

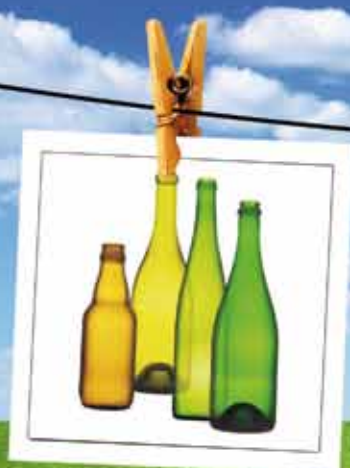
www.resagro.com

RESAGRO

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

N° 17 • NOVEMBRE • 25 DH

L'EMBALLAGE SE MET AU VERT



CHR



LA RESTAURATION AUTOMATIQUE

Produit

LE FOIE GRAS, d'ICI ET D'AILLEURS

Solutions

SE FAIRE ACCRÉDITER EN TANT QUE LABORATOIRE

VOTRE SATISFACTION SUR TOUTE LA LIGNE



Un professionnalisme pluriel

- ✓ Procédés et Automatisations Industriels
- ✓ Froid Industriel et Traitement d'air
- ✓ Conditionnement/Emballages/Sleeveuses
- ✓ Cuveries en Acier Inoxydable
- ✓ Marquage/Etiquetage/Solutions de Traçabilité
- ✓ Tuyauteries et Accessoires en Acier Inoxydable

L'Unique Interlocuteur pour une Solution Globale à toute Installation Industrielle.

Première entreprise nationale dans les études et les réalisations des lignes complètes de process et de conditionnement pour les Industries Agroalimentaire, Pharmaceutique, Cosmétologique et Chimique.



Edition, conseil et communication



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

Les fêtes de fin d'année approchent à grand pas, et de plus en plus d'enseignes tentent de glisser sur la vague, propre à une consommation accrue chez ceux et celles qui en ont les moyens. Ainsi, la Chocolaterie chérifienne de chocolaterie, plus connue sous ses marques Tentation et surtout Aiguebelle, propose des produits adaptés. Bien moins connu que le chocolat sur le marché local, le produit foie gras est bien placé pour la période et a encore tout un marché à prendre au Maroc. Enfin, les vins de qualité – espagnols, entre autres – sont consommés par des consommateurs avertis de plus en plus nombreux, réalité que des soirées de promotion accompagnent. L'actualité, c'est aussi le développement durable (dans son volet environnemental), qui a une place de choix dans le salon Emballage 2010. Cela tombe bien : le Royaume doit réduire autant que possible sa part de déchets, en matière d'emballage notamment, et se mettre au recyclage un peu partout. Le transport a évidemment son rôle à jouer dans la préservation de l'environnement (et, conjointement, de l'impératif économique), comme le montre l'un de nos articles techniques. Toujours au chapitre du « vert », nous nous penchons également sur la contribution méconnue des oranges et des orangeries.

Alexandre DELALONDE



*Savourez de véritables moments de plaisir
avec un café d'exception
dans des hôtels et restaurants prestigieux*



DABA Maroc (Distributeur Exclusif)
Tel: 080 200 1300
www.nespresso.com/pro

NESPRESSO
Le café corps et âme



S o m m a i r e

• **Éditorial** 3

Agro'

• **Périscopes** 6
 • **Pleins feux sur...** 10
 Brasseries du Maroc se lance dans l'huile d'olives
 • **Interview du décideur du mois** 14
 Amine Berrada, DG de la Compagnie chérifienne de chocolaterie
 • **Veille** 18
 Microcrédit et bancassurance, instruments d'avenir de l'agriculture
 • **Emballage** 20
 Le secteur se met au vert
 • **Salons et foires** 24
 Les innovations du Sial 2010
 • **L'idée verte du mois** 26
 Les oranges, c'est bon pour l'Homme... et la nature ?

Distribution

• **Nouveaux produits Maroc** 28
 • **Nouveaux produits monde** 29

Cahier technique

• **Solutions** 30
 Laboratoires : comment se faire accréditer
 • **Produit** 34
 Le foie gras, sujet à l'ignorance et à la méfiance
 • **Nutrition** 38
 Les qualités de l'œuf
 • **Logistique** 42
 Transport et développement durable

CHR

• **Actualités** 46
 • **Distribution automatique** 54
 La restauration automatique, un créneau à croquer
 • **Conseil d'expert** 58
 L'hôtellerie low cost : quel avenir au Maroc
 • **Vins & spiritueux** 64
 Le bouchon : marketing, vieillissement, finance

Alexandre Delalonde, directeur de publication • Dominique Claudon, responsable de rédaction • 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 – e-mail : laetitia@resagro.com – (+ 00 44) 7751 819 653 • Damas Chacour, secrétaire de rédaction • Nabil Zridi, directeur artistique • Younes El Hilali, chef de projet Web • Mohammad El Allali, développeur Web • Evelyn Anguy, responsable commerciale • Amal Zinia Berrada, responsable commerciale • CTP & impression Europrint (Casablanca) – tél. : 05 22 75 24 75 • Compad, agence de communication • Capital 100 000 DH – RC 185273 – IF 1109149 • ISSN du périodique 2028 - 0157 Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009 • Dépôt légal 0008/2009 • Tél. 05 22 36 04 69 / 09 / 16 / 19 • Fax 05 22 36 03 97 • E-mail contact@resagro.com • Site Internet www.resagro.com

11 M q

C'est la quantité de céréales importées fin septembre dernier (au lieu de 8,4 millions de quintaux à la même période de 2009). Une hausse de plus de 31%, en raison essentiellement des achats de maïs et de blé tendre.

La Grande épicerie de Paris à l'heure marocaine

Les produits marocains ne cessent d'accroître leur notoriété et d'asseoir leur assise à l'export, sous réserve, bien sûr, de répondre à des normes de qualité internationale et de séduire les sens du consommateur à l'étranger. Dernier exemple de réussite à cet égard : l'entrée d'une quarantaine de produits haut de gamme de la filière agro-industrielle marocaine à la Grande épicerie de Paris. Les inconditionnels du miel, de l'huile d'argane, de citrons confits, d'olives et d'huiles d'olive, du couscous ou encore d'eau de fleur d'oranger pourront acquérir de telles denrées dans ce magasin parisien. La commercialisation est assurée sous la bannière de sept sociétés marocaines : *Alili, Dari Couspate, Salvema, Chamita, Tradisfood, Atlas Olive Oils* et *Star Olive*. Cette opération intervient à l'initiative de Maroc Export, dans le cadre de sa stratégie de promotion des exportations marocaines. L'enseigne française commercialise près de 7 000 produits divers du monde entier.



L'Éacce et l'Onssa officiellement partenaires

Une convention de partenariat a été cosignée par l'Établissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (Éacce) et l'Office national de la sécurité sanitaire des produits alimentaires (Onssa). La convention, valable deux ans, concerne la formation, les prestations de service, l'échange d'expertise analytique et d'informations, ainsi que la délégation partielle des activités. Il n'omet pas la représentation aux manifestations nationales et internationales.

Vers une union nationale des apiculteurs

La structuration du secteur miel semble être en marche. Un groupement de professionnels projette de créer une union nationale, pour donner davantage de crédibilité au secteur et surtout de la représentation à toutes les régions, via des élections transparentes. Depuis deux ans, ce groupement tente de sensibiliser les apiculteurs sur l'impact que pourrait avoir la création d'une association nationale. Or, durant ces deux années, les mauvaises conditions de rendement n'ont pas été très favorables pour la production et la vente de miel. C'est que, en 2010, la production est particulièrement mauvaise : 90 % des ruches ont obtenu un faible rendement. Parmi les problèmes que rencontrent les acteurs de l'apiculture figurent le déficit de savoir-faire, l'absence de stratégie de renforcement des capacités, la dégradation de l'environnement. Un autre gros enjeu actuel pour la filière est relatif à la recherche – sélection génétique surtout.

CEYLAN
Traçabilité, 6 - Pol. Vara de Quart
46014 - Valencia (Spain)
Tel. 96 379 88 00 - Fax. 96 379 95 70
www.ceylan.es

Distributeur Exclusif CEYLAN au Maroc
SARL LACASEM
86, rue Mamoun Ahmed, Maarif
CASABLANCA
Tel : 05 22 23 09 00
Fax : 05 22 98 05 32
E-mail : lacasem@menara.ma

Label Vie Skhirat s'équipe en plateforme logistique



L'enseigne *Label Vie* de Skhirat s'est vue livrer la première cellule de la nouvelle plateforme logistique d'une surface couverte de 24.000 m² d'entrepôt et de 2 000 m² de bureaux. Le fournisseur est *GSE*, spécialiste français de la conception et de la

construction de bâtiments logistiques et industriels. Il s'agit d'un entrepôt pour le stockage ambiant et le stockage en froid positif et négatif. L'ensemble du bâtiment sera livré en février 2011. Le contrat clés en main avait été signé par le groupe et l'enseigne de distribution en mai dernier. Le groupe *GSE* a démarré son activité au Maroc en 2005 en collaboration avec *Geodis* et *DHL Supplychain* puis la SNTL pour la réalisation de plateformes logistiques.

Le Crédit agricole du Maroc sous les feux de la rampe

L'architecture informatique de *Crédit agricole Maroc* a été récompensée, à Rome, par le prestigieux *IBM Beacon Award 2010*, à la suite à son classement au 3e rang des architectures les plus efficaces, et auquel ont participé plus de 1000 architectures informatiques du globe. Cette consécration, dans la catégorie « Virtualisation and solution d'unification », intervient « après plus de deux ans de travail de refonte du système d'information de *Crédit agricole*, grâce à la compétence de ses hommes qui ont procédé, de concert avec les équipes de *IBM*, à l'amélioration de l'architecture physique et logicielle de la banque », indique la direction du groupe bancaire. Autre nouvelle à propos de ce dernier, mais dans un tout autre registre : le président du directoire, Tariq Sijilmassi, a été élu à la tête de la *Nenarca (Near East-North Africa Regional Agricultural Credit Association)*, en marge du IIIe Congrès international sur le financement rural et agricole [lire p. XX].

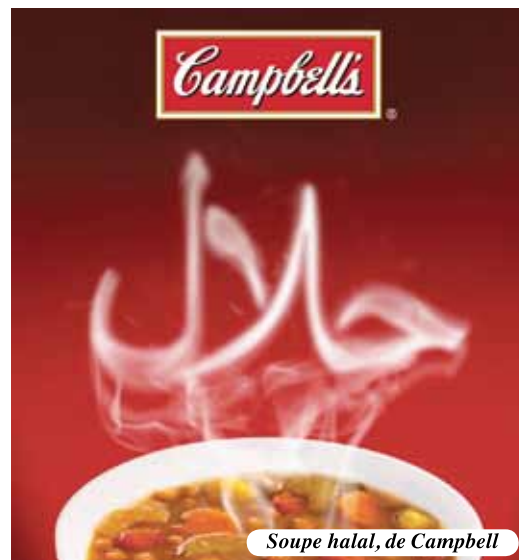


L'Assiette Nordique

Poisson fumé Artisanal à l'Ancienne

1 Allée des Mandaniers, Bd Chefchaoui - Ain Sebaa - Casablanca 20250 - Maroc
Tel : 0522 353 588 - Fax : 0522 666 526 - E-mail : contact@lassiettenordique.com
Site Web : www.lassiettenordique.com

Tempête dans un bol de soupe halal en Amérique



Soupe halal, de Campbell

Après la France, c'est au tour des États-Unis et du Canada de connaître une polémique autour du halal. Certifiées halal par l'Isna (Société islamique d'Amérique du Nord), les soupes Campbell restent en travers de la gorge de certains activistes et blogueurs (néo)conservateurs américains. Spécialisé dans l'agroalimentaire, le groupe Campbell est une firme transnationale dont les soupes sont appréciées dans plusieurs contrées, au Canada en particulier. Dans ce pays, les produits sont déclarés conformes aux prescriptions de l'Isna,

donc le siège se trouve dans l'Indiana. En outre, l'Isna Canada délivre des certifications depuis plus de 20 ans, ce qui en fait l'une des estampilles les plus crédibles du pays. Or, si, pour l'activiste en chef, Pamela Geller, les procédés de fabrication de la soupe ne sont pas en cause, l'Isna serait liée à la mouvance islamique radicale, dont le Hamas et l'association des Frères musulmans, classés « organisations terroristes » par le Canada. C'est sur cette base que la consommatrice-militante appelle à boycotter les produits Campbell.

L'entreprise ne se laisse pas faire, soutenant qu'elle continuerait à faire reconnaître ses produits « halal » par l'Isna et à pénétrer le marché du halal au Canada. Pas suffisant toutefois pour arrêter Pamela Geller et ses acolytes, qui ont lancé sur Facebook un groupe anti-Campbell [visuel ci-contre].



Halal en France : « saignante » enquête télévisée



Rayon de halal dans une GMS en France

Une polémique a été déclenchée en France par le documentaire *Halal, les dessous du business*, diffusé par Canal+ en octobre. Il a mis en évidence des méthodes d'abattage non conformes aux règles islamiques, des organismes certificateurs proliférant de façon anarchique, des bonbons contenant de la gélatine non pas de bœuf mais de porc (contrairement à ce que prétend l'étiquetage), etc. La presse de l'Hexagone en conclut que, « dans toute cette histoire, le seul sacrifice qui vaille, c'est bien celui de l'honnêteté sur l'autel du profit ». De son côté, le Conseil français du culte musulman (CFCM), en appelant à la mise en place d'une charte du halal avant la fin de l'année,

SOUDAGE de GOUJONS

- Alimentations manuelles et automatiques
- Goujons disponibles sur stock

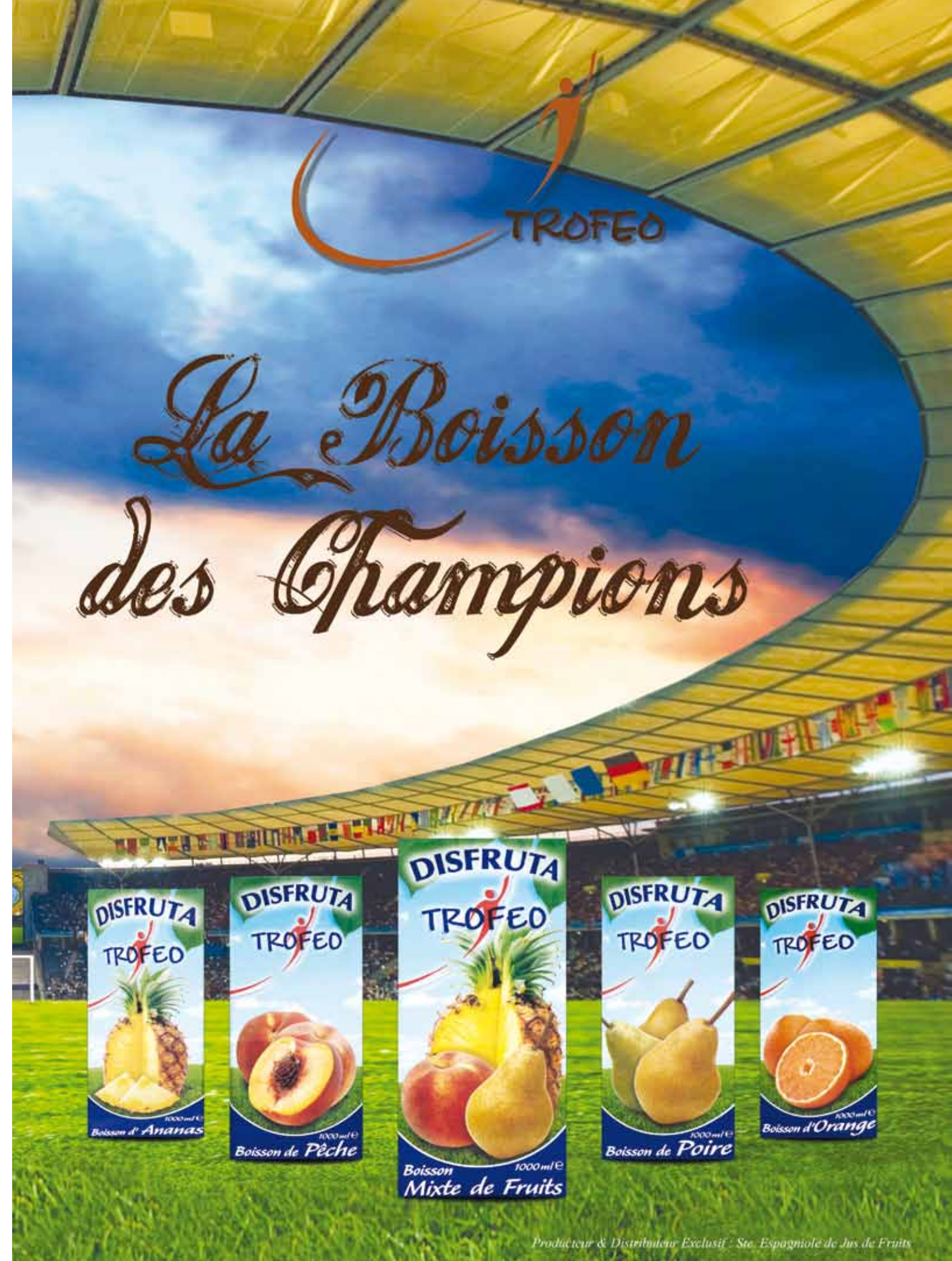
La technique du soudage de goujons, via le Procédé DECHARGE DE CONDENSATEURS, vous permet de souder instantanément une fixation invisible, sans marquage au verso de votre tôle, sans déformation.

Ce Process s'applique pour toutes les fabrications de meubles en INOX, ALUMINIUM, pour les secteurs, RESTAURATION, HOTELLERIE, AGRO ALIMENTAIRE.

C2G
SOUDAGE INNOVATION

Tél : 04 77 96 60 00
Fax : 04 77 96 60 09
e-mail : contact@c2g.fr

www.c2g.fr



BRASSERIES du MAROC MET de l'huile

En se mettant à l'huile d'olive, le Groupe Brasseries du Maroc (GBM) accentue sa diversification. Un investissement, en terres et en usine, de 80 millions de dirhams. Compte tenu de l'état du marché local et du niveau d'exigence de cette huile, ce sont les marchés européens qui sont ciblés. **D. C.**

Photo D. Claudon



Le GBM triture l'huile d'olive en périphérie de Meknès.

Un filet d'huile d'olive toute fraîche coule d'un équipement flambant neuf. Nous sommes en périphérie rurale de Meknès, sur un domaine de Sbaâ-Ayoun, dans l'usine de trituration d'huile d'olives dans laquelle le Groupe Brasseries du Maroc a récemment investi. Un investissement qui « couronne 90 ans de présence et de service au Maroc », aux yeux de la direction, qui souligne sa « vocation de transformateur des produits de la terre » et sa « diversification dans les métiers de la terre ». C'est que le GBM est déjà présent dans l'activité respective des bières, des vins, des boissons maltées et – tout dernièrement – de l'eau.

« Le marché local n'est pas mature pour absorber une production de notre niveau de qualité. [C'est pourquoi] les marchés-cible sont principalement ceux d'Europe, notamment la grande distribution en France », explique Jean-Marie Grobois, directeur général du Groupe. Et l'administrateur de poursuivre : « Les produits de marques de distributeurs – donc des premiers prix – sont commercialisées à 3,5 euros environ. Ce n'est pas ce marché que nous visons mais plutôt celui du milieu et haut de gamme. Pour cette tranche, les prix se situent plutôt aux alentours de 5 à 6 euros la bouteille de 75 centilitres ».

Les prix envisagés s'expliquent en partie par le coût du matériel de haute technologie acquis, permettant la

trituration d'une huile aux normes internationales.

Une teneur en acidité de 0,3 à 0,4 %

Précisément, en termes d'acidité, il faut respecter la limite de 0,8 %. « En ce qui nous concerne, nous tablons sur une teneur entre 0,3 et 0,4 %. Mais, bien entendu, pour les produits de haute qualité, l'acidité n'est pas l'aspect le plus important. Les polyphénols, par exemple, sont des facteurs tout aussi importants, car responsables de l'arôme, du goût, et de la stabilité de l'huile », fait observer Hicham Lahlou, directeur des Achats et Approvisionnements.

Pour obtenir cette qualité, la production du domaine est intégrée. Ainsi, la récolte des olives est entièrement mécanisée, et ce, grâce à l'utilisation de matériel qui « répond à des critères élevés de performance ». Ce même matériel est conçu, moyennant quelques ajustements, pour traiter la vigne. Ce qui renforce l'idée qu'il existe poten-



La cueillette d'olives est entièrement mécanisée.

tiellement une synergie, sur le plan agricole, entre l'olivier et la vigne. Toutefois, cette démarche ne s'inscrit pas dans le plan Maroc vert, dans la mesure où le projet date de 2005.

« Les deux lignes de trituration, d'une capacité chacune de 6 tonnes par heure, ont été achetées auprès de la société Pieralisi, chef de file dans son secteur », indique Hicham Lahlou.

Toute la chaîne fait l'objet d'un contrôle qualitatif. Un contrôle assuré grâce aux installations techniques, mais aussi via un personnel qualifié, composé essentiellement de techniciens supérieurs et d'ingénieurs, tant marocains qu'étrangers. Pour mieux gérer les contraintes techniques, en termes d'hygiène et de sécurité alimentaire, GBM envisage d'entamer une démarche ISO pour





L'huile est stockée dans des cuves en inox sous azote.

cette unité, en conformité avec la politique qualité du Groupe. « *Tout cela nécessitera des formations à tous les niveaux, tout aussi bien agricole qu'industriel* », précise M. Lahlou.

La phase du stockage se passe dans des cuves en inox sous azote, à une température stable, à l'abri de la lumière, et installées dans une véritable cave à huile. Chacune de ces cuves peut contenir 15 000 litres d'huile.

Une telle production génère nécessairement des volumes importants de « déchets ». Cela n'a pas manqué d'intéresser des industriels établis dans le Nord et qui veulent les revaloriser pour leur approvisionnement en énergie. Le Groupe, quant à lui, entend vendre en

l'état les grignons à des producteurs marocains. Ces derniers pourront procéder à une deuxième pression afin d'obtenir de l'huile commercialisable au Maroc. En effet, le grignon qui résultera de la trituration au GBM aurait alors encore un potentiel d'exploitation de l'ordre de 2 %.

L'utilisation des rejets comme fertilisants n'est pas exclue. D'autant plus que cette technique permet d'augmenter la productivité et de limiter l'utilisation des engrais chimiques avec tous les inconvénients qui en découlent. Ce recyclage serait évidemment bénéfique en matière de développement durable dans ce secteur, agricole.

Pour ce qui touche au retour sur inves-

tissement, le GBM compte atteindre son point mort dans les quatre ans à venir ; « *la rentabilité viendra ensuite* », selon M. Grosbois.

Toujours au chapitre chiffres, l'unité de trituration est d'une superficie de 10 000 m². Sa capacité de production et de stockage est de 1 400 tonnes. Elle a été dimensionnée en fonction des 600 hectares de terres détenus par le GBM. À raison de 12 tonnes par hectare, la production annuelle de ces terres devrait s'élever à 4 200 tonnes d'olives. Le ratio de production d'huile d'olive étant de 16 % par rapport aux quantités d'olives utilisées. L'investissement en l'usine a coûté 32 millions de dirhams; celui en terres, 48 millions.



Nouveau

Aïn Ifrane®

Source de nature au quotidien

Eau de source naturelle

Aïn Ifrane

Représentative de la beauté paradisiaque de la région d'Ifrane, l'eau de source Aïn 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.

Amine Berrada, DG Compagnie chérifienne de chocolaterie

« L'ALIGNEMENT DU MAROC SUR LA LÉGISLATION EUROPÉENNE DU CHOCOLAT EST UNE ERREUR »

Fêtes de fin d'année oblige, la Compagnie chérifienne de chocolaterie s'apprête à commercialiser des produits adaptés et innovants. L'occasion de s'entretenir avec le DG, Amine Berrada, sur – outre l'innovation – les contrefaçon « classique » et « officielle », la confusion entretenue entre chocolat authentique et végécao, la place de l'emballage...

Propos recueillis par D. C.

À l'approche des fêtes de fin d'année, proposez-vous des produits spécifiques ?

Oui. Si vous avez en tête le marché des boutiques, nous avons des nouveaux produits. Sachant qu'une grande partie du chiffre d'affaires de nos boutiques est réalisé en fin d'année, avec des institutionnels, des grandes entreprises, qui font des cadeaux. Parmi les nouveautés que nous allons mettre sur le marché pour la fin 2010, il y aura des dattes fourrées ; des cartes de visite reproduites en chocolat pour certaines entreprises ; des collections à base de cuir, de daim, d'argenterie, etc.

Cela s'inscrit dans une dynamique générale d'innovation. Pour les autres gammes, nous avons une cadence de développement de l'ordre de deux-trois nouveaux produits par mois, hors boutique. Ce qui est, tout de même, assez ambitieux pour une entreprise de notre taille !

Comme de grands chocolatiers européens, vous déplorez la confusion qui est faite, volontairement ou non, entre chocolat authentique – à base de fève de cacao – et végécao – chocolat contenant des graisses végétales. Faut-il légiférer à cet égard, et donc agir au niveau de l'étiquetage alimentaire, pour que le consommateur sache le mieux possible à quoi s'en tenir ?



Le siège de la Société chérifienne de chocolaterie dispose d'un showroom.

Aujourd'hui, les législations marocaine et européenne sont, à ce niveau en particulier, les mêmes. Notre alignement en la matière est une erreur, cela en raison des écarts entre la règle et l'application.

« Les labo' ne peuvent vérifier le respect du taux maximal de 5 % de graisses végétales dans le végécao »

Il faut rappeler que le marché du chocolat, au Maroc, est dominé par le végécao. D'ores et déjà, en théorie, des produits végécao ne devraient pas se présenter sous des formes traditionnelles de chocolat. Sous forme de barre ou de tablette, c'est illégal, car cela prête à confusion chez le consommateur. Or la nouvelle régle-

mentation tolère l'introduction de 5 % de graisses végétales dans les produits, mais donc en complément du beurre de cacao. Nous avons désapprouvé ce changement de réglementation, les laboratoires marocains n'étant pas équipés pour contrôler le taux de graisses végétales et le déterminer précisément dans ce genre de « chocolat ». Cette problématique fait que, au Maroc, la réglementation, dans son application, va encourager la fraude, pérenniser davantage la confusion et, partant, tirer le marché vers le bas. À la base, face à la question beurre de cacao versus graisses végétales et aux coûts qui en résultent, le Marocain, contrairement à l'Européen, n'est pas un consommateur averti. D'ailleurs, l'acheteur local ne comprend pas pourquoi un produit présenté ou perçu comme du chocolat peut être ainsi trois fois plus cher qu'un autre.

En Europe, des labels « Pur beurre de cacao » ont été lancés au niveau de

l'étiquetage alimentaire, mais ce sont des industriels qui ont pris l'initiative. Au Maroc, il n'existe pas, aujourd'hui, de maturité du marché de la consommation pour que le vrai chocolat reçoive toute l'attention et tout le respect qu'il mérite.

L'emballage prend de plus en plus d'importance dans l'agroalimentaire. Qu'en est-il pour Aiguebelle et Tentation ?

Je vois deux tendances mondiales. D'une part, l'emballage prend de plus en plus de place, le chocolat étant un produit hédonique, la notion de plaisir prend une dimension plus importante que dans le cas d'autres produits. On consomme autant de chocolat, mais avec des emballages de plus en plus prestigieux.

L'autre tendance, écologique, veut que l'on consomme de moins en moins d'emballage.

Au Maroc, on est loin de la seconde considération. Sachant que le marché



L'atelier de chocolat artisanal Tentation, intégré au showroom, est nouveau ; des règles d'hygiène y sont appliquées.

est de petite taille : la consommation est, de fait dans les ménages, principalement celle de carreaux en vrac. De façon générale, le Maroc en est encore à la phase d'introduction d'emballage plus performant. Aiguebelle est dans cette tendance ; la gamme *Tentation* présente des emballages premium. Cela étant posé, il faudrait que l'industrie de l'emballage au Maroc se développe également, pour nous accompagner, nous, industriels.

Qu'apporte, concrètement, la recherche-développement aux produits et à l'essor de la Compagnie chérifienne de chocolaterie ?

Nous avons deux départements autonomes. Le premier est dédié au développement de nouveaux produits, qui est dans une logique d'innovation, de proposition au service Marketing. Le second se focalise sur les produits existants et l'optimisation des formules de procédés. Ces deux départements

sont en quelque sorte en état de saine émulation. De manière à maintenir la cadence de développement de nouveaux produits. L'enjeu étant, par ailleurs, d'être en permanence à l'écoute du marché des matières premières, pour ne cesser d'avoir de trouver des solutions de formulation adaptées au consommateur.

Êtes-vous satisfait des suites de la certification et de l'adoption du référentiel HACCP ?

Nous ne sommes jamais satisfaits, et nous ne nous reposons pas sur le *statu quo*. Nous sommes toujours dans une logique d'autocritique et de perfectionnement de nos procédés et de nos procédures. Cela implique, de la part de la hiérarchie, une sensibilisation permanente. Concernant l'apport de la certification et de l'adoption du référentiel HACCP, il est un fait que cela signifie l'optimisation de nos *process* ; l'entreprise est clairement gagnante : c'est un investissement rentable. Et ce, que ce soit en termes de motivation ou de coûts en finalité. Ainsi, il y a moins de déchets, une prise de conscience des ouvriers et du personnel en général quant à l'importance des enjeux, beaucoup plus de vigilance et de rigueur. Or la rigueur paie !

« Un travail remarquable a été fait par la Douane avec une commission interministérielle pour s'attaquer à la contrebande "officielle" »

Continuez de souffrir de la contrebande « classique » ?

Malheureusement, oui. Les produits écoulés par cette contrebande représentent une grosse part du marché. Certains produits de contrebande ne sont fabriqués que pour le marché marocain.

La Douane a-t-elle solutionné totalement le problème de la contrebande que vous qualifiez d'« officielle » ?

Un travail remarquable a été fait par la Douane, avec la collaboration de toute une commission interministérielle regroupant le Commerce et l'Intérieur, le Commerce extérieur, les Changes, les Impôts. Elles se sont attaquées à la contrebande « officielle », que l'on appelle aussi *sous-facturation*. Cela a eu pour résultat de limiter les dégâts pour cette année.

Mais ce travail correspond aussi à une conjoncture opportune : le gouvernement s'est mobilisé parce qu'il existe aujourd'hui un réel problème de balance commerciale, de couverture des changes largement diminuée – passée d'une durée de plus d'un an à moins de six mois. Ce déficit commercial, conjugué à la baisse des investissements directs étrangers et du rapatriement des devises des MRE, fait que le Maroc n'a presque plus les moyens d'importer.

Ce que nous demandons, c'est que cette mobilisation de l'État se perpétue, que cette commission interministérielle continue à être active de façon à surveiller le marché durablement. Je suis plutôt optimiste à cet égard.

Y a-t-il une sorte d'effet de vases communicant, du fait que l'une des deux formes de contrebande est freinée, au contraire de l'autre ?

Tout à fait. Nous avons constaté que le recul du phénomène de sous-facturation a contribué à l'accroissement de celui de la contrebande « classique » ces derniers temps. Cette contrebande-là est issue de deux villes : Sebta et Mellilia, alors que la contrebande « officielle » provient du monde entier.

Quelle proportion de votre chiffre d'affaires représente l'export ?

Après avoir dépassé les 10 %, notre chiffre d'affaires a régressé, en raison de la fluctuation des monnaies. L'export se faisant au coût marginal, nous favorisons nos capacités de marché locales lorsque nous avons à faire un choix.



Section conditionnement des lentilles de chocolat dragéifiées Sweeties.

Nous avons doublé nos capacités en l'espace de trois ans d'investissement soutenu. Ce qui nous procure une force de frappe pour exporter de façon bien plus agressive. Ainsi, pour les trois prochaines années, l'augmentation de notre chiffre d'affaires à l'export pourrait grimper jusqu'à 30 % du total.

Et en termes de ventilation géographique, quels chiffres...

La grosse part de marché à l'export est la région Afrique du Nord / Moyen-Orient et concerne la marque Aiguebelle.

En Afrique subsaharienne, nous avons exporté, mais c'est un marché plus difficile – voire un marché de niche –, car la consommation de chocolat n'est pas vraiment adaptée à ces pays chauds. En Europe, nous sommes présents sur le créneau du générique. Dans la

grande distribution, on trouve nos produits sous forme de MDD. Enfin, nous fabriquons, pour certains marchés, du chocolat *cashier*.

Est-ce qu'une petite part de ce type de chocolat est réservée au marché marocain ?

Non, pas du tout.

La Compagnie chérifienne de chocolaterie est aussi la première entreprise marocaine à avoir lancé une gamme de bonbons sans sucre et fabriqués localement...

Ce fut une erreur, dans la mesure où le marché n'était pas mûr. Nous avons constaté que cela demandait de consentir des efforts disproportionnés par rapport au potentiel local. Nous avons alors décidé de nous recentrer sur notre métier de base, le chocolat.

MICROCRÉDIT, MICROBANCASSURANCE : INSTRUMENTS D'AVENIR DE L'AGRICULTURE

Le Crédit agricole du Maroc a coorganisé le récent Congrès international sur le financement rural et agricole. Objectif de cette III^e édition : mettre en avant le rôle majeur des institutions financières dédiées, notamment dans la création et l'accroissement des richesses en milieu rural.



Pour lutter contre la pauvreté dans nos campagnes, la microassurance-récolte est cruciale.

De nos jours, la donne agricole est mondiale. Evolution démographique rapide – surtout dans les pays du Sud –, changement climatique, chiffres record des cours de produits agricoles... autant d'éléments qui poussent à réagir. Aussi les observateurs estiment-ils qu'il est plus que jamais nécessaire, voire pressant, d'investir dans l'agriculture, et de repenser le rôle des institutions de la finance et microfinance rurales. Et ce, d'autant plus que la plupart des pauvres sont situés dans les campagnes, y compris au Maroc, où la part de l'agriculture dans le PIB s'élève à plus de 16 %.

Le III^e Congrès international sur le financement rural et agricole, qui s'est tenu à Marrakech fin octobre (après l'édition de 2007 à Bangkok), a donc constitué une opportunité de réflexion de la part des opérateurs du secteur des quatre coins du globe, en vue de

mettre en évidence les synergies possibles et ce, à travers l'échange et la mutualisation des expériences des uns et des autres.

Cette manifestation a accueilli plus de 300 participants, constitués de hauts dirigeants des institutions et organismes de financement dédiés au monde agricole et rural, des représentants des institutions

financières internationales telles que la Banque mondiale, l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le Fonds international de développement agricole (Fida) et la Confédération internationale du crédit agricole (Cica).

Les travaux du congrès ont démarré une présentation de l'économie du Maroc, sa stratégie agricole, le plan Maroc vert,

Un congrès Sud-Sud

Le III^e Congrès international sur le financement rural et agricole est une initiative conjointe de Crédit agricole du Maroc et de la Nenarca, laquelle rassemble les institutions de crédit dans cette région qui traitent directement ou indirectement avec des opérations de crédit pour l'agriculture. Participaient également à ce congrès la Cica, qui unit les banques et autres organismes engagés dans le financement de l'agriculture et du secteur rural ; l'Africa,

association des banques centrales, des banques commerciales, des banques agricoles, des institutions de microfinance et des programmes nationaux impliqués dans le financement du développement agricole et rural en Afrique ; l'Alide, association des institutions financières latino-américaines pour le développement ; l'Apraca, association des institutions de crédit agricole et rural de l'Asie et du Pacifique.

Ils ont déclaré...

☛ Tariq Sijlmassi, pdt du directoire du groupe Crédit agricole du Maroc

« Nous avons toutes les solutions du monde pour une agriculture prospère. [...] Au Crédit agricole, en termes de ligne de crédit pour les petits agriculteurs, nous espérons, pour les années à venir, débloquer une enveloppe de 5 milliards de dirhams et atteindre une centaine de milliers de personnes. On travaille sur plusieurs programmes dont le *Millennium Challenge Account* [...] Concernant l'aspect formation, il faut que, dans le monde rural, il y ait, notamment parmi les jeunes diplômés, des gens qui s'installent pour être des experts dans tous les domaines qui ont trait à l'agriculture, pas simplement le financement : des experts en techniques culturales, d'irrigation, d'analyse des sols... »



☛ Jean-Luc Perron, délégué général de la Fondation Grameen Crédit agricole



« La crise a sonné comme un rappel utile pour renforcer le cadre réglementaire du microcrédit, mettre un frein à certaines dérives, consolider les institutions souvent trop petites et diversifier le modèle de la microfinance [...] La microassurance connaît un fort essor sous sa forme la plus simple, à savoir l'assurance-décès attachée au crédit. Mais des produits plus complexes sont en cours de développement pour pallier l'absence de système de protection contre les aléas de la nature – assurance-récolte. [...] La mise en place de systèmes de microassurance-récolte dans les pays en développement est cruciale pour le succès des Objectifs du millénaire [...] La microbancassurance reste à inventer, mais c'est une innovation qui serait une puissante contribution à la lutte contre l'insécurité alimentaire »

qui ambitionne de renforcer la compétitivité de l'agriculture marocaine tout en préservant l'activité et le revenu des petits agriculteurs. L'un des clés du financement rural et agricole, ici comme ailleurs, réside dans le microcrédit.

On estime aujourd'hui à 154 millions le nombre d'emprunteurs actifs en microcrédit – dont 71 % sont des femmes – à travers le monde, et à 64,8 milliards de dollars l'encours de microcrédit. Il existe 122 vecteurs d'investissement dédiés aux institutions de microfinance, dont l'encours s'élève à 8,2 milliards de dollars. Or ces vecteurs permettent de drainer un investissement socialement responsable vers des institutions de microfinance, qui ont démontré rigueur de gestion et forte discipline de remboursement des crédits.

Cela étant posé, la crise financière et économique a touché le secteur de la microfinance de façon variable suivant les régions, le degré de maturité des institutions et la qualité du cadre réglementaire local. Au Maroc, « le caractère très local des

institutions, leur faible intégration dans le système financier global et les règles de gestion en place ont préservé le secteur de la microfinance de tout phénomène de contagion ou de risque systémique », a confirmé Jean-Luc Perron, spécialiste de la microfinance dans une fondation de la maison-mère du Crédit agricole.

Thermo
SCIENTIFIC
DISTRIBUTOR

SIDIME

Détecteur de métaux
Le détecteur au monde (Bobine)

Trieuse Pondérale
outil idéal pour récupérer vos manques à gagner

Balance Electronique
Conçue au sol 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

COMMENT L'EMBALLAGE INTÈGRE LA NOTION DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

À l'approche du salon parisien Emballage 2010, dont le fil rouge sera « Emballez intelligent », le point sur la croissante prise en considération du développement durable par ce marché. Tendances dans laquelle s'inscrivent l'écoconception, la recherche de nouveaux matériaux, le recyclage...

D. C.

Photos salon Emballage



Emballage biodégradable.

Le ralentissement économique mondial a obligé producteurs et utilisateurs à rendre leurs emballages encore plus efficaces, valorisant en cela les solutions mises en place pour réduire l'impact environnemental des produits et procédés. Indispensable à la vie quotidienne, l'emballage recèle d'importantes opportunités

pour les entreprises de conditionnement, pour améliorer le profil environnemental de leurs produits et la réduction des poids des emballages est un phénomène prégnant.

Normalisation

Le défi est de poursuivre cet allègement sans préjudice pour la perfor-

mance des emballages obtenus. L'Europe a ouvert le chemin pour l'emballage et l'environnement dès 1994, et le train est bel et bien en marche. De l'écoconception à l'analyse du cycle de vie plus controversée, le développement de l'emballage devient de plus en plus durable. Ainsi, les normes émises par le Comité

européen de normalisation (C.E.N.) pourraient bien servir de base à des normes internationales. C'est en tout cas la suggestion faite lors de la réunion ISO qui, en décembre dernier, amis en synergie à Stockholm plus de 70 délégations et qui a entériné la création d'un nouveau sous-comité ISO *Packaging and Environnement*.

Le marché mondial démontre bien que les industries de l'emballage et du conditionnement sont portées par le développement durable d'emballages écoconçus. Ce marché mondial des emballages respectueux de l'environnement devrait avoir doublé d'ici à 2014 (170 milliards) par rapport à 2009. Le défi global est de préserver et d'améliorer la fonctionnalité de l'emballage tout en l'écoconcevant. Et c'est d'ailleurs ce qui transparaît au travers des 7 R du Packaging. Une formule définie par le leader mondial de la distribution : *remove, reduce, recycle, renew, revenue, and read*.

En 2005, les emballages plastiques biodégradables représentaient 0,8 % du tonnage des emballages plastiques mis sur le marché européen. D'ici à 2015, ils pourraient représenter de 5 à 10 % de ceux-ci. Les retombées de la recherche sur les bioplastiques pourraient offrir une alternative au « tout-pétrole ». En juin 2009, Nestlé, L'Oréal, Arkema, PSA Peugeot Citroën et Schneider Electric ont inauguré avec l'École des mines de Paris une chaire d'enseignement et de recherche consacrée aux bioplastiques. Objectif : créer les plastiques du futur à base de matériaux issus de ressources naturelles et renouvelables n'entrant pas en compétition avec la production agroalimentaire (bioplastiques de 3e génération).

Mutualisation

Reste au CEN TC 249 à confirmer la terminologie liée aux bioplastiques et à proposer un marquage approprié basé sur une quantification objective et normalisée de la teneur en matériau biosourcé, c'est-à-dire la part renouvelable d'un plastique, comme



Poursuivre l'allègement de l'emballage est l'un des défis du secteur.

cela est pratiqué aux États-Unis par la datation au carbone 14. Enfin, la mutualisation, levier prioritaire du développement durable, se met en place dans la gestion des flux. Carrefour rejoint ainsi le groupe des entreprises ayant mis en place des expérimentations réussies et des pilotes intéressants pour diminuer l'empreinte carbone du transport de leurs produits et marchandises.

Outre les mesures préventives relatives à l'écoconception des emballages et les mesures correctives concernant la fin de vie des déchets d'emballages, les actions mises en place par les entreprises productrices et utilisatrices d'emballages concernent également les investissements dans les outils industriels et les machines aux fins de limiter tout type de rejet.



Dans le secteur agroalimentaire, du moins à l'échelle mondiale, la donne de l'environnement change les mentalités en profondeur.

Industries fortement utilisatrices d'emballages, l'agroalimentaire et le marché des boissons souhaitent répondre aux attentes de leurs consommateurs, de plus en plus sensibles à la cause de la nature et qui intègrent désormais, et de plus en plus, la composante « environnement » dans leurs actes d'achats.

Pour cela, ces industries incorporent aujourd'hui l'aspect « développement durable » dans le cahier des charges qu'ils imposent à leurs fournisseurs. Ces mêmes engagements se retrouvent également au niveau des distributeurs pour leurs produits à marque propre (MDD).

Prix bas demandés

La crise économique a renforcé la demande de prix bas dans les produits de consommation courante.

Cela se traduit par un réinvestissement des différentes enseignes de distribution sur des gammes de produits alimentaires « premiers prix » et le développement du circuit du maxidiscount. Dans ce contexte, la

demande se porte sur des *packagings* simples et parfaitement rationalisés.

La crise a également eu pour conséquence de remettre en question une certaine idée de la société de consommation auprès des consommateurs et d'introduire une distanciation, voire une certaine méfiance, vis-à-vis des marques. À ce désir de « moins consommer », les industriels doivent répondre en restaurant une relation de confiance entre le consommateur et les marques, et rendre des comptes (santé, environnement, programmes sociaux...) afin de réenchanter l'acte d'achat. Plus que jamais, l'emballage devient un outil de communication directe auprès du consommateur.

Cette remise en question de la société de consommation s'exprime également auprès des consommateurs par le désir de vivre autrement, c'est-à-dire le refus du nivellement et de l'uniformisation dans l'acte d'achat. Nécessité pour les industriels et leurs marques d'affûter leur positionnement mercatique et de proposer des produits de niche. L'emballage doit ici jouer tout son rôle de différenciation. Les modes de vie évoluent vers une société beaucoup plus visuelle et

tactile. Le consommateur, à l'image de son téléphone portable multimédia, souhaite une utilisation intuitive et très simple des emballages. C'est l'ère du « zéro corvée » : l'emballage doit à la fois être ergonomique pour favoriser la prise en mains et permettre une restitution rapide et facile du produit. Ce qui requiert, de la part des industriels de l'emballage, des réponses.

L'industrie de l'emballage se trouve aujourd'hui au carrefour de différentes tendances sur le marché de l'agroalimentaire, qui peuvent apparaître parfois contradictoires. À la forte demande d'emballages plus respectueux de l'environnement, les industriels doivent également répondre à une attente de prix, fournir un emballage support d'informations de proximité, de différenciation en termes de volume et de graphisme ou de source d'innovation.

Toutes ces stratégies sont mises en œuvre de longue date au sein de l'industrie de l'emballage, et cela au niveau de l'ensemble des matériaux, mais elles prennent une acuité particulière en ces périodes de crise et de « postcrise ».

La réglementation, mise en place depuis les années 1990 à partir des pays nordiques, aboutit à une démarche d'écoconception dans la mise au point de nouveaux emballages, intégrant à la fois une analyse globale de l'ensemble du cycle de vie du produit et la mise en œuvre de divers leviers techniques (évolution du matériau, évolution des technologies servant à l'élaboration du matériau, etc.).

Concrètement, cette démarche d'écoconception se traduit par trois aspects. D'abord, l'allègement du poids des emballages : que ce soit la bouteille en verre ou en plastique, la boîte de conserve, le pot de yaourt ou l'étui carton, le poids unitaire a été réduit de manière très significative.

Ensuite, ce sont l'amélioration de la recyclabilité des emballages en favorisant l'utilisation de monomatériau ; la séparabilité des différents matériaux de l'emballage ; l'expansion des



filières de recyclage, l'accroissement de la réutilisation de matériaux recyclés dans la production de nouveaux emballages...

Enfin, cela touche au développement de matériaux biodégradables et/ou de biomatériaux (matériaux issus de matières renouvelables).

Analyse de la valeur

Afin d'assurer à leurs clients des emballages compétitifs, les industriels

de l'emballage ont mis en œuvre une analyse de la valeur depuis de nombreuses années : l'utilisation au plus juste de la matière, le développement d'emballages standards, un emballage simplifié mais performant...

Ergonomique, pratique, ouverture facile, refermeture, aide à l'utilisation ou à la mise en œuvre du produit, à sa conservation, le *packaging* fait de plus en plus partie intégrante du produit.

Dernier *medium* avant l'achat, le

packaging doit plus que jamais informer le consommateur. Au-delà des informations légales qu'il doit obligatoirement mentionner, le *packaging* a aujourd'hui la nécessité d'informer sur la santé, sur l'origine des produits, sur l'histoire du produit ou de la société qui le fabrique (*story telling* de marques comme *Alter Eco* dans le commerce éthique, *Michel & Augustin...*), etc. L'emballage sert ainsi de relais au site Internet de la marque.

LE plus GRAND BANC de poissons du MARCHÉ SEAFOOD

Une différenciation à travers les formes d'emballages sur un marché global
Impress est le leader mondial des emballages métalliques en aluminium et en acier sur le marché du seafood avec une gamme de couvercles standards, à ouverture facile et Easy Peel®. Impress offre des emballages ronds et de forme à travers ses sites de production dans le monde pour fournir les marchés locaux. 100% recyclable, le métal est le matériau d'emballage le plus respectueux de l'environnement. Grâce à ses atouts, le métal est le matériau d'emballage du 21^{ème} siècle.

Impress Morocco, ZI Sapino/Nouaceur, 20490 Mediouna, Casablanca, t : +21 25 22 536 300, e : laurent.cordier@ma.imp-group.com, www.impressgroup.com

L'ALIMENTAIRE DE DEMAIN, SELON LE SIAL 2010

Le Sial est la plus importante rencontre professionnelle agroalimentaire au monde en 2010, puisqu'il réunit l'ensemble des acteurs du marché, issus des secteurs de la distribution, de la restauration hors domicile, de l'import/export et de l'industrie. Aperçu des produits innovants ou tendance primés par le salon, à travers cinq exemples.



Source : Sial

Croc' légumes de Pâtisserie des Flandres

Gaufrettes aux légumes riches en fibres.
Au moins 50 % de légumes.
62 calories par portion.

- **Sélectionné par le comité pour** : la composition très riche en légumes de ce biscuit/en-cas et l'alliance réussie des ingrédients
- **Tendances** : végétarisme ; médical ; nomadisme
- **Type d'innovation** : recette, composition ; emballage, conditionnement ; positionnement mercatique, merchandising
- **Variétés / Parfums proposés** : Carottes & cumin ; Betterave & échalote
- **Conditionnement - poids** : pack, Flow Pack, boîte – 75 g
- **Conservation** : 9 mois dans un endroit frais et sec
- **Date de mise sur le marché** : septembre 2010
- **Marché(s) de destination** : GMS ; maxidiscompte ; épicerie fine ; commerce de détail ; restauration ; magasins diététiques ; cavistes
- **Pays** : France



Cristaux d'huiles essentielles de Florisens

Cristaux d'huiles essentielles biologiques à cuisiner.

- **Sélectionné par le comité pour** : la texture « cristaux » pour des huiles essentielles, à utiliser par le consommateur et le restaurateur
- **Tendances** : sophistication ; naturalité ; variété des sens ; écologie
- **Type d'innovation** : recette, composition ; technologie, procédé de fabrication : emballage, conditionnement ; positionnement mercatique, merchandising
- **Variétés / Parfums proposés** : Basilic ; Fenouil ; Cardamome ; Bergamotte ; Ronde d'agrumes ; Cannelle ; ylang-ylang ; Géranium Bourbon ; Menthe
- **Conditionnement - poids** : bocal – 20 g
- **Conservation** : 730 jours dans un endroit frais et sec
- **Date de mise sur le marché** : juin 2010
- **Marché(s) de destination** : épicerie fine / commerce de détail – B to B (vente à d'autres industriels agroalimentaires) ; restauration ; magasins diététiques ; magasins bio ; vente par correspondance ou à distance ; vente à emporter
- **Pays** : France



Récréasun de Triballat Noyal

Préparation aromatique pour donner goût et croquant au yaourt.
En dosettes individuelles.
Produit vendu exclusivement sur Internet.

- **Sélectionné par le comité pour** : le nouveau geste qui permet de jouer sur le goût et la texture du yaourt
- **Tendances** : variété des sens ; manipulation produit
- **Type d'innovation** : recette, composition ; positionnement mercatique, merchandising
- **Variétés/parfums proposés** : Biscuits et agrumes ; Amandes caramélisées et fèves de cacao ; Cerises acidulées et éclat d'amandes ; Pomme et croquants de pain d'épices ; Chocolat caramel au sel de Guérande
- **Conditionnement - poids** : étui et sachets – 100 g
- **Conservation** : 3 mois dans un endroit frais et sec
- **Date de mise sur le marché** : avril 2010
- **Marché(s) de destination** : vente par correspondance ou à distance ; Internet
- **Pays** : France



Tatratea Karloff Tatra Distillery

Liqueur de thé aux extraits de fruits et d'herbes.
En bouteille sophistiquée opaque.
À consommer avec des glaçons, dans un thé chaud ou en cocktail.

- **Sélectionné par le comité pour** : le mélange d'ingrédients naturels et innovants et la diversité d'usage
- **Tendances** : sophistication ; variété des sens
- **Type d'innovation** : emballage, conditionnement ; positionnement mercatique, merchandising
- **Variétés/parfums proposés** : Tatratea 32 % citron ; Tatratea 42 % thé blanc et pêche ; Tatratea 52 % thé noir ; Tatratea 62 % fruits des bois ; Tatratea 72 %
- **Conditionnement - poids** : à l'unité ; bouteille ; étui - 1,4 kg
- **Conservation** : 5 ans dans un endroit frais et sec
- **Date de mise sur le marché** : février 2010
- **Marché(s) de destination** : GMS ; maxidiscompte ; épicerie fine ; commerce de détail ; restauration ; vente par correspondance ou à distance
- **Pays** : Slovaquie



Icewich - Sushi Ran BV de Ricewich

Sandwich de riz où le pain est remplacé par un mélange de riz collant, de riz brun et de riz pour sushi.
Présenté dans une coque plastique avec sachet de sauce.
À consommer froid ou chaud (en le passant 30 sec au four à micro-ondes).

- **Sélectionné par le comité pour** : la proposition d'un substitut au pain
- **Tendances** : variété des sens ; manipulation produit
- **Type d'innovation** : recette, composition ; positionnement mercatique, merchandising
- **Variétés/parfums proposés** : Tatsuta (poulet rôti) ; Kakiage (légumes frits) ; Tempura Ebi (crevettes frites)
- **Conditionnement - poids** : à l'unité, soit 138, 145 ou 160 g
- **Conservation** : 7 jours entre 2 et 6° C
- **Date de mise sur le marché** : juin 2010
- **Marché(s) de destination** : GMS ; maxidiscompte ; épicerie fine ; commerce de détail ; restauration ; magasins bio ; vente à emporter
- **Pays** : Pays-Bas



Source : Sial

Le Maroc distingué pour ses saveurs

Moment phare en marge du Sial, la cérémonie parisienne de remise des prix « Saveurs de l'année » a mis le Maroc et son secteur agroalimentaire sous les feux de la rampe. En effet, deux des récipiendaires étaient marocains.

Peu connu sur le marché – marocain, du moins –, *Tajini* a été distinguée dans la catégorie « Épices & conserves ». Ce qui est une première, au niveau marocain, dans cette catégorie. L'autre récompense a été remise aux *Domaines*, pour sa mandarine Nadarcott Afourer, dans la catégorie « Fruits & légumes ».

Ces deux produits *made in Morocco* peuvent ainsi arborer le logotype *Saveurs de l'année 2011* durant une année. De quoi leur donner un joli coup de promo' sur le marché européen et, par effet de résonance et de fierté, sur le marché marocain. Davantage de détails dans notre prochain numéro.



Fatim-Zahra Naïmi, DG Tajini.

LES ORANGES, C'EST BON POUR L'HOMME... ET LA NATURE ?

Des pistes de réflexion pour des orangers au service d'une économie dite verte. C'est ce qui ressort d'une observation attentive de tout ce qui a trait à ces arbres et à leurs fruits, dont de nombreuses variétés ont été abandonnées.



L'étendue des orangeries en Méditerranée de l'Ouest est trompeuse : on pourrait penser que la culture de ce fruit est une ancienne tradition dans notre région, mais, à la vérité, son histoire ne remonte qu'à deux cents années, pour l'Espagne. Selon des sources historiques, jusqu'à 1781, l'orange est utilisée uniquement de façon ornementale ou pour marquer une limite entre deux jardins. En cette année particulière, le prêtre Monzó a lancé la première plantation de Bassa del Rei à Carcaixent.

Cette expérience a été un tel succès que la culture des oranges a rapidement pris son essor, apparaissant comme alternative à de nombreuses cultures qui ont subi des crises consécutives : céréales, raisins... Tout au long du XXe siècle, les oranges de Valence ont vécu un grand moment, aidées par les exportations vers des pays comme les Pays-Bas et la Belgique.

L'entrée en lice du Maroc et de la Turquie

Cependant, à la fin du siècle dernier, la récolte d'oranges est entrée en

crise, est ce, en raison de plusieurs facteurs. La libéralisation du marché a permis l'entrée en Europe pour moins cher les oranges en provenance de Turquie et le Maroc, et parfois l'hémisphère Sud. En outre, ces variétés sont plus précoces et saturer le marché plusieurs mois avant la récolte espagnole. Aujourd'hui, les vastes champs d'orangers ne sont guère collectés ou utilisés par un agriculteur pour lequel il est plus coûteux de recueillir l'orange que de la vendre. De Denia à Valence, on assiste au triste spectacle des orangeries



plein de fruits pourris ou jetés dans les champs au cours des années de crise comme celle en cours actuellement que celle qui nous touche aujourd'hui et qui signifie l'appauvrissement de nombreuses familles. Dans cette situation, quelles alternatives peuvent fournir les orangers pour une économie verte ? Nous avons l'habitude d'associer les expressions « économie verte » et « emplois verts », exclusivement au domaine des énergies renouvelables. Rien ne serait être plus éloigné de la réalité que cette vision réductrice. L'économie dite verte est l'ensemble des occasions d'affaires ou d'emplois que l'on peut développer dans une économie durable, pour aider à réduire la consommation d'énergie, les émissions de gaz à effet de serre, ou éliminer les déchets ou la pollution, et à protéger ou à restaurer les écosystèmes et la biodiversité.

Cela ouvre un vaste champ de possibilités. Nous ne devons pas nous borner aux moulins à vent. De nouvelles pistes de création de valeur peuvent être explorées. Dans le secteur de l'agriculture à Valence, l'une de ces possibilités pourrait être de collecter nos fleurs d'oranger.

L'économie traditionnelle appliquée à l'orange de Valence s'est focalisée sur l'amélioration des machines de récolte pour réduire le coût de collecte, ainsi que la recherche sur les variétés précoces. Cependant, la plupart des plantations d'orangers sont trop petites pour justifier le recours à la mécanisation des récoltes.

Diversifier les cultures

La diversification des cultures peut être, par conséquent, l'une des clés. Dans le sud de la France, la culture de la lavande est un élément essentiel de l'agriculture. Nous parlons ici de plus de 1 000 tonnes de production et d'un chiffre d'affaires dépassant les 18 millions d'euros par an. Sans parler des avantages pour les producteurs et les commerçants qui ont créé une multitude de produits autour de la figure de la lavande. N'importe qui en France, par exemple, connaît la conception de nappes de Provence, qui puise sa source d'inspiration dans les fleurs sauvages célèbres. Il ya plus de 30 espèces de lavande, et les prix du marché sont très variables suivant la qualité du produit.. La fleur d'oranger est connue pour



ses vertus. Elle est calmante et relaxante, délicate l'odeur est délicate, une fois distillée. Cette huile essentielle peut même servir à la pâtisserie et à la confiserie. En outre, l'orange n'est pas la seule culture dans le domaine des propriétés curatives. Cerises, amandes, raisins, olives et figues sont d'autres produits de la terre qui pourraient avoir un rendement beaucoup plus élevé s'ils étaient cultivés biologiquement, utilisés dans la création de produits cosmétiques locaux, ce qui se traduirait par la création d'un travail de création de valeur à l'échelle de la région. La généralisation de l'orange comme monoculture au début du XIXe siècle a provoqué l'abandon de nombreuses variétés locales des écosystèmes méditerranéens. Divers produits typiques, tels que les courges et les citrouilles, les melons et les pastèques, l'ail, artichaut, les feuilles, et les différents types d'herbes comme le thym et le romarin, sont réintroduits. Pour créer des emplois dits verts, il suffit de changer le regard sur notre environnement le plus proche, en s'appuyant sur nos produits et entreprendre de nouveaux projets.



SUKARI

PRODUCTEUR : SUCRUNION
DESIGNATION : SUCRE SEMOULE
BLANC
POIDS : 1 KG
PRIX MARCHÉ TTC: 8,40 DH

Huile de Table Afia

Fabricant : Savola Morocco.
Caractéristique Générales : Huile de table
surchoix
Composition : Soja (95%), Mais (5%),
Provitamine A
Volume net: 1L
Prix :14,00 DH



Vital Antiox

Nectar D'orange, carotte et mangue.
A base de concentré. Avec édulcorants.
Teneur en jus minimum : 40% fruit et
11% carottes.
Contient une source de phénylalanine.
Ingrédients : Eau, jus d'orange (20%),
lime et citron, à base de concentré,
régulateur d'acidité : acide citrique, an-
tioxigène : acide ascorbique, édulcorants :
aspartame et acesulfame K.
Fabricant : Compal
Poids net : 1L
Prix de vente : 26.95

Moutarde de Dijon

Fine et forte
Composition :
Eau, graines de moutarde, vinaigre 20%,
sel, acidifiant, acide critique, épaississant,
gomme xanthane, conservateur : E224.
Fabricant : Amora
Poids net : 265g
Prix de vente : 21.20



Nido

Lait de Croissance
Composition : lait écrémé, sirop de
maïs, huiles végétales, sucre, graisse
lactique, miel, oléine de palme,
oligofructose, inuline, carbonate de
calcium, lécitine de soja, vitamines,
taurine, sulfure ferreux, culture de
L, Paracasei, sulfate de zinc.
Fabricant : Nestlé
Poids : 400 g
Prix : 25.5 DH

Trofeo Ananas

Boisson d'ananas Disfruta
Eau, jus concentré de
fruits, sucre, acide critique,
antioxydant, acide
ascorbique, ciclamate et
saccharine.
Variétés : orange, pêche,
poire, ananas, et mix de
fruits
Volume : 1L
Prix : 7.95 DH



Jus de tomate

Composition :
Jus de tomate et sel
Fabricant : Juver
Poids net : 1L
Prix de vente : 13.50



Mazine

Eau de table
Composition :
Sodium 52.00, Potassium
1.00, magnésium 9.72,
calcium 11.22, Chlorures
: 88.75, Bicarbonates :
42, 70, Sulfates : 20.55,
Nitrates : 3.42
Poids net : 150 cl
Prix de vente : 3.40



France

Oeufs de caille

Les œufs cuits écalés.
Poids : 110g
Prix : 2,90 € les 12 œufs



France

Eau Badoit

Bouteille collecter en
verre en série
limitée pour les fêtes.
Calcium 190mg/l
Magnésium 85mg/l
Bicarbonates 1300mg/l
Sodium 165mg/l
1 litre
Prix : 3 €



Emirates Arabes Unies

RANI float

jus de fruit naturel avec morceaux : ba-
nane-fraise, orange, mange, ananas, pêche
Poids : 24 cl
Prix : 6,85€ le pack de 24



Hong-Kong

Kit Kat

Protéines : 7.66 g
Lipides : 26.4 g
Glucides : 61.34 g
Fibres alimentaires
: 1.48 g
Poids : 45g

France

Pistaches grillées salées

Amandes et noisettes décortiquées
en sachet.
Composition (ajout) : Pruneaux,
abricots, dattes, figues, raisins et
cerneaux de noix bio.
Fabricant : Maître Prunille
Poids : 500 g
Prix : 3.02 €



France

Eau Evian

Calcium : 78 mg/L
Bicarbonates : 357
mg/L
Magnésium : 24
mg/L
Chlorures : 4,5
mg/L
Sodium : 5 mg/L
Sulfates : 10 mg/L
Potassium : 1
mg/L
Silice : 13,5 mg/L
Fluor : 0,12 mg/L
1 Litre



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 Ghandi - Résidence Alami - Casablanca - Tél : 7 Fax : 105 22 94 86 17 - Gsm : 06 61 18 90 11
Email : contact@aromes-co.com - Storeinfo : www.aromes-co.com

LABORATOIRES : COMMENT ON SE FAIT ACCRÉDITER

Le Laboratoire Charles-Nicolle Environnement & sécurité alimentaire, qui a bénéficié dernièrement du maintien de l'accréditation NM ISO / CEI 17025 version 2005, est bien placé pour livrer une approche – vécue – de démarche d'accréditation d'un laboratoire, tout spécialement celui qui opère pour les secteurs agroalimentaire, CHR et distribution.

DR AZZEDDINE ENNACHACHIBI, ADMINISTRATEUR
LABORATOIRE CHARLES-NICOLLE (CASABLANCA), & COLLABORATEURS LCN

L'accréditation, c'est l'augmentation de vos performances, l'efficacité de vos processus, une compétitivité accrue, une pérennité et la maîtrise de votre système qualité. Le contexte réglementaire actuel laisse une très large initiative à chaque entreprise agroalimentaire pour fixer, dans le cadre de ses autocontrôles, des plans d'échantillonnages et des critères adaptés au contexte technologique. Cette tâche s'avère être, en réalité, très difficile, et les choix effectués paraissent parfois manquer de pertinence. L'industrie agroalimentaire a ainsi souvent recours au laboratoire. Pour optimiser ce recours, il convient de replacer cet « outil technique » à sa juste place, en identifiant son intérêt mais aussi ses limites, afin de proposer des principes généraux, une stratégie pertinente d'emploi des examens de laboratoire, adaptée aux contraintes de la production industrielle. L'évolution des démarches applicables à l'hygiène des aliments a eu pour conséquence majeure la mise en place de systèmes d'assurance qualité, avec une surveillance continue au cours des différentes étapes de l'élaboration des denrées. Des paramètres technologiques permettent le pilotage des procédés pour une détection rapide de tout dysfonctionnement et une correction avant d'avoir atteint le seuil de non-conformité.



Photos LCN ESA

Afin de s'assurer eux mêmes de la qualité de leurs produits et avoir la confiance des consommateurs, les entreprises doivent fonder leur choix sur l'analyse des dangers, établir une stratégie pour lutter contre le « toujours plus », vérifier le système en permanence, optimiser le recours au laboratoire. L'accréditation devient alors un élément incontournable d'une assurance qualité guidée par une normalisation du système. L'État est le principal maître d'œuvre des travaux de normalisation et de promotion de la qualité. La participation du secteur privé reste limitée dans le cadre des comités. Et,

d'une manière générale, ces activités ne touchent pas l'ensemble des secteurs économiques, en raison principalement de la non-participation des principaux intéressés au niveau de la politique de normalisation et de la qualité, faute d'une structure institutionnelle qui le permet. Avec la loi 12.06, sur la normalisation, la certification et l'accréditation, le système national se consolide et va être étendu pour couvrir d'autres secteurs, tels que les laboratoires d'analyses de biologie médicale, les organismes d'inspections et les organismes certificateurs. Ce système d'accréditation, qui est

une composante de l'infrastructure qualité sur le plan national a pour but la garantie de la qualité des produits et la sécurité du consommateur, par la mise à disposition du gouvernement et des parties intéressées, d'un organe officiel de reconnaissance de la compétence des différents organismes d'évaluation de la qualité. Pour l'obtention d'une accréditation d'un laboratoire agroalimentaire il faut définir des lignes directrices, comportant certains documents indispensables à la mise en oeuvre de tout le système.

• Manuel qualité Politique qualité

Le manuel qualité comporte en premier lieu la politique qualité définie par la direction, qui s'engage à se conformer à la norme internationale NM ISO / CEI 17025 - 2005 et à impliquer une équipe de collaborateurs compétents et qualifiés, en vue d'assurer le bon fonctionnement du laboratoire.

LCN ESA : fiche technique

Le Laboratoire Charles-Nicolle Environnement & sécurité alimentaire (LCN ESA) est un laboratoire indépendant accrédité ISO/CEI 17025 (accréditation : MCI/CA/AL 37/200). Le LCN ESA intervient dans le domaine de l'hygiène et de la sécurité alimentaire et offre ses prestations à tous les secteurs opérant dans la production, la distribution et la commercialisation des denrées alimentaires (industriels, hôteliers, restaurateurs, grandes surfaces, etc.) Après une première évaluation de surveillance et d'extension d'accréditation, effectuée par la direction de la Normalisation et de la Promotion de la qualité en juillet dernier, le laboratoire a bénéficié dernièrement du maintien de l'accréditation NM ISO/CEI 17025 v. 2005, pour offrir ses analyses dans les domaines suivants : microbiologie des aliments et des eaux, microbiologie et chimie des eaux.



Le manuel qualité se divise en quatre autres parties :

- > Présentation du laboratoire
- > Références, terminologie et conventions
- > Exigences organisationnelles
- > Exigences techniques

• Manuel des procédures

Ce manuel définit les exigences générales auxquelles le laboratoire doit démontrer qu'il se conforme s'il veut être reconnu compétent pour exécuter les tâches spécifiques. Les exigences contenues dans ce manuel s'appliquent exclusivement sur les deux sections microbiologiques et chimiques. Les essais spécifiques pour lesquels le laboratoire veut être reconnu compétent sont les méthodes d'analyse de la portée de l'accréditation. La liste des méthodes d'analyse est fournie en « Portée d'accréditation ». La conformité aux prescriptions réglementaires de la sécurité relative à l'exploitation des laboratoires n'est pas incluse dans le manuel des procédures du système qualité parce qu'elle n'est pas traitée par la norme NM ISO / CEI 17025.

• Mise en place du système qualité

Pour la mise en place du système qualité, il faut réunir une équipe pluridisciplinaire avec laquelle il faut revoir les objectifs, identifier l'utilisation attendue, les dangers, et évaluer les risques. Revoir les mesures préventives, les points critiques, pour chercher à les maîtriser en établissant un système de surveillance, un plan d'actions correctives et des procédures pour la vérification. Tout cela doit se faire dans le respect de la réglementation, de l'engagement moral de chaque acteur, l'engagement de confidentialité, d'éthique et d'intégrité. La mise en place d'un système qualité doit exécuter scrupuleusement les indications des manuels (documentation, organisation, formation, traçabilité, etc.) Le système une fois opérationnel, il faut faire ressortir les axes de progression, les possibilités pour les dynamiser, évaluer l'efficacité des processus ainsi que toute défaillance possible. On fait donc appel à l'audit

qui permet l'évaluation et la conformité du système appliqué. Premièrement, il s'agit d'identifier les écarts par rapport au référentiel choisi. Deuxièmement, évaluer les conditions de réussite du projet en termes de forces et de faiblesses, freins et moteurs. Cette démarche s'effectue sur le site par le biais d'entretiens avec l'Administration, les collaborateurs et le personnel à l'aide d'un outil de questionnement, de contrôles, de vérification établissant le profil du laboratoire et répondant aux exigences du référentiel choisi.

Audits
Audit externe

C'est un audit qui va présenter un rapport diagnostic du laboratoire, dont les objectifs sont d'identifier les gaps majeurs par rapport au référentiel NM ISO/ CEI 17025- 2005 et proposer un échéancier pour un audit de pré-évaluation. Dans cet audit dit « à blanc », on évalue les points forts, les points faibles, les constats majeurs qui nécessitent la réflexion, la rédaction, la mise en oeuvre et le rodage. Constats significatifs qui nécessitent des compléments ou des ajustements de l'existant et de l'application.

Audit interne

Il est réalisé par les responsables des principales activités : Responsable qualité, Responsable technique, avec la présence de toute personne plus ou moins concernée par ces activités (organisation et système management, maîtrise de la documentation et enregistrements tracabilité, traitement des non conformités, installation, équipements, etc.) Il peut y avoir plusieurs audits internes si cela semble nécessaire.

Audit d'évaluation initiale

Il a pour objet l'obtention de l'accréditation, il est composé d'une équipe d'auditeurs concernant la partie management qualité et la partie technique choisie par un organisme

Microbiologie des aliments		
paramètres	Norme	
Microorganismes à 30°C	NM 08.0.121	Accrédité
Coliformes	NM ISO 4832	Accrédité
Enterobacteriaceae	NM 08.0.109	Accrédité
Coliformes thermotolérants	NM 08.0.124	Accrédité
Salmonella	NM 08.0.116	Accrédité
Staphylocoques à coagulase positive	NM 08.0.112	Accrédité
Escherichia Coli présumés	NM ISO 7251	Accrédité
Clostridium perfringens	NM 08.0.111	Accrédité
Bactéries sulfitoréducteurs	NM 08.0.125	Accrédité
Levures et moisissures	NM 08.0.123	Accrédité
Listeria monocytogènes	NM 08.0.110	Accrédité
Microbiologie des eaux		
paramètres	Norme	
Microorganismes revivifiables	NM ISO 6222	Accrédité
Coliformes et Escherichia coli	PNM ISO 9308-1	Accrédité
Enterocoques intestinaux	ISO 7899-2	Accrédité
Spores de microorganismes anaérobies sulfitoréducteurs (clostridia)	NM ISO 6461-2	Accrédité
Pseudomonas aeruginosa	NF EN ISO 16266	Accrédité
Staphylocoques pathogènes	XP T90-412 :	Accrédité
Salmonella	NM 03.7.050	Accrédité
Legionella pneumophila	NF T90-431	Non Accrédité
Physicochimie de l'eau à utilisation humaine		
paramètres	Norme	
pH	NM 03.7.009	Accrédité
Conductivité	NM 03.7.011	Accrédité
Dureté totale	NM 03.7.020	Accrédité
Dureté calcique	NM 03.7.020	Accrédité
Alcalinité	NM 03.7.217	Accrédité
Chlorure	NM 03.7.024	Accrédité
Fer	NF T 90-017	Accrédité
Nitrites	NM 03.7.013	Accrédité
Ammonium	NM 03.7.012	Accrédité
Turbidité	NM 03.7.010	Accrédité
Oxydabilité	NM 03.7.015	Accrédité
Sulfates	NF T90-040	Accrédité
Ammonium	NF T90-015-2	Accrédité
Nitrates	ISO 7890-3	Accrédité

Tableau - Portée d'accréditation de labo' : cas de figure LCN ESA.



accréditeur, par exemple le service chargé de l'Accréditation (SCAC) au Snima, ou Service de normalisation industrielle marocaine. Le nombre d'auditeurs constituant l'équipe est fonction du champ d'application de l'accréditation.

Conclusion

Le ministère de l'Industrie et du Commerce, qui ne ménage aucun effort pour aider, pousser, encourager à l'accréditation, fournit des lignes directrices pour l'élaboration et la gestion des portées d'accréditation relatives aux laboratoires

d'essais ou d'étalonnages. C'est une démarche qui est encore volontaire, non obligatoire mais très recommandée, d'autant plus que le ministère de l'Agriculture a mis en place l'Office national de sécurité sanitaire des aliments (Onssa). Ce dernier œuvre, de pied ferme, pour légiférer et procéder à une mise à niveau de ce secteur. La tâche n'est pas toujours simple mais la participation et la collaboration de tous les acteurs est nécessaire, voire obligatoire. Les systèmes d'audits et contrôles exercés par ces ministères ne sont pas une entrave, mais, au contraire, des actions qui tirent vers le haut pour que cela devienne non pas seulement un label mais également une culture. Il est important que le laboratoire respecte ce système avec éthique, intégrité et moralité, notamment en termes de champs d'application et de portée d'accréditation ; toute la réussite en découle.

Laboratoire CHARLES NICOLLE
Environnement & Sécurité Alimentaire
Accrédité NM ISO/CEI 17025 - 2005

Résidence Pasteur: 21, Place Louis Pasteur Appt. 11, Quartier des Hôpitaux
Casablanca
Tél : 05 22267242 / 05 22481978 – Fax : 05 22204743
E-mail : lcnesa@menara.ma / lcnesa123@gmail.com
Site web : www.lcnesa.ma

NOTRE SAVOIR FAIRE

Vérifier la conformité hygiénique et sanitaire des aliments afin de prévenir les risques d'intoxications alimentaires

Microbiologie alimentaire :

- Contrôle des denrées alimentaires ;
- Identification des microorganismes ;
- Contrôle des surfaces (mains, environnement...) ;
- Prélèvement et contrôle de l'air ;
- Diagnostic rapide de l'hygiène des surfaces par ATP-métrie.

Analyse des eaux :

- Contrôle des eaux de consommation humaine, de baignade, thalassothérapie ;
- Contrôle de tous types d'eau (microbiologiques et physico-chimiques) ;
- Recherche de Legionella.

Audits, conseil et formation :

- Conseil en cas de résultats non conformes, études de plan de validation des procédures de nettoyage et désinfection ;
- Formation du personnel à l'hygiène et à la méthode HACCP, en restauration collective ou en industrie agro-alimentaire.

QUI SOMMES NOUS ?

Le Laboratoire Charles Nicolle Environnement et Sécurité Alimentaire (LCN ESA) est un laboratoire indépendant accrédité NM ISO/CEI 17025. Le laboratoire LCN ESA intervient dans le domaine de l'hygiène et de la sécurité alimentaire et offre ses prestations à tous les secteurs opérant dans la production, la distribution et la commercialisation des denrées alimentaires (industriels, hôteliers, restaurateurs, grande surface...).

- Performance, souplesse et réactivité sont nos facteurs de succès.
- Laboratoire moderne conforme aux normes nationales et internationales.
- Pour le recueil de vos échantillons en garantissant la traçabilité de la température d'acheminement (thermo boutons 24h/24h).
- Des résultats confidentiels rapides (envoyés par mail et par courrier) avec une qualité garantie et une expérience reconnue.
- Equipe dynamique et compétente (4 docteurs, 3 ingénieurs d'état, 4 techniciens).
- Contrôles interlaboratoires nationaux et internationaux.
- Accréditation NM ISO/CEI 17025 en chimie des eaux et en microbiologie des eaux et des aliments avec une très large portée.

LE FOIE GRAS, UN DÉLICE QUI GAGNE À ÊTRE CONNU

D'oie ou de canard, le foie gras a une connotation festive. Mais, sur le marché, l'ignorance contribue à empêcher la production de prendre son essor. Les commandes proviennent principalement des hôtels, restaurants et traiteurs.

EN COLLABORATION AVEC MAISON DU FOIE GRAS (DAR-BOU-AZZA)



Éveinage du foie gras.

Le gavage, technique d'engraissement des oies, est reconnaissable sur des fresques datant de l'ancienne Égypte. La finalité de cette opération sous les pharaons était l'obtention d'une viande savoureuse et de graisse. Ce n'est que bien plus tard que le foie issu de cette opération est apprécié à

sa juste valeur, et on estime que la dégustation du foie gras a débuté à Rome avant d'être répandu par les Gaulois pour l'Europe du Nord, les Maghrébins – juifs inclus – pour l'Andalousie. C'est en France que le foie gras connaît ses lettres de noblesse. Si, dans l'Hexagone, l'Alsace est à l'origine de ce mets,

le Sud-Ouest a permis son essor et la maîtrise du gavage. L'oie, comme dans l'ancienne Égypte, devient le palmipède le plus utilisé pour sa production. Mais elle finit par être détrônée par son cousin le canard, qui est, de nos jours, à l'origine de plus de 90 % du foie gras

consommé dans le monde. Si la production s'est élargie dans les pays de l'Est (Hongrie, Pologne, Bulgarie) mais également au Maroc, la France reste et de très loin le premier producteur, consommateur, importateur et exportateur de foie gras.

Oie ou canard ?

Pour certains la question ne se pose pas, le foie gras d'oie est plus subtile plus fin. Pour d'autres, c'est le canard qui fournit un foie gras plus musqué. Vin de Bourgogne ou de Bordeaux ? La question a de longs jours devant elle. Mais il est de notoriété publique que le foie gras de canard tient mieux à la cuisson celui d'oie, alors que ce dernier fournit des terrines et des pâtés de qualité très supérieure.

Deux variétés de canard permettent l'obtention de foie gras : le canard de Barbarie originaire de l'Amérique du Sud ; le canard mulard issu d'un croisement entre le canard de Barbarie et la cane dite de Pékin.

C'est la seconde variété qui est à l'origine de l'essentiel de la production de foie gras. Le canard de Barbarie, quant à lui, fournit une viande plus raffinée.

La production du mulard s'est beaucoup développée en quantité et en qualité grâce au génie génétique.

Le caneton mâle issu du croisement Barbarie x cane de pékin est trié pour la production de foie gras, alors que la femelle sera élevée exclusivement pour sa viande, son foie étant de moins bonne qualité.

Le mâle mulard ainsi obtenu va être mis en poussinière.

Étant donné sa fragilité, les conditions de croissance doivent être optimales : chauffage à 37° C, eau et aliment à volonté jour et nuit, absence de courant d'air, litière sèche en permanence...

Dès l'apparition des plumes remplaçant le duvet, soit à la quatrième semaine, le canard est mis sur parcours, à l'air libre. Il y reçoit une alimentation à base de céréales et dispose d'un espace de quelque 3 à 4 mètres carré chacun.

À l'âge de 12 semaines, le canard doit faire un poids de 4 kg minimum et être



Le produit, nature...

... puis en bocal.

en excellente santé, sans boiterie, avoir une croissance musculaire harmonieuse pour être mis en gavage. Cette opération conditionne l'obtention d'un foie gras de qualité. Elle consiste à faire ingérer à l'animal des quantités de maïs de plus en plus élevées durant 24 à 26 repas à raison de 2 repas par jour. Il est à préciser que cet engraissement du foie est un phénomène observé dans la nature, puisque l'oie et le canard sont

des espèces migratoires qui, en fait, s'autogavaient avant d'entamer leur vol. À l'abattage, le canard fournira un foie de 450 à 600 g. La quintessence du foie gras vient du fait qu'il peut être préparé sous plusieurs formes. Tranché en escalopes de 50 ou 100g, poêlé quelques minutes d'un côté et de l'autre, il fournira un plat chaud, dont la dégustation est sublime par une note



Le foie gras est largement mis en vitrine en Europe, beaucoup moins au Maroc.

acide (fruits rouges) ou sucré (pomme, figues, notamment)
Éveiné, il pourra être confectionné en terrine ou cuit au torchon.

Travaillé à la découpeuse et mis en boîtes, il se présentera en bloc, avec ou sans morceaux.

Il peut s'adapter également à d'autres préparations pour la confection de sauce ou autres mets aussi agréables au palais.

La viande qui est issue du canard gras – magrets et cuisses – se consommera chaud, poêlé ou fumé pour les premiers en ragoût, ou confits pour les seconds.

Les autres pièces du canard – gé-siers, cœurs, aiguillettes – trouveront

largement leur place dans les cuisines des fins gourmets.

Plus de 25 ans d'ancienneté de l'activité au Maroc

Au Maroc, la production de foie gras a débuté au milieu des années 1980.

Des trois sociétés qui sont nées au cours de cette décennie, seules deux continuent à exercer à ce jour.

Les conditions d'élevage, de gavage et d'abattage sont calquées sur le modèle français.

Les canetons du jour sont importés de France et placés dans des poussinières où ils sont chauffés, nourris avec un aliment hyperprotéique et reçoivent un antistress

(vitamines) dans l'eau de boisson.

Ils vont séjourner dans ces locaux jusqu'à l'âge de 4 semaines ; en fonction des conditions climatiques ils auront accès à des parcs. De 4 à 12 semaines, les canards seront installés dans des parcs où ils disposeront d'une superficie de 3 m² chacun. Ces parcs sont constitués d'abris où les canards reçoivent un aliment à dose protéique plus basse que l'élément précédent et constitué exclusivement de céréales et de vitamines : organismes génétiques modifiés (OGM) et farine de poisson sont bannis de ce mélange. L'accès à un parcours herbeux (céréales, légumineuses) permet une croissance plus homogène des animaux.

L'eau pour l'abreuvement doit être accessible en tout point du parc.

Si l'aliment est distribué à volonté jusqu'à l'âge de 9 semaines, les canards, à partir de 10 semaines, seront rationnés et recevront un repas par jour avec une dose appropriée.

Ce rationnement horoquantitatif est une préparation au gavage. En s'alimentant un maximum en un temps limité, les canards développeront un jabot leur

permettant de recevoir des quantités de maïs importantes au cours du gavage. Cette opération débute à l'âge de 12 semaines, les canards arrivés à maturité de leur développement musculaire sont placés dans des parcs collectifs par douze.

L'aliment est constitué de maïs broyé au non, mélangé à de l'eau. L'adjonction de sel, d'acide et autres additifs pour faciliter la digestion s'est révélée inutile sous nos cieux.

Au terme des 24 à 26 repas à raison de 2 repas par jour, le canard aura ingéré quelque 12 à 14 kg de maïs.

Il subira une augmentation pondérale de 1 kg réparti entre le foie et la graisse musculaire et abdominale.

Cette surcharge lipidique du foie est une stéatose réversible : il suffit d'arrêter le gavage pour que cet organe retrouve sa taille normale, et aucune séquelle ne subsistera alors en la volaille.

En outre, il a été observé un conditionnement : au bout de quelques repas, le canard se tient prêt à recevoir sa



Foie gras contenant de la figue.

dose de maïs aux heures fixées.

Les performances obtenues au Maroc placent le foie gras marocain dans de très bonnes positions à l'échelon international, aussi bien pour la qualité des produits crus (foie gras et magret) que sur les produits transformés (terrines, bloc, mousse de foie gras,

confit, magret fumé ou séché).

Cette maîtrise de la qualité a permis une activité à l'export vers des pays arabes: Tunisie, Émirats arabes unis, Koweït, Qatar.

Les accords douaniers préférentiels entre nos pays rendent les produits marocains compétitifs.

Les tonnages produits restent faibles par rapport à la production mondiale.

Tonnage 10 fois moindre au Maroc qu'en Espagne

Si l'Espagne dépasse les 500 tonnes de foie gras par an, le Maroc en produit dix fois moins.

Toutefois ces quantités arrivent à couvrir les besoins du marché marocain. Les principaux consommateurs sont les hôtels, restaurants et traiteurs.

Le caractère festif de ce produit, la méconnaissance des modes de préparation et de dégustation, une certaine « méfiance » par rapport à la viande de canard font que cette production a beaucoup de mal à prendre son essor sur le marché.



L'élevage, au Maroc aussi, se passe dans un environnement adéquat.



www.foiegras.ma

Depuis 1989, LA MAISON DU FOIE GRAS a développé un savoir-faire dans la production de foie gras de canard, qui lui a permis de consolider sa position de leader sur le marché marocain. De l'élevage des canetons importés de France à la réalisation de produits finis, la chaîne de production est complètement intégrée.

La gamme de produits proposée se diversifie au fil des années et se développe pour répondre à la demande d'une clientèle exigeante. Celle-ci est constituée des clubs, palaces, traiteurs et restaurants les plus prestigieux sur l'ensemble du territoire marocain. Cette maîtrise des produits issus de canard gras lui a permis de développer son marché à l'externe, puisque la marque est présente dans plusieurs pays du monde arabe : Émirats arabes unis, Qatar, Koweït, Tunisie.

Les perspectives d'avenir concernent les marchés du Proche-Orient halals, en attendant l'ouverture des marchés européens.

KM 15, ROUTE CÔTIÈRE D'AZEMMOUR B.P 53 - DAR - BOUAZZA - CASABLANCA
 Tél. : (+212) 5 22 29 03 64 - Fax : (+212) 5 22 29 01 83 GSM : (+212) 6 61 71 13 14
 Email : foiegras@wanadoo.ma

LES QUALITÉS DE L'ŒUF

Le Maroc célébrait, le 8 octobre, la Journée internationale de l'œuf. L'occasion, pour les organisateurs (Anpo, Fisa), de montrer au consommateur les bienfaits nutritionnels de l'œuf, mais également de dissiper les mythes et autres idées reçues qui entourent la consommation de l'œuf.

Les œufs possèdent une grande valeur nutritive. Ils sont considérés comme une excellente source de protéines de haute qualité pour l'ensemble de la population et plus particulièrement pour certaines catégories qui nécessitent une alimentation bien équilibrée comme les enfants, les femmes enceintes ou encore les personnes âgées.

Les protéines présentes dans un œuf sont des « protéines complètes », car elles contiennent neuf acides aminés essentiels. Les acides aminés sont essentiels pour l'organisme, car le corps ne peut les fabriquer lui-même. Ils doivent impérativement être fournis par les produits consommés.

Les acides aminés essentiels étant présent dans l'œuf et dans des proportions équilibrées. Les œufs sont utilisés comme référence pour l'évaluation de la qualité des protéines et des œufs teneurs en protéines des autres aliments.

Les matières grasses de l'œuf sont contenues dans le jaune. Les lipides des œufs sont composés de 32%



d'acides gras saturés, de 14 % d'acides gras poly-insaturés et de 38 % d'acides gras mono-insaturés. Les matières grasses sont composées de 75 % d'acides gras mono- et poly-insaturés et 25 % d'acides gras saturés, et on retrouve environ 5 % de cholestérol, soit 0,23 g dans un gros œuf de 60 g.

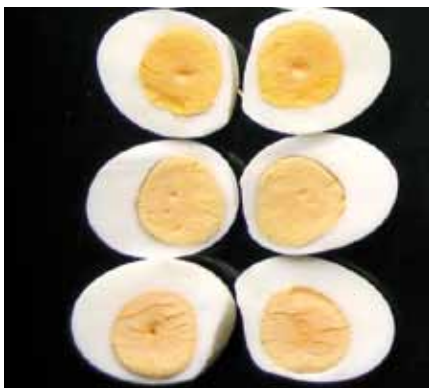
Il n'existe aucune différence de valeur nutritive entre l'œuf à coquille

blanche et l'œuf à coquille brune.

L'œuf contient un cocktail de vitamines et minéraux. L'œuf est riche en vitamines liposolubles A, D, E et K et des vitamines hydrosolubles du groupe B (B2, B5, B8, B9 et B12). L'œuf est une bonne source de phosphore, de zinc, de potassium, de fer, de magnésium, d'iode et de sélénium.

Les éléments nutritifs de l'œuf se

Un œuf de 60 g fournit en...	
...énergie	90 kcal ou 376 kJ
...protéine	7 g
...matière grasse	6 g, dont :
	mono et poly-insaturée : 4,5 g
	saturée : 1,5 g
	trans : 0 g
...cholestérol	0,23 g
...glucide	traces



Vitamine A	<i>Rôle au niveau de la peau et vision crépusculaire. Dans un œuf : 50 % de la dose journalière d'un jeune enfant et 20 % de celle d'un adulte.</i>
Vitamine D	<i>Rôle dans la calcification osseuse. Dans un œuf : 10 % au moins des besoins journaliers recommandés d'un adulte.</i>
Vitamine E	<i>Rôle du puissant antioxydant qui s'oppose à l'action néfaste des radicaux libres sur les cellules de notre corps (antivieillessement, anticancer...) Dans un œuf : + 20 % de la dose journalière recommandée d'un enfant et 10 % de celle d'un adulte.</i>
Vitamine K	<i>Rôle biologique au niveau de la coagulation du sang. Dans un œuf : 20 % de la dose journalière recommandée d'un enfant et 10 % environ pour un adulte.</i>

répartissent inégalement entre le blanc et le jaune. Le blanc d'œuf fournit un peu plus de la moitié des protéines et la plus grande partie du potassium et de la riboflavine. Le jaune contient les vitamines A, D, E et K, la plupart des autres minéraux et oligoéléments, les trois quarts des calories et la totalité des matières grasses.

Avec d'aussi bonnes qualités nutritionnelles, diététiques et économiques, les œufs représentent une

denrée alimentaire de première importance pour tout âge. Autant de raisons pour en consommer encore et toujours.

Sur le plan nutritionnel, deux œufs apportent autant de nutriments qu'une portion de 100 g de viandes.

Énergie

L'œuf est un aliment peu énergétique et, grâce à ses propriétés à apaiser la faim, constitue un excellent allié dans les régimes minceur.

Protéines

L'œuf possède des protéines d'excellente qualité, notamment l'ovalbumine considérée par les nutritionnistes comme « la protéine biologique de référence » et comme norme de l'efficacité protéique chez l'enfant, la femme enceinte, la femme allaitante et les personnes âgées.

Les protéines de l'œuf, dont la biodisponibilité est approximativement de 94 %, présentent des cas de



Oeuf liquide pasteurisé

- **OVOFRAIS** est aujourd'hui leader national dans le secteur de l'œuf liquide pasteurisé. Afin de répondre aux exigences d'un marché agroalimentaire en évolution constante, nous réalisons un produit de haute qualité, fiable, stable et surtout hygiénique.
- Les produits **OVOFRAIS** sont le fruit d'un travail minutieux basé sur la traçabilité totale de la matière première au produit fini. La chaîne de production est parfaitement maîtrisée grâce à la mise en place d'une démarche HACCP et à un autocontrôle permanent rigoureux.
- **OVOFRAIS** propose pour sa clientèle une gamme variée de produit :
 - Œuf liquide pasteurisé **blanc**; de 2 à 15 Kg, standard, salé ou sucré
 - Œuf liquide pasteurisé **jaune**; de 2 à 15 Kg, standard, salé ou sucré
 - Œuf liquide pasteurisé **entier**; de 2 à 15 Kg, standard, salé ou sucré



Km 4,4 Fouarat - Kénitra
Tél. : 0661.90.64.01
Fax : 0537.37.38.39
Email : ovofrais.ma@gmail.com





Vitamine B2	10 % de la dose journalière recommandée de l'adulte et 25 % de celle d'un enfant
Vitamine B5	10 % de la dose journalière recommandée de l'adulte et 30 % pour celle d'un enfant
Vitamine B8	10 % de la dose journalière recommandée de l'adulte et 20 % de celle d'un enfant
Vitamine B9	7 % de la dose journalière recommandée de l'adulte et 20 % pour un enfant.
Vitamine B12	30 % de la dose journalière recommandée de l'adulte et 40 % de celle d'un enfant.
Vitamine B12	30 % de la dose journalière recommandée de l'adulte et 40 % de celle d'un enfant.

concentration élevée en acides aminés essentiels, car l'organisme est incapable de les synthétiser. Ils doivent donc être nécessairement apportés par l'alimentation. Ces acides aminés essentiels sont en proportions idéales dans l'œuf. Il s'agit notamment de la lysine et de la méthionine qui sont présentes en quantité restreinte dans de très nombreux aliments, de l'arginine, de la phénylalanine et de la cystine.

L'œuf est parmi les rares denrées alimentaires qui contiennent tous les acides aminés essentiels.

Lipides

L'œuf contient des lipides concentrés essentiellement dans le jaune d'œuf. Ils sont constitués majoritairement d'acides gras mono- et poly-insaturés et particulièrement en acide oléique (oméga 9), en acide linoléique (oméga 6) et en acide alphalinoléique (oméga 3). Ces acides gras

insaturés interviennent dans de nombreuses fonctions physiologiques primordiales dans l'organisme.

Vitamines

L'œuf est un véritable cocktail de vitamines liposolubles et hydrosolubles. Il apporte une fraction importante de la ration journalière recommandée pour les vitamines.

Les vitamines hydrosolubles du groupe B ont un rôle biologique au sein de l'organisme : activation cellulaire d'enzymes impliquées dans des réactions biochimiques multiples participant au processus de respiration, à la fabrication de l'hémoglobine, d'énergie et au métabolisme de certains acides gras.

Minéraux et oligoéléments

L'œuf contient de nombreux minéraux et oligoéléments parmi lesquels :

Autres nutriments

La lutéine et la zéaxanthine sont deux caroténoïdes à effet antioxydants, qui se trouvent dans le jaune d'œuf et jouent un rôle très important pour réduire le risque de cataractes et la dégénérescence maculaire liée à l'âge. Ils jouent aussi un rôle anticancéreux.

La choline joue un rôle important dans le développement et le fonctionnement du cerveau.

Un œuf de 60 g contient 215 mg de choline, soit près de 50 % de l'apport suffisant (AS) recommandé chez l'adulte.

Rôle dans les structures cellulaires et osseuses. Dans



un œuf : 25 % de la dose journalière pour un jeune enfant, 17 % pour un adulte

Rôle dans les échanges sanguins. Dans un œuf : 15 % de l'apport journalier conseillé.

Rôle dans la prévention des signes neuromusculaires avec des contractures et des troubles du comportement.

Rôle dans la prévention de la maladie de la thyroïde (hypothyroïdie).

Rôle bénéfique au niveau des muscles avec des propriétés antioxydantes.



Phosphore	Rôle dans les structures cellulaires et osseuses. Dans un œuf : 25 % de la dose journalière pour un jeune enfant, 17 % pour un adulte
Fer	Rôle dans les échanges sanguins. Dans un œuf : 15 % de l'apport journalier conseillé.
Magnésium	Rôle dans la prévention des signes neuromusculaires avec des contractures et des troubles du comportement.
Iode	Rôle dans la prévention de la maladie de la thyroïde (hypothyroïdie).
Sélénium	Rôle bénéfique au niveau des muscles avec des propriétés antioxydantes.

AROMES & CO

Créateur Fabricant d'Arômes

eurofragrance

FRAGRANCES & FLAVOURS

Alliance Stratégique

Une gamme innovante d'arômes poudres et liquides avec actifs nutritifs naturels vitaminés

Smothie Aroma : base naturelle (Fruity, Fruits rouges, Tropical-exotique, Citrus-agrumes)

Arômes complexes pour glaces

Arômes Desserts, Instant Drinks, Energy Drinks

« Arômes Clean Label »

Simply natural... Simply good...

43, Bd Gandhi, Résidence Alami20290 - Casablanca - Tél/Fax : 0522 944 617

Gsm : 0661 189 031 - Email : contact@aromes-co.com - Siteweb : www.aromes-co.com

Qualité Supérieure

L'innovation culinaire est une question de savoir-faire.

Couscous 100% maïs

Couscous d'orge

Couscous de blé dur

Couscous de riz

Sakouk

Sachets cuisson couscous de maïs

Sachets cuisson couscous d'orge

Sachets cuisson couscous de blé dur

Sania, une gamme de couscous riche et variée qui a le bon goût de faire rimer innovation avec dégustation !

Les couscous Sania sont certifiés

TRANSPORT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

À l’heure où le Maroc s’inscrit dans la logistique au niveau continental, il convient de revoir les divers types de conditionnement qui participent de la revalorisation des produits. Aussi est-il utile de trouver le type de conditionnement qui pèsera le moins budgétairement à terme, tout en prenant en compte l’aspect environnemental.

EN COLLABORATION AVEC PLASTIC-JIG

L’amélioration du niveau de vie donne plus facilement accès à l’automobile et au transport aérien, développe les infrastructures routières, augmente le transport maritime lié à la mondialisation du commerce, baisse des prix du transport aérien... et génère une hausse des déplacements de voyageurs et de marchandises considérable depuis



50 ans. L'alourdissement des déplacements et les nuisances qui en découlent provoquent aujourd'hui de graves problèmes environnementaux, sociaux, de santé publique, et ne sont pas compatibles avec une vision de développement durable, que ce soit à l'échelle locale ou internationale. Selon l'Institut français de l'environnement (Ifen), les transports sont responsables d'un quart des émissions nationales de gaz à effet de serre en 2004. Les émissions dues aux transports ont augmenté de 23 % entre 1990 et 2004.

Polluants automobiles

Les transports aériens, maritimes et automobiles contribuent largement à l'émission de polluants comme le dioxyde de carbone (CO₂), le NO_x, le dioxyde de soufre (SO₂), le plomb et les particules fines. La qualité de l'air est fortement dégradée, particulièrement dans les grandes villes, et est responsable de maladies respiratoires chroniques et d'un bilan très lourd : trois millions de morts par an dans le monde selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Dans une perspective de développement durable, les déplacements doivent avant tout

être orientés vers la réduction de l'utilisation de l'automobile et de l'avion, et limités à leur stricte nécessité le cas échéant.

Pertinence du déplacement

La croissance du transport de marchandises doit s'effectuer majoritairement via le fret fluvial ou le feroutage, et il s'agit de repenser en amont toute la nécessité et la pertinence de nombreux déplacements de marchandises.

Le conditionnement prend donc ici tout son intérêt : à quantité de produits identiques, voire supérieur, il est possible de réduire notablement les émissions dues aux transports routiers (27 % des émissions CO₂ en France par exemple). À ce titre, le renforcement de l'utilisation systématisée de caisses pliables est un atout qu'on ne doit pas négliger, à condition que ces dernières s'intègrent parfaitement aux normes internationales, conditions indissociables à

www.tnt.ma

TNT

sure we can

L'offre la plus complète du marché

sure we can

- 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

DONNÉES SPÉCIFIQUES	CAISSES EN PLASTIQUE PLIABLE ÉCOLOGIQUE	CAISSES EN PLASTIQUE NON PLIABLE
Trajet aller (en charge)		
Charge utile / caisse	23,3 kg	20 kg
Nombre de caisses / camion	500 unités	
Poids caisses / camion	850 kg	2500 kg
Poids marchandises / camion	11 650 kg	10 000 kg
Poids réel transporté / camion	12 500 kg	
Nombre de camions	9	10
Coût transport	(9 x 187 km x 08 DH) 13 464,00 DH	(10 x 187 km x 08 DH) 14 960 DH
Coût/kg	1,08 DH.	1,20 DH
Impact environnemental	(70 gr CO2 x 187 km x 9) 117 810 gr CO2	(70 G. CO2 x 187 km x 10) 130 900 G. CO2
Trajet retour (à vide)		
Nombre de caisses / camion	2 500 unités	500 unités
Poids total caisses / camion	4 250 kg	2 500 kg
Nombre de camions	2	10
Coût transport	(2 x 187 km x 8 DH) 2992 DH	(10 x 187 km x 08 DH) 14 960 DH
Coût/kg	0,70 DH	5,98 DH.
Impact environnemental	(70 gr CO2 x 187 km x 02) 26 180 gr CO2	(70 gr CO2 x 187 km x 10) 130 900 gr CO2
Totaux des principaux indicateurs sur aller / retour		
Nombre de camions	11	20 (+ 9 camions)
Prix du transport	16 456 DH	29 920 DH (+ 13 464,00 DH)
Coût/kg	1,78 DH	7,18 DH (+ 5,40 DH)
Impact environnemental	143 990 gr CO2	261 800 gr CO2 (+ 117900 gr)
Gain producteur (prix de vente moyen / kg de pommes à 3 DH) = 300 000 DH		
Seuil du « point mort »	4,78 DH	10,18 DH (+ 5,40 DH)
% de rentabilité	2,5 <=> 0,25 %	
Prix de vente minimum client	5,97 DH	12,72 DH (+ 6,75 DH)
Gain total achat caisses / vente / transport	38 900 DH	20 080 DH (- 18 820 DH)

Tableau

Transport de 100 t de marchandises (100 000 kg)		
	Caisses pliables en plastique écologique	Caisses plastiques non pliables
Nombre de caisses	4 292	5 000
Prix achat	244 644 DH	250 000 DH
Nombre de camions	2	10
Nombre de caisses / camion	2 500 unités	500 unités
Poids réel en charge	4,250 t	2,500 t
Prix du trajet	2992,00 DH	14 960,00 DH
Coût de revient total (achat + transport)	247 636 DH	264 960 DH
Impact environnemental (en G. de CO2 / t / km)		
Rapport kilométrique	140	700
Rapport trajet total (187 km) Émission x nombre camions x distance	70 G. x 02 camions x 187 km 26 180	70 G. x 10 camions x 187 km 130 900

Tableau 2.

une revalorisation via le commerce équitable. En ce qui concerne le Maroc proprement dit, le tableau ci-dessous permet de se rendre compte de l'intérêt environnemental et économique à utiliser les caisses pliables en plastique écologique (voir tableau 3). Quant au tableau 2, il indique l'économie réelle sur un transport à vide Fès/Midelt, pour 100 t.

Les 100 t (100 000 kg) correspondent à la rentabilité moyenne constatée sur la région (20t/ha) pour une superficie moyenne d'exploitation (5 ha qui correspondent à 85 % des merks). Le comparatif s'appuie sur un coût d'achat moyen d'une caisse en plastique non pliable (50 dirhams) d'une capacité réelle de

charge utile de 20 kg.

Coût d'achat

Le poids d'une caisse vide est de 5 kg. Le coût d'achat des caisses pliables en plastique écologique est calculé sur une base de prix TTC, déduction faite de la réduction due au nombre d'unités achetées, en l'espèce -05 %, soit 57 DH. La capacité réelle de nos caisses est de 23,3 kg (Référence : 6424). Poids d'une caisse vide : 1,7 kg Le prix kilométrique est pris sur la base des transports SDTM, soit 8 DH / km La distance Fès/Midelt est de 187 km. La capacité de chargement est prise sur un camion de 15 t.

Impact économique

Des calculs du tableau 3, on peut tirer une leçon en termes d'impact économique et, plus concrètement, conclure qu'il existe un avantage certain à utiliser de la caisse en plastique pliable écologique, puisque l'on constate une différence de coût de revient de 17 324 dirhams en faveur de ce type de caisse. Et ce, malgré une différence d'achat de 3 DH/unité plus chère pour les caisses pliables aux normes internationales ISO 9001 v. 2000, HACCP, ISO 178 et Règlement

CEE n° 1907/2006.

On constate également une meilleure rentabilité de la charge utile du camion (4,250 t contre 2,500 t). Le tableau ci-dessous, quant à lui, donne, de manière indicative, l'impact environnemental, le coût, le prix final de vente rentable (hors données spéculatives liées aux intérêts économiques) et le dégagement bénéficiaire pour un transport aller en charge / retour à vide. Pour une estimation juste du prix de vente, nous prendrons une valeur moyenne établie à 450 000 DH / 100 t (soit 4,50 DH/kg).



Mode de transport	Camion	Camion	Camion	Véhicule de livraison PTAC < 3,5 t	TOTAL Tous modes de transport confondus
Normes actuelles	C.U. de 20 t 50 gr	C.U. de 15 t 70 gr	C.U. de 3 t 180 gr	1 210 gr	1 510 gr

Tableau 1 - Émission de CO2 suivant le mode de transport, exprimé en gr de CO2 / tonne / km.

MarocHygiene Service
www.cityconfort.ma

06 63 32 79 75
HACCP PESCONTROL

Pourquoi Maroc Hygiène?
Une grande expertise dans la lutte contre les nuisibles au Maroc

Plus de 10 ans d'expériences de traitements et de fonctionnement au Maroc
Actions ciblées. Méthodologie adaptée. Identifications. Interventions techniques et efficaces.

SUPPORT TECHNIQUE
infoconseils@cityconfort.ma

100% SATISFACTION GARANTIE

www.cityconfort.ma

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 MAROC VERT

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. Chorki 0661322396
Meknès - Laïlalet: O.Mourad 0661248881
Fes- Boulmane : Z. Bouaagad 0661218404
Centre - Chaouia - Zaer : A. Fourari 0661982247
Gharb : A. Abdeslam 0661216793; R.Didi Cheikh 0661982147
Loulkous - Tarache : R. Didi Cheikh 0661982147 / 0661299728
Berkane : K. Mousaui 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@menara.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).

860

C'est le nombre de personnes à recruter, dans le plan d'ouverture de nouveaux hôtels d'Accor Maroc pour 2011-2012. Sans compter la future déclinaison de l'enseigne Etap.

Dixit...

« [...] la capacité [en] 5-étoiles de la ville [Essaouira] aura triplé ces trois dernières années »
Amine Chbani, nouveau président du CPT

in *L'Economiste*

Hamid Bentahar médaillé par la France

Hervé Novelli, secrétaire d'État de la République française chargé du Commerce, du Tourisme et des Services, a décerné la médaille d'or du tourisme, au titre de l'année 2010, à Hamid Bentahar, vice-président, au niveau marocain, des Opérations Sofitel, annonce l'enseigne Sofitel Luxury Hotels. La décoration



Hamid Bentahar, vice-président des Opérations Sofitel Maroc (à droite), avec Bariza Khiari et Marc Thépot.

a été remise à ce cadre quarantenaire jididi par Bariza Khiari, sénatrice de Paris, lors d'une cérémonie organisée à cette occasion au Sofitel Marrakech Palais Impérial. « Vous avez appris ce métier très exigeant [l'hôtellerie – n.d.l.r.] sur différents sites du groupe Accor dans le monde, et vous avez choisi de revenir dans votre pays d'origine, le Maroc, pour mettre à sa disposition votre talent et tous les standards internationaux

acquis dans vos différents postes », a déclaré l'élue française dans son allocution sur les mérites du nouveau médaillé, un « véritable perfectionniste ». M. Bentahar est également le président du CRT de Marrakech.



Gestion Commerciale
GPAO, GMAO
Gestion Industrielle
Gestion Financière

Easysoft
THINK GLOBAL

TexOffice®

GPAO et GMAO modulaires
L'ERP le plus convivial, le plus complet et le plus facile

Lotissement Benber, n°33 Rés.Sara,
Q. Val Fleuri-Casablanca
Tél : 022 98 39 36/022 98 21 01 Fax : 022 98 29 85
www.easysoftmaroc.com
Email : easysoft@easysoft.ma

Premier hôtel à Tamansourt



Le Tamansourt Hôtel vient d'être inauguré. Il s'agit de la première réalisation du secteur hôtellerie dans la ville nouvelle aux abords de Marrakech. Cette ouverture entend « accompagner l'extension des activités sociales, économiques et industrielles de la ville, d'anticiper le besoin en matière d'hébergement », avance le constructeur, le groupe Al Amane. L'érection du Tamansourt Hôtel « permettra de développer l'activité hôtelière, et de diversifier l'offre du groupe », poursuit-il.

L'établissement est construit sur une superficie couverte de plus de 6 500 m². En sus des 60 chambres et 20 suites, d'un restaurant et d'une piscine, le Tamansourt Hôtel « créera d'importantes synergies professionnelles », dans la mesure où il regroupe un centre d'affaires, une salle de conférences, « formant un ensemble moderne et fonctionnel dans un site exceptionnel » ainsi que des « prestations importantes » pour compléter le rôle que cette région jouera à l'avènement de la zone offshore, de la zone industrielle du centre hospitalier universitaire, de l'école d'ingénieurs et l'école royale de la gendarmerie.

La commune de Tamansourt compte aujourd'hui environ 30 000 habitants sur les 450 000 escomptés. Quant à Al Amane, il s'agit d'un groupe dont la stratégie consiste à fusionner tous les cœurs du métier de l'immobilier en amont et en aval afin de fournir « une palette complète de produits et services qui s'adaptent à la demande et à l'évolution du marché ».

Commerçants! pour une meilleure organisation
Voilà la solution..

Parfaite pour :

Le commerce

Points forts :

- Ecran opérateur LCD à plusieurs lignes et contraste réglable
- Imprimante thermique de haute vitesse avec un rouleau de 58 mm
- Impression de Logo graphiques et impression filigrane possibles
- Journal électronique intégré

TE-2400



TE-2200



TOP BUSINESS
الخدمات التجارية الرقمية

www.casio.ma

CASIO.
SYSTEMES D'ENCAISSEMENT

LA Table du RÉTRO SE MET À LA « PAUSE-midi »

Jacky et Jeannine Rolling arrivent à Casablanca au milieu des années 1980. À cette époque, il y a peu de restaurants gastronomiques.

Venu en vacances, le couple reste et crée Le Rétro 1900, qui finit par devenir une institution.

La Table du Rétro, ouvert depuis 2008, en est la continuité.

Jacky Rolling fait une carte qui comporte ses classiques en référence à la Belle Epoque.

Le décor et l'ambiance aussi ont un côté très rétro : boiseries, fer forgé, chaises à l'ancienne, etc.

Les patrons de la Table du Rétro présentent une cuisine française et méditerranéenne avec une touche marocaine, toujours à base de produits locaux. Ils font appel aux produits



frais de saison.

La présentation et le service se font aussi à l'ancienne : pièces de viandes découpées sur guéridon, poissons dressés avec doigté, plateau de desserts, et ainsi de suite.

Repas d'affaires ou dîners intimes sont possibles.

Le menu est varié : par exemple « pot-au-feu de jarret de veau en terrine avec sa sauce rémoulade », « trilogie d'huîtres tièdes », « foie gras aux deux sauces », « mousseline de poissons en quenelles et son crémeux d'étrilles », « rouelles de rognons parfumées à l'ail et à la moutarde », « carré d'agneau rôti avec sa persillade de noix et pistaches ».

Aujourd'hui, l'établissement a une formule supplémentaire : le « menu Pause-Midi », qui est un PLUS mais qui n'exclut pas la carte habituelle. Ce menu est au prix de 320 dirhams et est composé de 2 entrées, 2 plats et 2 desserts au choix qui varient chaque jour. De façon générale, les tarifs sont proportionnels à la qualité offerte.

Les Rolling adorent leur métier.

La restauration est pour eux une passion. Casablanca est la ville de leur vie. Le Maroc est leur seconde patrie.

Les clients s'en rendent compte et le restaurant attire d'ailleurs une clientèle qui connaît bien la gastronomie et éventuellement ses exigences.

La Table du Rétro est donc l'un des grands restaurants français du royaume.



Cap sur le Saumon Fumé

Notre saumon est importé de Norvège, il est préparé, séché et fumé à l'ancienne avec des essences de bois sélectionnées. Chez Scandimar, le poisson fumé est emballé avec toute sa saveur et son arôme jusqu'à votre assiette.

La Maison du Poisson Fumé
Un plaisir authentique
www.scandimar.com

Nouvelle boutique-hôtel-spa à Marrakech

Il se confirme que le créneau des boutiques-hôtel est en bonne voie d'exploitation au Maroc. *Sirayane Boutique Hôtel & Spa* a ainsi ouvert dernièrement à Marrakech, à environ 10 minutes de l'avenue Mohammed-VI et de la médina. L'établissement propose, sur 2 hectares, 28 chambres et suites – dont certaines avec jardin et piscine privés –, un restaurant, un bar *lounge*, un centre de mise en forme, un spa, une salle de conférence, un terrain de pagaie, deux piscines – dont une chauffée l'hiver. Pour cela sont employés 45 personnes, pour lesquelles est prévue une formation continue, afin d'« assurer un excellent service » à sa clientèle, selon la direction. L'investissement, de 40 millions de dirhams, est de Mehdi Bennani Smirès, ex-cadre dans la finance en France et financier de formation.



La Tour Hassan se met à la programmation culturelle

Le palace *La Tour Hassan* (Rabat) a programmé pour ce mois de novembre la première d'une série de soirées « où les arts se conjuguent au service du dialogue des cultures et de la paix, le tout dans un cadre prestigieux ». La démarche a pour intitulé « *Les Samedis littéraires* ». Ce joyau de l'hôtellerie entend « confirmer ainsi sa vocation de haut lieu de rencontre des personnalités du monde littéraire et artistique. »

Au programme : le vernissage de l'exposition de peinture *Reffet*, signée Leïla Cherkaoui et un spectacle pluridisciplinaire de l'ensemble *Damana*. Ce dernier présente une vision singulière du monde qui mêle poésie, musique, chant, danse et théâtre. Des artistes venant des quatre coins de la planète (Maroc, Sénégal, pays d'Europe et d'Amérique du Nord) unissent leurs talents pour offrir au public une interprétation de poèmes de la plume de Driss Alaoui Mdaghri, ancien ministre de la Communication et président de la Fondation des cultures du monde. Un panel d'invités de marque est ainsi convié à assister à cette animation de qualité.

SALON DE L'AGROALIMENTAIRE ET PRODUITS AGRICOLES
DU 22 Au 26 Décembre 2010
Au Centre International d'Echanges de Dakar

AGRO EXPO 2010 DAKAR

INFORMATIONS ET RESERVATIONS
Tél : 212 (5) 22 22 16 15 / Fax : 212 (5) 22 47 08 78 GSM : 212 (6) 44 73 66 40 / E-mail : exactcom@hotmail.com

Du 1er au 30 Novembre 2010

LES PACKS PRO

Pack Pro
4.992 dhs HT
Bureau pro 1.80m + retour
+ 1 caisson + 2 rangements



BUREAU KRONOS
Finition «Laqué Brillant»
Made in Italy

LES SERVICES PRO DE KITEA

ASSISTANCE POUR AGENCEMENT DE L'ESPACE
CONSEILS ET DEVIS GRATUITS
REMISES EXCEPTIONNELLES ET FACILITES DE PAIEMENT
LIVRAISON ET MONTAGE GRATUITS*
CATALOGUE INTERACTIF A LA DEMANDE

Service Clientèle
0802 00 8002

www.kitea.ma

Dans tous les magasins

KITEA
KITEA
GÉANT

Saïd Taghmaoui, ambassadeur des Cafés Carrion au Maroc

Saïd Taghmaoui est désormais « l'ambassadeur de choc et de charme » de l'une des marques de café en vue sur le marché national : *Les Cafés Carrion*. C'est le plus ancien torréfacteur de café du royaume, puisqu'il est né en 1924 par la volonté de Manuel Carrión Lopez. Mais la société n'a longtemps été présente que dans les provinces du Nord et de l'Orient. L'inauguration de la boutique de Rabat l'été dernier avait été marquée par la présence de la vedette, qui devient le visage de la nouvelle gamme de produits *Carrion*. Cette dernière présente Saïd Taghmaoui comme un « grand acteur hollywoodien », un « symbole de ce que le Maroc produit de meilleur », une personnalité qui « incarne les valeurs » des *Cafés Carrion*. Pour rappel, c'est en 1995 que le Franco-Marocain voit véritablement sa carrière démarrer, à travers *La Haine*, film au succès critique et populaire. Acteur ambitieux, passionné et travailleur, le comédien se sent à l'étroit dans le milieu du cinéma français. Très vite, c'est en Italie, en Allemagne et au Maroc, mais surtout à Hollywood que l'on le reconnaît d'emblée comme un acteur international, que la réussite et la consécration sont au rendez-vous. Dans sa filmographie (une cinquantaine de films, dont 37 longs-métrages !), citons *Les Rois du désert*, de David O. Russell, avec George Clooney ; *Hidalgo*, de Joe Johnson, en compagnie d'Omar Sharif ; *Les Cerfs-volants de Kaboul*, de Mark Forster ; *GI Joe*, de Stephen Sommers, aux côtés de Sienna Miller et de Mark Wahlberg.



Mettre à l'honneur les vins et les cigares conjointement

Ambiance distinguée – alcools réputés et cigares haut de gamme ; musique mixée sur place – pour la promotion des vins *Marquès de Riscal*, durant plusieurs soirées à public très restreint, à Marrakech et à Casablanca (notamment au *Tahiti Beach Club*). Ces vins proviennent d'une société née en Espagne au milieu du XIXe siècle et devenue une référence pour le secteur vitivinicole, commercialisée en effet dans plus de 80 pays. Les deux types de cigares qui accompagnaient la dégustation étaient des *Roméo y Julieta*, dont la tradition entrepreneuriale remonte à 1875 et dont la distribution est aujourd'hui assurée par *Altadis*. Les soirées étaient organisées par *Drinks*, société spécialisée dans l'importation exclusive et dans la distribution de boissons de qualité (eaux minérales, spiritueux, champagnes...)



Dégustation de Marquès de Riscal au Tahiti Beach Club.

L'ouverture de 30 KFC dans les tuyaux

Kentucky Fried Chicken (KFC) compte ouvrir une trentaine d'établissements de restauration rapide d'ici à dix ans dans tout le royaume, selon une source bien informée. D'ores et déjà, une franchise KFC est depuis peu présente sur la corniche de Casablanca. Ce projet a représenté un coût de 36 millions de dirhams, selon Mohamed Ahmed, directeur général de la *Société marocaine de projets touristique*, qui représente l'enseigne sur le plan national. Cette franchise associe le représentant de la marque au Maroc – qui possède 30 % des parts du restaurant et gère l'administration du site de Casablanca – et le propriétaire de la franchise au Moyen-Orient depuis 30 ans : l'égyptienne *Americana* – qui possède 70 % des parts. Une autre ouverture de KFC devrait avoir lieu à Casablanca à brève échéance.

Directeurs nommés dans 10 ibis Moussafir

L'enseigne d'hôtels ibis Moussafir vient de procéder à une réorganisation au niveau de ses directeurs. D'une part, il s'agit de nominations pures et simples ; d'autre part, des promotions concernent les directeurs adjoints appelés à assurer désormais la direction par intérim. Soit, en tout, 10 nominations, effectives depuis octobre dernier. Cette stratégie RH s'opère dans le cadre du (re)déploiement de la première chaîne hôtelière économique dans le royaume. La marque au Maroc a précisément prévu sa 16e ouverture (*ibis Moussafir Tanger City Center*) en janvier 2011. « Ces nouveaux promus sauront, sans conteste, relever ces nouveaux défis et contribueront à jouer un rôle essentiel dans le succès des activités du groupe Accor au Maroc », commente la direction de ce dernier.

GAMME 600 - BME6-05

GAMME 600 - FG6-05 / FG6-10

GAMME 600 - CPE6-05 / MF6-05



FOURS VISUEL ELECTRIQUE



ITV
ICE MAKERS



vmi



scaiola



DINCOPA®



LA RESTAURATION AUTOMATIQUE, UN CRÉNEAU À CROQUER

Vending 2010, salon international de la distribution automatique (D. A.) qui s'est tenu fin octobre à Paris, a été l'occasion de faire le point sur une branche – pleine de potentiel – de cette activité, à savoir : la restauration automatique.

EN COLLABORATION AVEC GIRA CONSEIL (PARIS)

Le marché de la restauration automatique est appelé à accentuer son émergence d'ici à 2015, surtout dans les pays industrialisés, avec, nécessairement, des prolongements dans les pays du Sud.

Au niveau du marché (en France ; chiffres 2009), la restauration automatique, il y a confirmation des fondamentaux : aspects respectivement propre, préhensible, simple, rassurant.

Le marché global de la D. A. comporte 600 000 distributeurs, pour un chiffre d'affaires (C. A.) de 2,2 milliards d'euros. La partie restauration automatique, quant à elle, est représentée par près de 25 000 distributeurs – soit 4 % du total –, générant un C. A. de 170 millions – 8 % du C. A.

On assiste à 4 milliards d'actes d'achat en D. A., qui se répartissent de la façon suivante : plus de 74 millions de produits issus de la restauration automatique ; près de 626 millions de boissons fraîches, en-cas et confiseries ; 3,3 milliards de boissons chaudes (chiffres 2009).

En ce qui concerne la clientèle, elle se compose de trois groupes : les fidèles, les occasionnels, les non-consommateurs absolus.

Les grands reproches ou fortes attentes sont l'ergonomie, la qualité visuelle de la machine, l'évolution de l'offre tout au long de l'année, la consommation

Catégorie	Prix moyen produits (€)	Prestations moyennes/jour
Snacks froids	1,8	7
Snacks chauds	3,15	47
Pizzas	8	13
Plateaux repas	4	12
Plats cuisiné	7	10
Total	24 413	212

Tableau - Détail des segments (France, 2009).

immédiate, les emplacements.

Le lieu a son importance : il stimule l'acte d'achat de tes produits en fonction de l'attrait et de l'image de l'établissement.

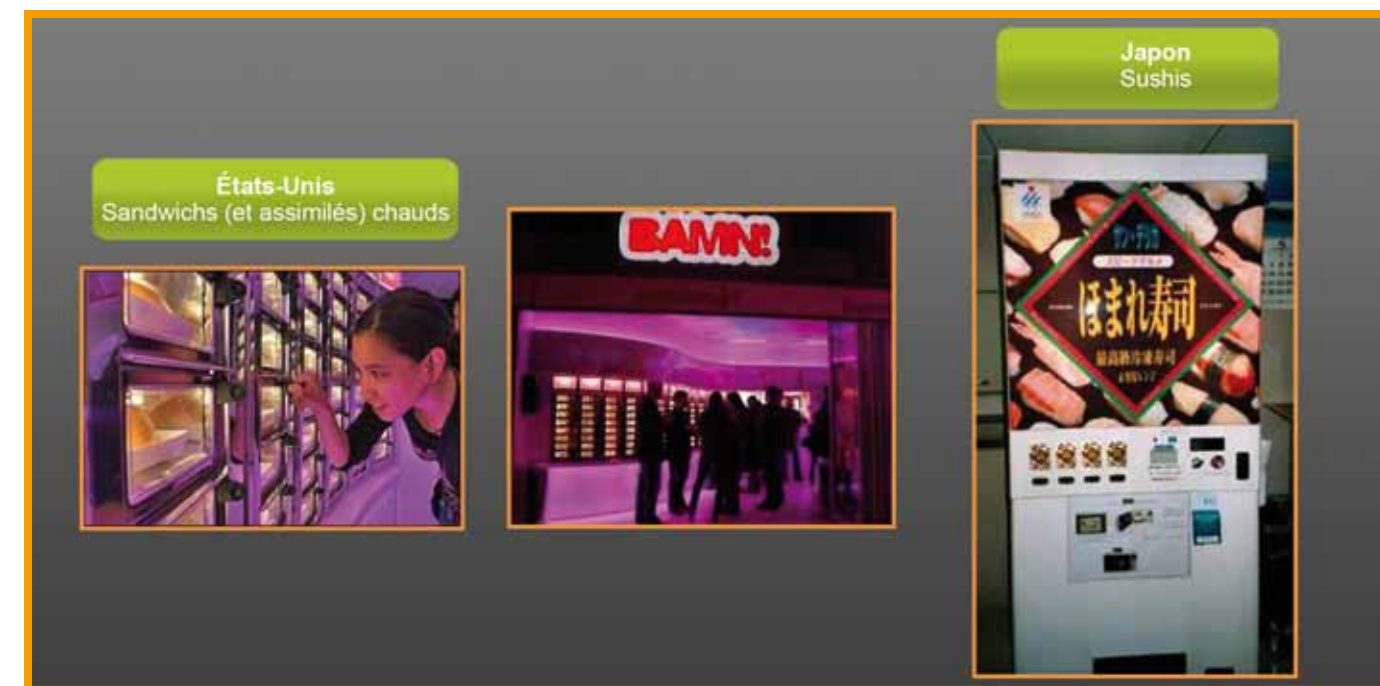
Or le marché est potentiellement extensible. En effet, 2 repas sur 3 sont pris sans se mettre à table, et plus de 70 % des repas sont pris hors domicile à moins de 10 euros TTC. Quelque 47 % de la restauration rapide se décline en vente à emporter. Mais, à ce rythme, la restauration rapide s'avère être trop « lente » ! Pour l'avenir, les grandes pistes, dans ce contexte, sont l'ouverture de gamme, la montée en gamme, un environnement de consommation immédiate, une solution repas dans l'espace et le temps.

Dans d'autres pays, le marché expérimente ou propose couramment des offres de restauration automatique qui semblent être originales, voire surprenantes.

Des États-Unis au Japon, en passant par la Suède et la Russie, tour d'horizon en diaporama...

Source : Gira Conseil





Source : Gira Conseil



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

L'HÔTELLERIE LOW COST : QUEL AVENIR AU MAROC ?

Par **Optim**
achat

Nous allons voir ensemble l'évolution du marché de l'hôtellerie à bas prix (low cost) au Maroc. Nous regarderons ce qui se passe hors du royaume puis nous définirons la clientèle correspondant à ce type d'hôtellerie en se penchant sur les besoins de ces derniers. Avec l'aide de Design Factory, agence d'architecture d'intérieur spécialisée notamment dans l'hôtellerie et la restauration, nous commenterons les différentes fonctionnalités de la chambre économique et conclurons sur les opportunités de développement au Maroc.



« En 1995, Formule 1 est en dessous des 100 francs »

Qu'on les appelle 'budget hotels', ou hôtels économiques, les hôtels low cost ont bien changé depuis leur apparition dans les années 1980 en France et en Grande-Bretagne. La gamme de l'économique s'est élargie



et va de l'hyper low cost à l'économique conventionnel. Faisons un petit tour non exhaustif de l'hôtellerie low cost.

Après une étude de marché début 1980, le groupe aux Bernaches (Accor) s'aperçoit qu'il existe un créneau pour une hôtellerie très économique en France. En 1985, le groupe lance donc la marque Formule 1, dédiée à des clients ne souhaitant pas dépenser plus de 100 francs (15 €) la nuit. Les chambres, modernes malgré un confort minimal, avec un lit double et un lit d'appoint pour un enfant mais aussi un lavabo et une télévision, rencontrent un succès immédiat. Depuis, le prix est passé à 30 € avec une chambre plus design. Cinq ans plus tard, en 1990, Première Classe est lancée par Envergure (groupe Taittinger) et s'appuie sur un concept similaire, mais pour 150 francs (environ 23 €), la chambre comprend en outre une salle de bains avec douche et toilettes. Aujourd'hui, Première Classe appartient au groupe Louvre Hotels. La chaîne est présente en Grande-Bretagne, en Belgique, aux Pays-Bas, en Pologne et en majorité en France.

avec **DESIGN FACTORY**

En Grande-Bretagne, deux marques se partagent la totalité du territoire. La première, Travelodge, est née en 1939 aux États-Unis et a été rachetée en 1973 par Trust House Forte, puis par le fonds d'investissement Parmira en 2003, avant de l'être par Dubai Intern Capital. La deuxième est la marque Premier Inn lancée par Whitbread. Un outsider est apparu récemment avec la marque Premier Travel Inn. À l'instar de la marque Motel 6, implanté uniquement aux États-Unis et racheté par Accor en 1990, les Français ont eux aussi adapté le concept de motels. La marque Campanile est la plus ancienne. Créée en 1976 par le groupe du Louvre pour répondre à la demande d'une clientèle d'affaires, elle a fondé sa notoriété sur quelques idées fortes : une restauration buffet, une cafetière dans la chambre, une salle de séminaires. Économique mais pas low cost, Campanile est l'une des premières chaînes 'budget'. Aujourd'hui développée par Louvre Hotels, elle a lancé sa chambre 'nouvelle génération' synonyme d'une montée en gamme.

Les générations et les comportements évoluent. Les nouveaux voyageurs



sont habitués à un certain confort, qu'ils souhaitent retrouver à l'occasion des voyages professionnels. Les chaînes innovent, et proposent des produits plus design, en communiquant sur le « plus » service.

Lancé en 1991 par Accor, Etap Hôtel est un nouveau concept économique qui est davantage tendance, voire éco-chic. La chambre y est plus spacieuse, plus confortable. Le prix affiché est aussi plus élevé, autour de 40 €, même s'il le prix varie en fonction des pays et des périodes.

Sur le même créneau, la petite chaîne B&B propose elle aussi une hôtellerie

« à prix d'ami ». Après son rachat par Eurazeo, elle a adopté une allure plus « branchée » et plus moderne. Pour environ 60 €, elle est la première à proposer sur ce segment économique le wifi gratuit et illimité, même dans les chambres.

En Europe, l'essor des courts séjours a bouleversé la demande. Financés par des fonds d'investissements ou des banques privées, des concepts, misant essentiellement sur le design et la décoration arrivent. Malgré des objectifs de développement ambitieux, ils connaissent souvent un démarrage assez lent. En Angleterre, c'est le cas des Easyhotels.

Quant au concept Yotel, lancé en 2007 à Gatwick, ce réseau d'établissements propose à l'heure, pour quatre heures minimum, une chambre de 7 m sans fenêtre... Une offre surtout adaptée aux lieux de transit, aéroports et gares (pour 25 £, environ 30 €).

En Espagne, c'est la marque Hotelandgo, appartenant au groupe Husa hotels, qui pour 40 € la nuitée demeure

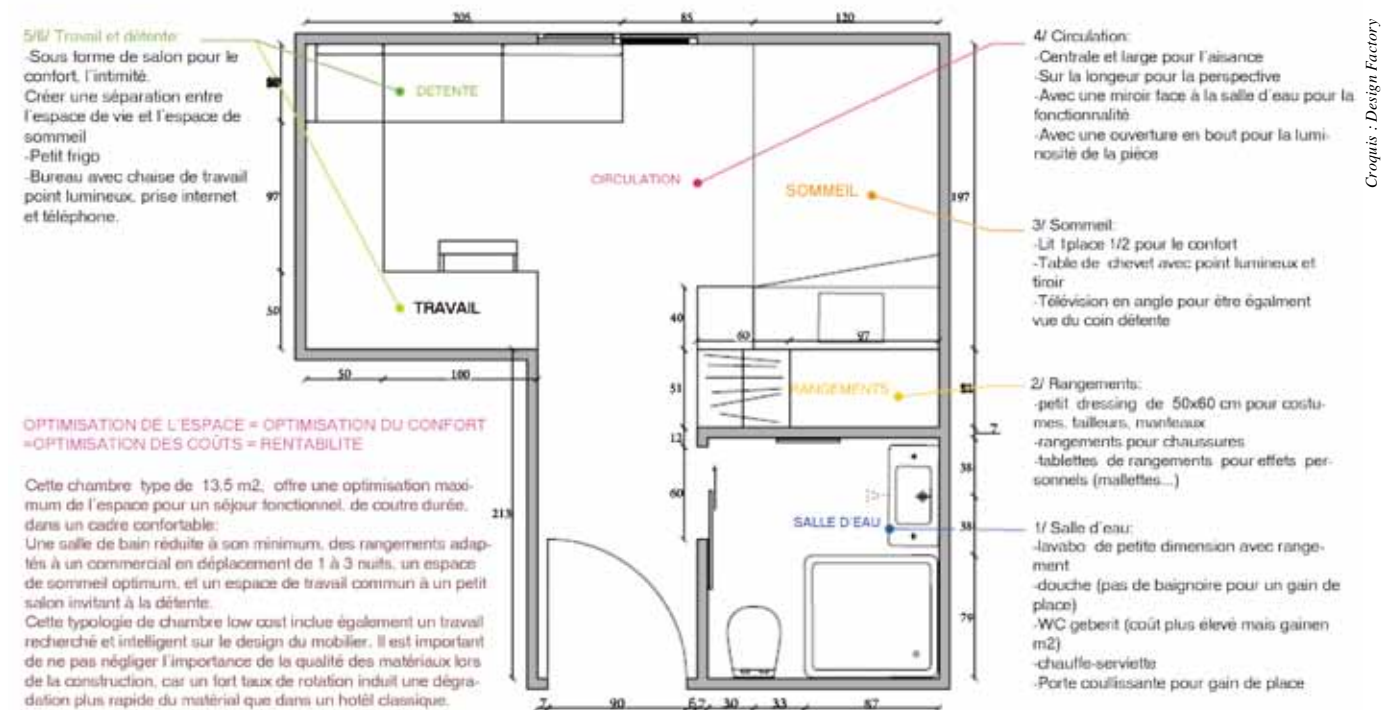
le modèle le plus populaire. Quant au concept Qbic, d'origine belge, à 69 €, il se positionne dans la catégorie des hôtels budget. Son premier établissement est situé à Amsterdam.

En Allemagne, le créneau économique se développe plus lentement. Aujourd'hui, il est largement occupé par la marque Motel One et par un compétiteur, le groupe Steigenberger à travers les hôtels Intercity.

« Une chambre entre 180 et 250 DH »

L'hôtellerie low cost est destinée à une clientèle d'affaire de type commerciaux, consultants devant se déplacer très souvent sur des courtes périodes et aussi à une clientèle touristique type famille souhaitant ne pas mettre tout leur budget dans la chambre d'hôtel.

Ce genre d'hôtels peut se localiser aussi bien sur des zones de transit près des aéroports, sur des zones commer-

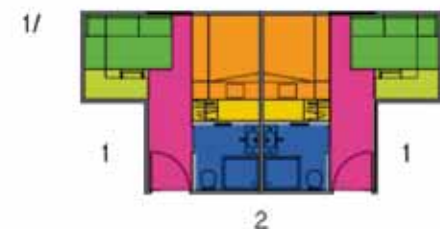


Fonctionnalité d'une chambre type.



Optimisation de l'espace à l'échelle de la chambre.

Cette configuration de l'espace permet:



UNE OPTIMISATION A L'ECHELLE DU PLATEAU:
1/ Imbrication des chambres : gain de m²
2/ Gaines en commun : gain de m² et gain de coût sur la construction. Problèmes d'isolation thermique et acoustique moindre.



UNE FLEXIBILITE DANS LES DECLINAISONS ET OFFRES PROPOSEES:
3/ Les volumes verts détente et travail sont en options dans la chambre : gain de m²
4/ les volumes verts détente et travail se retrouvent dans un autre endroit de l'hôtel, un lieu en commun à créer.

ciales développés style zones d'affaires 'offshore'. Nous pouvons aussi les retrouver près des gares, sur les autoroutes et en zones périphériques des centres urbains. L'hôtellerie à bas prix doit s'adapter à la clientèle marocaine qu'elle soit d'affaires ou de tourisme. Elle doit prendre en compte les besoins de cette clientèle pour que le concept s'intègre rapidement et efficacement dans le paysage du royaume.

Nous voyons dans le schéma ci-dessus les différentes fonctionnalités de la chambre low cost marocaine répondant aux besoins de la clientèle qu'elle accueillera.

Sur les deux schémas, nous retrouvons les 6 fonctionnalités répondant aux besoins de la clientèle.

• **Se laver** avec la salle d'eau représentant un peu

plus de 15 % de la superficie de la chambre.

Celle-ci doit être bien agencée pour être fonctionnelle.

• **Ranger** est la 2de fonctionnalité. Il n'est pas nécessaire que celle-ci soit grande, car les séjours en hôtellerie à bas prix sont courts et donc les clients ont peu de bagages.

• **Dormir**, fonctionnalité essentielle de la chambre d'hôtel représente plus de 20 % de la superficie de la pièce. Le choix de la literie est à faire avec attention aussi bien pour le confort du client que pour l'investissement financier.

• **Circuler** dans la chambre est important pour un client. Il ne doit pas se sentir à l'étroit. C'est pour cela que cela représente la plus grande superficie. Cette zone permet à l'utilisateur une fluidité dans ces mouvements, il est important que les différentes fonc-

tionnalités ne s'entrecroisent pas, mais qu'elles s'enchaînent de manière logique. Elle a un rôle de zone tampon entre l'espace purement fonctionnel de la chambre et l'espace à vivre (le salon, détente/travail).

Travailler et se distraire sont des espaces qui peuvent être modifiables suivant la typologie de la clientèle et la structure de l'hôtel. Nous pouvons retrouver ses deux zones à d'autres endroits dans l'établissement.

Avec ce type de concept, nous voyons que tous les besoins de la clientèle de court séjour, avec un budget réduit, sont pris en compte. Nous pouvons simuler avec cette chambre un tarif compris entre 180 et 250 dirhams par personne suivant les saisons, ce qui permettrait d'obtenir un taux de remplissage intéressant pour un investisseur ou propriétaire.

Aujourd'hui, le tissu hôtelier est en train de devenir plus dense au Maroc. Ce ne sont plus seulement les villes de Fès, Marrakech et Agadir ou encore

Casablanca qui intéressent les hôteliers, mais aussi des villes moyennes comme Oujda et Taroudant.

« L'hôtellerie low cost: nouvelle opportunité d'investissement »

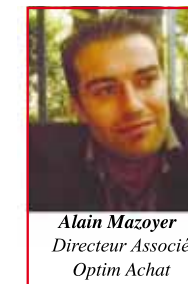
La clientèle nationale est clairement visée.

Nous sentons les prémises de l'hôtellerie à bas prix à la suite de l'arrivée d'Etap Hotel (du groupe Accor), avec la collaboration du groupe Akwa. La RAM, avec sa filiale Atlas Hospitality, devrait sortir un concept assez rapidement avec un tarif aux alentours de 150/200 dirhams la nuit. Après l'implantation de ses chaînes économiques Campanile et Tulip Inn, Louvre Hôtel devrait y implanter Première Classe, son concept à bas prix. Le marché de l'économie et sur-

tout celui du low cost sont pour des groupes hôteliers des opportunités de diversifier leurs offres et donc leurs investissements.

En Europe plus particulièrement, la crise économique semble avoir favorisé le secteur de l'hôtellerie économique, voire low cost. En effet, la croissance auparavant en faveur des établissements quatre- ou cinq-étoiles a basculé vers les chambres une- ou deux-étoiles. Bien sûr, le succès varie d'une entreprise à l'autre.

Est-ce que ce secteur révolutionnera l'industrie hôtelière comme les compagnies aériennes à bas prix l'ont fait au cours de la dernière décennie ? C'est un dossier à suivre, mais rappelons qu'il répond tout à fait aux goûts et aux besoins des générations d'aujourd'hui.



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

Salle blanche pour l'industrie agroalimentaire

HACHANI
Le Spécialiste de l'Air d'Intérieur

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

Le GOLF-HOTEL JACARANDA : VOTRE HÔTEL ÉCOLO À AGADIR

Le GOLF-HOTEL JACARANDA a ouvert ses portes en 1999. L'architecture et la décoration sont un mariage du traditionnel avec le moderne. L'hôtel offre à ses clients le luxe et le bien-être.

Dès le début, une conception écologique a été prévue en renonçant à la climatisation pour économiser l'énergie non renouvelable ainsi qu'en optant pour une implantation des bâtiments adéquats afin d'éviter un excès d'ensoleillement dans les chambres. Ainsi, l'épaisseur des murs est de 40 cm et le parterre chauffé en hiver avec l'eau chaude fournie par les capteurs contribue à rendre le séjour du client plus paisible.



Pour la production de l'eau chaude, on a choisi l'éco-technologie la plus moderne. La chaleur, dégagée par les chambres froides et négatives, est récupérée par un échangeur qui fait le transfert de la chaleur à l'eau, utilisées pour les douches et les salles de bains des clients, ainsi pour maintenir la température de l'eau à la piscine couverte au niveau de 26 à 28° C.

L'Hôtel JACARANDA est la preuve que l'on peut bien être et bien vivre sans abuser de la nature et de l'environnement si l'on est prêt et intéressé par changer l'ancienne manière de réfléchir et d'agir. Alors nous cherchons le bien être sans avoir une mauvaise conscience!

Chambre :

30 chambres confortablement équipées - toutes avec balcon ou terrasse. Toutes les chambres sont décorées avec des tableaux originaux peints par des artistes du Maroc, de la France et d'Allemagne. Tous les tableaux ont le Maroc comme sujet.

Bar L'heure Bleue :

Au Bar vous trouvez Cocktails et Longdrinks à votre désir. Jouissez de l'ambiance créée de l'artisanat marocain et du design européen. Un soleil qui brille pendant 360 jours, un peuple très chaleureux et accueillant, une nourriture naturelle et légère, en même temps raffinée, tous ces plaisirs enrichiront votre séjour au JACARANDA GOLF HOTEL.



Restaurants :

Jacaranda :

Le Restaurant JACARANDA avec une terrasse - implantée dans le jardin - offre un choix extra des repas qui sont composés avec soin et «savoir faire». La nourriture sera préparée dans le sens de Montignac «bien manger et maigrir». Le service au restaurant est soigné et attentif. Les repas sont servis dans de la porcelaine «Rosenthal»; dans un cadre agréable avec une belle vue sur le jardin très bien illuminé le soir.

La Rotonde :

Le Restaurant ROTONDE avec sa cuisine en plein air vous invite à goûter nos «Variations de Poissons». Avec de la glace - fait chez nous - vous pourrez vous régaler en négligeant tout les doutes! La viande de bœuf et de la dinde, fumée chez nous vous procurent un goût inoubliable!



Hôtel Jacaranda
Km 4, route d'Inezgane
80000 Agadir
Tél./fax : +212 5 280 316
Mail : hotel@jacaranda-hotel-agadir.com
Site : www.jacaranda-hotel-agadir.com

L'importance du choix du bouchon pour le vin : MARKETING, VIEILLISSEMENT, FINANCE



Bouchon synthétique.

Dans le précédent numéro de *ResAgro*, *Massolia* abordait le sujet des différentes méthodes de bouchage du vin sous un angle écologique, environnemental. Voici à présent une approche œnologique et commerciale de cette question débattant de l'importance du choix du type de bouchon pour une bouteille de vin. Il est entendu que le bouchon de vin traditionnel est en liège, mais d'autres types de bouchons sont apparus sur

le marché ces dernières années : ceux en liège aggloméré, les bouchons en matière synthétiques, ou encore le cas du bouchon à vis.

Bouchon de liège contre bouchon synthétique

Le liège, matériau naturel provenant de l'écorçage du chêne-liège, est unique en son genre. Ses cellules sont remplies d'air, ce qui confère au bouchon une compressibilité et une élasticité exceptionnelles.

Le liège est également résilient. C'est le seul matériau capable de supporter une forte pression sans se déformer de manière irréversible. Une fois comprimé, il a tendance à retrouver son volume d'origine. Ainsi, il se détend dans le col de la bouteille, aplaît les aspérités et obture le goulot, lui assurant la plus totale étanchéité sur des dizaines d'années. Le bouchon de liège est abordé par les producteurs sous l'angle du marketing.



Bouchon de liège.

En effet, le bouchon de liège est étroitement lié à l'histoire du vin. C'est un élément presque indissociable de l'ambiance traditionnelle liée à ce produit. Le bruit à l'extraction, la texture au touché, l'odeur, le fait qu'il puisse être réutilisé, sont autant de caractéristiques qui évoquent instantanément le vin et qui rendent le bouchon de liège difficilement imitable ou substituable.

Le bouchon de liège conditionne également le bon vieillissement d'un vin de garde.

Ainsi, seul ce type de bouchon, grâce aux infimes quantités d'air qu'il laisse pénétrer dans la bouteille, permet au vin de mûrir et à ses tannins, très rudes au départ, de s'assouplir. Il est régulièrement dit, à l'inverse, que le bouchon synthétique ne laisse presque pas passer d'air. Au bout d'un an, ce manque complet d'oxygène peut amener certains arômes de réduction désagréables, comme par exemple un goût d'œuf pourri sur un vin blanc.

De surcroît, le bouchon synthétique est un plastique collé, et il arrive que certains solvants se diluent dans le

vin au contact de l'alcool, ce qui crée un goût de bouchon synthétique.

Enfin, sa densité et sa rigidité le rendent difficilement réutilisable. Il est particulièrement difficile, voire impossible, de reboucher une bouteille à la main avec un bouchon synthétique classique.

Il existe diverses qualités de liège, plus ou moins poreuses, et le coût des bouchons varie alors très largement. Choisir un bouchon pour un vin de garde sous-entend de pouvoir y mettre le prix...

Le bouchon synthétique versus le bouchon de liège

La domination du bouchon de liège touche à sa fin, car ses défauts sont de plus en plus fréquents. L'emploi du bouchon de liège comporte ainsi une part de risque incompressible.

Au delà du célèbre « goût » de bouchon, il peut s'agir également d'altérations plus subtiles, plus surnoises du goût qui transforment un bon crû en un vin faible et fade, à la saveur de vieux bois.

La principale faiblesse des bouchons en liège, autres que les bouchons en

aggloméré de liège, est qu'ils sont naturels et que par conséquent leur qualité ne peut pas être linéaire.

Les bouchons synthétiques ou les capsules à vis n'entament en rien la qualité du contenu de la bouteille, et garantissent l'absence de goût de liège ou de bois humide.

Les bouchons de liège sont, en majeure partie, en aggloméré (700 millions environ agglomérés contre 600 millions naturels). Ceux-ci sont moins solides que les bouchons 100 % liège et possèdent une durée de vie plus limitée. De plus, ils ne sont pas adaptés au vieillissement en bouteille.

L'amateur de vin recherche principalement de nos jours une bouteille à maturité, prête à être bue, et ne veut plus s'exposer aux dangers du bouchon de liège.

La qualité des bouchons synthétiques se perfectionne. Plus la demande augmente et plus les recherches avancent pour faire progresser ce type d'obturateur afin de procurer aux consommateurs des plaisirs les plus identiques possible à ceux issus du bouchon en liège.

Les bouchons synthétiques ne viendraient donc pas concurrencer ceux en liège naturel sur le terrain du vieillissement du vin. Ils seront ainsi plus utilisés, tout comme les capsules à vis, pour des vins à boire jeunes sur les deux années suivant la récolte.

L'avenir dans les capsules à vis ?

Les bouchons à vis sont également en progrès.

Ils présentent tout d'abord le double avantage d'être très facilement réutilisables et de permettre de ranger les bouteilles en position verticale, ce

qui est plus simple et prend moins de place.

La capsule à vis est réputée pour être hermétique, ou presque en fonction des joints, à l'air et pour protéger donc des risques d'oxydation.

Le discours commercial pour les bouchons à vis se base sur l'hypothèse que « l'évolution d'un vin ne demande pas d'oxygène. Le vin développe ses capacités organoleptiques dans un environnement réductif où il acquiert des propriétés qualitatives supérieures ». Ces propos de Pascal Ribéreau Gayon, extraits de son traité d'œnologie paru en 2000, venaient en opposition aux vieux principes voulant que l'oxygène soit l'élément indispensable à la maturation d'un vin.

Ce type de bouchage connaît un fort succès dans de nombreux pays. Ainsi, la Nouvelle-Zélande commercialise aujourd'hui entre 60 % et 65 % de sa production avec des capsules à vis, 30 % pour l'Australie ; et la Suisse les



utilise depuis deux décennies avec succès sur ses vins blancs connus pour être sensibles à l'oxydation.

En constante progression, les fermetures synthétiques sont utilisées aujourd'hui pour près de

15 % de la production mondiale. Les producteurs du Nouveau Monde, pionniers dans l'utilisation de capsules à vis, sont nombreux à avoir adopté ce système.

Si ces bouchages sont utilisés depuis plus de trente ans pour les bouteilles de faibles capacités (18,7 et 25 cl), c'est plus récemment qu'ils sont adoptés par de plus grands contenants. Ils étaient jusqu'ici associés, dans les esprits, aux vins premier prix, ce qui explique en partie l'accueil mitigé par le consommateur européen qui est particulièrement attaché au cérémonial du tire-bouchon. L'acceptation est meilleure dans les autres pays du monde qui représentent les zones de croissance. Si les premières bouteilles avec bague à vis de 75 cl sont apparues avec des vins d'entrée de gamme, aujourd'hui, de plus en plus de viticulteurs, notamment des Français, les adoptent pour des vins de qualité.

La Nouvelle-Zélande a réussi un premier tour de force en s'imposant très rapidement comme un pays producteur de vins haut de gamme, surtout

pour ses sauvignons blancs, et un second en devenant un chef de file quant à l'utilisation de la capsule dévissable. Haut de gamme et capsule à vis ne font plus qu'un dans ce nouveau pays viticole.

Des recherches sont en cours pour réaliser des capsules à vis spécialement adaptées aux vins de garde.

Au-delà du manque de recul sur la question, l'une des faiblesses de la capsule à vis vient de son coût. Ce type d'obturateur est aujourd'hui 10 à 20 % plus cher que les systèmes traditionnels puisqu'il nécessite, en sus des capsules, des bouteilles spécifiques qui sont plus onéreuses car encore produites en moins grande quantité, et de nouveaux équipements.

Dans son choix entre le liège, le synthétique ou la vis pour le bouchage de ses bouteilles, le producteur aura principalement à statuer sur l'investissement qu'il sera prêt à consacrer pour le type d'obturateur.

Comme dans la plupart des domaines, l'échelle des prix suit celle de la qualité... Pour une approche économique de la qualité, le liège fait encore consensus.

Nicolas Chain
Responsable Marketing - sommelier
Groupe Ebertec



Capsule à vis.

Un grand nom des vins du Maroc

S de Siroua



Muri et Récolté manuellement sur les prestigieux Coteaux de Rommani

S de Siroua Rouge 100% Syrah ... Fruité, épicé, velouté, équilibré, harmonieux

S de Siroua Blanc 100% Chardonnay ... Complexe, structuré, généreux, élégant

Thalvin
TERRE DES VINS

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

La qualité pour l'agro, c'est 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 & ATP Métrie