auprès du ministère français de l'Intérieur.

Pas étonnant, sachant que chacun est laissé à son compte en matière de certification. D'ailleurs, la couverture d'un récent numéro du magazine *Communication & Business News* met bien en évidence le désordre actuel que connaît le marché du halal. Le texte « *Business pas très catholique* », « *esbroufe du halal* » a pour illustration une cuisse de porc estampillée « 100 % halal ».

Selon M. Godard « *ces certifications ne sont donc pas très sérieuses [...]. Ces mosquées [celles d'Evry et de Paris] ne sont pas à la hauteur des volumes en jeu.* »

Certifiée ISO 22000 et 9001 & HACCP



De grands fromages pour de grandes idées



Fromagerie Italienne
Lot 14, Z.I. Tassila III - Agadir - maroc

Tél.: 05 28 33 30 33/ 05 28 33 26 81- Fax : 05 28 33 40 24 - email: fromital@menara.ma
www.fromital.com.



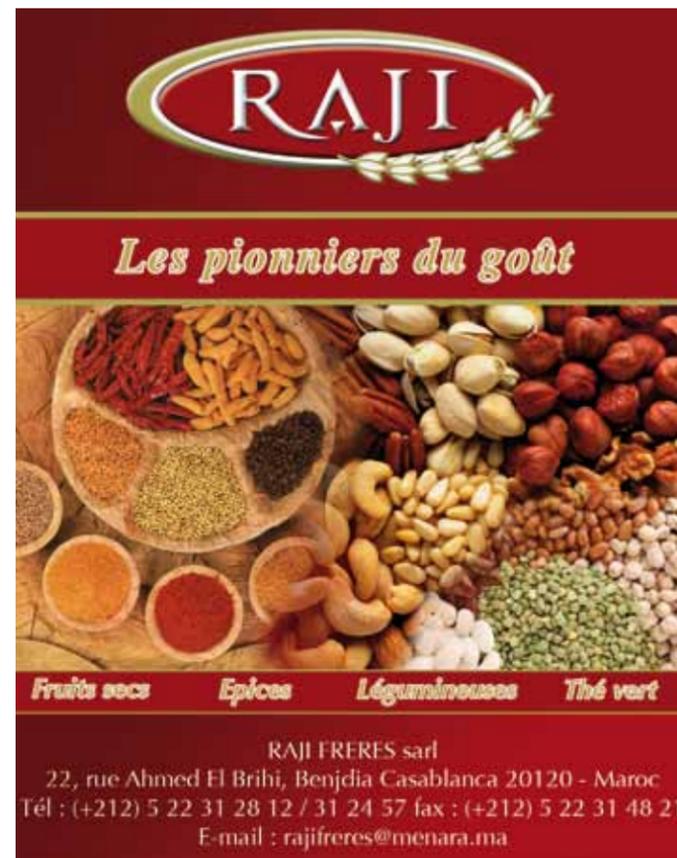
Le bœuf de Charolles, estampillé « AOC »

Le bœuf de Charolles est désormais la quatrième viande bovine française à obtenir l'appellation d'origine contrôlée (AOC). C'est ce qu'indique l'Institut national de l'origine et de la qualité. Cette viande très réputée en boucherie tire ses principales caractéristiques de pâturages répartis sur les régions Bourgogne et Rhône-Alpes. Plus de 350 localités sont concernées.

L'aire géographique repose sur le berceau historique de la race charolaise, dont les conditions climatiques ainsi que les caractéristiques du sol favorisent l'élevage et l'engraissement des bovins. Le savoir-faire des éleveurs se maintient depuis 300 ans. En 2009, on recensait 150 producteurs qui ont commercialisé environ près de 300 tonnes de viande.

L'AOC est un sigle français qui désigne un produit dont toutes les étapes de fabrication – production, transformation, élaboration – sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même zone géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. Trois autres viandes bovines ont déjà obtenu une AOC – le fin gras du Mézenc, la maine-anjou et même le taureau de Camargue !

La bonne nouvelle tombe à pic pour le bœuf de Charolles, dans la mesure où l'élevage bovin en général connaît une crise profonde, avec des prix trop bas à la production.



RAJI

Les pionniers du goût

Fruits secs | Épices | Légumineuses | Thé vert

RAJI FRERES sarl
22, rue Ahmed El Brihi, Benjdia Casablanca 20120 - Maroc
Tél : (+212) 5 22 31 28 12 / 31 24 57 fax : (+212) 5 22 31 48 21
E-mail : rajifreres@menara.ma

Comment fabriquer des chips de légumes ou de fruits

Fabriquer en un rien de temps des chips à partir de n'importe quel fruit ou légume, tel est le défi relevé par une machine pilote que viennent de finaliser l'équipementier Auriol et le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (Cirad). Tout a commencé avec des chips d'ananas et de bananes, pour lesquelles s'est rapidement posé le problème de la teneur en matière grasse provenant de l'huile de friture. La collaboration entre les équipementiers et les chercheurs a finalement permis la réalisation d'un produit quasi exempt de lipides, la machine libérant toute l'huile accumulée précédemment dans le fruit ou le légume, lors du processus de friture.



Chips de betterave.

Le végétal est utilisé dans son entier, après avoir été épluché et tranché. Il est parfois, selon sa consistance plus ou moins sèche, prétraité naturellement avant cuisson.

Les chips de fruits et légumes ouvrent la voie à une transformation et une valorisation accrue des fruits.



Chips de fruits.

Le plus grand ragoût du monde de légumes est italien

La Fête du poivron, à Carmagnola (Italie), est un peu plus connue depuis que les habitants ont établi, lors de la dernière édition, un record en préparant le plus grand ragoût de légumes. Soit un poids final d'1 190 kilos.

D'une durée de 10 jours, la célébration du légume a attiré des curieux en provenance de tous les coins de l'Italie pour goûter aux spécialités préparées à base de poivron. La *peperonata* est l'une des traditions culinaires célébrées durant la Fête, et cette recette locale a été choisie afin d'établir le record du plus grand ragoût de légumes.

Fait à base de tomates, d'oignons et de poivrons, le plat se mange traditionnellement avec du pain.

Danone investit à nouveau dans les yaourts « plaisir »

Danone prône le plaisir sans complexe. Le fabricant d'Activia et d'Actimel s'est assigné pour objectif depuis deux ans de relancer le marché de l'ultrafrais et espère séduire les jeunes adultes qui désertent encore le rayon yaourts des supermarchés.

Fantasia, le dernier-né de Danone, qui sera vendu en



paquet de trois à 1,29 euro, se veut également accessible, au même prix unitaire qu'Activia. Déjà vendue en Allemagne et en Pologne, c'est l'une des dernières marques de yaourt créées par le groupe depuis *Danacol* (2004). Lancé en 2007, *Essensis* (censé « nourrir la peau de l'intérieur ») s'était soldé deux ans plus tard par un échec et a été retiré des linéaires.

Fantasia n'est pas la première offensive « plaisir » de l'année pour le géant mondial des produits laitiers. Au cours des derniers mois, le groupe, déjà présent dans l'eau, la nutrition infantile et médicale et les produits laitiers, s'est renforcé dans les fruits. En début d'année, il s'est lancé dans les compotes (*Gervais*, *Taillefine*) et est parvenu à ravir 20 % du marché derrière le chef de file, *Hero*. Il a ensuite conclu en mars un partenariat dans les jus de fruits avec *Chiquita Brands* avant de racheter cet été le fabricant de *smoothies Immédia*.

Jusqu'à-là, le groupe avait misé sur ses produits aux bienfaits pour la santé pour ravir des parts de marché à ses concurrents. Mais le contexte a changé, la réglementation européenne s'est durcie.

C'est ce tournant qui explique peut-être que *Fantasia*, testé pendant plusieurs mois sur le marché-test de la ville de Sens, ait été préféré pour la France à *Densia*, également testé en début d'année. Ce yaourt, censé contribuer à « garder les os solides » des seniors, a été lancé avec succès l'an passé en Espagne. Aucune décision n'a été prise à ce jour pour le marché français.

La Banque mondiale veut encadrer l'achat de terres agricoles

Encadrer les investissements dans les terres arables par un code de bonne conduite : c'est ce que préconise la Banque mondiale, dans un rapport sur *L'intérêt croissant pour les terres agricoles*, rendu public dernièrement.

Ce code devrait, selon elle, reposer sur quelques principes clés : le respect des droits et des ressources locales ; l'assurance de la sécurité alimentaire pour les populations ; la transparence et la bonne gouvernance ; la consultation et la participation des acteurs locaux. Enfin, ces investissements devraient être « responsables » d'un point de vue social et environnemental.

« Sur fond de volatilité accrue des prix agroalimentaires, les acquisitions de terre sont une réalité croissante, mettant en évidence le besoin de démarches concertées pour le bénéfice de toutes les parties concernées », souligne Ngozi Okonjo-Iweala, directrice de la Banque mondiale chargée de l'Afrique, de l'Asie du Sud, de l'Europe et de l'Asie centrale.

L'institution financière entend à présent travailler avec les gouvernements et les acteurs concernés pour mettre en pratique ces principes. C'est dans ce but que va être lancé un forum Internet s'adressant à l'ensemble des parties prenantes.



LA MAISON DU FOIE GRAS
Depuis 1940

www.foiegras.ma

Depuis 20 ans au Maroc

Produits du terroir haut de gamme

Foie gras | Magrets | Confits | Charcuterie fine

KM 15, ROUTE COTIERE D'AZEMMOUR - B.P. 53 DAR BOUAZZA - CASABLANCA
TEL : (+212) 5 22 29 03 64 - FAX : (+212) 5 22 29 01 83
E-MAIL FOIEGRAS@WANADOO.MA



Siège de Maymana, à Rabat (ci-dessus et ci-contre).

Maymana

UNE CERTIFICATION AUX PETITS OIGNONS

Maymana a obtenu dernièrement la certification Afaq ISO 9001 version 2008, pour ses activités de développement, de fabrication et vente de pâtisseries marocaines, pâtisseries européennes, produits issus de la boulangerie/viennoiserie, plats cuisinés et service traiteur. Retour sur une opération méticuleuse.

Parmi les secteurs qui, au Maroc, sont de plus en plus sensibles à la démarche qualité figure celui des métiers de bouche. Il se trouve qu'une certaine clientèle est prête à déboursier davantage, pour

du haut ou très haut de gamme, et pour fuir les produits dont l'élaboration fait appel à la triche et dont le contexte de gestion demeure désespérément archaïque. A Rabat, Maymana peut s'enorgueillir

d'avoir décroché récemment la certification Afaq ISO 9001 version 2008 pour ses activités de développement, de fabrication et vente de pâtisseries marocaines, pâtisseries européennes, produits issus de la boulangerie/

D. C.

viennoiserie, plats cuisinés et service traiteur.

L'obtention du précieux certificat couronne un travail mené en interne de deux ans, durant lesquels les services, soit 160 personnes, se sont mobilisées autour d'un objectif commun : « améliorer l'organisation de l'entreprise pour mettre la satisfaction du client au cœur de sa stratégie », selon Maymana. Et la direction d'affirmer que « la certification est la preuve objective que le produit ou le service, acheté ou fourni par Maymana, dispose des caractéristiques définies dans la norme ISO 9001 version 2008, et qu'il fait régulièrement l'objet de contrôles. »

Plus précisément, cette certification valide des procédures et procédés, tels que le respect de la réglementation et des exigences spécifiées, la sélection rigoureuse des fournisseurs et des matières premières, l'hygiène, la conformité du produit ou du service, la qualification et la formation du personnel, la mesure et la surveillance de la satisfaction client...

La certification a été conduite par le français Afnor Certification, un des tout premiers organismes de certification sur le plan mondial, reconnu pour son éthique et son expérience.

« La certification, assure Maymana, permet de garantir la qualité des processus mis en place, par une analyse rigoureuse du système de management de la qualité de l'entreprise ». Cela se traduit par exemple par la mise en place d'actions correctives, préventives.

« Grâce à la démarche, les termes d'excellence, d'exigence et d'efficacité ont pris corps au sein de l'entreprise. C'est en vivant la certification que nos équipes en ont trouvé l'intérêt ». Autrement dit, les salariés, depuis la mise en œuvre – puis le couronnement – du projet de certification, s'impliquent plus fortement ; la préoccupation pour le client, confortée... et – dernier point, mais non le moindre –, le chiffre d'affaires est bonifié.



Appétit pour l'essor

Engagée dans une stratégie de professionnalisation et d'essor, Maymana consolide ses activités en investissant dans son système de management de la qualité.

Pour ce faire, sur le moyen terme, le plan de développement prévoit un renforcement des compétences, la mise en place de nouveaux moyens marketing et techniques. Cela, afin de conforter l'image de marque de l'entreprise et de faciliter son intégration dans de nouveaux segments de marché.

Cela passera notamment par l'ouverture d'un espace dégustation adossé à la boutique, ainsi que la création de points de vente supplémentaires.



L'entrée du siège de Maymana donne sur la partie vente.

Réducteur de coût de non-qualité

Pour , la démarche qualité sert aussi à réduire les coûts de non-qualité. Aujourd'hui, selon la société, les progrès en la matière sont nombreux et significatifs, par exemple :

- ▶ réduction du taux de consommation des matières premières (5 %)
- ▶ réduction des pannes et des achats de réparation liés au matériel
- ▶ baisse du taux de perte de matériel
- ▶ baisse du taux de réclamation
- ▶ accroissement du taux de productivité (10 %)
- ▶ augmentation du chiffre d'affaires

En quoi la certification ISO 9001 v. 2008 contient les germes de la prochaine et 2^e certification, ISO 22000 v. 2005

► Emmanuel de Langhe, responsable Qualité, pilote du processus « Mesurer, analyser et améliorer le SMQSA »



Notre certification ISO 9001 version 2008 intègre bien entendu tous les préceptes de la sécurité des denrées alimentaires. Une entreprise de notre secteur ne saurait être certifiée ISO 9001 si abstraction en était faite.

Nous avons d'ailleurs anticipé. En effet, nous nous sommes appuyés sur les principes de base dictés par la norme ISO 22000 relative à la sécurité des denrées alimentaires, qui sont appelés *programmes prérequis*, ou PRP*, de façon à répondre aux exigences de la norme ISO 9001 concernant les infrastructures, l'environnement de travail et les conditions de réalisation du produit. En fait, les PRP sont des règles d'hygiène qui correspondent aux mesures mise en place avant d'avancer vers l'analyse des dangers et la construction d'un plan HACCP.

Le projet de certification ISO 22000 va donc nous permettre d'étendre l'application de notre système de management de la qualité à celui de la sécurité des denrées alimentaires. Les deux normes étant parfaitement compatibles et complémentaires.

L'élaboration de l'ISO 22000 a été fondée sur l'hypothèse que les systèmes de sécurité des denrées alimentaires les plus efficaces sont ceux qui sont conçus, gérés et améliorés en permanence dans le cadre d'un système structuré de management et qui sont incorporés dans les activités globales de management de l'organisme.

Ainsi, après avoir prouvé l'efficacité des processus mis en place, et encouragé les équipes par l'obtention de la certification ISO 9001 version 2008, l'entreprise va pouvoir, de façon spécifique, prouver les performances de son système de management de la sécurité des denrées alimentaires.

Bref, une ambition inscrite dans la stratégie de l'entreprise, une sécurité pour le développement, et un passeport pour l'export.

* N.d.l.r. – Parmi les axes de PRP figurent la gestion des produits achetés (tels que les matières premières, les ingrédients, les produits chimiques et les emballages), des alimentations (en eau, air, vapeur et glace), de l'élimination (déchets et eaux usées) et de la maintenance des produits (stockage et transport, par exemple) ; l'hygiène des salariés...

Comment la certification se traduit par une sélection rigoureuse des matières premières, notamment l'eau de fleur d'oranger

► Rafiqa El Gharbi, responsable du service Achat, pilote du processus « Réaliser les achats et les approvisionnements »



Nous avons pris des dispositions pour nous assurer que les produits achetés, ceux qui interfèrent sur la qualité de nos produits finis, sont conformes tant sur le plan de nos exigences internes que sur ceux de la réglementation.

Nous avons tout d'abord rassemblé les informations relatives aux produits que nous achetons dans le cadre de nos activités.

Cela s'est traduit par l'élaboration de différents cahiers des charges, sous la forme de contrats d'achats utiles à la prospection, à la négociation et à la contractualisation des engagements avec les fournisseurs.

Nous avons ensuite sélectionné nos fournisseurs en fonction de leur aptitude à fournir un produit répondant à l'ensemble des critères prédéfinis. Nous les avons évalués avant qu'ils ne deviennent des fournisseurs agréés, et nous les réévaluons de façon

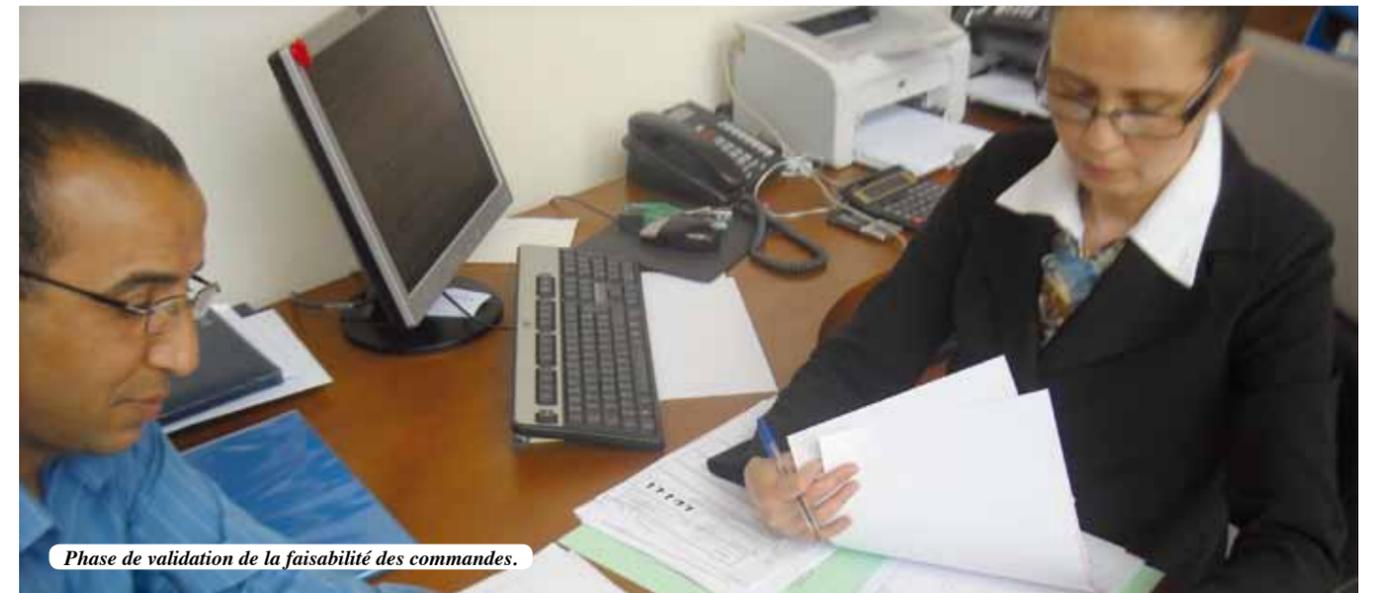
permanente pour nous assurer qu'ils continuent, dans le temps, à répondre aux exigences.

Bien entendu, nous avons, à l'issue de la certification, choisi en priorité absolue les fournisseurs avec lesquels Maymana a toujours travaillé. Certains ont consentis des efforts importants pour répondre à nos exigences, tels l'investissement dans de nouveaux matériels frigorifiques, les conditions de paiement... Mais nous avons dû remplacer d'autres fournisseurs, moins coopérants ou trop éloignés de nos nouvelles exigences.

Afin de vérifier les produits achetés, nous avons mis en place une équipe de contrôleurs à la réception qui disposent d'un plan de contrôle leur permettant de vérifier que les produits achetés sont conformes aux critères spécifiés avant leur entrée en stock. Chaque critère contrôlé fait l'objet d'un enregistrement sur système permettant de consolider la réévaluation de nos fournisseurs dans le temps.

En ce qui concerne l'application de la démarche qualité au produit dit « eau de fleur d'oranger traditionnelle », nous avons des exigences de procédé et d'embouteillage très rigides pour notre fournisseur habituel, un petit artisan installé dans la campagne de Marrakech...

Nous lui avons rendu visite pour analyser toute sa technique de production, depuis la cueillette des fleurs jusqu'à l'embouteillage, en passant par la technique de distillation. Nous lui avons demandé de revoir deux étapes de son procédé, de professionnaliser les conditions d'embouteillage. Puis nous l'avons mis en contact avec une société qui assure la fourniture de contenants adaptés à la préservation du produit. Enfin, nous avons convenu, avec lui, d'une méthode d'identification pour assurer un étiquetage conforme. Il a vu, dans notre démarche, une action constructive. La mise à niveau s'est opérée rapidement, et nous avons établi un cahier des charges très simple pour qu'il s'engage dans le temps au respect de la méthode.



Phase de validation de la faisabilité des commandes.



Atelier de production de pâtisserie européenne.



Comment la certification de Maymana génère une compétitivité accrue

► Majdouline Boutaleb, DG, pilote du processus
« Définir la stratégie et les objectifs »



Dans un environnement concurrentiel croissant, les clients sont de plus en plus exigeants, et le fournisseur retenu sera celui qui répondra parfaitement à leurs besoins, mais également qui saura leur donner confiance dans son aptitude à être fiable dans le temps.

L'ISO 9001 est la norme la plus connue sur le plan mondial : plus d'un million d'organismes sont actuellement certifiés selon cette norme dans le monde. Un nombre qui s'explique par le fait que la certification ISO 9001 est désormais une garantie essentielle de qualité et de confiance.

Notre certification ISO 9001 version 2008 renforce incontestablement la compétitivité structurelle de l'entreprise, qui repose sur notre capacité à nous différencier par la qualité et la régularité de nos produits et services, la position dans la gamme, l'image de marque, la sécurité des aliments, la créativité, l'organisation générale, les activités de conception et développement, l'écoute client, la communication, la faculté d'adaptation à la demande, la satisfaction du client, etc.

Cette forme de compétitivité hors prix reste difficile à quantifier, mais nous estimons qu'elle nous permet d'éviter la concurrence par le prix, de répondre aux besoins de nos clients et d'inscrire nos activités sur le long terme. Ensuite, notre système nous amène à faire des économies d'échelle et à réduire nos coûts de production. Nous devrions, à moyen terme conjuguer la compétitivité hors prix avec la compétitivité prix pour cibler l'absolue.

Comment l'esprit leadership est renforcé

► Zarah Charfi, responsable RH, pilote du processus
« Gérer les compétences »



A travers la certification, la définition des responsabilités et de l'autorité respective a permis à chacun des responsables d'être reconnu et accepté, de s'adapter à son groupe et d'exercer une influence directe

sur chaque individu (participation au travail collectif) et indirecte (initiation, encouragement, ...).

Des formations au *coaching* d'équipes ont par ailleurs été organisées afin de favoriser l'esprit *leadership*.

Les responsables et les chefs d'équipes ont ensuite créé un environnement interne propice au déploiement de la politique et des objectifs qualité communiqués par la direction générale.

Ces cadres ont, pour cela, fédéré et mobilisé les énergies de leurs collaborateurs autour d'actions collectives en leur apportant soutien et encouragement.

Ils ont, de la sorte, renforcé l'attachement de chaque individu à l'organisation et favorisé son implication, son engagement. Ce qui a permis aux responsables et chefs d'équipes d'établir un véritable rapport de confiance et de performance au sein de leur équipe. Signe manifeste que leur esprit *leadership* s'est renforcé.

Un organigramme a été élaboré, de manière à identifier la place de chacun. Les responsabilités deviennent claires et affirmées. On organise d'ailleurs de nombreuses actions de formations sur le management d'équipe.

اللذة
Ledda 500g

Exigez
l'excellence



اللذة
Ledda 500g Pour les professionnels
«Spéciale feuilletage»

Damien Lesaffre, P-DG Lesaffre Maroc

« LA RÉALITÉ DU MARCHÉ LOCAL DES MATIÈRES PREMIÈRES CACHE DES DIFFICULTÉS CHRONIQUES QUI NOUS OBLIGENT À DES RÉAJUSTEMENTS DE PRIX RÉGULIERS »



Lesaffre Maroc n'est pas seulement chef de file sur le marché local de la levure et des ingrédients de panification. La société est active dans le récent projet d'ouvrir une filière boulangerie à l'Ifim, dans les préparatifs régionaux de la Coupe du monde de la boulangerie, comme en témoigne le P-DG, Damien Lesaffre.

Propos recueillis par D. C.

• Quelles leçons tirez-vous, en tant que professionnel, de l'organisation et des résultats de la compétition « Coupe Louis-Lesaffre » au Maroc ?

L'opération « Coupe Louis-Lesaffre / sélection nationale » est une première dans l'univers de la boulangerie au Maroc [voir compte-rendu p. 20]. À cette occasion, Lesaffre Maroc a adapté son organisation aux spécificités marocaines, et pris en compte les expériences réussies par des filiales lors des Coupes Louis-Lesaffre organisées dans des pays tels que la

France, le Mexique ou même le Japon. Effectivement, il était très important pour Lesaffre Maroc de donner les mêmes chances à tous les boulangers du royaume, qu'ils soient expérimentés, débutants, travaillant dans un grand établissement en ville ou dans un four de douar. Globalement, les leçons que nous avons tirées de cette compétition, qui a duré quatre mois, nous confortent dans notre engagement auprès des boulangers à continuer de tirer le niveau de ce métier vers le haut, et ce, par la formation et le développement d'ingrédients innovants et faciles à utiliser.

• Un grand nombre de lauréats marocains du concours national 2010 travaillent dans des établissements importants et très structurés : cela n'est-il pas « frappant » et instructif ?

Cela ne nous surprend pas vraiment. Nous, qui suivons et accompagnons de très près l'évolution de ce métier, savons que la formation, l'organisation et la rigueur mises en place de plus en plus dans ces établissements, ainsi que l'implication des patrons, sont de sacrés atouts pour réussir dans ce genre de compétition.

Le projet d'école de boulangerie, auquel Lesaffre prenait part, n'a finalement pas pu voir le jour.

• Plusieurs partenaires, dont Lesaffre, existent quant à la création d'une école de boulangerie sur le plan national. À quelle étape est-on parvenu ?

Hélas, le projet d'école de boulangerie n'a finalement pas pu voir le jour. Il avait été initié il y a quelques années, et Lesaffre Maroc y prenait part activement, aux côtés de nombreux acteurs de la filière blé/farine/pain. Cependant, Lesaffre Maroc reste partenaire de France Export Céréales et de l'Institut de formation de l'industrie meunière – Ifim –, pour la création d'une filière boulangerie au sein même de cet établissement.

• En quoi consistait l'apport de votre société à ce projet ?

L'apport, du groupe Lesaffre en général et de Lesaffre Maroc en particulier, à ce projet consistait en un accompagnement technique et pratique par l'équipe de techniciens boulangers au sein de notre Baking Center [centre d'essais – n.d.l.r.] de Casablanca lors de la sélection du futur formateur, ainsi que pendant la formation de ce dernier. Bien évidemment, Lesaffre Maroc poursuivra son soutien à ce projet jusqu'à son aboutissement et au-delà.

• Lesaffre Maroc investit dans la recherche relative aux produits « santé », dans une perspective nutritionnelle sur le marché marocain. Où en est-on ?

Pour Lesaffre Maroc, le développement de nouveaux produits est un devoir envers ses clients. En effet, pas de développement sans nouveauté. Le groupe Lesaffre, fondé en 1853, a développé une expertise dans les métiers de la boulangerie-viennoiserie et dispose aujourd'hui de ressources humaines et matériel conséquentes dédiées au développement de nouveaux produits destinés à répondre à des besoins particuliers sur des marchés distincts. C'est dans ce sens que plusieurs nouveaux produits ont été mis au point. Parmi eux figurent les gammes labélisées « goût » et « santé ». La première, pour répondre aux nouvelles exigences de la clientèle. La seconde, à des recommandations pour la diminution des taux de sel et sucre émises par des structures de santé publique européennes. Naturellement, Lesaffre Maroc bénéficie de cette expertise et de ces développements de nouveaux produits éprouvés sur des marchés plus matures. Cependant, au Maroc, les besoins diffèrent, et une adaptation s'impose afin de rendre accessible ces produits au plus grand nombre de consommateurs locaux.

• Le pain dit « à l'ancienne » ou « traditionnel » marocain semble avoir de l'avenir, même si certains associent, consciemment ou inconsciemment, ces termes avec « archaïque ». Quel est votre regard sur ce créneau ?

Il est indéniable que, aujourd'hui, les consommateurs recherchent avant tout des produits avec du goût. C'est dans ce sens que les professionnels de la boulangerie et de la viennoiserie ont remis au goût du jour des recettes et des techniques délaissées depuis de très nombreuses années. Ce retour – ou cette évolution de la boulangerie – replace le savoir-faire du boulangier au centre de ce métier et lui redonne toutes ses lettres de noblesse. Pour autant, cela ne remet pas en cause sa modernisation

Quand Lesaffre fait lever la pâte de l'émulation

C'est sous une tente caïdale, généreusement apprêtée au centre d'essais casablancais de *Lesaffre* que les meilleurs boulangers du Maroc ont été désignés cet été. La soirée de remise de parchemin aux lauréats a eu lieu à l'initiative de la filiale marocaine de la firme d'extraction française, en partenariat avec le salon Crémai et la Fédération des patrons boulangers marocains. Les membres du jury, indépendants et de renommée internationale, avaient également répondu présent. C'étaient Nabil Sbaï, Marocain à son compte dans le nord-est de la France et vice-champion du monde en 2005 ; Pierre Zimmermann, champion du monde de la boulangerie en 1996 ; Christophe Debersee, champion du monde en 2008.

Ils ont eu à départager, initialement, plus de 130 candidats ayant participé aux sélections régionales, qui se sont déroulées dans toutes les régions du royaume. Ils sont 24 à avoir été retenus dans les catégories suivantes : « pain » (10 sélectionnés), « viennoiserie » (11), « pièce artistique » (3). Le trio gagnant est formé de Brahim Aknouch (première catégorie), d'Abderrajji (deuxième), de Marwan Chahraban (troisième), auxquels s'ajoutent trois suppléants.

Les épreuves auront été réglées comme du papier à musique. Chaque candidat avait disposé d'une heure la veille du concours pour sa mise en place et de cinq heures de travail le jour du concours.

Concernant la catégorie « pain », le candidat a dû mettre en œuvre une recette de baguette blanche, deux recettes de pains spéciaux différents, et une recette de pain typiquement marocain.

Quant à la catégorie « viennoiserie », il s'agissait de réaliser une recette à base de pâte levée feuilletée (pâte à croissant) et une recette à base de pâte levée (pâte à brioche).

Enfin, pour la catégorie « pièce artistique », le prétendant devait produire une pièce artistique sur un thème de son choix, avec pour seule contrainte l'obligation de respecter les dimensions définitives fixées par le règlement.

Les candidats ont été notés par le jury selon des critères tels que le goût, l'aspect (pour les catégories « pain » et « viennoiserie »), le thème, le degré de difficulté (pour la catégorie « pièce artistique »), et l'application des règles de fabrication (pour toutes les catégories).

À vrai dire, cette « sélection marocaine » s'inscrit dans la démarche de la Coupe Louis-Lesaffre, créée en 2003. Aussi les lauréats vont-ils automatiquement constituer l'équipe nationale qui représentera le Maroc lors de la phase régionale de la compétition. C'est-à-dire à l'échelle de la région Afrique/Moyen-Orient, à l'occasion du Crémai (organisé par *Rahal*) en mars 2011 à Casablanca.

Au terme des sélections internationales, neuf équipes gagneront le droit de concourir à la Coupe du monde de la boulangerie en 2012, auprès des trois pays vainqueurs de la précédente Coupe du monde de la boulangerie (France, Taiwan, Italie) déjà présélectionnés.



MM. Lesaffre et Rahal (à droite), aux côtés des lauréats du concours national Coupe Louis-Lesaffre et de jurés.

par l'utilisation de nouveaux équipements et d'ingrédients favorisant le goût.

• Depuis 1980, date à laquelle prend pied Lesaffre à Fès, comment a évolué, de votre point de vue, le domaine de la levure et, plus largement, le secteur de la meunerie au Maroc ?

Depuis cette date, les deux métiers sont complètement et profondément transformés.

Pour ce qui est de la production de levure, métier que je maîtrise mieux, aujourd'hui, les compétences, les équipements et les techniques utilisés par *Lesaffre* Maroc n'ont strictement rien à envier aux usines européennes ou autre. Des investissements très importants ont été réalisés, le sont et le seront encore, afin de maintenir un haut niveau de qualité, parfois supérieur à certaines levures commercialisées dans des pays européens.

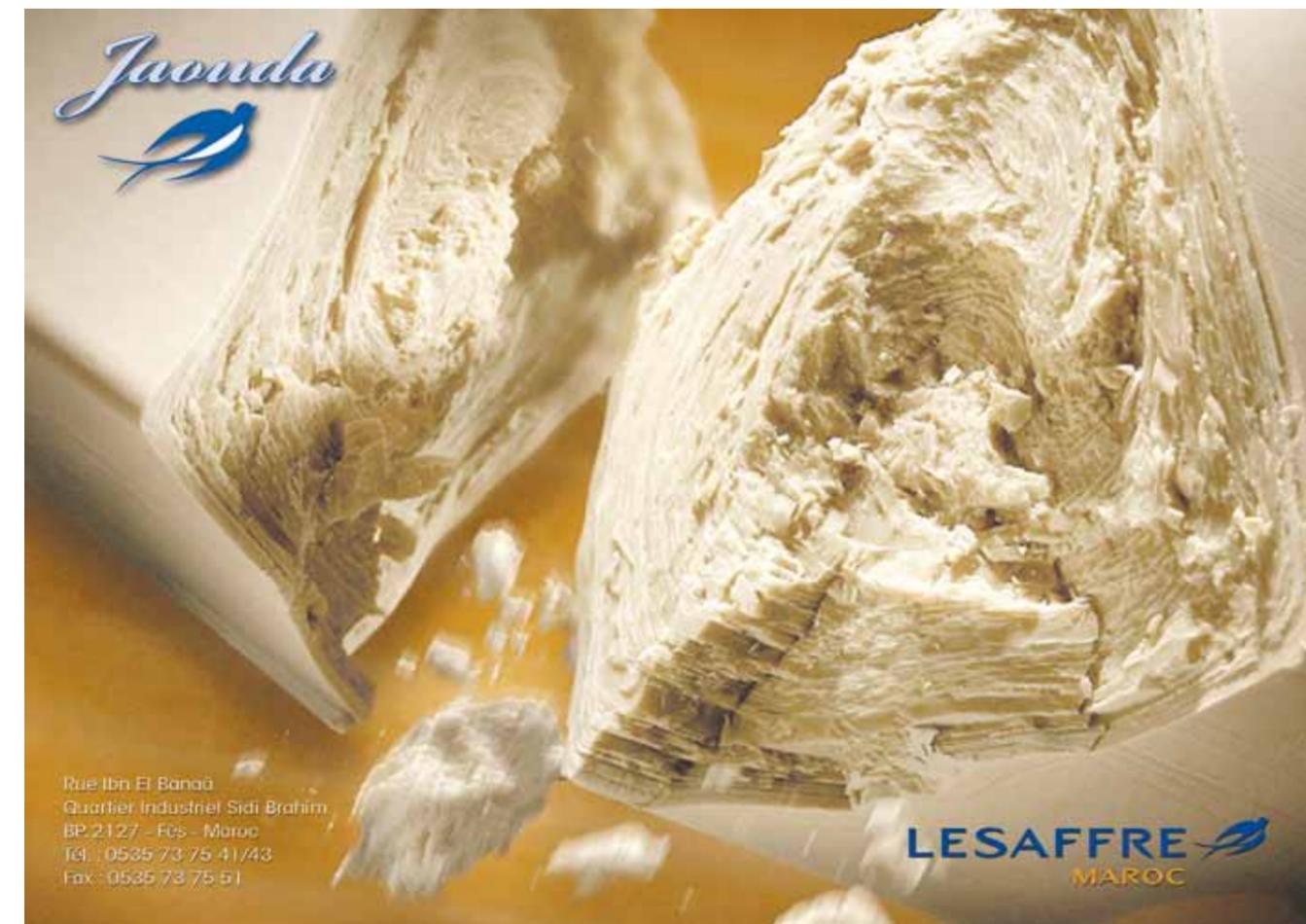
La concurrence et les exigences des clients ont fait que le produit fini a fortement évolué.

Un des gros avantages du Maroc est la disponibilité



des matières premières locales qui nous permet de travailler sans dépendre des disponibilités sur les marchés internationaux.

Cependant, cette réalité cache des difficultés chroniques qui nous obligent à des réajustements de prix réguliers.



Rue Ibn El Banaâ
Quartier Industriel Sidi Brahim
BP 2127 - Fès - Maroc
Tél. : 0535 73 75 41/43
Fax : 0535 73 75 51

LESAFFRE
MAROC

SANIA, CERTIFIÉE ISO 14 001

En décrochant la certification 14 001, la société spécialisée dans la production et la commercialisation de couscous, de pâtes et de farines Sania entend mettre à niveau son outil de production tout en respectant l'environnement.



L'usine Sania, du groupe Les Grands moulins de Lissasfa.

Conjugués, la certification et la préoccupation de l'environnement constituent un enjeu économique considérable, tant d'un point de vue concurrentiel que dans une perception valorisante de l'entreprise par le grand public. Le secteur de l'agroalimentaire marocain ne déroge d'ailleurs pas à cette règle et compte, parmi ses chefs de file, Sania, société spécialisée dans la production et la

commercialisation de couscous, de pâtes et de farines.

Station d'assainissement

Depuis toujours attentive à la sauvegarde de l'écosystème dans lequel ses propres activités de production sont inscrites, Sania a décidé de s'engager dans une véritable refonte de son outil de production afin que ses ambitions de maîtrise énergétique se conforment

parfaitement aux exigences dictées par la certification ISO 14 001. Ainsi, les investissements consentis par la marque ont permis l'achat d'équipements de contrôle – en ligne – de l'analyse des émissions d'oxygène et de dioxyde de carbone, mais également la mise en place de nouveaux outils pour l'optimisation de la combustion et la maîtrise des effluents des chaudières.

Par ailleurs, Sania, définitivement pionnière en la matière, vient d'inaugurer sa propre station de traitement et recyclage des eaux usées, qui lui accorde une gestion exemplaire de sa consommation d'eau, du début à la fin de la chaîne, et ce, sans aucune perte. Enfin, l'entreprise, qui souhaitait de longue date optimiser et maîtriser la consommation énergétique de l'ensemble de son site, s'est également pourvue de nouveaux équipements sur le circuit de récupération de condensats de vapeur. Un choix technique et stratégique qui devrait porter ses fruits à très court terme... En se conformant ainsi aux exigences de la certification ISO 14 001, l'une des plus strictes au niveau international, Sania se positionne parmi les entreprises de l'agroalimentaire les plus soucieuses du respect de l'environnement. Un *leadership* qui – n'en doutons pas – fera des émules auprès des concurrents.

Question d'éco-responsabilité

Depuis quelques années, au Maroc comme partout ailleurs dans le monde, une prise de conscience collective et durable semble s'être enclenchée en faveur de la protection de l'environnement. Pour preuve, nombreuses sont les entreprises nationales comme internationales qui mettent désormais en place des politiques particulièrement rigoureuses en matière d'économie d'énergies. Des politiques à même de préserver l'environnement, tout en réduisant de manière significative les coûts de production.

Véritable étendard de ces démarches, la certification environnementale ISO 14 001 s'impose aujourd'hui aux entrepreneurs comme le levier qui permettra d'inscrire leur entreprise dans une réelle dynamique d'éco-responsabilité. En effet, la certification ISO 14001 est un instrument volontaire d'autocontrôle et de responsabilisation, permettant de travailler dans le sens d'une amélioration continue des performances environnementales de l'entreprise.

Il s'agit d'un système qui permet de connaître et de protéger contextuellement les aspects environnementaux significatifs, et donc d'en garantir le plein respect. Grâce à ce système, chaque entreprise peut assurer sa conformité à la norme environnementale, améliorer en continu ses prestations, surveiller ces dernières dans la continuité, planifier et mettre en place l'amélioration de ces prestations en réduisant les impacts environnementaux et, enfin, prévenir les éventuels incidents sur l'environnement...



L'EXPORT DE FRUITS ET LÉGUMES MAROCAINS, ENTRE AVANTAGES ET CONTRAINTES

Pour exporter leurs fruits et légumes, les opérateurs du Maroc sont soumis à des normes. Les unes constituent des avantages pour la qualité des produits. Les autres sont des freins, notamment administratifs.

Jean-François Guitton, directeur commercial et station Arbor

Les normes pour les fruits et légumes à exporter comportent des avantages qui permettent à l'entreprise du secteur de se situer face à la concurrence, qu'elle soit marocaine ou étrangère, car l'existence de normes poussent tous les opérateurs à travailler avec les mêmes règles et contraintes. Ce



qui induit un équilibre entre pays et concurrents d'un même pays. Cela permet aussi de mettre en valeur le travail relatif à un produit. Les normes insufflées dans les entreprises une stimulation particulière, celle de vouloir bien faire, car les personnes se mobilisent beaucoup plus. De notre point

de vue, exporter motive à élever le degré de soin apporté au produit.

Dans notre domaine, l'exportation permet de valoriser des produits, car le Maroc possède des atouts, tels que la préciosité, un terroir, un bon taux d'ensoleillement. Il s'en suit une qualité gustative de très haut niveau pour la partie fruits et légumes. Autre particularité : une disponibilité de produits à une période où l'Europe n'a ni les moyens ni le climat pour produire à des coûts aussi faibles. Concernant l'impact environnemental, il n'est pas sûr du tout que l'on puisse imputer aux produits marocains une forte empreinte carbone, car, même s'il faut transporter ces fruits et légumes par camion ou par bateau, leur dépense énergétique est faible, en comparaison avec les producteurs européens qui chauffent des serres à longueur de journée en période hivernale pour produire ces mêmes produits à la même période.

Si contraintes il y a en matière de fruits et légumes marocains à exporter, elles sont en bonne partie administratives et résident dans les documents à remplir pour l'Office des changes. En effet, certains produits de type emballage sont soumis à des procédures d'admission temporaire, car ils proviennent de l'étranger.

Des contraintes découlent de la réglementation du pays qui reçoit les produits, car il existe des inégalités. La difficulté vient de ce que la réglementation varie selon le pays vers lequel on exporte. Qu'il s'agisse de règles de calibrage des différents types de fruit et de légume, ou de règles de classification. Ces dernières peuvent différer d'un pays à l'autre. Exemple : pour les fruits à noyau de pêche et de nectarine, la France demande au Maroc de se conformer aux normes de calibrage en lettrage et diamètre de fruits correspondant (cf. tableau ci-dessous).

CALIBRE EXPORT	DIAMETRE MINIMUM	DIAMETRE MAXIMUM
AAA	90 mm	80 mm
AA	80 mm	73 mm
A	73 mm	67 mm
B	67 mm	61 mm
C	61 mm	56 mm
D	56 mm	51 mm

Alors que les pays de l'hémisphère sud se conforment à une règle simple, soit un poids fixe de colis pour un nombre de fruits dans ce dernier. Exemple : 1 colis de 6 kg x 35 fruits = 171 grammes, ce qui permet à n'importe quel pays dans le monde de faire des comparatifs, même si un fournisseur

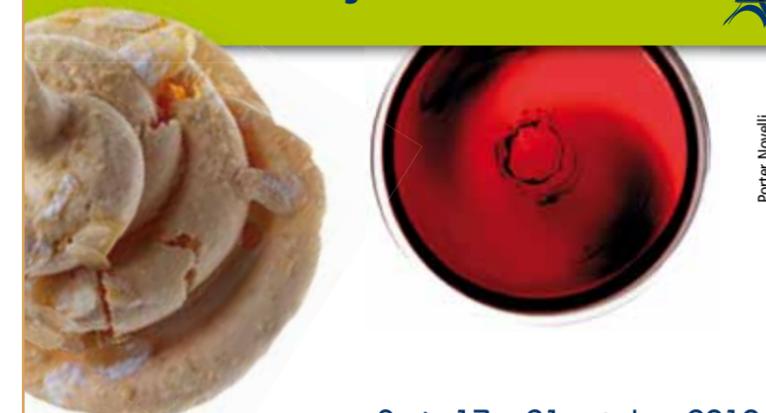


SIAL 2010

The Global Food Marketplace 17 > 21 Oct. 2010

**NOUVELLES TENDANCES :
Gardez une longueur
d'avance !***

Commandez votre badge d'entrée sur www.sial.fr



Paris 17 – 21 octobre 2010
Paris Nord Villepinte France
www.sial.fr

* **New Trends: Catch them all!**

An event by **comexposium**

Tel : +212 (0)522 95 25 60/61

Fax : +212 (0)522 94 11 30

Email : c.bennis@promosalons.ma



surchargé, d'un nombre de document démultiplié et en redondance. Sur le plan logistique, il n'est pas simple de trouver des transports dignes de ce nom pour assurer une logistique aussi loin. Du côté des obligations de certification de type ISO 22000, 9001, BRC, ISF – normes alimentaire s'appuyant sur le *Codex alimentarius* –, aucun de ces certificats n'est obligatoire pour exporter. C'est, cela étant posé, l'opportunité, pour l'entreprise, de décrocher des marchés avec des clients dans tel ou tel pays (puisque ces certifications sont soit internationales, soit nationales). Ce type de certification apporte au client, qui importe d'un pays lointain, des garanties sur la qualité de travail de son fournisseur. Et cela permet au client de minimiser le risque d'intoxication alimentaire, ce qui est devenu, à notre époque, un fléau social doublé d'un potentiel risque financier.

n'utilise pas le même type d'emballage. Cette dernière règle est simple et met tout le monde d'accord ; or pourquoi le Maroc est-il exclu de cette règle ? D'autres contraintes reposent sur les directives phytosanitaires du

pays de transit. Il en est ainsi de l'Espagne, qui produit de la pêche en même temps que le Maroc et qui fait du zèle en bloquant les camions. Les contraintes sont aussi au Maroc, du fait d'un trafic portuaire



EXTENDA, AGENCE ANDALOUSE DE PROMOTION EXTERIEURE BUREAU DE PROMOTION DES AFFAIRES AU MAROC

EXTENDA est l'entité bénéficiaire du Projet Européen de Coopération Transfrontalière pour les Entreprises (COOPTREMP). Ce projet est cofinancé à hauteur de 75% par l'Union Européenne à la charge du Fond Européen pour le Développement Régional et dans le cadre du Programme de Coopération Transfrontalière Espagne Frontière Extérieur POCTEFEX.

Dans ce programme, EXTENDA développe les activités suivantes:

- Appui aux entreprises Andalouses pour encourager leur participation dans les foires et salons;
- Ateliers sectoriels;
- Evénements entrepreneuriaux mixtes;
- L'organisation de rencontres bilatérales pour les entreprises dans des secteurs stratégiques;
- La prestation de services de conseil en internationalisation des entreprises et coopération grâce à nos bureaux en Andalousie et au Nord du Maroc.

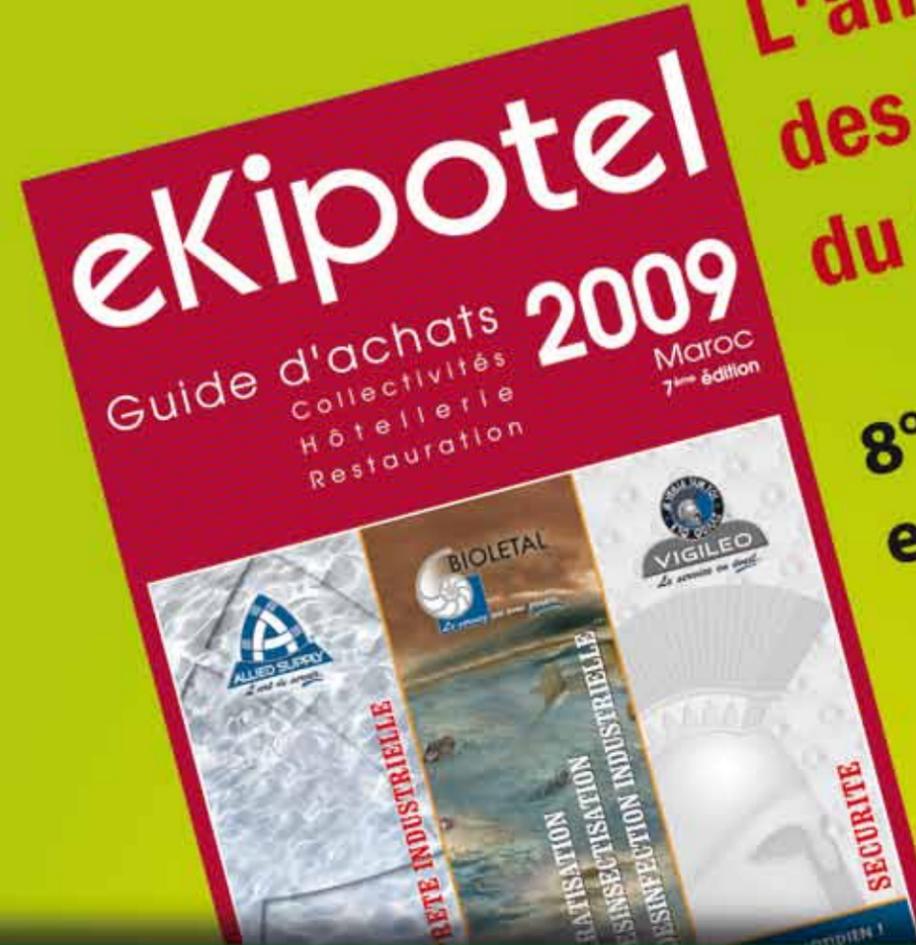
Bénéficiaires: Ce programme est exclusivement destiné aux entreprises et professionnels de la région de l'Andalousie et des régions de Tanger, Tétouan, Taza-Al-Hoceima-Taounate et la région de l'Oriental au Maroc, ainsi qu'aux agents économiques, sociaux et les institutions de la Zone de Coopération du Détroit.

Séville • Bruxelles • Budapest • Buenos Aires • Casablanca • Dubai • Düsseldorf • Lisbonne • Londres • Mexico D.F. • Miami • Moscou • New York • Panama • Paris • Pékin • Prague • Santiago du Chili • Shanghai • Sao Paulo • Tokyo • Varsovie

EXTENDA Tanger
Mehdi Braik (Analyste)
Rue Belgique, n° 11, 2ème étage, Tanger
Tel / Fax: 0539 33 13 24
tanger@extenda.es



Kerix • 402 Bd Zerkoui • Casablanca • Tél. : 0522 26 96 96* • Fax : 0522 26 35 89 • contact@kerix.info



L'annuaire des fournisseurs du CHR
8° édition en préparation

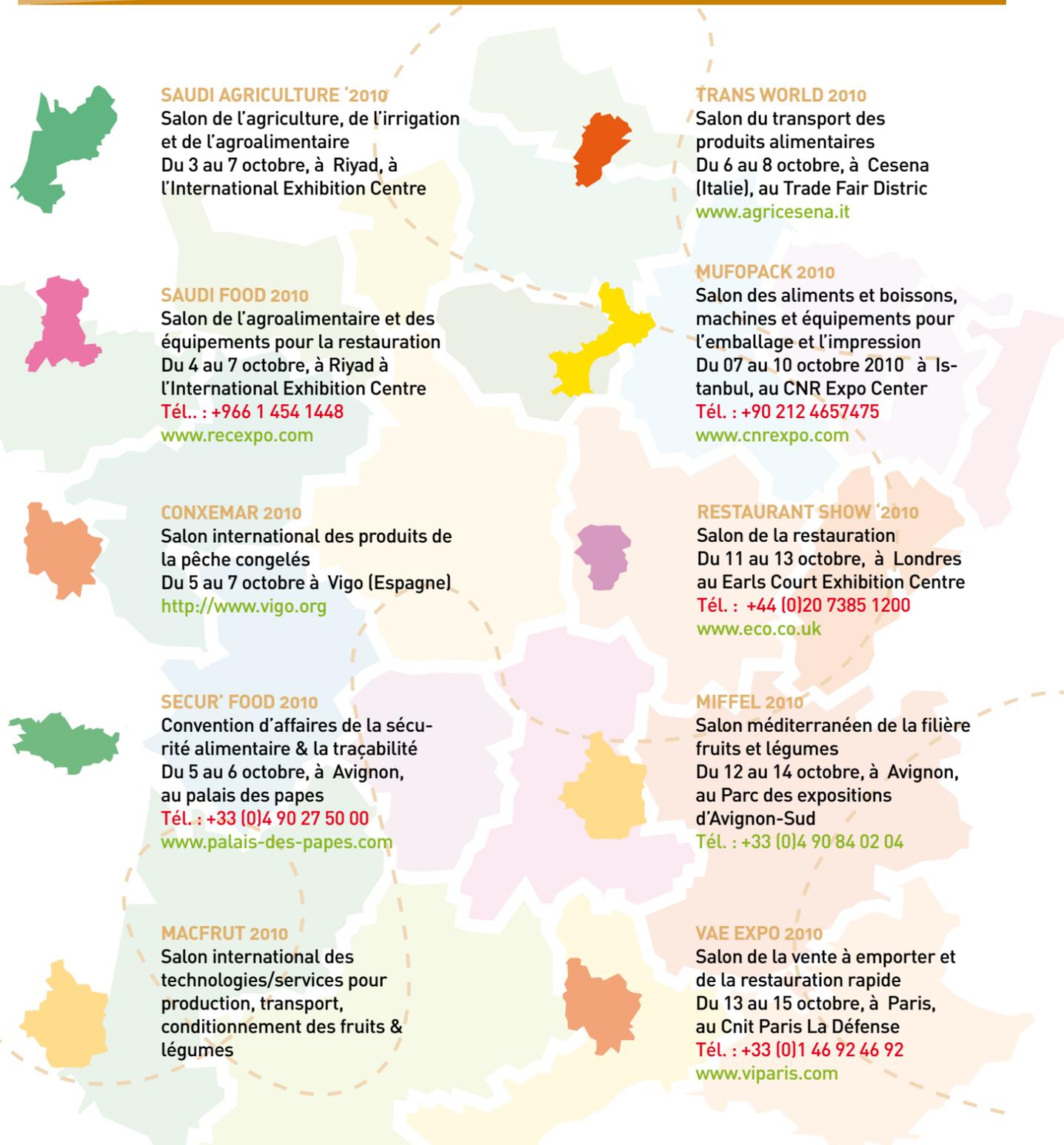
Distribution gratuite aux hôteliers et restaurateurs

www.kerix.net



Informations complètes sur **20.000** entreprises

Calendrier des salons et foires



La qualité pour l'agro, c'est chez nous

ISOLAB

Your Best Partner For a Better Quality

Grâce à une expertise de plusieurs années et à la collaboration de partenaires de renom, ISOLAB offre des solutions analytiques adaptées aux attentes des industries agro - alimentaires garantissant la maîtrise et l'amélioration de la qualité de vos produits.



Infrarouge process



Lait & vin



Céréales grain & farine



Produits laitiers Viandes & olives



Sécurité bactériologique



Mycotoxines & pesticides

30 Parc Industriel CFCIM Bouskoura, Casablanca Tél.: +212 522 59 23 06 / 07 / 08 / 09 Fax : +212 522 59 23 11 / 14

• isolab@isolabmaroc.com • www.isolabmaroc.com

Inde

Maaza Milky Delite

Jus lacté aux mangues, conditionné dans une brique Tetra Pak.

Fabricant : The Coca-Cola Company

Composition : eau, sucre, pulpe de mangue (11 %), lait (1,6 %), stabilisant (440), régulateurs d'acidité (330,331), antioxydant (300), colorants synthétiques autorisés (110,102), arômes naturels, identiques au naturel et artificiels.

Volume net : 200 mL



Malaisie

Spritzer + Fibre

Eau aromatisée riche en fibres alimentaires solubles

Fabricant : Spritzer

Composition : eau, sucre, mélange oligofructose-inuline, arôme fruits de la passion, acide citrique, citrate de sodium, benzoate de sodium, conservateurs autorisés, arômes alimentaires.



Nouvelle-Zélande

Just Juice with Veges Orange Mango with Carrot & Beetroot

Mélange de jus de fruits et de légumes dont 40 % de jus de légumes ; contenant moins de 20 % de sucre.

Fabricant : Frucor Beverages Ltd

Volumes nets : 1,8 L ; 250 mL



France

Cocktail Bio 5 légumes

Cocktail de jus de légumes, sans colorant ni conservateur ; à base d'ingrédients issus de l'agriculture biologique

Fabricant : Vitabio

Composition : jus de carotte, jus de tomate, purée de poivron, jus de betterave, jus de céleri, pur jus d'acérola, jus de citron

Volume net : 50 cl

Prix de vente : 2,32 €



France

Petits cookies from France

Cookies proposés en 3 formats et 4 sachets fraîcheur

Fabricant : Michel & Augustin

Variétés : chocolat au lait et éclats de noisette ; chocolat et nougatine ; tout chocolat et pépites de chocolat noir

Poids net : 160g (40 petits cookies)

Prix de vente : 2,95 € (40 petits cookies)



France

Jardin Bio'

Préparations prêtes à l'emploi avec levure incorporée, pour préparer son pain à la main ou en machine à pain.

Fabricant : Léa Nature

Variétés : pain multicéréales aux graines ; pain de campagne à l'épeautre

Poids net : 500 g

Prix de vente : 2,16 €

Japon

Natchan Lemon

Boisson gazeuse au citron contenant 10 % de jus de citron

Fabricant : Suntory

Composition : sucres, citron, fibres de fruits, dioxyde de carbone, arôme, acidifiant

Volume net : 500 mL



Caramel tendre Jaouda Dessert

Fabricant : Copag

Composition : lait entier, crème, sucre, amidon, caramel, arômes

Poids net : 90 g

Prix de vente (conseillé) : 2 DH



Bifidus allégé de chergui

Yaourt brassé aux fruits, allégé en matières grasses

Fabricant : Les Domaines agricoles

Composition : lait à 1,5 % de MG, sucre, fruits, ferments lactiques (dont bifidobacterium)

Variétés : pomme ; figue

Poids net : 110g

Prix de vente : 3,00 DH



Jibal ouZoud

Yaourt à boire

Fabricant : Safilait

Composition : lait demi-écrémé, sucre, poudre de lait, amidon, arôme, ferments lactiques

Variété : orange, fraise ; pêche, abricot

Poids net : 260 g

Prix de vente : 2,90 DH



Yag Go !

Boisson aromatisée, stérilisée UHT, enrichie

Fabricant : Elle & Vire

Distributeur Maroc : Sofralim

Composition [chocolat] : lait écrémé, eau, sirop de glucose, sucre, chocolat en poudre (1,5 %), amidon modifié, huiles végétales (colza, tournesol), stabilisants : E407, E415, vitamines : B2, A, D, B12, pyrophosphate ferrique

Variétés : saveur chocolat ; saveur vanille

Poids net : 150 ml

Prix de vente : 7,50 DH



Raib Jaouda nature sucré

Raib frais pasteurisé, nature sucré

Fabricant : Copag

Composition : lait frais partiellement écrémé, sucre, ferments lactiques, 1,8 % MG

Poids net : 450 g

Prix de vente : 3,90 DH

ARÔMES & CO
Créateur Fabricant d'Arômes

Arômes sans alcools, sans allergènes, sans ogm's...

Nous servons vos inspirations avec une patiente exigence, nous restons dans le cœur du fruit et donnons vie à votre imaginaire en respectant vos pures émotions jusqu'à satisfaction.

Simply Natural...Simply Good...!

Commercial : 41, Bd Ghazali - Résidence Alami - Casablanca - Tél : 7 Fax : 15 22 94 86 17 - Gsm : 06 61 18 90 11
Email : contact@aromes-co.com - 58newby | www.aromes-co.com

LA MOUTARDE



La moutarde est un condiment élaboré à partir des graines de moutardes broyées et fermentés par un liquide constitué d'un ou de plusieurs d'ingrédients: eau, vinaigre de fermentation, jus de raisin vert, moût de raisin, jus de fruit, boissons alcoo-

lisées, autres liquides potables ou dans un mélange de ces liquides entre eux.

Les graines de moutarde employées sont de la famille des *Brassicaceae*. En effet, la moutarde est fabriquée soit à partir de l'une des trois variétés

(*Brassica nigra*, *Sinapis alba*, *Brassica juncea*) ou bien d'un mélange de ces dernières.

Le choix de la variété et du liquide influe la couleur et saveur du condiment et son caractère piquant.

Ainsi, on trouve les moutardes



respectivement noire, blanche et brune. La moutarde la plus appréciée et la plus forte est celle de Dijon. La dénomination « *moutarde de Dijon* » n'est pas une appellation d'origine contrôlée (AOC) mais plutôt indique le respect d'un procédé de fabrication défini par un décret du 10 septembre 1937 et toujours en vigueur.

La confection de la moutarde de Dijon fait appel aux variétés *Brassica juncea* (moutarde brune). Tout d'abord, les graines sont trempées et malaxées dans le verjus (jus acide extrait de raisin blanc n'ayant pas mûri) et broyées par la suite. Le verjus confère à la moutarde son caractère piquant et fait l'originalité et la réputation de cette moutarde.

Séparer la pâte de l'enveloppe

L'opération de blutage ou tamisage permet de séparer la pâte de l'enveloppe protectrice de la graine. La moutarde subit une désaération et prête au stockage pour maturation pendant 72 heures au moins.

La moutarde aromatisée est obtenue par l'adjonction des arômes et aromates à la moutarde de base. Exemples : moutardes respectives à la truffe, aux cèpes, au miel, à la figue, au cassis, au safran.

La moutarde américaine, très répandue en Amérique du Nord, est élaborée à partir de graines de moutarde noires *Brassica nigra* et blanches *Sinapis alba*, de vinaigre, de sucre et d'épices composé essentiellement du curcuma qui lui confère une coloration jaune.

La moutarde à l'ancienne est fabriquée à partir d'un mélange de graines de moutarde, de verjus, d'épices et d'aromates. Elle a un aspect granuleux, de couleur plus sombre. Les graines sont broyées grossièrement.

La moutarde est commercialisée en petits et grands conditionnements (pots, bocal en verre, flacon *squeeze*, flacon doseur (tête en bas), verre à boire, seaux ou boîtes métalliques et en *Doypack* en dosettes), aussi bien pour la consommation des ménages que les collectivités et enseignes de restauration classique ou rapide. Le Canada et le Népal sont les plus importants producteurs de moutarde dans le monde (123400 tonnes / Canada ; 135660 tonnes / Népal – source: FAO 2007).

Les deux importants producteurs de la moutarde au Maroc sont *Les vinaigreries chérifiennes réunies* (VCR) et la *Vinaigrerie moutarderie du*

www.tnt.ma **TNT** sure we can

L'offre la plus complète du marché

 sure we can	<ul style="list-style-type: none"> - Export vers 220 pays - Import - Services spéciaux

**AGENCES : Tanger - Rabat
Meknes/Fes - Casablanca - Bouskoura
Nouaceur - Marrakech**

**Accueil : 05.22.27.67.28
Service clients : 05.22.20.25.53**

**Siège social
1, place du 16 novembre CASABLANCA**



Maroc (VMM). L'entreprise VMM a été créée en 1969 et a démarré par la fabrication du vinaigre.

Condiments

Faisant partie du groupe industriel El Eulj, VMM produit des condiments et sauces, cornichons olives, confitures, conserves poissons commercialisés, sous plusieurs marques, dont la plus connue est *Star*. Le groupe exporte ses produits vers les pays du Maghreb (Tunisie et Algérie) et de l'Afrique de l'Ouest (Sénégal, Mali et Guinée). L'actuelle VCR, filiale du groupe *Unimer*, est issue d'une série de regroupement et de fusion

de sociétés. Elle date de l'ère du Protectorat (années 1930). Outre la moutarde, l'entreprise commercialise plus de 150 produits (vinaigre, mayonnaise, ketchup, confiture, sel de table, cornichons, concentré de tomates, etc.) sous plusieurs appellations, la marque phare étant *Pikarome*.

Amora Maille a cédé cette dernière à VCR en 1992. VCR exporte en Europe, aux Etats-Unis, en Tunisie, au Sénégal, en Suède, en Danemark, en France, en Belgique...

Ces deux entreprises ont renforcé leur pôle distribution et logistique, via la création de *VCR Logistic* (VCR) et *Madec* (VMM et autres filiales du groupe).



CHR EXPO

LE SALON DES PROFESSIONNELS
DES CAFES, DE L'HOTELLERIE,
DE LA RESTAURATION ET DES COMMERCES



Pôle matériel
et fourniture



Pôle
Alimentaire

DU 9 AU 12
DÉCEMBRE 2010

A LA FOIRE INTERNATIONALE DE CASABLANCA - OFEC

05 22 86 22 24

proxedit@proxedit.com

PROXEDIT
CREATEUR D'ÉVÉNEMENTS

Sponsor Senior



Partenaires Media



LA CUISSON-EXTRUSION

La cuisson-extrusion est un procédé idéal à vis, de plus en plus utilisé dans l'industrie de l'alimentation humaine et animale, combinant l'effet de la chaleur à la loi de l'extrusion.

Modèle de transfert de technologie interbranche, l'extrusion puis la cuisson-extrusion font partie des innovations majeures de ces dernières décennies, dans le secteur de l'industrie agroalimentaire.

C'est un procédé de transformation des aliments relativement récent, qui se déroule en milieu humide. Il consiste à forcer un produit à s'écouler à travers un orifice de petite dimension, la filière, sous l'action de pressions et de forces de cisaillements élevés, grâce à la rotation d'une ou deux vis d'Archimède.

La cuisson-extrusion, technologie associée simultanément un traitement mécanique et un traitement thermique, durant un temps très bref. C'est une opération continue, qui peut mettre en œuvre de nombreuses fonctions : transport de matière, compression, malaxage, cisaillement, réaction chimique, chauffage, refroidissement, cuisson, etc.

Dans un premier temps, seuls les systèmes monovis étaient présents sur le marché. La cuisson-extrusion est alors employée pour le traitement de produits semi-humides. L'apparition des systèmes bivis apportera un nouvel élan dans le développement des applications alimentaires de la cuisson-extrusion. Le procédé de cuisson-extrusion est employé pour produire une large gamme de produits, tels que les céréales de petit-déjeuner, les confiseries, les biscuits de type « pain plat », les snacks apéritifs et la farine infantile



Les céréales sont extrudées par un appareil à vapeur à double vis

précuite. Elle est aussi employée pour la production de fromages fondus ou la fabrication de surimi, la solubilisation de pectines et autres hémicelluloses, les modifications chimiques de biopolymères, la production d'amidons thermo-

Analyse du système

L'utilisation de la cuisson-extrusion exige une connaissance aussi précise que possible de quatre volets :

- les caractéristiques physiques, thermiques et biochimiques des matières premières
- les caractéristiques physiques et physico-chimiques du produit fini, y compris la texture
- les variables d'action, indépendantes
- les variables de réponse, dépendantes.

plastiques, notamment.

Après la précuisson des céréales, la fabrication de snacks et de céréales pour le petit déjeuner, les applications alimentaires de la cuisson-extrusion se sont fortement déployées. Elles concernent, aujourd'hui, presque tous les secteurs d'activité. De plus, les derniers développements de la cuisson-extrusion en milieu humide sont prometteurs : texturation de protéines, fractionnement de matières végétales.

Influence sur les constituants alimentaires

Dans le cas des céréaliers extrudés, la digestibilité des protéines peut être améliorée par la cuisson-extrusion, dans la mesure où le traitement thermique reste modéré. Si le traitement thermique est plus sévère, la digestibilité diminue. La réaction



Mélangeuse et extrudeuse pour pâtes fraîches

de Maillard est également favorisée par le traitement thermique (la perte de lysine dans les produits céréaliers peut être très importante : 30 à 80 %). D'autres acides aminés semblent être détruits en partie

par la cuisson-extrusion : arginine, histidine, acide aspartique, sérine et méthionine. Ce procédé permet la destruction des inhibiteurs d'enzymes protéolytiques présents. En termes d'évolution dans le temps, les applications alimentaires de la cuisson-extrusion prennent un essor rapide depuis deux décennies. Cela devrait se poursuivre dans les prochaines années. Ce succès s'explique par la multifonctionnalité du procédé, qui autorise une simplification des chaînes de fabrication, par sa grande souplesse, qui permet son adaptation à des secteurs très divers. Cependant, il existe de nombreux secteurs qui n'ont pas encore exploité cette technologie, qui offre un potentiel énorme pour la création de nouveaux produits et une très grande polyvalence. Certes, certains développements n'ont pas encore connu de débouchés industriels : fabrication de grains crus en brasserie, remplacement

du conchage en chocolaterie, pour lesquels les procédés traditionnels restent en place. Mais les potentiels techniques de la cuisson-extrusion présentent toujours de nombreux intérêts.

Matières mises en œuvre

La connaissance des matières premières transformées est l'une des conditions indispensables à la mise en œuvre de l'opération. Cette connaissance doit porter sur :

- leurs compositions quantitatives et qualitatives : teneurs en farine, amidon, protéines (type et quantité), matières grasses, teneur en eau, etc.
- leurs caractéristiques physiques : densité, granulométrie, homogénéité, qualité (réalisation préalable de prémélange par exemple)
- les conditions des apports des adjuvants : eau, vapeur, sucres, émulsifiants...

Route de Mediouna Km 10,5 Lahfaya-Casablanca
Tel.: 0522 97 01 51 - E-mail: q.biscarose@menara.ma



LA LEVURE CHIMIQUE



Contrairement à la levure chimique qui réagit chimiquement, la levure boulangère fonctionne par fermentation de microorganismes. La levure biologique est composée de cellules vivantes. Ces dernières permettent de transformer les sucres naturellement présents dans la farine en arômes et en gaz carbonique – très utilisé pour la panification. La levure chimique entre dans la confection des pâtes génoises, les madeleines et autres pâtisseries, alors que la levure boulangère convient aux pains, brioches, etc. Une pâte comprenant de la levure chimique n'a pas besoin de reposer avant la cuisson et doit être enfournée rapidement. En outre, la levée de la pâte, dans le cas de la levure boulangère, se fait en grande partie avant la cuisson, tandis que celui de la levure chimique se fait durant la cuisson.

ait
ingredients

Pour répondre à tous vos besoins, nous disposons au Maroc d'une station de mélange et d'un baking center

Technicit
Améliorants et correcteurs

Praticit
Mixes et prémixes

Creativit
Ingrédients céréaliers

Activit
Ingrédients technologiques

Casablanca
Fabrics Roux - Km 7 - Boulevard Chelchaoui - Z/ Ah Sebba
Port : 06 15 16 95 46
Mail : froux@soufflet-group.com

Assistante commerciale France
Fatima Bouhamidi - 7, quai de l'Apport Paris - 91 100 Corbeil Essonnes
Tél. : +33 (0) 1 60 90 05 10 - Fax : +33 (0) 1 60 90 05 11
Mail : fbouhamidi@soufflet-group.com - www.ait-ingredients.com

Cabinplant

LEADER MONDIAL DES SOLUTIONS SUR-MESURE POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

PLATS CUISINÉS
Pizzas
Nems
Brouettes...

POISSONS ET CRUSTACÉES
Truie
Cablage
Éclairage
Filtage
Guisson
Emballage
Conservation
Dégivrage...

FRUITS ET LÉGUMES
Blanchis
Liquides
Surgelés...

PESAGE, EMBALLAGE ET TRANSPORT
Produits associés...

Cabinplant
N° 11 Imn Tifaouine "E"
Av. Al Moukazzama 60000 Agadir, Morocco
Tél. : +212 5 28 84 08 08 / Fax : +212 5 28 84 08 08
khn@cabinplant.net
www.cabinplant.com

La levure chimique, ou poudre à lever, est parmi les aides à la pâtisserie largement utilisées et répandues. Ces fameux sachets roses sont composés d'une fine poudre blanche, qui permet de lever la pâte et de l'aérer et de lui conférer le volume et la texture, le moelleux et le goût. La levure chimique en général comprend trois composants : actif (25 %) ; acide (60 %) et neutralisant (15 %). La réaction acidobasique, qui permet le dégagement du dioxyde de carbone faisant gonfler la pâte, a lieu dans des conditions de chaleur et d'humidité. Leur poids varie en fonction du fabricant. Localement, les sachets de levure chimique pèsent entre 7 et 8 grammes. Les plus célèbres sont ceux de *L'Alsacienne*. Cette marque, née en 1896, est le fruit de l'imagination d'un jeune Français, Émile Moench, qui fait son apprentissage de boulanger à Vienne. Le **composant actif** couramment utilisé est le bicarbonate de soude (NaHCO₃).

Levures boulangère et chimique

Le **composant acide** traditionnellement employé est la crème de tartre (bitartrate de potassium). Toutefois, on a recours aussi au pyrophosphate disodique. L'agent neutralisant peut être l'amidon de maïs, de l'amidon de blé, de la fécule, etc.

	COMPOSANT ACTIF	COMPOSANT ACIDE	NEUTRALISANT
NATURE	Bicarbonate de sodium E500ii Bicarbonate de potassium E501ii (également appelés carbonates acides)	Acide citrique E330 Acide tartrique E334 Citrate de sodium E331 ou de potassium E332 Pyrophosphate ou phosphate de calcium ou sodium (E450i)	Amidon, fécule ou farine de riz
ROLE	Agent levant (produit alcalin) Provoque en présence d'humidité et de chaleur un dégagement de gaz carbonique	Accélère le dégagement gazeux Supprime l'arrière goût laissé le bicarbonate	Empêche une réaction prématurée lorsqu'il y a contact avec l'humidité.



Imprimante de code Datamatrix pour la sécurité agroalimentaire



La société italienne *CICRESPI*, spécialisée dans les systèmes d'impression et de marquage, commercialise un système complet constitué de l'impression par jet d'encre, de la vérification et de l'enregistrement informatisé de codes *Datamatrix*, d'une capacité jusqu'à 200 boîtes de médicaments par heure.

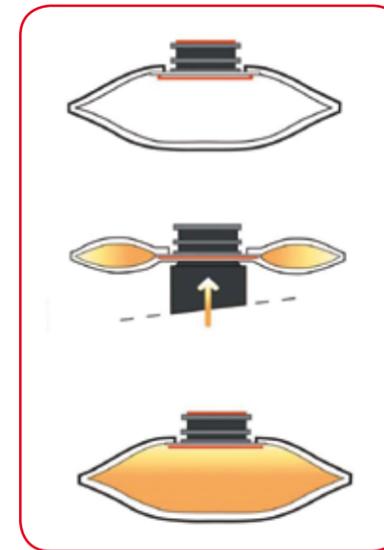
Le code *Datamatrix* est un motif bidimensionnel qui ajoute au code barre traditionnel, sur un espace réduit, des informations essentielles, telles que le numéro de série, la date d'expiration, et le numéro de colis ou de lot du produit marqué, afin d'en renforcer l'identification et la traçabilité.



Cette technologie, recommandée à l'origine par l'EFPIA (Fédération Européenne des Associations et Industries Pharmaceutiques) afin de lutter contre la contrefaçon médicamenteuse, les erreurs de traitement médical et les fraudes aux systèmes de santé, deviendra une obligation réglementaire dès le 1er Janvier 2011 en France et en Turquie, qui s'appliquera donc également aux exportateurs de médicaments vers ces deux pays.

L'utilisation du marquage par *Datamatrix* est amenée à se répandre très rapidement, notamment pour le marquage des produits cosmétiques et agro-alimentaires. Au niveau de ces derniers, elle renforce notablement la sécurité alimentaire des produits sensibles au sein des filières de distribution et de la GMS. Des machines dédiées à chaque usage spécifique sont également disponibles auprès de *CICRESPI*. Pour plus d'informations contactez la société AXIOMA S.A.R.L.

Solution de conditionnement Intasept pour liquides alimentaires sensibles



Intasept® est, parmi les systèmes de remplissage aseptique, le seul sur le marché du conditionnement en caisse-outré (*Bag in Box*, en anglais) à offrir la sécurité totale d'une poche hermétiquement scellée, par le biais d'un goulot intégrant un système de double-membrane exclusif et breveté par la société *Rapak*. Cette technologie permet en effet un scellage hermétique garantissant une stérilité parfaite des poches avant comme après remplissage.

La membrane externe, scellée sur le goulot lors de la production des poches stériles, est tout d'abord stérilisée à la vapeur d'eau avant d'être percée pour effectuer le remplissage. Une fois la poche remplie, un dispositif vient sceller à chaud la membrane interne sur la partie inférieure du goulot. A aucun moment durant le cycle de remplissage, le produit n'est exposé à quelque source de contamination.

Ce procédé unique est respectueux de l'environnement, car aucune substance désinfectante n'est utilisée. Il apporte de plus une garantie totale en termes de sécurité alimentaire, permettant d'étendre la durée limite d'utilisation optimale de produits sensibles tels que produits laitiers, jus de fruit, purées de légume, sirops, sauces ou eaux aromatisées jusqu'à un an, tout en préservant leurs qualités organoleptiques et en limitant l'utilisation de conservateurs.

La caisse-outré en conditionnements alimentaires de 3L à 1000 L voit ainsi ses performances renforcées par la technologie Intasept. *Rapak* est représentée au Maroc par *Axioma S.A.R.L.*

Système Pack-Vac de détection de fuites sans gaz traqueur

Witt propose le nouveau *Pack-Vac* comme une alternative simple aux systèmes de détection de fuites qui utilisent des gaz traqueur. Le système peut être utilisé pour les essais non destructifs de presque tous les types d'emballages, même pour les emballages sous vide. Le *Pack-Vac* ne nécessite pas de gaz ni même d'électricité. La seule servitude nécessaire est de l'air comprimé. Pour la détection des fuites, l'emballage est placé dans une chambre de test remplie d'eau. L'espace d'air au-dessus du niveau de l'eau est évacué à l'aide d'un venturi piloté par air comprimé. En raison de la dépression, l'emballage immergé dans l'eau se gonfle. S'il y a une fuite, d'air ou de gaz inerte, elle est identifiée par un flux de bulles. Ainsi, l'opérateur reconnaît visuellement où le produit est fuité.

Autres avantages du système : les frais d'exploitation de cette installation sont faibles parce que l'eau et l'air sont utilisés au lieu d'hélium coûteux. En outre, le *Pack-Vac* n'a pas besoin de maintenance et peut être purgé de façon propre par un orifice situé dans le fond. Aucun personnel qualifié n'est nécessaire en raison de l'utilisation simple et intuitive.



MAQUINARIA CONSERVERA
TOMAS GUILLEN, S.L.

LEADER EN EQUIPEMENTS D'OCCASION POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

REMPLEUSEUSES A PISTONS TURBO-EXTRACTEURS MANZINI

Visitez notre nouveau site web où vous pourrez voir nos plus de 3.500 machines en stock.

WWW.MAQUINARIATOMASGUILLEN.COM

MAQUINARIA CONSERVERA TOMAS GUILLEN SL
Pol. Ind. de Lorquí, Parc129 - 30564 Lorquí (Murcia) Espagne
Tel: 34 968 69 43 33 / Fax: 34 968 69 43 42
Email: export@maquinariatomasguillen.com

Thermo SCIENTIFIC DISTRIBUTOR

SIDIME

Détecteur de métaux

Trieuse Pondérale
outil idéal pour récupérer vos manques à gagner

Balance Electronique
Conçue au sur mesure

164, Ambassadeur Ben Aïcha, Roches Noires - Casablanca
Tél : 05 22 24 37 21 - Fax : 05 22 24 37 91 / sidime@sidime.com
www.sidime.com

Gamme Avantgarde de meubles ergonomiques et écologiques

L'italien Cefla propose une gamme de meubles de caisse, dont le modèle *Avantgarde* présente un design innovateur, ergonomique et écologique. Sa modularité lui permet de faire front aux changements continus de la barrière de caisses, tandis que sa structure offre de nombreuses possibilités de personnalisation dans le but de suivre l'évolution des technologies de l'information, le renouvellement de l'image du point de vente et de la communication avec le client, sans oublier les différentes conditions de travail du personnel.

Qui plus est, *Avantgarde* permet à la caissière d'améliorer l'interaction avec le client et d'utiliser l'informatique de manière efficace.

L'utilisation des pieds libère le bas de caisse de sa fonction de support, ce qui fait du panneau de finition l'élément de design qui caractérise la caisse de sortie. *Avantgarde* offre également un vaste choix en matière de design et d'emploi de matériaux : on va de la version nue, sans panneau de finition, à la version avec demi-panneau de finition, à un bas de caisse avec panneau de finition complet, pour lesquels il existe un choix d'éléments décoratifs et des finitions toujours nouvelles.

Le bac, dont le laminé est stratifié à haute pression (grande nouveauté aussi), permet de rajouter des finitions et des effets différents, ce qui donne à la barrière une image toujours nouvelle.



GAMME 600 - BME6-05

GAMME 600 - FG6-05 / FG6-10

GAMME 600 - CPE6-05 / MF6-05



FOURS VISUAL ELECTRIQUE



Venez sur notre stand STALE - HALL 2 - BLOC 18 - STAND N° 1



STALE - BAXX : LA SOLUTION POUR L'ELIMINATION DES BACTERIES

BAXX EST UNE MÉTHODE EFFICACE ET ÉCONOMIQUE DE STÉRILISATION DE L'AIR ET DES SURFACES



Simple de mise en œuvre, ce nouvel appareil bactéricide breveté, ne nécessite aucun consommable, ni maintenance !

- Garantis 3 ans ! pour un fonctionnement 24/24h - 365j/an
- Consomme uniquement 65W !
- Non dangereux pour l'Homme !

STALE Z.I. Fléville Sud 54710 FLEVILLE DEVANT NANCY
Tél. : +33 (0)3 83 26 38 26 - Fax : +33 (0)3 83 25 83 28
stale@stale.fr http://www.stale.fr

IPAL 28 Rue 176 Bd Oued Sebou EL OULFA
CASABLANCA MAROC Mlle Hanane El Arabi
Tél/Fax : (+212) 522 93 08 28



Machine à glaçons ET RÉSERVE



VITRINE À PÂTISSERIE POSITIVE ET CUPOLA



Pétrins Fixes à Spirale

Pétrins à Axe Oblique Cuvée fixe

Batteurs-mélangeurs



SELF SERVICE

Barquette Pet Food écologique pour animaux

Faerch Plast, fournisseur d'emballages pour l'industrie alimentaire, a mis au point une gamme d'emballage pratique pour les produits Pet Food. Fabriqués en Ampet, les emballages sont spécialement conçus pour des produits de longue conservation à température ambiante. Il s'agit d'un matériau très stable et léger tout indiqué pour l'emballage d'aliments pour animaux. Ceux-ci ne prennent pas un goût désagréable d'emballage. De plus, il est possible d'adapter la forme et la couleur des emballages au contenu, afin de répondre aux besoins du marché évoluant sans cesse. L'Ampet est moins cher que les matériaux traditionnellement utilisés pour l'emballage d'aliments pour animaux. Empilables, les emballages prennent aussi moins de place en stock et en transit. L'Ampet est un monomatériau. Par conséquent, sa matière première peut être réutilisée encore et encore dans la production, afin de l'exploiter à plus de 99 %. Faerch Plast travaille actuellement à l'intégration de bouteilles usagées dans la production. Cela permettra de diminuer à la fois la consommation énergétique et les émissions CO2. Après utilisation, les emballages sont incinérés et transformés en nouvelle énergie.



Bio-Film, plastique à l'acide poly-lactique résistant au froid

L'acide poly-lactique, plus connu sous le nom de PLA, est un plastique compostable, généralement produit à partir de l'amidon de maïs ou de canne à sucre. L'inconvénient de ce matériau est sa faible barrière au gaz, à l'humidité et aux arômes, ce qui limite grandement son potentiel d'application dans l'agroalimentaire. Face à cet inconvénient, FKUR, le fabricant allemand de résines issues de ressources renouvelables, a mis au point un film tricouche, pouvant supporter le passage au congélateur. Le nouveau film est de type PLA baptisé Bio-Film et serait fabriqué à partir de différents grades Bio-Flex. Les trois couches de plastiques garantissent les caractéristiques mécaniques du film à basse température. Le spécialiste des frites surgelées McCain est la première société à adopter le Bio-Film.



Barquette thermosoudée en R-PET et PLA

L'italien Ilpa vient de présenter un nouvel emballage dédié aux fraises. Il s'agit d'une barquette thermosoudée disponible dans des contenances comprises entre 250 et 1000 g. La barquette est conçue en R-PET et en PLA, le polymère naturel dérivé de l'amidon de maïs qui offre un excellent niveau d'« émissions CHG » compostable. Cette caractéristique est certifiée et identifiée en Italie par le label CIC, acronyme de Consorzio italiano compostatori (Consortium italien des composteurs), et à l'étranger par la marque développée par le European Bioplastics et certifiée par DIN Certco. Le fond de la barquette est recouvert d'un papier de calage absorbant (matériau spécial), qui favorise une meilleure conservation des fraises, en les protégeant contre les chocs et l'humidité excessive. Le bord de l'emballage a été étudié pour permettre – outre le thermosoudage – le scellage du couvercle éventuel.



Volvic, première bouteille française d'origine végétale

Danone Eaux France a lancé la première bouteille d'origine végétale en France, sous la marque Volvic. 20 % d'origine végétale et 100 % recyclable, la nouvelle bouteille 50cl intègre également 25 % de plastique recyclé et voit son empreinte carbone réduite de 35 % à 40 % par rapport à la bouteille standard.



« Engagée dans le développement durable », Danone Eaux France s'est notamment fixé pour objectif ambitieux de réduire de 40 % de l'empreinte carbone de ses deux marques majeures Évian et Volvic entre 2008 et fin 2011, et agit pour cela sur trois leviers majeurs : usine, transport et emballage.

La nouvelle bouteille Volvic 50cl est à 20% d'origine végétale : elle est composée de 75 % de BioPET, auxquels viennent s'ajouter 25 % de R-PET.

Le BioPET est un plastique d'origine partiellement végétale, composé de 70 % d'acide téréphtalique (PTA) et de 30 % de monoéthylène glycol (MEG). Ce dernier peut être produit en utilisant des matériaux à base de plantes (mélasse de canne à sucre, impropre à la consommation alimentaire humaine). La molécule issue du végétal remplace ainsi l'une des molécules du PET, mais sa composition chimique finale est exactement la même.

Ourty C'est tout Bon
كله لذة

صوتراي سوتراي
Sotralait

Km 18, route secondaire 206, Mnasra, Kénitra banlieue, 14027 B.P 1121 Kénitra principale 14000
Tél. : 080 200 01 02 / 0538 001 370 / 0538 001 371 Fax : 0537 755 085 / 0661 165 467
E-mail : sotralait@menara.ma / sotralait@gmail.com / web : www.sotralait.ma



Depuis plus de 80 ans la société PERMO conçoit et fabrique des unités de traitement d'eau, spécifique à chaque besoin industriel. PERMO met en oeuvre et adapte les dernières technologies de traitement d'eau aux industries agroalimentaires. L'une de ces technologies, l'osmose inverse, est devenue incontournable dans les process agroalimentaires du pourtour méditerranéen.



..... Permo
Route de Zenata Km 11,5 (à côté Toyota)
Ain Sebaa - Casablanca
Tél. : 0522 666 552
Fax : 0522 666 423
E-mail : najib.aouam@bwt.fr

www.permo.fr

Permo

La technique membranaire Osmose inverse dans les process agroalimentaires :

..... Les usages de l'eau dans les industries agroalimentaires :

On rencontre :

Eau utilité : Lavage des matières premières (fruits, légumes, poissons...), nettoyage des équipements et

ateliers...

Eau énergie : Chaudière vapeur, vapeur des pasteurisateurs, vapeurs des bains de blanchiment, eau des centrales de climatisation, eau des tours de refroidissement

Eau matière première : Eau de cuisson, eau de boisson (sodas, reconstitution des jus de fruits), eau de consommation (élevage avicole, ...), eau ingrédient (glaces, sorbets...)...

Ces usages nécessitent des qualités d'eau différentes adaptées aux contraintes du procédé industriel et des réglementations en vigueur.

..... Les eaux brutes disponibles sur le pourtour méditerranéen

Sur le pourtour méditerranéen, l'eau souterraine est la première source d'eau des industries agroalimentaires.

Cette eau, trop fortement minéralisée (voir saumâtre) et chargée en éléments indésirables (fer, manganèse ou chlorures), est impropre à la consommation humaine (exigence minimale pour une utilisation en industrie agroalimentaire) et inutilisable en contact des équipements de process ou d'énergie.

L'osmose inverse et ses applications:

L'osmose inverse déminéralise parfaitement l'eau brute et réalise aussi grâce à sa membrane ultra fine, la rétention de la quasi-totalité des éléments indésirables (matières organiques, germes, métaux lourds et toxiques, ions).

De nombreuses applications agroalimentaires ont démontré cette « plus value » apportée par l'eau osmosée :

- Fabrication de pains, yaourt, sodas, jus, bières, eaux de boisson
- Alimentation de chaudières vapeurs, de tours de refroidissement

.....L'osmose inverse : la « solution eau » des industries agroalimentaires

- Une eau de qualité « ultrapure » et constante qui permet d'obtenir des produits finis de bien meilleure qualité
- Une mise en œuvre et une exploitation facilitée (encombrement réduit et fonctionnement 24h/24)
- Un concept « technologie propre » sans réactif chimique et sans nuisance à l'environnement.
- Une réponse globale aux différents usages de l'eau des industries

PERMO,
une expérience
INTERNATIONALE
de 80 ans dans le
TRAITEMENT DES EAUX
Industrielles.

Filtration - Déferrisation
Adoucissement
Déminéralisation
Osmose Inverse
Nano Filtration
Ultrafiltration
Microfiltration - Chloration
Ultra Violets - Ozone...



Permo
www.permo.fr



BWT PERMO MAROC
Route de Zenata Km 11,5 (à côté Toyota) Ain Sebaa - Casablanca
Tél. : 0522 666 552 - Fax : 0522 666 423
E-mail : najib.aouam@bwt.fr



L'HYGIÈNE, DU DÉTERGENT À LA BIODÉGRADABILITÉ

Les produits d'entretien de plus en plus nombreux, de plus en plus performants, recherchent à satisfaire nos besoins en hygiène et propreté, de plus en plus sollicités, en CHR notamment.

En collaboration avec le laboratoire LCN

Diverses gammes sont proposées selon le type de nettoyage, les lieux d'utilisation et l'impact visé (sols, surfaces dures, équipements, etc.)

On distingue aussi diverses formules, pour différents secteurs (dégraissants, détergents, désinfectants, notamment) Ces formules sont plus ou moins agressives, tant vis-à-vis des contaminants que des utilisateurs.

Un dégraissant est un produit permettant d'enlever toutes traces de graisses

d'une pièce en mécanique. Le dégraissage est une étape préparatoire nécessaire à une opération de traitement thermique ou de traitement de surface telle que le nickelage.

Un détergent (ou agent de surface, détersif, surfactant) est un composé chimique, doté de propriétés tensioactives, ce qui le rend capable d'enlever les salissures. La détersion est un élément d'hygiène fondamental, puisqu'il permet d'éliminer une grande partie des bactéries présentes en par-

ticulier sur la peau et les ustensiles servant à la préparation et à la consommation des repas.

Un désinfectant est un produit chimique ou physique qui tue ou inactive des microorganismes, tels que les bactéries, les virus et les protozoaires, sur des surfaces inertes comme par exemple le matériel à usage médical, les surfaces (sols, murs, conduites d'eau, sièges, poignées de porte, brancards, intérieurs d'ambulance, etc.) Ils se distinguent en cela des antiseptiques qui sont destinés

aux applications sur les patients. Selon les normes en vigueur, un désinfectant doit tuer 99,999 % des germes ciblés.

De quoi est composé un produit de nettoyage

Un produit de nettoyage est composé généralement d'agents lavants, d'adjuvants (anti-calcaire, par exemple), d'agents de blanchiment et d'autres composants tels les parfums, les azurants optiques, les enzymes.

Alors que les produits ménagers écologiques n'ont que des matières premières d'origine naturelle (végétale ou minérale et, dans certains cas, animale), les autres produits ont, pour partie au moins, des composants issus de l'industrie pétrochimique.

Depuis de nombreuses années, les détergents étaient soumis à des spécifications concernant la biodégradabilité de certains agents de surface qu'ils contiennent. Un récent règlement européen, n° 648/2004, est venu renforcer ces obligations en élargissant

la notion de détergent et en visant maintenant toutes les catégories d'agents de surface.

Impacts environnemental et sanitaire

Les produits ménagers peuvent avoir des impacts négatifs sur l'environnement et la santé. Par exemple, en matière de biodégradabilité, la norme européenne n'est pas suffisante en vue d'assurer l'absence d'impact sur l'environnement. Les produits écologiques, quant à eux, avancent une biodégradabilité de 98, voire 100 %, sur l'ensemble de leurs composants.

La biodégradabilité n'est pas le seul problème. Les phosphates sont très difficilement traités par les stations d'épuration (quand elles existent) et sont directement responsables des phénomènes d'eutrophisation (laquelle est la modification et la dégradation d'un milieu aquatique) des rivières. En effet, les phosphates agissent comme un engrais pour les algues qui prolifèrent

et consomment de l'oxygène, et ce, d'autant plus en été quand le niveau de l'eau est bas. Les poissons étant plus fragiles que les plantes, ce sont eux qui souffrent en premier de ce manque d'oxygène.

Ce que signifie « biodégradable »

Un produit est dit biodégradable si, après usage, il peut être décomposé (« digéré ») de façon naturelle par des organismes vivants (bactéries, champignons, liaisons chimiques...)

Il existe plusieurs étapes dans la biodégradabilité.

La première étape, ou *biodégradabilité primaire*, a lieu quand les molécules sont cassées en plusieurs morceaux, appelés *métabolites*. Mais chacun de ces métabolites peut encore avoir des effets sur l'environnement. La norme européenne fixe à un taux de 90 % de biodégradabilité primaire des tensioactifs contenus dans les détergents.

Lors de la seconde étape, ou biodé-

LABOMAG
Laboratoire Marocain d'Agriculture

Accrédité ISO 17025/2005 et Certifié ISO 9001/2008
AU SERVICE DE L'AGRICULTURE MAROCAINE, EN HARMONIE AVEC LE PLAN MAROCCYVERT

CONFIEZ VOS ANALYSES A DES PROFESSIONNELS !

NOS ANTENNES REGIONALES

Souss - Massa : K. Aniba 0661216792 ; A. Khitam 0661174754
A. A. Mustapha 0661882133
Marrakech - Haouz - Beni Mellal : R. Bouatba 0661216794 ;
O. Choraki 0661322396
Meknès - Tafilalet : O. Mourad 0661248881
Fes- Boulmane : Z. Bouagad 0661218404
Centre - Chaouia - Zaer : A. Fourari 0661982247
Gharb : A. Abdeslam 0661216793 ; R. Didi Cheikh 0661982147
Loukkos - Larache : R. Didi Cheikh 0661982147 / 0661299728
Berkane : K. Mousaoui 0661301621

Rue Fatima Bent M'barek No. 1 km 10500, route 111
Ain Sebaa Casablanca, Tél: 05 22358364 - 05 22344961 - 0522357632
Fax : 05 22358364 ; E-mail: labomag1@merara.ma

Grâce à ses compétences diversifiées

LABOMAG vous offre des services de qualité adaptés à votre secteur d'activité.

• ANALYSES AGRONOMIQUES :

Gamme complète d'analyses de sols, des eaux d'irrigation, des végétaux et des solutions nutritives. Conseils personnalisés et plans de fumure adaptés.

• ANALYSES DES RESIDUS DE PESTICIDES ET CONTAMINANTS ORGANIQUES :

Détection de la quasi-totalité des molécules utilisées dans l'agriculture au Maroc, grâce à un équipement de pointe (LCMS triple quadripôle, GCMS et CPG avec détecteur ECD) pour des concentrations infinitésimales (ppb).

• ANALYSES MICROBIOLOGIQUES :

Réalisation des analyses microbiologiques sur les aliments, l'eau, l'environnement (air, surfaces), et sur les opérateurs pour les besoins de l'agro industrie et les métiers de bouche.

Conseils et formation continue en HACCP, BPH ...

• ETUDES AGRO PEDOLOGIQUES :

Etude détaillée des sols de votre Propriété pour une connaissance parfaite des caractères physiques et chimiques. Analyses des contraintes, recommandations des aménagements fonciers appropriés pour une utilisation optimale de vos terres suivant leurs aptitudes.

• IRRIGATION ET ARROSAGE :

Une équipe compétente assure la conception de votre réseau, la mise en place des équipements et le suivi de votre chantier pour :

> l'irrigation agricole toute option (localisée, enrouleurs, rampes, pivots).

> l'arrosage des espaces verts (jardins, golfs, aire de jeu).



gradabilité ultime, les molécules sont transformées pour réduire le danger à l'égard de l'environnement. Pour cette seconde étape, la norme européenne fixe le niveau de biodégradabilité finale à 60 % en 28 jours.

Que sont les 40 % restants de tensioactifs et que deviennent-ils dans la nature ? Et le reste ? Il n'y a aucune obligation de biodégradation totale des parfums, des colorants, des enzymes et autres adjuvants qui composent les produits nettoyants. Ceux-ci se retrouvent dans nos rivières et altèrent la qualité des eaux de surface et même parfois des eaux souterraines. Ces eaux nécessitent toujours plus de traitement pour être propres à la consommation.

Exemples de produits de nettoyage écologiques et recommandations d'usage

Les *Recommandations d'usage* visent à respecter les dosages et les modes d'uti-

lisation indiqués sur les emballages. Le choix de certains produits, comme les produits écolabellisés ou les produits écologiques, permet d'avoir un impact moindre sur l'environnement et la santé.

On trouve aujourd'hui des tablettes pour lave-vaisselle sans phosphates ; ces produits permettent un meilleur respect de l'environnement. Pour avoir de bons résultats même sans phosphates, il est nécessaire de connaître la dureté de l'eau de son réseau d'alimentation. En cas de non-respect de ces conseils, des traces diverses, plus ou moins importantes, peuvent apparaître. Dans certains cas (lavage de vitres notamment), l'utilisation de chiffons en microfibres légèrement humides peut être très satisfaisant.

Les microfibres sont constituées de 10 km de files par gramme de matière et sont capables d'agripper la saleté sur toutes les surfaces.

De plus, il suffit de les humidifier sans mettre de détergent.

Engagements professionnels

L'action des professionnels à l'égard de la biodégradabilité s'inscrit dans une démarche globale et une réflexion approfondie engagée depuis des décennies sur les problèmes d'environnement, liés à l'emploi de divers produits. Les fabricants de détergents représentés au niveau français par l'AFISE et au niveau européen par l'AISE ont traduit concrètement cette réflexion par des engagements, souvent reconnus par les pouvoirs publics français et communautaires. Voilà quelques exemples.

➤ Citons d'abord les conventions passées avec le ministère français chargé de l'environnement, traitant à la fois de la réduction des phosphates dans les lessives, d'informa-

tions statistiques sur les principaux composants, d'étiquetage informatif pour les consommateurs, de modes d'emploi plus précis visant à une utilisation rationnelle des produits.

➤ L'engagement européen d'étiquetage de composition a été repris par une Recommandation – de la Commission en 1989 – elle-même incorporée dans le *Règlement sur les détergents*.

➤ Le Code de bonne pratique environnementale, engagement souscrit par l'AISE (Association internationale de la savonnerie, des détergents et des produits d'entretien) sur quatre ans au nom des différentes associations nationales, est repris dans une *Recommandation* de la Commission européenne (juillet 1998). Cette orientation s'applique à tous les détergents textiles ménagers – qui forment le plus gros pourcentage de la consommation –, visant à réduire la quantité totale d'énergie au cours du processus de lavage, la consommation des produits eux-mêmes et



la consommation des emballages, la teneur en ingrédients organiques faiblement biodégradables encore présents dans les formules. L'ensemble de ces réductions a fait l'objet d'un suivi statistique détaillé, sous la tutelle et le contrôle d'un organisme indépendant pendant toute la durée de l'engagement (réductions à opérer avant 2002 selon la *Recommandation* de la Commission).

➤ La Charte pour le nettoyage durable, programme de longue durée

à l'échelle européenne souscrit en 2005, vise à promouvoir la durabilité parmi les entreprises qui produisent des détergents et autres produits de nettoyage ménagers et professionnels. Cette mesure devrait concourir à la protection de la santé et de la sécurité des utilisateurs tout en protégeant l'environnement pour les générations à venir.

➤ Le Projet « Economisez de l'énergie et de l'eau », lancé en 2006, encourage les utilisateurs de lave-vaisselle à opérer à des températures de lavage à de plus basses, avec des cycles économisant l'eau.

➤ Les Programmes Erasm et Hera, lancés respectivement en 1991 et 1999, ont pour but l'évaluation des substances entrant dans les détergents, au sein de groupements interprofessionnels européens. Ces programmes contribuent à préparer, en liaison avec les autorités communautaires, la mise en oeuvre du futur *Règlement REACH* sur le contrôle des produits chimiques.



CFIA
Maroc

Venez sur notre stand LAMILUX - HALL 2 - BLOC 2 - STAND N° 2



LAMILUX



LAMILUX - dans l'industrie des véhicules utilitaires

Fabricant leader européen sur le marché des bandes et des plaques en stratifiés polyester renforcé de fibres, produites par un processus de production en continu, LAMILUX mise avant tout, lors du développement de son matériau composite, sur l'orientation de celui-ci aux exigences individuelles de ses clients. C'est en effet, au moment même où les clients élaborent des innovations et de nouvelles solutions de produit, que leurs attentes sont prises en compte comme références pour nos critères de production.

Avantages de LAMILUXplan

- Facile à réparer
- Facile à peindre
- Poids spécifique faible avec une haute résistance mécanique
- Résistance à la corrosion
- Résistance aux chocs
- Facile à nettoyer
- Convient aux aliments
- Résistance aux rayons UV et aux intempéries (qualités de gel coat)

Votre interlocuteur local:
Agence Guyard SC, 9 rue des Arènes, 78160 Jouy-Fort-Paris
Téléphone : +33 1 3491 2220
Fax : +33 1 3499 1210
#kollagence@guyard.com

LAMILUX Heinrich Strunz GmbH
Postfach 15 40 · 95105 Rehau · Allemagne
information@lamilux.de · www.lamilux.de

Les saveurs marocaines à l'honneur dans les Sofitel d'Amérique du Nord

Sofitel célèbre le Maroc en organisant une semaine gastronomique en Amérique du Nord du 25 septembre au 3 octobre dans trois de ses hôtels de luxe. Il s'agit du Sofitel de New York et du Sofitel Lafayette Square de Washington et du 27 septembre au 9 octobre au Sofitel Montréal Golden Mile.

La chaîne Sofitel Luxury Hotels prépare cette célébration en partenariat avec l'ONMT et la RAM. Cette manifestation ambitieuse de mieux faire connaître la destination Maroc, et à travers elle, les adresses Sofitel Maroc, auprès de la clientèle américaine et canadienne, véritable potentiel de clientèle haut de gamme.

Pendant cette Semaine marocaine, les trois établissements « inaugurent un menu marocain traditionnel qui fera voyager les clients des restaurants à travers les riches et surprenantes saveurs marocaines », indique Sofitel Luxury Hotels.

Les invités pourront y déguster des plats traditionnels dont des briouates de viande, un assortiment de salades marocaines traditionnelles et un couscous aux sept légumes garni d'agneau et *tfaya*.



Sofitel Montréal Golden Mile, l'un des acteurs de la Semaine gastronomique marocaine.

Dixit...

Avec l'autoroute et la voie express, il y a un triangle d'or du tourisme qui se dessine au Maroc et qui comprend les trois villes [Essaouira, Marrakech, Agadir].

Hamid Bentahar, président du CRT Marrakech Tensift Al-Haouz

in L'Economiste

Flunch, l'hypothèse marocaine

Le Maroc pourrait, à moyen terme, goûter à la célèbre formule du buffet à volonté, dont la française Flunch se veut l'enseigne emblématique. La chaîne de restauration en libre-service envisage en effet de s'implanter en franchise exclusive en Chine et dans le royaume. Ces deux cas apparaissent à cet égard comme « les plus avancés ».

Vincent Lemaître, directeur général de Flunch, a présenté récemment l'ensemble des nouveaux objectifs de son groupe, à l'issue de l'inauguration du plus important restaurant en surface (2 500 m²) du groupe, dans le nord de la France. La chaîne de restauration vise le doublement de sa taille d'ici à 2020, d'après Vincent Lemaître, cité par le quotidien parisien *Les Echos*.

Vers une convention collective pour les salariés des hôtels

Les salariés des hôtels auront droit à une convention collective d'ici à la fin 2010. C'est la Fédération nationale du tourisme (FNT) qui s'attelle à ce chantier. D'ores et déjà, une plateforme, préparée par la fédération et validée par les hôteliers, est déjà prête depuis mars dernier. Quatre comités chargés de travailler sur ce dossier ont préparé une note de présentation de ce projet de convention à la mi-mai. Le projet a été validé par le conseil d'administration de la Fédération nationale de l'industrie hôtelière (FNIH). En principe, les négociations avec les partenaires sociaux démarrent en cette rentrée.

Le cas échéant, elles prendront pour appui une étude comparative de différentes conventions existantes à l'étranger. Un intérêt particulier est accordé à l'expérience française, au niveau des avantages sociaux, notamment.

La tâche n'est pas dépourvue de complexité, dans la mesure où toute convention collective doit contenir des éléments du salaire applicable à chaque catégorie professionnelle, avec un salaire minimum et des coefficients hiérarchiques selon les niveaux de qualification. De plus, il s'agit d'identifier précisément les éléments essentiels entrant dans la détermination du niveau de qualification (diplômes et autre « bagage »), ainsi des aspects – rendus obligatoires ou non – par le droit du travail marocain : indemnités, couverture sociale, hygiène et sécurité, facilités syndicales, etc.

Dounia Hôtels revient en force



Dounia Hôtels va implanter une boutique-hôtel à Marrakech notamment.

Les projets de tourisme chic continuent d'attirer les investisseurs. Parmi eux : Dounia Hôtels. D'abord, le groupe fondé et dirigé par Abdelhadi Alami se tourne vers le créneau – méconnu au Maroc – des boutiques-hôtel. On a affaire à un concept d'unités hôtelières de petite capacité mais sur des surfaces importantes et avec un service très personnalisé. Le tout, positionné entre

le palace et le cinq-étoiles. Ainsi, Dounia Hôtels inaugure son premier établissement du genre à Agadir début 2010. Les autres boutiques-hôtel seront implantées à Marrakech et probablement à Casablanca, Fès, Ouarzazate. Ensuite, le groupe mise sur des maisons d'hôtes de très grand luxe. Il a prévu d'en édifier une demi-douzaine, répartis entre Fès, Ouarzazate et Marrakech. Enfin, Dounia Hôtels investit l'immobilier à vocation touristique, dans le programme Résidence Ménara, mitoyenne avec le palais des congrès. Elle compte plus de 250 appartements, soit l'équivalent de 2.000 lits. À cela s'ajoute, notamment, un projet de parc de loisirs et d'animation à Marrakech, sur 150 hectares. Ce « Morocco Land » sera censé reconstituer le cadre des grandes cités impériales du royaume. A côté sera érigé un centre de formation professionnelle gratuite, pour former 300 jeunes aux « métiers porteurs ». L'ensemble des projets aboutirait à la création de richesses et de patrimoine à hauteur de plus de 5 milliards de dirhams, dont 2 milliards à court terme. En somme, la façon plus éclatante de tourner la page du palais des congrès, cédé à une filiale de CMKD.

Le Rendez-vous International des Professionnels de l'Hôtellerie et de la Restauration

EQUIP'HOTEL PARIS

PORTE DE VERSAILLES, FRANCE
14 - 18 NOV. 2010

Partenaires officiels

BFM RADIO, management market, Les Echos

Réveillez vos idées !

VOTRE BADGE D'ACCÈS GRATUIT SUR : www.equiphotel.com code DG75

PROMOSALONS Maroc
c.bennis@promosalons.ma • Tél. : +212 (0)522 95 25 60/61/65

Nettoyer & Entretienir | Accueillir & Relaxer | Cuisiner & Servir | Concevoir & Décorer | Gérer & Connecter

Next Expositions

L'hôtel Samir est mort, vive l'Amphitrite Beach Hôtel Mohammedia

L'hôtel Samir de Mohammedia est en train de « renaître de ses cendres » et devrait, sous sa nouvelle forme, être inauguré incessamment. Ce sera dorénavant l'Amphitrite Beach Hôtel Mohammedia, un cinq-étoiles du groupe Corral Hôtel Resort & Company. Un mois environ avant l'inauguration, les premiers clients notamment des MRÉ, sont accueillis normalement. En juillet, l'établissement a enregistré 200 nuitées en moins de trois semaines. L'hôtel emploie 130 personnes, dont des jeunes diplômés des instituts de formation hôtelière et touristique de Mohammedia, ainsi que des personnes formées dans le cadre du programme de l'Anapec. Le style du nouveau bâtiment se présente de façon moderne, contemporaine, avec des murs blancs, une entrée design



La ville de Mohammedia.

aux couleurs et matières de luxe. Il aura fallu près de trois ans pour obtenir le résultat actuel. D'où plus de 150 chambres et suites, équipées avec raffinement et décorées par des architectes d'intérieur espagnols, de même que les suites junior et les suites exécutives avec vue sur océan. Toute une panoplie de services va être proposée de manière à répondre à l'image du groupe. Piscine, jacuzzi en plein air, restaurant international (Al-Morjana), restaurant marocain (As-Soltana), restaurant méditerranéen (Le Voilier), snack, piano bar, salon au lobby, coffee shop, une discothèque sur deux étages. En ajoutant des espaces V.I.P., l'Amphitrite cible la clientèle aisée de Casablanca, voire de Rabat.

Le conseil d'expert :

Optim
achat

« SAVOIR GÉRER SA CARTE DE BAR POUR DÉGAGER DES MARGES »

Après avoir abordé dans un numéro précédent l'objectif d'une carte de restaurant, nous allons nous concentrer ce mois-ci sur le bar et son *merchandising*. Nous aborderons les stratégies d'expositions, la mise en avant des lieux et des produits ainsi que d'autres thèmes sur le bar. Fondé sur le principe qu'un produit bien visible a plus de chances d'être commandé, le *merchandising* de bar, aussi baptisé *barchandising*, regroupe l'ensemble des techniques qui permettent au barman de valoriser les marques qu'il souhaite vendre en priorité, optimisant leur visibilité en les mettant littéralement en scène, notamment sur l'arrière bar.



Les règles du *merchandising* sont fondées sur de nombreuses études qui prennent en compte les habitudes de consommation et le comportement des consommateurs. 80% des consommateurs connaissent le type de boisson qu'ils vont commander avant d'entrer dans le bar. 54% des consommateurs ne précisent pas la marque qu'ils souhaitent consommer. 75% des consommateurs passent leur commande une fois assis. Une des stratégies d'exposition consiste à positionner les produits « phares » aux endroits stratégiques du bar. Ce *mer-*

chandising « de séduction », capable, en suscitant l'envie, de déclencher une vente, répond à des règles précises : réglage des tablettes accueillant les produits à hauteur des yeux, respect du sens de circulation, sélection des zones « vendeuses »... Pilotant l'offre, le *merchandising* doit également prendre en compte la hiérarchisation des produits, la mise en avant des nouveautés, des thématiques ou des promotions. De nombreux paramètres sont ainsi à prendre en compte. Dans un bar, les zones chaudes, propices à la « mise en scène » des produits, sont les plus vendeuses, celles où les actions de *merchandising* auront le plus d'impact. Les zones froides, sombres, bruyantes, isolées, derrière un poteau, dans un coin, sont au contraire commercialement défavorisées. Dans chaque établissement, pour déterminer « zones chaudes » et « zones froides », il suffit souvent de se transformer en consommateur.

L'exposition des produits, si elle est à la fois esthétique et équilibrée, doit permettre :

- d'identifier d'un seul coup d'œil les produits « phares » de l'établissement,
- d'orienter le choix,
- de gagner du temps, à la fois pour le client et pour le barman.

La présentation doit être équilibrée, sans jamais aller à la saturation. Une ou deux marques maximum doivent être « massifiées » dans l'établissement. Le choix de ces marques est fonction de quatre indicateurs :

- ➔ le lieu (ambiance, décoration),
- ➔ la clientèle (pouvoir d'achat),
- ➔ la gamme référencée
- ➔ les habitudes de consommation.

Pour mettre en avant une marque, il convient de s'appuyer sur la « règle des

30 cm », qui précise qu'un *facing* soit vu et remarqué s'il est homogène et s'il est réalisé sur une distance minimum de 30 cm.



L'arrière-bar offre le plus de possibilités en matière d'exposition. Le barman dispose d'un véritable espace pour organiser la mise en scène de ses produits *best-sellers*. Si la surface du comptoir le permet, la création d'un échantillon de base à proximité immédiate des clients peut également être très vendeuse. L'offre implicitement canalisée par le *merchandising* doit être assez claire et assez évidente pour « faire mouche ». Le consommateur doit être immédiatement sensible à la proposition du barman afin de concrétiser l'achat d'impulsion. L'œil du client s'habitue assez rapidement à un nouvel environnement, tempérant son impact incitatif. Le *merchandising* encourage donc une actualisation afin de pallier la lassitude et la monotonie. Il doit périodiquement créer l'événement. Il peut, par exemple, évoluer à la faveur du lancement ou du référencement d'un nouveau produit. Des PLV spécifiques et la présence des marques starisées constituent des moyens complémentaires pour susciter l'envie du consommateur.



Alain Mazoyer
Directeur Associé
optim Achat

CATI
METIERS DE BOUCHE
Equipements professionnels

Spécialiste dans la vente de Matériel Professionnel
Alimentaire occasion - déclassé - neuf

Un large choix de produits :

Vitrines réfrigérées

Sorties de caisse

Chambres Froides

Fours boulangers



Gondoles

Matériels de boucherie

Matériels de restauration

Centrales frigorifiques

Découvrez nos stocks sur ... www.cati91.fr

CATI, ZI Ciroliers, 14 rue C.Ader 91 700 Fleury Merogis / France

Tel. +(33)1.69.72.14.80 - Fax. +(33)1.69.46.49.74

E-mail: cati@cati91.fr - web: www.cati91.fr - Siret 450532239 RCS Evry

Risque d'abstinence forcée pour les buveurs de bière du royaume



Au moment où nous mettons sous presse, les habitants et résidents du Maroc, toutes confessions et origines confondues, risquent d'être brutalement privés de bière. Sachant que l'équivalent de près d'un million de bouteilles de 25 cl de bière est consommé chaque jour (hors période du Ramadan), à travers le réseau des débits de boissons, restaurants, bars, etc.

C'est que les trois usines de la *Société des brasseries du Maroc* (SBM) sont à l'arrêt. Or elles représentent plus de 97 % de parts de marché de Casablanca, Fès, Marrakech. Motif : un conflit commercial opposant le brasseur et *Sicpa* Maroc, filiale à 100 % du groupe suisse éponyme et chef de file mondial de la fourniture d'encres de sécurité et de solutions destinées aux billets de banque, de loterie, passeport... C'est précisément *Sicpa* Maroc qui, après appel d'offres, s'est vue confier l'opération de marquage fiscal, également appelé marquage de sécurité et de traçabilité. Un tel dispositif est en effet imposé, par la loi de Finances 2010, aux produits soumis au paiement de la TIC, notamment les eaux, les boissons gazeuses, les bières, les vins, les spiritueux et les cigarettes.

Première entreprise à accueillir, depuis le 1er juin dernier, les marqueuses de *Sicpa*, SBM refuse de payer les factures des mois de juin et de juillet du prestataire. En vérité, le brasseur ne se rebelle pas contre le marquage en soi, mais il refuse de cautionner la disparité des prix appliqués pour la même prestation.

Il en résulte que *Sicpa* refuse, sur ordre de l'Administration des Douanes, de redémarrer ces marqueuses. Ce à quoi SBM répond par une requête en référé auprès du tribunal de première instance de Casablanca.

Jugement attendu fin septembre.

Les Japonais contribuent à faire redécoller le tourisme à Fès

Le secteur du tourisme reprend des couleurs à Fès, après quelques mois de crise. C'est du moins ce qu'indiquent les chiffres du ministère de tutelle.

En juillet dernier, par exemple, le nombre de nuitées enregistrées dans les hôtels classés de la ville a dépassé les 64 000, soit une hausse de 8 % par rapport au même mois de l'année précédente. En termes d'arrivées, ce sont plus de 30 000 personnes qui ont rempli les fiches de police au niveau des hôtels, soit + 9% par rapport à l'année passée. Les opérateurs de la « capitale spirituelle » se focalisent de plus en plus sur les segments thermalisme, découverte, festivals, mais aussi sur les créneaux conférences et séminaires.

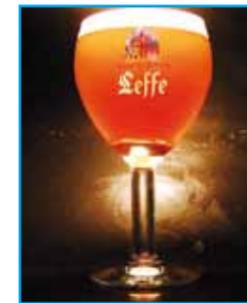
Ainsi, les catégories d'hôtels pourvus de 3, 4 et 5 étoiles ont cumulé plus de 80 % des nuitées totales enregistrées. Selon les statistiques officielles, ces catégories d'hôtels ont réalisé des résultats contrastés, en termes de nuitées, en comparaison avec la même période de l'année 2009 (+8 % pour les 3*, +56 % pour 4* et -23 % pour les 5*). Quant au taux d'occupation des chambres, il s'est stabilisé par rapport à la même période de l'année précédente (34 %).

Au cours des sept premiers mois de l'année, le taux d'occupation des chambres dans les établissements d'hébergement classés a baissé de 4 points (38 % fin juillet 2010). La hausse des nuitées constatée en juillet 2010 (+ 8 %) s'explique par les résultats positifs enregistrés par les résidents (+26 %), soulignent les analystes du département de Yassir Znagui. La stabilité enregistrée sur la période janvier-juillet s'explique par les résultats contrastés affichés par les résidents (-29 %), et les non-résidents (+18 %). Notons surtout que c'est le marché japonais auquel on doit la plus forte hausse (+50 %) ; c'est là une piste à exploiter. Pour le dernier trimestre de 2010, les professionnels du tourisme et hôteliers tablent sur les nouvelles dessertes aériennes, notamment à partir de la région parisienne et de Beauvais.



Histoire belge de bière

Oups ! Des dizaines de milliers de litres de bières ont été inversés, en raison d'une erreur de manipulation de la part d'un brasseur belge. Ainsi, des milliers de litres de *Stella* ont été filtrés en passant par des tuyaux contenant encore de la *Leffe* en fermentation. L'équivalent de 4 000 fûts de *Stella* se sont ainsi retrouvés dans les cafés belges, avec un goût très amer, très différent du goût habituel de la *Stella*. Près de 10 000 hectolitres de cette bière auraient été, envoyés aux États-Unis. Toujours d'après le site *Sud Presse*, des dizaines de plaintes ont été enregistrées contre le brasseur *InBev*, qui a d'ailleurs dû rappeler et remplacer tout les fûts.



Italie : du bois de cercueils pour cuire des pizzas ?

Les habitants de Naples ont été remués après que des soupçons ont été portés sur les propriétaires d'une pizzeria, qui utiliseraient pour la cuisson de leurs pizzas du bois de cercueils volés.

D'après le quotidien italien *Il Giornale*, « un soupçon concret plane sur un des derniers symboles qui résistent à Naples, la pizza, selon lequel elle pourrait être cuite » de cette façon. Et le journal d'ajouter : « Outre la pizza, le pain pourrait avoir été cuit avec ce bois. »

Ainsi, ce sont les propriétaires de plusieurs petites pizzerias qui sont accusés de voler et de broyer le bois de cercueils, l'utilisant pour allumer leurs fours à pizzas, explique l'AFP.

Le média explique que, quotidiennement, des cimetières napolitains non surveillés sont saccagés en toute impunité. « Une bande pourrait avoir monté ce trafic pour revendre les cercueils aux propriétaires sans scrupules de fours et pizzerias qui souhaitent économiser sur le bois », conclut-il.

VENTILATION - CLIMATISATION - SOLUTION ANTI-POLLUTION FILTRATION - DÉSHUMIDIFICATION - HUMIDIFICATION

Salle blanche pour l'industrie agroalimentaire



Km 15, route de Rabat (R.P.N°1)
Aïn Harrouda - Casablanca - Maroc
Tél. : +212 522 332 187 - Fax : +212 522 332 284
contact@hachani.com

www.hachani.com

Pernod Ricard revoit à la hausse ses prévisions de résultats



Patrick Ricard, patron de Pernod-Ricard.

exercice clos au 30 juin. Pernod Ricard a par ailleurs continué de bénéficier de son large portefeuille de marques premium. Le chiffre d'affaires a progressé de 9 % à taux de change et périmètre constants au deuxième semestre et la croissance interne est estimée à 3 % au cours du seul quatrième trimestre. Pernod Ricard explique que l'Asie et l'Amérique Latine sont « restées très dynamiques ». « L'amélioration de tendance s'est confirmée en Europe de l'Est, aux Etats-Unis et sur les marchés détaxés. L'activité a continué de baisser globalement en Europe occidentale », poursuit Pernod Ricard. Pour l'ensemble de l'exercice, le société vise désormais une croissance interne du résultat opérationnel courant, comprise entre 3 % et +4 %, alors qu'il tablait sur une progression de 3 % précédemment.



Pernod Ricard a procédé cet été au relèvement de sa prévision annuelle de résultat opérationnel courant, et ce, en raison de l'amélioration du contexte économique. Le groupe de vins et de spiritueux, propriétaire des marques Ricard, Absolut, Havana Club, souligne le fait que son chiffre d'affaires a affiché une croissance interne de 2 % à taux de change et périmètre constants au cours de son

Avec le salon SIAHM, créez « LES TENDANCES » pour l'hôtellerie, restauration et les métiers de bouche

Siahm
2010

LILLE | 17 > 19
GRANDPALAIS | OCTOBRE

Imprimez votre badge d'accès gratuit sur www.salon-siahm.com

Made by **GRÉTE** Infos exposant et visiteur : +33 (0)3 20 79 94 60

Partenaires 2010



Nouveau

Ain Ifrane®

Source de nature au quotidien

Eau de source naturelle

Représentative de la beauté paradisiaque de la région d'Ifrane, l'eau de source Ain Ifrane est saine, légère et équilibrée en oligoéléments. Eau naturellement pure, elle est recommandée aussi bien pour les nourrissons que les femmes enceintes et apportera bien-être et joie de vivre à toute la famille. A consommer sans modération.

PRENDRE DATE AVEC LE « CAFÉ DE DATTES »

Aux portes du désert, une coopérative souhaite produire du café à base de noyaux de dattes. Deux experts, respectivement venus d'Europe et d'Amérique latine, sont venus prêter main forte, avec le parrainage de Kraft et l'appui du Pnud.

Avec ses 800 000 palmiers produisant différentes espèces de dattes, l'oasis de Tafilalet est considérée comme la plus grande palmeraie dans le monde. Dès lors, il n'est pas surprenant que l'agriculture y soit basée sur la culture du palmier dattier. Cette région est en passe d'acquiescer une notoriété – et, peut-être dans la foulée, une transformation socioéconomique notable – en devenant le premier terrain de recherche appliquée à l'élaboration et à la production d'un café à base de noyaux de dattes.

En effet, deux experts ont effectué dernièrement une mission de volontariat à Jorf, dans les environs d'Erfoud, pour aider une entité aux faibles moyens, la coopérative de femmes El-Moustakbal, à monter un tel projet.

Il s'agit d'une biologiste espagnole, Ana-María Martín Mosquera, et d'un ingénieur en production alimentaire allemand, Ralph Schmidt.

Savoir-faire en production industrielle

Tous deux avaient vivement souhaité se rendre utiles en endossant le statut de « volontaires des Nations unies (VNU) et le sous-statut « volontaires en entreprise ». Au Maroc notamment, le Programme VNU, administré par le Pnud, offre aux collectivités locales et au gouvernement une aide pour atteindre les Objectifs du millénaire pour le développement (OMD). L'Allemand a consacré 10 ans de sa carrière à la mise au point et à l'amélioration des procédés de fabrication du chocolat et du café. Il travaille actuellement pour Kraft Foods en Grande-Bretagne. L'Espagnole a 20 ans d'expérience dans le



La coopérative El-Moustakbal, près d'Erfoud, est au cœur du projet de « café de dattes ».

domaine de l'assurance de la qualité des produits alimentaires. C'est une salariée de Kraft Foods Venezuela. C'est ainsi que la démarche des deux Européens au Maroc était parrainée par la firme transnationale. Cette dernière soutient en effet le Programme VNU en entreprise depuis plusieurs années, à travers un large éventail de missions dans l'agroalimentaire. De leur côté, les responsables de Kraft Foods Maroc contactés par nos soins disent, au moment de la rédaction de ces lignes, ne pas disposer d'éléments d'information ni d'éclairage sur ce parrainage et ce projet. Cela s'explique en partie par le fait qu'« il s'agit d'un partenariat direct entre la maison-mère, située en Grande-Bretagne, le programme VNU, le Pnud, et la partie gouvernementale promotrice du Programme des oasis du Tafilalet », nous explique-t-on à la représentation du Pnud au Maroc.

Sur le terrain, la mission des deux intervenants avait pour but, d'une part, d'introduire un système de gestion de la qualité de produits alimentaires et d'établir la liste des analyses sensorielles et techniques requises pour permettre à la coopérative de mieux contrôler la qualité des produits. Cette mission avait pour but, d'autre part, de fournir des conseils sur les matériaux d'emballage et le conditionnement durable des produits, ces deux composantes devant répondre à la logistique des produits alimentaires.

Bonnes pratiques

Durant leur mission, Ana-María Martín Mosquera et Ralph Schmidt ont dispensé, en arabe, une formation sur les bonnes pratiques de fabrication (BPF). De plus, ils ont rédigé un manuel de gestion de la qualité de base, qu'ils ont présenté sur le site. Ce document

comprend un procédé de production standardisé. Cela s'inscrit, naturellement, dans les exigences imposées par toute chaîne de fabrication de produits alimentaires et constitue la condition essentielle pour obtenir et maintenir la satisfaction de la clientèle future.

Mise aux normes de torréfaction

Le tandem technico-scientifique a, par ailleurs, procédé à quelques réparations. Une première mise aux normes de l'appareillage de torréfaction a considérablement amélioré l'efficacité de ce dernier, réduit de moitié le temps et l'énergie nécessaires pour le processus. L'ajustement a également abouti à un meilleur rendement et à

une plus grande sûreté au niveau des conditions de travail. « Cette mise à niveau sera parachevée par une autre équipe, conformément à l'un de nos principes : la rotation. Au demeurant, l'un des deux volontaires de la première mission nous a fait savoir sa forte motivation à revenir », nous indique, à Rabat, Révérien Gahinyuza, responsable de programme VNU.

Autre acteur, le ministère de l'Habitat et de l'Aménagement de l'espace a apporté sa pierre à la construction de nouveaux locaux de production et à la fourniture d'équipements requis. Une fois que la coopérative volera de ses propres ailes, elle pourra franchir différentes étapes, en prenant son essor et effectuant sa distribution sur le marché régional, national, international.

Néanmoins, le groupement a encore du chemin à parcourir avant que ce café à base de dattes n'arrive dans les magasins locaux. En attendant, il est indéniable que sont jetées les bases d'un processus de production durable.

Du côté de Kraft, le concept de « café de dattes », s'il finit – selon toute logique – par se propager à d'autres régions à forte production de dattes, ne manquera pas d'avoir un intérêt entrepreneurial élargi. Cela placerait la firme parmi les potentiels acteurs opérationnels de ce développement.

Quant au « gouvernement marocain, il y trouve un intérêt au regard de sa politique de lutte contre la désertification, au profit du développement durable dans la région », observe une autre source du Pnud Maroc.



Le seul café au Maroc certifié Médaille d'Oro en Italie

LA GENEVOSE est la seule marque de café présente au Maroc, certifiée «Caffè Qualità Oro». Sur les 300 postulants qui prétendent chaque année à cette distinction, seulement 30 participants sont sélectionnés pour obtenir cette médaille d'or, décernée par un jury hautement professionnel.

Les cafés LA GENEVOSE sont certifiés, en Europe, ISO 9001 v2000.

Le grain de LA GENEVOSE est d'une très grande qualité et son rendement qualité/prix est rarement égalé.

BLUE GOLD



Arôme intense et Exceptionnel

TRADITION



goût fort et décisif

DECAFEÏNE



l'arôme doux et velouté

100 % Arabica



la plus précieuse au monde une densité moelleuse

GRAIN



Mélange au goût fort et décisif

chocolat



à l'italienne chaud et épais



Maroc Convivialité 41, rue Ibnou Mounir - Casablanca Tél.: 05 22 25 15 15 - Fax: 05 22 25 01 02 lagenovese.maroc@hotmail.fr www.lagenovese.it

À Ma Bretagne, une gastronomie accessible à toutes les bourses ou presque



À Ma Bretagne est un restaurant qui doit sa renommée à la qualité de son chef cuisinier et patron, André Halbert, certes. Mais À Ma Bretagne, c'est également un restaurant à l'emplacement historique, c'est un lieu d'événementiel très réputé dans la mesure où il accueille régulièrement des manifestations collectives, soit jusqu'à 300 personnes. Le prestigieux restaurant propose, depuis quelques temps, la « Carte Bistrot Gourmand », une formule moins dispendieuse que les menus gastronomiques de la maison et donc plus accessible à la bourse des classes moyennes. De même, le restaurant souhaite attirer davantage la gent féminine, une clientèle en croissance, là comme dans les autres établissements haut (ou moyen) de gamme du royaume.

Un environnement à la nature apaisante

À Ma Bretagne, c'est une salle couverte, bien sûr, mais c'est également un jardin prééquipé qui surplombe l'océan atlantique, pour servir d'extension à la salle principale ou pour accueillir des événements au grand air. Tout cela fait de À Ma Bretagne, un lieu privilégié d'événementiel en même temps qu'il demeure l'une des cartes les plus renommées de Casablanca, du Maroc, voire d'Afrique. L'environnement aidant, le restaurant fait honneur aux produits de la mer. André Halbert offre à sa clientèle une cuisine gastronomique avec le meilleur des produits et des parfums que recèle la nature marocaine. Des produits frais réinventent la carte chaque jour, au gré du marché et des arrivages marins.

CARTE BISTROT GOURMAND

Salade fraîcheur au vinaigre de framboise	70 DH ttc
Pavé de fromage de chèvre sur un nid de salade frisée	70 DH ttc
Œuf dur à la tapenade et sa macédoine de légumes du marché	60 DH ttc
Filet de hareng, salade de pomme de terre à l'huile d'olive vierge	95 DH ttc
Salade d'endive et de Fourme d'Ambert à l'huile de noix	70 DH ttc
Mousse de rouget sur un nid d'épinard	90 DH ttc
Œufs en cocotte, crème de laitue et saumon fumé	80 DH ttc
Tagliatelles à l'émincé de bœuf et ail confit	95 DH ttc
Tagliatelles au saumon fumé	95 DH ttc
Filet de maquereau frit en beignet	95 DH ttc
NOS DESSERTS MAISON	
Verrine de fruit rouge à la crème de basilic	60 DH ttc
Verrine de pommes à la crème de caramel	60 DH ttc
Verrine de poires à la crème de chocolat	60 DH ttc

Primauté du service au client

« Le plaisir de cuisiner et d'être au service du client prime », affirment conjointement M. et Mme Halbert. « Un client peut venir chez nous juste pour déguster un plat d'huîtres ou un soufflé. Qu'il dépense 75 ou 300 DH n'influe pas sur notre façon de le considérer ! » L'établissement ne perd pas pour autant ses lettres de noblesse, puisque ce sont les mêmes produits de qualité et techniques éprouvées qui font la réputation du lieu. L'établissement a dignement célébré son cinquantenaire en 2007. André Albert est membre de l'Ordre international de la gastronomie française et, 1 an après avoir pris en charge toute la gestion de À Ma Bretagne, reçoit le titre de « maître cuisinier de France ».

À CABO NEGRO, UN FUTUR FLEURON MÉDITERRANÉEN du Club Med

La rénovation du Village Yasmina, au Club Med Cabo Negro, est lancée. Objectifs : passer à quatre « tridents », pour monter en gamme ; cibler la clientèle famille.

D. C.



Le Village Yasmina est orienté plage et sports.

A dossé à une colline verdoyante, le Village se caractérise par des hôtels en étages blanchis à la chaux et noyés dans un écrin de lauriers-roses, de jasmins et de palmiers. Il s'agit du Village Yasmina, implantation du Club Med sur la côte nord marocaine, dans la zone très réputée de Cabo Negro. La structure touristique fait face à la Méditerranée et, de ce point de vue, a de quoi séduire ceux qui, parmi les touristes nationaux ou étrangers, préfèrent la mer à l'océan. Construit en 1970, Yasmina est la petite sœur du Village Club Med d'Agadir, en ce sens qu'elle est orientée golf et tennis. Le Village sur les hauteurs de Tétouan est en passe de devenir le deuxième 4-tridents du Maroc. Une montée en gamme qui ne pourra pas faire de mal en matière d'isolation phonique des chambres – du moins, faut-il l'espérer.

Ce changement de statut s'accompagnera d'une offre tout-compris et donc haut de gamme, avec la clientèle famille pour cible. Pour cela, plusieurs transformations sont sur les rails. La capacité de ce village sera augmentée, de même que sa durée d'ouverture, qui passera d'une cen-

taine de jours par an à 150 jours. Le projet de rénovation est assuré par l'architecte d'intérieur et designer parisien Jean-Philippe Nuel. Au programme : la création d'un nouveau cœur de village près de la plage avec une boutique Club Med, une piscine avec terrasse, un bar et un restaurant de spécialités, un spa estampillé « Cinq Mondes ». Par ailleurs, l'actuel cœur de Village près de la réception, le restaurant principal, le bar et le théâtre feront également peau neuve. Enfin, un grand nombre de chambres seront entièrement redécorées, et des chambres de catégories respectivement Club et Deluxe seront créées pour répondre spécifiquement aux besoins des familles.

Le Village Yasmina sera mercatisé et publicisé sur près de 40 des principaux marchés touristiques. Et ce, d'autant plus que « Yasmina sera l'un des fleurons des Clubs Med en Méditerranée », promet le P-DG, Henri Giscard d'Estaing.

Rayon de soleil

Sur le plan international, Club Méditerranée a enregistré au premier semestre de son exercice 2009/2010, un bénéfice net de 3 millions d'euros, contre 22 millions de pertes un an plus tôt, sur un marché touristique européen « atone ». Le Club Med entend réaliser 60 % de ses ventes en direct d'ici à la fin 2012. Présent dans 40 pays, il compte 80 villages repartis sur cinq continents et le bateau de croisière Club Med II avec 15 000 G.O. de 100 nationalités. Au Maroc, le Club Med compte 6 Villages. Il y a peu, trois décideurs ont présidé conjointement à la pose de la première pierre de la rénovation du Village Yasmina à Cabo Negro. Il s'agit du ministre du Tourisme Yassir Znagui ; du P-DG du Club Med, Henry Giscard d'Estaing ; et du DG de la CDG – laquelle reste l'un des actionnaires –, Anas Alami.

Paul

NUTRITION ET NATURE REVENDIQUÉES

Proposer une alimentation saine et équilibrée, voilà le nouveau leitmotiv de Paul. Les équipes de l'enseigne française au Maroc ont travaillé en priorité sur des gammes telles la boulangerie, les desserts, le service traiteur.

Paul vient d'ériger la santé et l'équilibre alimentaire de sa clientèle au cœur de ses préoccupations, et « s'engage à proposer une alimentation saine et équilibrée », assure la direction. Une gamme de produits qui répond aux besoins nutritionnels quotidiens, d'une clientèle, « de plus en plus soucieuse de son équilibre alimentaire sans pour autant omettre le plaisir de déguster de bonnes choses ». Pour ses 1,5 million de clients servis chaque jour, la maison Paul entend ainsi allier gourmandise et équilibre nutritionnel, en proposant une gamme de produits « diversifiée et équilibrée ». Rappelons que la nutrition est un élément déterminant pour la santé : 80 % des maladies seraient causées par la mauvaise alimentation : problèmes cardiaques, diabète, cholestérol, ostéoporose.

Des actions autour de la nutrition et de l'équilibre alimentaire ont ainsi été pensées et réalisées par les équipes de Paul. Quatre gammes ont été traitées en priorité. Il s'agit de la boulangerie, des desserts, du catering, des boissons froides et glaces.

En matière de pains, la maison Paul met à la disposition de sa clientèle une gamme diversifiée de produits fabriqués « à l'ancienne », donc sans additifs ni améliorants.

L'enseigne met en avant, en particulier, son pain aux 6 céréales et aux 3 graines, qui sont fabriqués à partir d'un mélange de blé tendre et farine multigrain (seigle, orge, avoine, maïs, graines de millet, de lin et de sésame décortiquées...)



Mehdi Bahraoui, numéro un de Paul Maroc, lance la campagne « Engagements nutrition & nature ».

Paul s'engage également à produire du vrai pain complet, dont l'appellation a été galvaudée ces dernières années. Le vrai pain complet est celui fabriqué à partir d'une farine type 110 ou 150, ce qui est le cas chez Paul. Riche en fibres et contenant des minéraux intéressants (phosphore et magnésium), il peut même être appelé « pain intégral ». Paul s'engage également à réduire le sel dans son pain en proposant une variété sans sel ajouté mais pas sans saveur parce qu'il est fabriqué au levain. Le leitmotiv « nutrition et nature » s'applique également au déjeuner. La formule est, d'une part, inspirée du

fameux « régime crétois ». En fait, un régime typiquement méditerranéen, à base d'huile d'olive, de légumes, de céréales, de végétaux et de poissons et de fruits, au détriment des graisses animales et des desserts bourrés de sucre. Le déjeuner estampillé « Paul » prend également en compte le « régime okinawa », « selon lequel la bonne santé et la longévité ne découlent pas d'un patrimoine génétique spécifique, mais bien d'un style de vie sain et notamment une alimentation saine ». D'où une carte comportant davantage de poissons et de volailles, de salades vertes, de riz complet et de blé tendre.

Vendanges 2010

UNE PROMESSE DE MILLÉSIME DE BLANC

Les vendanges de La Ferme rouge, près de Ben-Slimane, ont démarré en plein mois d'août. Les premiers résultats de cette deuxième récolte enthousiasment le sommelier de la petite propriété familiale, déjà bien positionnée sur le marché. **D.C.**



Après un hiver pluvieux et un printemps tempéré, les raisins de la première parcelle de sauvignon ont été coupés très tôt le 19 août pour éviter la chaleur de la journée. Malgré les pics majeurs de température, comme ceux qui ont touché le Maroc au début de ce mois-là, la localisation particulière – à 45 km de la mer et à 450 m d'altitude – du site permet à ses vignes de bénéficier de la fraîcheur océane et de n'avoir pas trop souffert. Avec une irrigation parcellaire et maîtrisée de nuit, les fruits sont arrivés à maturité, tranquillement, sans à-coup et ni stress, « *bénéficiant d'un équilibre parfait entre le sucre, l'acidité et les maturité de peau et de pépins* », selon le sommelier maison, Boris Bille. Et cet amoureux du vin de s'extasier : « *Nous avons donc décidé de commencer avec un grand bonheur ce moment si attendu et porteur de toutes les promesses que sont les vendanges* ».

En effet, les premières dégustations des jus puis des moûts « *laisse entrevoir de*

très belles choses ». Rarement les sauvignons auraient atteint ce niveau de qualité, un équilibre quasi parfait entre le degré, l'acidité et le végétal. Le vignier, quant à lui, marque déjà la campagne 2010 de son empreinte aromatique : « *L'abricot, la bergamote et la pêche de vigne rivalisent subtilement. Sans le chardonnay, notre trio ne serait*

pas complet, richesse, gras, puissance et fraîcheur se découvre tout en finesse », poursuit M. Bille. Les dégustateurs de *La Ferme rouge* ont hâte de pouvoir déguster d'ici peu l'assemblage définitif de *Terres blanches, collection 10* et de « *faire partager l'un des plus jolis millésimes, en matière de blancs, de ces quinze dernières années.* »

Un démarrage pétillant

La Ferme rouge est un domaine à vocation agricole tourné vers le viticole, sur le plateau Zaër. Cette petite propriété familiale s'est attachée à déployer un mode de viticulture raisonnée, proche de la variante organique. L'établissement affirme fournir, outre le dernier-né, le seul vin de vigneron au Maroc. C'est le seul A.O.G. Zaër produit au Maroc. Il est sur le marché depuis avril dernier. Les débouchés de *La Ferme rouge* se situent principalement dans l'hôtellerie (de *La Mamounia* aux *Sofitel*, en passant par le *Hyatt Regency Casablanca* et la *Villa mandarine* à Rabat), la restauration (notamment *La Maison-Blanche*, à Fès ; *Groupe Restopro*, à Casablanca ; *Le Grand Comptoir*, à Rabat ; *bô & zin*, à Marrakech...), l'épicerie traditionnelle de proximité et les caves spécialisées (*Vignes de l'Agdal*, *Les Ateliers du vin* à Casablanca et Marrakech, *Nicolas*, etc.)

Plants d'Oliviers
Plants de Figuiers
Plantes Ornementales ...

JeanREYMaroc
Pépinéristes depuis 1889



+ de 300 espèces différentes en production



130 variétés d'Oliviers



24 variétés de Figuiers

Fortes d'un siècle d'existence, les Pépinières Jean REY offrent plus de 12 millions de plants/an (du jeune plant à l'arbre centenaire) sur 260 hectares et 12 sites de production.

Sa force : maîtriser sa production (multiplication et élevage) ce qui lui donne une grande autonomie et une forte réactivité sur des marchés extrêmement fluctuants.

Produire des plantes de qualité est notre priorité. Etre des passionnés de botanique, étudier, sélectionner de nouvelles espèces spécifiques à des conditions pédologiques et climatiques, conseiller nos clients sont nos principaux objectifs.

5, Avenue des F.A.R, 20000 - Casablanca
Tél. : 05 22 29 78 46 - Fax : 05 22 29 75 40
Email : jeanreymaroc@menara.ma

NOUVEAUTE Exclusivité au Maroc



Olea europaea Cipressino

L'Olivier idéal pour les haies

Brise-vent / Résistant à croissance très rapide (1m/an) Arbre à vie longue de 9 à 15m de haut



CFIA Maroc

Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire

**29, 30 septembre,
1^{er}, 2 octobre 2010**

Centre International de Conférences
et d'Expositions de Casablanca

Imaginons ensemble votre process

Pour toute information complémentaire :

Tél. : (+212) (0) 5 22 43 96 28 • migueld@cfcim.org

www.cfiaexpo.com

Co-organisateurs



CHAMBRE FRANÇAISE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
DU MAROC

Partenaire senior



un engagement professionnel

Partenaires Médias



Partenaire Information



Connects business to business