

RESAGRO

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

www.resagro.com

N° 19 JANVIER 2011

Maroc bleu

Cap sur Halieutis

La Fénip contre les détracteurs du plan

Caisses plastiques, marché en devenir

© 2011 RESAGRO. Adresse BP 200285 80 Evreux CEDEX 03 - 200203 Evreux



Veille

Chamelle :
les premiers
dérivés laitiers

22



HQSE

L'œuf : garanties
sanitaires
au Maroc

42



CHR

Le spa en
hôtellerie,
simple service
ou centre de
profits ?

60

Nouveau

Aïn Ifrane®

Source de nature au quotidien



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.



Edition, conseil et communication

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



2011 démarre à peine que déjà les salons réouvrent leurs portes aux professionnels.

Le plus attendu et le plus ambitieux, pour cause de volonté affichée au plus haut niveau, est bien sûr Halieutis. C'est l'avenir de la pêche, de ses produits et de la mise aux normes de tout le secteur qui est en jeu.

Attendu également mais par les professionnels du manger et sur la rive nord de la Méditerranée, le Sirha est sur le point de dévoiler toutes ses découvertes de produits agro', primées à la fin de l'an dernier en prévision du salon 2011.

Lorsque l'agro' croise la recherche, cela donne des produits surprenants, mais on se demande « Comment n'y avait-on pas pensé auparavant ?! » Je veux parler des dérivés laitiers de la chamelle. L'agronomie a mis en lumière cette démarche ; il reste à l'industrie et à la distribution à profiter de la brèche creusée par de petits opérateurs plutôt isolés par définition.

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

Alexandre DELALONDE

PiscineSpa

EXPO

2 SALON INTERNATIONAL DE LA PISCINE
SPA, BIEN-ÊTRE & ESPACES VERTS



24 ▶ 27 Février 2011

Office des Changes-Route El jadida

C A S A B L A N C A

INFOLINES : 06 69 73 01 83 - 05 22 26 39 72

www.piscineexpomaroc.com

SOMMAIRE

Agro



✓ Périscope	6
✓ Pleins feux sur...	
Maroc bleu : du plan Halieutis vers le salon éponyme	8
✓ Évènementiel	
L'agro' et les métiers de bouche à nouveau aux Morocco Awards	14
✓ L'entreprise du mois	
Isolab, une société, des solutions analytiques	16
✓ Produit	
Les trouvailles du Sirha à la veille du salon 2011	18
✓ Veille	
Du lait de chamelle aux produits laitiers camelins	22
✓ L'idée verte du mois	
Le sèche-mains, plus écologique que le distributeur de serviettes papier ?	26

Distribution



L'éclairage des magasins, entre émotion et efficacité énergétique	28
Nouveaux produits monde/Maroc	30
Fiche métier : directeur de magasin	32

Cahier technique



✓ Nutrition	
Jus et vitamines	34
✓ Formulation	
Arômes et réactions chimiques	36
✓	
De la pomme de terre à la frite (2 ^{de} partie : Blanchiment, friture et surgélation)	38
✓ HQSE	
L'œuf : garanties sanitaires au Maroc	42
Le recyclage des eaux par biofiltration	46
✓ Solutions	
Le traitement du linge de l'agro' et des CHR	50
✓ Équipements	53
✓ Emballage	54
✓ Tableau de bord	55

CHR



✓ Actualités	56
✓ Conseil d'expert	
Le spa en hôtellerie, simple service ou centre de profits ?	60
✓ Vins & spiritueux	
Qu'est-ce qu'un vin vieux ?	64

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
• Lætitia 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

• Amal Zinia Berrada,
chef de pub
• Evelyne Anguy,
chef de pub

• 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
05 22 36 04 09
05 22 36 04 16
05 22 36 04 19
• Fax 05 22 36 03 97
• E-mail :
contact@resagro.com
• Site Internet :
www.resagro.com

SPONSORS OFFICIELS



PARTENAIRES PRESSE



Atlas Olive Oils, producteur de l'année 2010

L'année 2010 s'est achevée de façon fructueuse pour l'image de l'un des acteurs marocains de l'huile d'olive haut de gamme. *The Olive Oils Times* a consacré Atlas Olive Oils « producteur d'huile d'olive de l'année » 2010, pour la région Afrique/Moyen-Orient. Le média évoque la vocation et le perfectionnisme de la famille Aqallal, active dans l'oléiculture depuis la fin du XIXe siècle. Pour parvenir à ce niveau d'huile, témoigne-t-elle dans l'article dédié, « vous ne produisez que du "grand cru" à partir d'olives de grande qualité qui sont fraîches, propres et saines. Ensuite vous devenez obsédé par la qualité, les arômes, les saveurs. Cela pénètre votre corps, votre vie chaque jour. »

L'automne dernier, la société oléicole était référencée par *La Grande épicerie de Paris*. Quant à *The Olive Oils Times*, c'est une revue américaine de référence, basée à Newport.

Dixit...

« Les accords de libre-échange ont [...] certes permis l'export de produits agricoles vers les pays industrialisés, mais au détriment de [notre] industrie agroalimentaire »

Amine Berrada Sounni, p^{dt} de la Fénagri

in *L'Economiste*

V^{es} Journées méditerranéennes de l'olivier en vue



Nouredine Ouazzani, responsable Agropôle olivier.

L'Agropôle olivier s'active pour l'organisation de la Ve édition des Journées méditerranéennes de l'olivier à Meknès du 7 au 9 mars prochain à Meknès sur le thème « Stratégies de commer-

cialisation et innovations technologiques pour la production de l'huile d'olive de qualité, la valorisation des sous-produits et la production de l'énergie ». La cheville ouvrière de l'événement n'est autre que le Dr Nouredine Ouazzani, à la tête de l'Agropôle Olivier, lié à l'Ecole nationale d'agriculture de Meknès.

Rappelons que ces journées sont conçues comme une plateforme de transfert de technologies, de savoir et de savoir-faire en matière d'oléiculture. Ce séminaire international sera animé par d'éminents experts nationaux et internationaux et qui connaîtra la participation de représentants des différents pays oléicoles méditerranéens.

Les organisateurs prient toute personne intéressée par cette manifestation de prendre contact avec l'Agropôle olivier [www.agropoleolivier.com] et, le cas échéant, de s'inscrire.



Fin du monopole d'Altadis

Photo Altadis Maroc



« Nous avons décidé de lutter contre les privilèges et la rente [...] La libéralisation du secteur du tabac est entrée en vigueur le 1er janvier ». Ainsi s'est exprimé le ministre délégué aux Affaires économiques et générales, Nizar Baraka, pour expliquer la fin du monopole d'Altadis Maroc, la filiale d'Imperial Tobacco, quatrième producteur-distributeur mondial. Cela étant dit, le projet de loi y afférent date de 2002 et devait entrer en application en 2006... Cette loi concerne tant la culture et la production que la distribution de tabacs bruts et facturés.

ait
ingrédients

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

Technicit
Améliorants et correcteurs

Praticit
Mixes et prémixes

Creativit
Ingrédients céréaliers

Activit
Ingrédients technologiques

Casablanca
Fabrice Roux - Km 7 - Boulevard Chelchaoui - Z. Ain Sebaa
Port : 06 15 16 95 46
Mail : froux@soufflet-group.com

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

Technosilos étudie et réalise des installations complètes:

- de stockage
- de dosage et pesage de produits solides et liquides
- de broyage et mélange de matières premières
- de transfert pneumatique et mécanique de dé poussiérage
- traitement des liquides
- de supervision et automatisation des installations

Pour l'industrie:

- De produits de boulangerie
- Des pâtes, fraîches, sèches, farcies
- Des boissons
- Des glaces
- De la confiserie et des snacks
- De la minoterie
- Des produits extrudés
- Pour la préparations de produits spéciaux, biologiques et sans gluten

Atex Ex **TECHNOSILOS**

Via Piana, 67 - 47032 Capocolle di Bertinoro (FC) - Italy
Tel. ++39 0543 44 91 43 - Fax ++39 0543 44 91 87
www.technosilos.com - technosilos@technosilos.com

Cap sur le Maroc bleu

Le 1^{er} salon Halieutis, qui se tient fin janvier, devrait être le rendez-vous majeur du secteur halieutique, succédant à Agadir Fish Morocco. Premier objectif affiché : « accompagner la dynamique enclenchée par l'ambitieuse stratégie sectorielle » éponyme.

D. C.



La stratégie Halieutis s'applique à tous les segments du secteur de la pêche.

Fin la formule Agadir Fish Morocco. Le salon qui était voué à la pêche a dû, non sans douleur, laisser la place au salon Halieutis, censé, à partir de cette année, voguer parallèlement au plan éponyme. Si le nouveau salon jette l'ancre à Agadir également, l'événement prend donc une importance toute particulière, que confirment le patronage royal et le fait qu'il est chapeauté par le département d'Aziz Akhannouch. Autant d'éléments qui font dire à certains que le salon Halieutis va être à la pêche ce que le Siam est à l'agriculture...

Plus précisément, le salon Halieutis est dédié aux métiers de la pêche maritime, de l'aquaculture et de la valorisation des produits de la mer. La manifestation est organisée un peu plus d'un an après le lancement de la stratégie nationale Halieutis pour le secteur halieutique [voir encadré et entretien] ; et la gestion est confiée à la dite Association du salon Halieutis, fondée en 2010.

Ce rendez-vous international table, pour sa première édition, sur la participation de plus de quinze pays partenaires et d'un grand nombre d'opérateurs marocains du secteur.

Étendu sur une superficie de 16 000 m², le salon prévoit d'accueillir plus de 200 exposants et 300 enseignes. Le tout s'articulant autour de six pôles distincts, parmi lesquels « Flottes et engins de pêche », « Valorisation des produits halieutiques », « Formation ». Un important programme scientifique est également planifié, à travers des conférences animées par des experts nationaux et internationaux. Le programme comprend des thématiques couvrant toute la chaîne de valeur du secteur, notamment la gestion de la ressource, les tendances de la consommation... [suite p. 12]

La Fénip hors du sillage des détracteurs du plan Halieutis

La Fédération nationale des industries de transformation et de valorisation des produits de la pêche (Fénip) sera fort présente au salon Halieutis. Comme dans toutes les manifestations internationales relatives aux produits de la pêche, la Fédération montrera à tout visiteur et plus particulièrement aux professionnels que « notre industrie se trouve actuellement à l'avant-garde des industries de transformation des produits de la mer dans le monde », dit le président, Hassan Sentissi. Pour ResAgro, ce responsable réagit notamment aux critiques à l'encontre du plan Halieutis. Un entretien « éloquent »...



Le p^{dt} de la Fénip Hassan Sentissi, avec le ministre Aziz Akhannouch.

Quel bilan tirez-vous, en tant que fédération, des diverses éditions du salon précédant Halieutis : Agadir Fish Morocco ?

Le salon Agadir Fish Morocco avait une portée régionale, alors que le salon Halieutis aura sans aucun doute un rayonnement mondial.

Des professionnels du secteur s'inquiètent quant à l'efficacité, sur le terrain du plan Halieutis. Quel est le point de vue de la Fénip ?

Le ministre actuel est au fait des problèmes que connaît toute la filière. C'est la raison pour laquelle le plan Halieutis a vu le jour. En ce qui concerne la Fénip, elle s'est impliquée dès le départ et a applaudi cette initiative qui, pour la première fois au Maroc, donne une visibilité aux professionnels.

Ce plan vous semble-t-il prévoir tout le nécessaire pour la pérennité des entreprises de pêche, la lutte contre la pêche informelle et la protection des ressources ?

La nouvelle stratégie de développement du secteur halieutique au Maroc est limitée à l'horizon 2020, mais il faut noter que la pérennité de la ressource ne dépend pas uniquement de la gestion maroco-marocaine. Il y a lieu de renforcer les relations avec les pays africains avec lesquels le Maroc partage des stocks chevauchants. C'est une garantie supplémentaire d'une gestion durable de la ressource.

Craignez-vous une disparition des stocks de sardines, notamment du côté d'Agadir, de Safi, de Laâyoune ?

Absolument pas. Le plan Halieutis prévoit un allègement des captures dans le stock B qui intéresse les régions que vous citez.

Selon les détracteurs du plan Halieutis, l'épicentre de ce dernier aurait été décalé et aurait viré de bord en faveur des industriels et au détriment des armateurs et pêcheurs...

Il n'a jamais été question d'équilibre entre armateurs et industriels, puisque tous ont toujours été complémentaires : les pêcheurs ont besoin de nous comme nous avons besoin d'eux.

Le dispositif lbhar aurait du mal à démarrer et la politique des repos biologiques aurait montré ses limites, notamment dans le segment de la pêche poulpière. Qu'en pensez-vous ?

Je me réserve de répondre à cette question, bien que la dominant parfaitement, mais je vous renvoie aux intéressés pour répondre à votre interrogation.

Le plan Halieutis accorde-t-il trop d'importance au pélagique au détriment des autres segments de la pêche ?

Le poisson pélagique constitue la principale ressource que nous avons au Maroc, il est tout à fait normal que le plan Halieutis lui réserve la place qui lui revient.

Constatez-vous un chevauchement des compétences et une multiplication des intervenants dans le secteur ? un déficit de mécanismes de contrôle ?

La Fénip appelle de tous ses vœux à une réunion élargie à tous les opérateurs, avec la collaboration effective de la tutelle et de tous les autres acteurs liés à la pêche pour aplanir toutes les difficultés.

Les caisses en plastique, obligatoires pour la pêche : un marché coincé ou biaisé ?



Jean-François Ehrmann et Dominique Denlinger, cofondateurs et codirecteurs de Plastic-JIG.

Obligation d'utiliser les caisses en plastique normalisées dans le secteur de la pêche : c'est ce qui ressort d'une circulaire, émise au tout début de l'année. Valable à compter du 1er février, cette disposition va s'appliquer à tous les senneurs côtiers débarquant à Dakhla. Le vrac ne sera donc plus toléré. La mesure devra être étendue à tous les ports du royaume. Objectif : valoriser les captures, l'utilisation des caisses permettant de protéger le poisson et donc d'en tirer un meilleur profit. Par exemple, lorsque le poisson était capturé, une importante partie était écrasée et devait être vendue entre 0,40 et 0,90 dirham le kilo. Grâce au recours aux caisses en plastique, les revenus des armateurs et des marins seront améliorés ; les captures, totalement protégées ; le petit pélagique, plus disponible ; et, partant, le consommateur, moins ponctionné ! Et pourtant... le marché des caisses en plastiques paraît coincé ou biaisé, comme en témoigne ci-après ce tandem d'entrepreneurs très impliqués dans leur activité.

Trois questions... à Plastic-JIG

Plastic-JIG est une société de droit marocain qui distribue des caisses pliables en plastique écologique, pour l'agroalimentaire au sens large. Jean-François Ehrmann et Dominique Denlinger, qui en sont les cofondateurs et codirecteurs, expliquent leur parcours du combattant.

Les caisses plastiques sont désormais obligatoires, du moins dans le secteur de la pêche. À quelles difficultés êtes-vous confrontés pour vous placer sur ce marché ?

J.-F. E. : Si les caisses plastiques deviennent effectivement obligatoires pour la pêche, la réglementation l'impose depuis respectivement mai 2001, par la circulaire du ministère des Pêches concernant les contenants normalisés, et décembre 2005 par le décret relatif à l'inspection sanitaire et qualitative des produits de la mer.

Nous sommes membres de la CGEM-URT – Meknès –, qui relaye de manière efficace les informations de nos produits aux différentes antennes régionales. Cependant – et cela nuit considérablement au développement général –, la circulation de l'information est un réel problème : e-mail et autres coordonnées obsolètes, site Internet non référencé ; de nombreux contacts avouent ne jamais lever leur courrier électronique. On en est venu au point de devoir contacter des personnes via des SMS ! Il nous est également arrivé d'être obligé d'aller chercher les renseignements dans les « grandes villes », d'en constituer des dossiers afin de les remettre

aux organismes locaux concernés, car il s'est avéré que, malgré une législation dument rédigée, l'interprétation faite restait libre et différait d'un lieu à un autre. Sachant qu'il existe des plans comme Network 2013, il faudrait, là aussi, un changement radical de mentalité, pour que la notion de compétitivité rime avec rapidité et justesse du traitement de l'information.

D. D. : Nos plus grandes difficultés consistent à faire comprendre l'intérêt de nos produits. Les notions d'économie à court et moyen terme sont superficielles, et la plupart des contacts prospectés ne comprennent pas la nécessité du changement. La vision qui consisterait à anticiper n'est généralement pas en tête. Pour preuve : les sacs biodégradables que nous pouvions proposer à 32 dirhams le kilo – on nous répondait « Trop cher ! » – sont imposés, à compter du 1er mars prochain à 40 dirhams le kilo, par une firme américaine !

Vos produits ont-ils de réels atouts spécifiques sur le marché marocain ?

D. D. : Le Maroc perd de 25 à 30 % de sa production agricole. Des pertes dues à l'utilisation des caisses en bois ! Vu la mise en application de la loi dite « S.S.A. » – fin de période dérogatoire au 17 mars prochain – et de la loi-cadre sur l'Environnement, il faut admettre que l'utilisation des caisses en bois va à l'encontre de la revalorisation et reste une ineptie économique : manque d'hygiène – présence de champignons xylophages –, interdiction d'accéder aux marchés internationaux, faute de respecter les normes imposées.



Les caisses en plastique doivent désormais remplacer celles en bois.

J.-F. E. : Les exportations alimentaires marocaines ne représentent que 17 % de la production, en raison notamment de la difficulté à satisfaire aux critères de qualité et aux exigences sanitaires des pays les plus « développés ». Si ce secteur veut contribuer au PIB à hauteur de 15 % en 2015 au lieu de 10 actuellement, le Maroc n'a pas d'autre choix que de revaloriser sa production, et pour ce faire, de commencer par changer de mode de conditionnement. Nos caisses pliables en résine 100 % recyclable et aux normes internationales – ISO 9001 version 2008, HACCP, Codex alimentarius, etc. – ont vocation à remplacer très efficacement ces caisses en bois. On trouve près de 160 millions d'unités à travers le monde, il est étonnant de n'en voir aucune au Maroc – hormis celles d'occasion ramenées par quelques MRÉ – alors que des pays

subahariens en sont équipés...

Le souverain s'engage, y compris sur le terrain, en faveur de la mise à niveau de l'agriculture, de la pêche et du développement durable. Des effets lors de vos prospections ?

D. D. : S. M. Mohammed VI est un souverain remarquable, ayant une vision d'avenir pour son pays, prenant des mesures concrètes et se donnant les moyens financiers de sa politique. Mais nous avons l'impression qu'il n'est, hélas, pas forcément suivi dans sa vision du modernisme.

J.-F. E. : Le rôle de l'État n'est absolument pas à remettre en cause. Les subventions pour la revalorisation du PMV ont été réévaluées, comme l'atteste le *Bulletin officiel*. Nos caisses pliables s'inscrivent dans le schéma de revalorisation. Elles seraient susceptibles de bénéficier d'une aide au financement de 10 %.

Tripler le PIB du secteur

Après le plan Maroc vert, pour l'agriculture, le plan Halieutis est lancé en 2009 pour le « Maroc bleu » en même temps que sa présentation, devant le souverain, par le ministre de l'Agriculture et de la Pêche maritime. L'ambitieuse stratégie sectorielle de développement intégré s'appuie sur trois axes majeurs : durabilité, performance et compétitivité. Parmi les principaux objectifs de la stratégie figurent la mise à niveau et la modernisation des différents segments du secteur de la pêche. Un autre enjeu de taille est la pérennisation de la ressource pour les générations futures, tout en offrant de la visibilité aux investisseurs, pour déployer et faire croître durablement la filière. La stratégie Halieutis vise à faire du secteur de la pêche un réel moteur de croissance de l'économie marocaine : elle ambitionne notamment de tripler le PIB du secteur d'ici à 2020 pour le porter à plus de 21 milliards de dirhams.



[suite de la p. 8] Le salon sera dédié aux professionnels du secteur pendant ses deux premiers jours afin de permettre la tenue de rencontres B to B et de constituer un espace adéquat pour les rencontres d'affaires. Les deux derniers jours, les portes sont ouvertes au grand public. Démarche incontournable en telle circonstance : la tenue de conférences impliquant des experts nationaux et internationaux reconnus.

Au total, l'affluence escomptée par les organisateurs se situe à hauteur de plus de 100 000 visiteurs. L'avenir dira si le salon Halieutis aura atteint son objectif principal, à savoir : « créer une plateforme d'échange entre les acteurs du secteur halieutique, un espace riche en opportunités d'affaires pour les entreprises marocaines et étrangères, ainsi qu'une vitrine représentative du potentiel du secteur halieutique marocain ».

STATISTIQUES OFFICIELLES DU SECTEUR HALIEUTIQUE	2007	ÉVOLUTION	PROJECTION 2020
PIB (pêche, aquaculture et industrie, en MM DH, prix courant)	8,3	+ 13,6 MM DH	21,9
Emploi direct à terre (industrie et aquaculture)	61 650	x 1,8	115 000
Emplois indirects	488 500	+ 21 500	510 200
Poids de l'informel (% du CA du secteur)	> 30 %	±2	< 15 %
Exportations de produits de la mer (en milliards de US \$)	1,2	x 2,6	3,1
Production halieutique (milliers de tonnes)	1 035	x 1,6	1.660
Consommation locale de poisson (kg/habitant/an)	10 à 12 kg	x 1,5	16 kg
% des espèces gérées durablement (espèces capturées sous quota)	5 %	+ 90 points	95 %

Tableau - En chiffres, « des ambitions à la hauteur des attentes », selon les planificateurs du plan Halieutis ».

LA QUALITÉ POUR L'AGRO, C'EST CHEZ NOUS

ISOLAB

Your Best Partner For a Better Quality

Lait & vin

Infrarouge process

Produits laitiers Viandes & olives

Céréales grain & farine

Sécurité bactériologique

Mycotoxines & pesticides



Jaouda et Amoud honorés par les Morocco Awards

La deuxième édition des Morocco Awards a, comme la première, distingué des marques locales d'agroalimentaire et des métiers de bouche : Amoud et Jaouda. Une sélection qui est le fruit d'une enquête mercatique.

Quelque 350 invités du monde de l'économie et de l'entrepreneuriat étaient réunis, en décembre dernier, autour d'Ahmed Reda Chami pour assister à la cérémonie de remise des Trophées

Morocco Awards 2010.

Le ministre de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles technologies a rappelé que cette manifestation, désormais annuelle, était destinée à récompenser « les marques les plus

innovantes, celles qui sont dans nos esprits et dans nos cœurs... »

Initiée par le ministère de tutelle et l'Office marocain de la propriété industrielle et commerciale (Ompic), la cérémonie s'est déroulée en

présence des 60 entreprises candidates et d'une importante délégation étrangère qui avait participé à un colloque l'après-midi même sur le thème « Marques et développement économique ».

Parmi ces 60 candidats, quatre ont été distinguées par un jury constitué de professionnels de la communication et du milieu des affaires, présidé par Adil Douiri, l'ancien ministre du Tourisme et actuel président de *Mutandis*.

Les lauréats ont dû satisfaire à de nombreux critères de sélection, à commencer par le degré d'innovation, la politique mercatique de la marque, l'évolution, la performance et la qualité du produit.

Comme l'a souligné le président du jury, l'objectif est « d'encourager les entreprises marocaines à être ambitieuses, à croître et à développer leur expertise en gestion de marque ».

Cette année encore, l'agroalimentaire et les métiers de bouche ont été à l'honneur. *Amoud* a remporté le 1er Trophée de la marque innovante. En recevant ce prix, *Amoud* estime « s'illustrer encore une fois et se positionner en fer de lance des métiers de bouche au Maroc ». Fondée en 1982, *Amoud* se veut être, depuis ses débuts, « le garant de la tradition marocaine tout en faisant de l'innovation de ses produits et de ses services une priorité. » C'est « tout naturellement » qu'*Amoud* leur dédie ce trophée.

Jaouda, quant à elle, a été récompensée par le Trophée de la marque de fabrique, succédant à *Aïcha*. « Nous avons la chance d'avoir un président qui est un grand visionnaire, et c'est grâce à lui que la marque *Jaouda* en est là aujourd'hui », s'est enthousiasmé le directeur du Développement de *Copag*, Taoufik Kadri Hassani. Dans la catégorie « Commerce & distribution », *Kitea* a été élue meilleure marque de l'année. L'enseigne est présente au Maroc depuis 1993 et ne cesse d'étoffer son réseau, qui compte aujourd'hui 26 points de vente.

Chaque attribution de distinction est le fruit d'une sélection, opérée par une méthodologie établie par *DS Marketing*. C'est la marque qui a obtenu le score le plus élevé lors du sondage réalisé par ce cabinet auprès d'un échantillon de 1 200 personnes représentatives de la population nationale (urbaine et périurbaine). Rendez-vous l'an prochain...

interpack
PROCESSES AND PACKAGING
Düsseldorf, Germany
12 - 18 May 2011

**COMMENT NOUS
SAVONS AUJOURD'HUI
QUE VOUS AUREZ
DU SUCCÈS EN
MAI 2011 ?**

D'EXPÉRIENCE.

Solutions ahead!
www.interpack.com



Chambre Allemande de
Commerce et d'Industrie
au Maroc
140, Bd Zerikouli, 6ème étage
20070 Casablanca

Tel: +212 (522) 42 94 20/00/01
Fax: +212 (522) 47 50 31
monika.riviere@dihcama.org



**Messe
Düsseldorf**

Isolab : une société, des solutions analytiques

Isobab est l'une des ces sociétés qui font le lien entre l'industrie agroalimentaire et les besoins de solutions analytiques qui permettent d'aller vers la sécurité alimentaire et environnementale. Reportage photo.

Apporter en continu des solutions analytiques rapides et performantes adaptées aux exigences évolutives de la clientèle, afin d'assurer la conformité avec les normes internationales de la qualité et de la sécurité des denrées alimentaires et de l'environnement. C'est l'offre d'une société telle qu'Isolab, fondée à Casablanca en 1997. Plus précisément, Isobab est un fournisseur d'équipements, de consommables de laboratoire et de produits chimiques, en représentant exclusivement au Maroc Foss (Danemark), Gerber Instruments (Suisse), Advanced, Charm (Etats-Unis), Nikon (Japon), R-Biopharm (Allemagne), mais aussi en liant des partenariats avec les chefs de file mondiaux en matériels de laboratoire.



Le labo'

Isolab organise des ateliers et formations techniques pour ses clients. Il y va de l'accompagnement des clients et personnels. Pour ce faire, Isolab dispose d'un laboratoire. Sur le plan du fonctionnement interne, on y procède à des analyses de blé, de farines...

Soucieuse de satisfaire à l'exigence des relations externes, le laboratoire d'Isolab fait figure d'espace de démonstration à destination de la clientèle.



Le show-room



Le stockage



La salle de réunion



La « photo de famille »

Compte tenu du nombre de ses partenaires internationaux, Isolab a aménagé un show room, dans le but de présenter les appareils qu'elle distribue sur le marché marocain. Citons l'étuve de séchage, l'analyseur de blé et de farines Infratech 1241, le distillateur d'eau Freshman, l'analyseur d'azote Kjeltec.

C'est la plus grande zone, en largeur et en hauteur, d'Isolab. Et pour cause : c'est là que sont mis en réserve les équipements et autres produits importés par la société, des fûts d'alcool pour analyses jusqu'aux boîtes de PétriFilm, en passant par la verrerie. La capacité de stockage maximale est de 1500 m³.

Comme toute société, Isolab a une salle de réunion. Des partenaires de multiples pays y font des interventions. Des clients y font des présentations. Ensuite, c'est un espace de formation continue, animée notamment par la doctoresse Najiya Dhiba (au 1er plan), scientifique de formation et directrice commerciale.

Les actuels locaux d'Isolab sont inaugurés il y a quatre ans, sur le site de la Chambre française de commerce au parc industriel de Bouskoura. Auparavant, la société avait élu domicile au cœur de Casablanca, à Sidi-Maârouf. Actuellement, le personnel compte une vingtaine de personnes, travaillant sur une superficie de 3 000 m².

Sirha : ces produits qui font la restauration innovante

Des prix pour l'innovation agroalimentaire et 3 mentions spéciales dans les catégories « Restauration collective », « Nutrition-santé », « Développement durable ». C'est ce qu'a été remis par un jury à des produits, en avant-première du XVe salon Sirha à Lyon.

« Laboratoire des tendances où s'invente la restauration de demain » : ainsi entend se positionner en 2011 le Sirha, aux dires de Marie-Odile Fondeville, directrice du salon. La XVe édition du Sirha se déroule à Lyon du 22 au 26 janvier courant. Ses animations, conférences concours et autres événementiels prennent appui sur la donne suivante.

« Dans un contexte de perpétuelle mutation des habitudes alimentaires, la recherche de produits nouveaux, de matériels performants, et par-dessus tout, la découverte des modes de consommation des années à venir sont essentiels », avancent les organisateurs.

« Présenter une offre de qualité ne suffit plus, poursuivent-ils. Le consommateur veut manger séduisant, équilibré ou surprenant. Selon l'humeur ou le moment de la journée, il veut pouvoir empor-

ter, «snacker», préparer lui-même, ou prendre son temps pour déguster. »

Tous les professionnels de la restauration – qu'elle soit collective, gastronomique, rapide, hôtelière – doivent donc impérativement anticiper pour répondre aux attentes en constant mouvement du consommateur.

L'un des moments clés du Sirha 2011 va précisément être l'exposition, sur son Food Studio sous le dôme d'Eurexpo, des produits qui ont reçu en décembre dernier les Grands prix Sirha Innovation 2011. Cela s'était passé dans les locaux de l'École Ferrandi, sous la houlette d'un jury composé de spécialistes de la nutrition et du développement durable, de chefs...

Les présélectionnés avaient disposé de 15 minutes pour convaincre au cours d'un « grand oral ».

Un salon qui monte en puissance

Au Sirha, tous les métiers et tous les secteurs de la restauration sont représentés sur un seul et même lieu. D'année en année, d'édition en édition, le salon ne cesse de monter en puissance. Les chiffres de 2009 en témoignent :

- ◆ plus de 140 000 visiteurs (plus de 11 % hors Hexagone)
- ◆ plus de 2 000 exposants (20 % d'étrangers)
- ◆ 13 pavillons du monde
- ◆ 1 200 démonstrations par jour
- ◆ 600 innovations présentées, dont 150 en avant-première mondiale
- ◆ 10 000 chefs de 136 pays

1er Grand prix Cap Diana pour les Glacis de légumes

Les Exquis Glacis sont des aides culinaires obtenues par concentration naturelle de jus de légumes : carotte, oignon, tomate confite... Applications : potages, sauces, purées, vinaigrettes...

Les avantages sont divers.

En matière de goût et de culinarité, cela apporte des saveurs authentiques et des couleurs intenses.

Côté praticité et polyvalence, c'est facile d'emploi ; ça suscite la créativité.

Sans additifs, OGM, exhausteurs de goût, Les Exquis Glacis préservent les nutriments, facilitent la consommation de légumes et contribuent au remplacement du sucre et du gras et à la diminution du taux de sel dans les produits finis.

En termes d'impact économique, le produit nécessite un faible dosage un et génère gain de temps.



Grand prix + Mention spéciale Développement durable

Rians Restauration pour le Fromage blanc au lait de chèvre

Très doux, le Fromage blanc au lait de chèvre propose une délicieuse alternative aux fromages blancs au lait de vache et tous les bienfaits nutritionnels du lait de chèvre. Conditionné en poche de 500 g, ce produit est d'usage très facile. La texture onctueuse du Fromage blanc au lait de chèvre ainsi que la praticité de sa poche permettent un dosage plus pratique : précis, sans « coulure » entre deux utilisations. Plus efficace et plus fonctionnelle, cette poche évite les pertes inutiles.

Beaucoup plus digeste que le lait de vache, le lait de chèvre contribue à l'équilibre nutritionnel et répond à ces contraintes d'intolérance.



Grand prix Bridor pour les Pains Arc-en-ciel

Bridor et Lenôtre Paris présentent Arc-en-Ciel, « une recette Lenôtre professionnelle », nouvelle gamme de 6 pains naturellement colorés et parfumés : thym-citron confit, curry des îles, ail-menthe-épinard, algues nori, tomates confites. Ciabatta fine et légère, les pains Arc-en-Ciel sont destinés à l'élaboration de canapés, de pièces traiteur et d'en-cas de luxe, créatifs et tendance.

Naturels, sans colorants ajoutés, les pains Arc-en-Ciel sont livrés prêts à l'emploi (12 mn à 120° C).

Ils pèsent 35 g ou 80 g l'unité.

Le produit est disponible à partir du 1er février prochain.



Grand prix Nestlé Professionnel pour les Jus en flocons Chef

En 2011, Chef révolutionne l'univers des produits culinaires, avec une nouvelle génération de jus déshydratés en flocons, aux bénéfices suivants.

L'utilisation est facilitée : dosage plus pratique, dilution encore plus rapide, aucun grumeau.

Les saveurs de viandes sont plus intenses, et des notes rôties puissantes évoquent les sucs pincés.

S'ajoutent à cela un aspect plus homogène, opaque et riche ; des couleurs brillantes.

En tout, 5 nouvelles recettes (« Jus d'agneau », « Bœuf », « Porc », « Poulet », « Canard »), aux dosages et rendements harmonisés (550 g pour 11 L ; 50 g / L) et à faible teneur en matières grasses.



Grand prix

La Fruitière du Val-Evel et Algues de Bretagne pour les Perles de Saveur Frozen Creative Food

Les Perles de Saveur Frozen Creative Food sont nées d'un partenariat entre deux entreprises qui ont combiné leur savoir-faire respectif de transformation des algues (ADB) et celui des pulpes de fruit (LF).

Les Perles de Saveur sont de petites billes gélifiées et surgelées, au cœur « fondant » contenant des pulpes de fruit ou des saveurs salées.

Appliquées en dépose ou en inclusion, les perles restent toujours intactes et rondes pour s'offrir en spectacle de l'apéritif au dessert.

Utilisées comme aides culinaires, elles ouvrent de nombreuses voies de créativité en cuisine, pâtisserie, glacerie, cocktail et plus largement vers tous les ateliers de confection culinaire.

**Mention spéciale Nutrition-santé
Lesaffre France pour le Gustal tradition**

Gustal Tradition permet de réduire la dose de sel : jusqu'à 30 % pour atteindre 1,6 % sur poids de farine sans incidence sur : les qualités physiques et gustatives du pain, les caractéristiques rhéologiques de la pâte et la conduite de la panification.

Ce produit étant exclusivement constitué d'une levure de boulangerie, désactivée par traitement thermique, il est également autorisé pour la fabrication du « pain de tradition française ».

L'innovation consiste à séparer la contribution de la levure au goût du pain, via la fermentation et par les constituants de la levure d'autre part, afin d'augmenter l'effet de la deuxième action sans modifier la performance de la première.

**Grand Prix**

Huilère Croix-Verte pour le beurre de cacao Macécao

es beurres de cacao Macécao sont parfumés aux fruits secs, développés par Huilerie Croix-Verte en partenariat avec Jérôme Langillier, champion du monde de la pâtisserie 2009.

Ce produit est issu d'un savoir-faire unique, mettant en œuvre les meilleurs ingrédients. En effet, les beurres de cacao Macécao contiennent à 99,9 % de pur cacao et sont 100 % naturels. Ils se substituent opportunément au beurre de cacao classique et apportent un parfum de noisette, de pistache ou d'amande légèrement torréfiée pour sublimer chocolats et pâtisseries.

**Mention spéciale Restauration collective**

Lactalis CHF pour le Roux blanc avec du beurre Président Professionnel

Président Professionnel lance au rayon frais le premier roux blanc avec du beurre, prêt à l'emploi. Avec un bon goût de beurre, le Roux Président Professionnel respecte le goût des sauces et fait ressortir leurs arômes.

Il se dilue rapidement et permet d'obtenir une liaison lisse et onctueuse.

Il est facile à couper. Adapté aux liaisons froides ou chaudes, il est particulièrement adéquat pour la restauration collective.

À noter que le Roux Président Professionnel est dépourvu d'huile de palme et de gluten.

Le produit est vendu en barquette d'1kg et est disponible au rayon frais (DLUO : 9 mois).



Le rendez-vous du secteur halieutique

AGADIR

26 AU 29 Janvier 2011



www.salon-halieutis.com

Sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, la ville d'Agadir abritera du 26 au 29 janvier la première édition du Salon HALIEUTIS initié par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime.

A vocation nationale et internationale, le Salon, qui tient son nom de la stratégie nationale lancée pour le secteur, se veut une vitrine du potentiel halieutique de notre pays.

Cette grande rencontre est dédiée, entre autres, aux métiers de la pêche maritime, à la valorisation des produits de la mer et aux équipements liés au secteur. Le salon accueillera pendant quatre jours des centaines d'exposants sur un espace de 16 000 m².

Véritable plateforme d'échange, la salon HALIEUTIS tend à développer de réelles opportunités d'affaires pour les opérateurs du secteur au niveaux nationale et internationale.

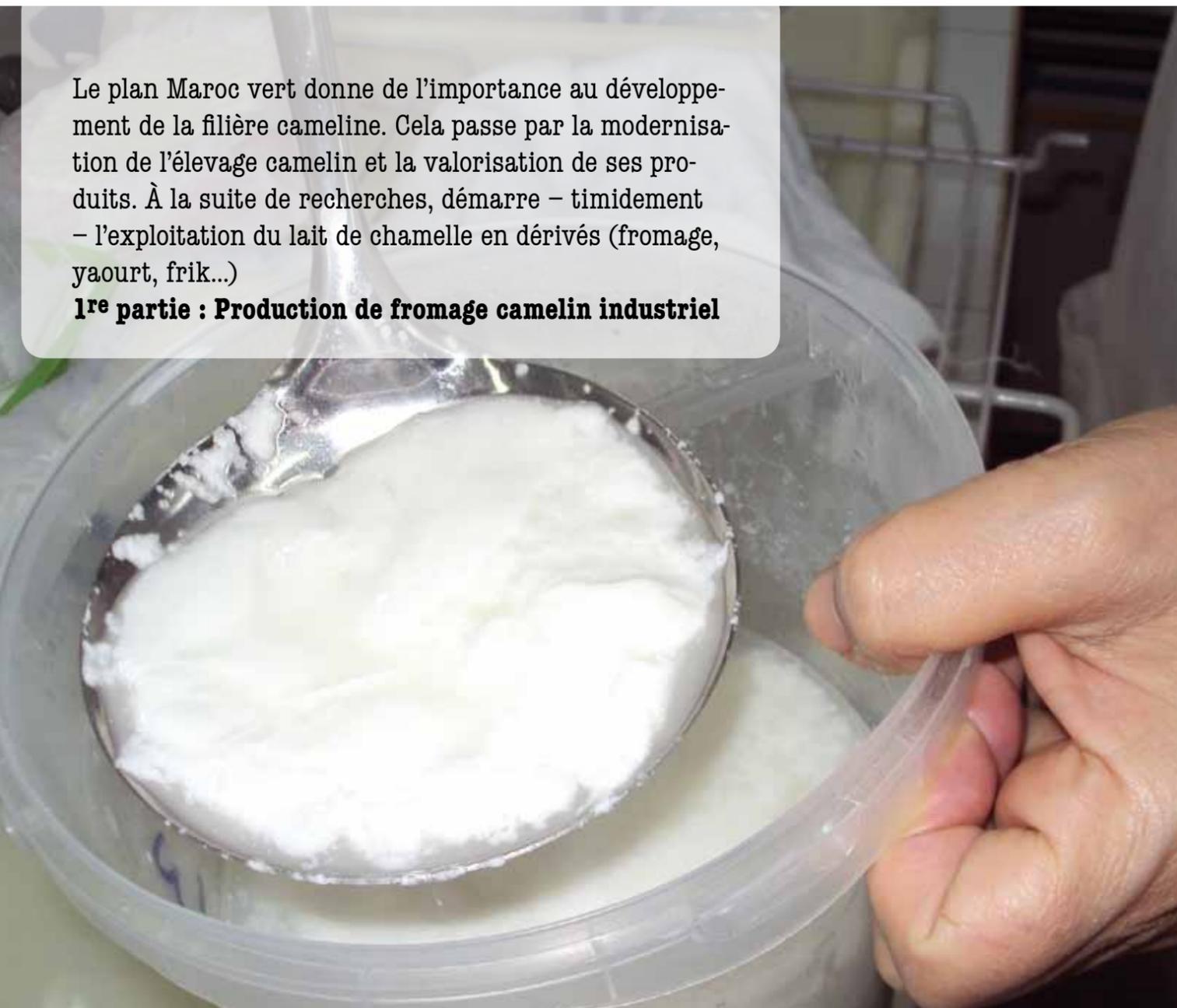
Le salon HALIEUTIS ouvre ses portes aux professionnels le 26 janvier 2010 et pour le grand public à partir du 28 janvier.

Comment industrialiser le lait de dromadaire et assurer un transfert de technologie

Dr Noredine Benkerroum, professeur et chercheur à l'Institut agronomique et vétérinaire Hassan-II

Le plan Maroc vert donne de l'importance au développement de la filière cameline. Cela passe par la modernisation de l'élevage camelin et la valorisation de ses produits. À la suite de recherches, démarre – timidement – l'exploitation du lait de chamelle en dérivés (fromage, yaourt, frik...)

1^{re} partie : Production de fromage camelin industriel



Lait caillé de chamelle.

Dans plusieurs régions du globe, en particulier les régions arides et semi-arides, l'élevage de dromadaires constitue l'une des principales activités socio-économiques. Outre son utilisation pour le transport, le trait et les loisirs, le dromadaire a toujours contribué significativement à assurer la sécurité alimentaire dans ces régions. En effet, il constitue la principale – parfois la seule – source de viande, de lait et de leurs dérivés, ainsi qu'un moyen, pour les éleveurs, de générer des revenus via la vente de sa peau, de sa laine et des aliments qu'il produit (viande, lait).

Le lait de dromadaire a souvent été évoqué pour ses vertus nutritionnelles, diététiques et thérapeutiques qui le distinguent du lait d'autres animaux domestiques tels que la vache, la chèvre, la brebis et la bufflesse. En médecine traditionnelle, il était utilisé pour traiter le diabète et diverses infections microbiennes dont la tuberculose, des gastroentérites et des dermatoses.

Pouvoir antimicrobien et antiviral élevé

Des études scientifiques récentes ont démontré que ce lait possède un pouvoir antimicrobien et antiviral élevé. D'autres études ont montré qu'il contient une quantité relativement importante (52 unités/ml de lait) d'une insuline qui a la particularité de passer à travers le tractus digestif sans être dégradée par les enzymes protéolytiques



de l'estomac et de l'intestin, lui permettant, ainsi, d'être absorbée dans le sang et d'agir sur la digestion des sucres. Ceci a été confirmé par des études cliniques ayant montré que la consommation quotidienne de 500 ml de lait de dromadaire par des diabétiques insulino-dépendants permet de baisser significativement la dose d'insuline prescrite médicalement. Le lait de dromadaire est, par ailleurs, connu pour sa plus richesse en vitamines C, B1, B2 et B3, en sels minéraux et en oligoéléments (fer, magnésium, phosphore...) En outre,

son apport substantiel d'acides gras et d'acides aminés essentiels en fait un aliment équilibré pour la nutrition humaine en dépit de sa déficience notoire en vitamine A.

Au Maroc, l'élevage camelin est estimé à 152 000 têtes, dont 70 % localisés dans les régions sud du pays [voir tableau]. Ce nombre, bien que non négligeable, reste à augmenter eu égard au potentiel du pays dans l'élevage camelin et au rôle qu'il peut jouer dans la sédentarisation des éleveurs de la région par l'amélioration des revenus et la

Région	Camélidés (milliers de têtes)	Production laitière (milliers de t/an)
Laâyoune/Boujdour/ Sakia-el-Hamra	62	16
Oued-Eddahab/ Laguira	44	5
Total du pays	152	24,8

Tableau - Élevage camelin et production du lait de dromadaire à Dahkla et à Laâyoune



création d'emploi.

Le plan Maroc vert accorde une importance particulière au développement de la filière cameline comme levier principal pour un développement durable dans les régions sud du Maroc, compte tenu de leurs spécificités et de leur milieu naturel favorable à ce type d'activités, ainsi que de l'importance culturelle que représente le dromadaire pour les habitants de ces régions. Un tel développement doit nécessairement passer par la modernisation de l'élevage camelin et la valorisation de ses produits, dont le lait.

La valorisation du lait de chamelle requiert sa transformation en dérivés laitiers à l'échelle industrielle ou semi-industrielle selon les règles d'hygiène reconnues internationalement. Dès lors, il était nécessaire d'entreprendre des recherches scientifiques visant à mettre au point des procédés spécifiques pour la production d'une gamme aussi large que possible de produits dérivés de lait de chamelle. à cet effet, les directions régionales de l'Agriculture (DRA) de Laâyoune/Boujdour/Sakia-el-Hamra (LBSH) et de Oued-Eddahab-

Laouira (OL) ont fait appel à l'Institut agronomique et vétérinaire Hassan-II (Rabat) pour l'exécution de leur « Plan agricole régional, » qui a, entre autres composantes, « l'intensification et la valorisation du lait de dromadaire ».

Dans une première expérience de cette collaboration, nous sommes parvenus à produire du fromage frais de lait de chamelle cru qui a été ensuite commercialisé par la coopérative féminine Ajbane Dakhla. Ensuite, dans le cadre d'une convention de partenariat entre l'IAV Hassan-II et la DRA de LBSH, le procédé a été affiné au sein des laboratoires de l'IAV et appliqué au lait de chamelle pasteurisé, en vue d'améliorer la qualité hygiénique du produit fini et le rendement fromager. Des procédés de fabrication du yaourt et du lait acidifié (*frik*) pasteurisé ont été également développés puis transférés pour une production commerciale à la minilaiterie de la coopérative Attadamoune.

Fromage camelin

Le lait de dromadaire est généralement consommé en tant que tel (cru

ou chauffé) ou après une fermentation spontanée pour sa transformation en *frik*. Hormis la production, dans certains pays du Sahel, d'un type de fromage sec traditionnel dit tchoukou, obtenu après coagulation spontanée du lait de dromadaire suivi d'un séchage au soleil sur le sable, aucun autre type de fromage frais ou affiné n'a été connu parmi les aliments traditionnels des nomades ayant une expérience séculaire dans l'élevage de camélidés tels que les Touaregs. Contrairement au lait de vache, de chèvre ou de bufflesse, la coagulation du lait de dromadaire par les méthodes classiques (acidification et/ou addition de la présure) aboutit à la production d'un caillé fragile qui se prête mal aux traitements subséquents pour la production de fromages. Il est actuellement bien établi que la faible teneur du lait de dromadaire en kappa caséine (principale protéine responsable de la coagulation du lait) et l'absence de beta lactoglobuline (une protéine hydrosoluble du lait) sont les principaux facteurs qui affectent son aptitude à la gélification et, par conséquent, sa transformation en dérivés laitiers élaborés.



Yaourt...

De ce fait, il était largement admis que le lait de dromadaire ne se prêtait pas à la fabrication de fromage et que le seul moyen, pour ce faire, était de le mélanger avec du lait de vache ou de chèvre. Néanmoins, dans les années 1990, une série de travaux réalisés en Tunisie et en Arabie Saoudite, avec le concours de la FAO, a abouti à la production de fromages frais ou affinés à partir de lait de dromadaire grâce à des réajustements physicochimiques des procédés de fabrication.

Cependant, le passage à l'échelle industrielle ou semi-industrielle est resté limité par le faible rendement variant entre 7 et 11 g de fromage frais par 100 g de lait, compromettant ainsi la rentabilité de toute entreprise qui se lancerait dans cette activité. L'exemple le plus souvent cité est celui de Tiviski S.A., cette laiterie de Mauritanie ayant produit le camembert de lait de chamelle pour une certaine période avant de l'interrompre en raison des difficultés de commercialisation à l'échelle locale et internationale. Ainsi, d'une part, l'UE a refusé d'ouvrir ses frontières devant ce produit en raison des barrières réglementaires. D'autre part, le fromage en général ne fait pas partie des habitudes alimentaires des Mauritaniens...

Les recherches entreprises à l'IAV pour la production de fromage camelin

avaient trois objectifs.

Premièrement, mettre au point des procédés simples et faciles à transférer à l'échelle semi-industrielle pour être maîtrisables par les techniciens ou agents des coopératives n'ayant pas un niveau de technicité élevé. Deuxièmement, améliorer autant que possible le rendement fromager pour minimiser le prix de revient du fromage et rentabiliser sa production. Troisièmement, produire un fromage salubre, respectant les normes internationales en matière de sécurité sanitaire et qui puisse se conserver plus de 10 jours à la température de réfrigération.



... lait conditionné...

Ainsi, les travaux ont essentiellement porté sur le choix du type et la concentration de présure à utiliser pour la coagulation du lait, ainsi que le choix du ferment qui peut bien se multiplier dans le lait de chamelle malgré son pouvoir antimicrobien élevé et y produire suffisamment d'acide pour aider à la coagulation du lait et ensuite à l'égouttage du caillé.

Expérimentation finale en minilaiterie

Les présures d'origine microbienne se sont montrées plus performantes que la présure d'origine animale (extraite de la caillette du veau). Cependant, elles

doivent être utilisées à des doses allant de 10 à 100 fois plus que celles recommandées par les fabricants pour la coagulation du lait de vache, de chèvre ou de bufflesse. Pour chaque présure, une dose optimale doit être déterminée au préalable afin d'obtenir un rendement maximal sans altérer le goût du fromage. Un surdosage de présure donne un goût amer au fromage et réduit le rendement. De tels ajustements nous ont permis d'atteindre des rendements de 15 à 17 %, constituant une amélioration significative, comparée aux rendements rapportés par ailleurs qui dépassent rarement les 11 %. Une analyse microbiologique du fromage, obtenu dans le laboratoire de microbiologie alimentaire et de biotechnologie de l'IAV, ont montré que leur qualité bactériologique est conforme à la réglementation en vigueur. Ce qui s'explique par l'utilisation de lait pasteurisé comme matière première et le respect des conditions d'hygiène lors de la fabrication. Les résultats de ses recherches ont été transférés à l'échelle semi-industrielle au niveau de la minilaiterie installée à Laâyoune par le ministère de l'Agriculture et mise à la disposition de la coopérative agricole Attadamoune pour être commercialisé sous la dénomination Ajbane Laâyoune.

2^{de} partie dans le prochain numéro : Production de yaourt et de lben à partir de lait de dromadaire



... et fromage camelins.

Le sèche-mains, plus écologique que les serviettes de papier ?

Dans les cafés, hôtels et restaurants, un passage par les toilettes s'achève en principe par un séchage des mains, à l'aide soit d'un appareil électrique, soit d'un distributeur de serviettes en papier. Selon certaines « études », la seconde solution est plus nocive pour l'environnement.

Comment se sécher les mains ? La réponse à cette question est l'un des grands dilemmes à résoudre au moment de l'aménagement de toilettes destinées au public, dans le secteur CHR en particulier. Vaut-il mieux avoir recours à un distributeur essuie-mains ou à un sèche-mains ? Du point de vue de l'environnement et de l'hygiène, quelle est la meilleure alternative pour sécher vos mains ?

Il y a plusieurs années, une étude réalisée par la firme de consultants Environmental Resources Management (ERM), à la demande d'une marque britannique de sèche-mains, 130 000 utilisations ont été comparées pour les deux systèmes de séchage. D'une part, mettre les mains mouillées sous l'air chaud produit par une machine électrique pendant 30 secondes. D'autre part, prendre deux serviettes en papier pour se laver sur un papier. Un geste et un face à face, hypothétiquement répété 500 fois par semaine durant cinq ans.

Il devait être discuté si 30 secondes d'air ou deux lingettes étaient le bon geste pour bien se sécher les mains. Parfois, la réalité est très différente. Ce qui permet d'analyser les impacts en-



Séchage des mains par aspiration de l'humidité : une technique toute récente.



vironnementaux de chaque système en tenant compte de toutes les étapes de la vie. Dans le cas d'une sècheuse électrique, de 2,4 kW et de la marque susmentionnée, l'étude commence par examiner les effets environnementaux de l'unité de fabrication: 6,4 kilos de divers métaux et matières plastiques, principalement l'acier, l'aluminium, le zinc et le cuivre. Comme pour le système papier, on prévoit les conséquences de la production de tissus de 3,79 grammes de moyenne et de type C-Fold et un distributeur d'acier léger (2,6 kilos), mais aussi le bac acier (de 6,2 kilos) et même un sac à ordures en polyéthylène pour chaque jour.

Le type d'énergie(s) du pays, facteur à prendre en compte

Le principal impact de la production des 30 secondes d'air chaud n'est pas la fabrication de la machine mais l'électricité nécessaire au fonctionnement de l'appareil. Or les effets sur l'environnement seront très différents suivant le pays d'utilisation de l'appareil, car ils dépendront de la façon dont chaque pays génère de l'énergie (charbon, à cycle combiné, nucléaire ou renouvelable).

En ce qui concerne les serviettes, l'impact de la poubelle et le distributeur

ne sont pas significatifs par rapport au reste. La plupart des dommages de ce système se produisent dans la fabrication de serviettes en papier qui se retrouvent au final dans une décharge (et génèrent du méthane !)

La conclusion tirée par cette étude est que la machine est meilleure pour l'environnement dans sept des huit catégories d'impacts analysés (changement climatique, acidification, écototoxicité, toxicité pour l'être humain, la nitrification, l'ozone ou le smog), seuls les résultats pour la dégradation des ressources sont favorables aux serviettes. Dans le cas du changement climatique, le projet est que, après 130 000 utilisations, la sècheuse électrique aurait généré environ 1,6 tonne de CO₂, tandis que les tissus représenteraient environ 4,6 tonnes.

Possible biais commercial

Bien sûr, nous devons avoir à l'esprit que cette étude a été commandée par une société de sècheuses électriques. Pourtant, ce travail met en évidence deux questions essentielles. La première est que la machine permet de réduire considérablement son impact sur l'environnement si l'électricité provient de sources renouvelables. L'autre est que le sac à ordures de la vie quotidienne des ordures et d'acier ont un effet mineur sur le système de fond lingettes, mais que sa présence dans la salle de bain est très importante. En effet, contrairement à d'autres types de papier et de carton, tels que d'emballage, le tissu utilisé pour le séchage des mains n'est pas recyclé, donc la perte d'un avantage environnemental majeur de ce matériau. Ils finissent dans une décharge ou un incinérateur. Il existe également une autre forme in-

novante de sècheuse électrique, lancée aussi par une marque britannique. Cet appareil est conçu de manière que l'on y insère les mains dans une fente, où elles reçoivent un courant d'air froid à 640 km/h. Selon la société, ces dispositifs peuvent éliminer l'humidité en seulement 10 secondes et ne pas utiliser l'air chaud, de sorte qu'ils peuvent consommer l'énergie de 80 % de moins que d'un sèche-mains classique. En rapport avec les émissions, une étude réalisée par la société a calculé que l'un des modèles émet 900



kilos de CO₂ au cours de sa vie, qui est estimée à cinq ans au cours de laquelle on répondrait à 200 demandes par jour.

Pourtant, quand il s'agit de comparer des machines avec des lingettes, les défenseurs du papier ne s'arrêtent pas aux deux arguments de l'environnement et de l'hygiène. Le plus important est de sortir des toilettes avec les mains complètement sèches. La mauvaise utilisation des sèche-mains classiques des toilettes peuvent contribuer à la diffusion, par les mains, des bactéries d'usagers antérieurs.

L'éclairage des magasins, entre émotion et efficacité

Le plus grand salon mondial pour les besoins d'investissement de la distribution, EuroShop (dont la prochaine édition est prévue à Düsseldorf en février), diffuse une étude sur la gestion de l'énergie dans la distribution, à l'heure où efficacité énergétique et rentabilité focalisent les préoccupations des professionnels du secteur.

L'éclairage des magasins a été encore en 2010 l'un des secteurs les plus importants pour les investissements dans le monde, selon l'étude du EHI Retail Institute intitulée La gestion de l'énergie dans la distribution. Ce n'est pas étonnant, car l'éclairage n'est pas seulement un des plus gros consommateurs d'énergie pour la distribution. Les systèmes d'éclairage non rentables et les coûts pour la climatisation et les techniques du froid entraînent les dépenses vers le haut sur atteint un niveau technique suffisant le lieu de vente. De plus, près des deux tiers des entreprises interrogées ont dit avoir subi des augmentations de prix de l'énergie l'année dernière et s'attendent à ce que cette année ces coûts grèvent même leurs charges de plus de 10 %. Ces dernières années, nombre d'entreprises de la distribution ont investi massivement dans de nouveaux concepts d'éclairage, essentiellement pour améliorer la présentation de la marchandise. L'augmentation de la consommation énergétique qui en résulte doit être maintenant compensée – ce qui est possible en utilisant un éclairage approprié et des ampoules basse consommation, mais aussi la lumière du jour.



L'efficacité énergétique se conjugue de plus en plus à la rentabilité dans les GMS.

Etant donné l'enjeu de l'efficacité énergétique conjugué à celui de la rentabilité, les techniques numériques d'éclairage et les possibilités qu'elles offrent présentent un intérêt de plus en plus marqué pour les professionnels de la distribution, notamment. Les sources d'énergie LED basse consommation ont fait d'énormes progrès ces dernières années et elles ont aujourd'hui « pour satisfaire tous les besoins d'éclairage nécessaires à la distribution », comme le souligne Martin Krautter, marketing, chef d'équipe RP / Marketing direct chez Erco. Les exposants ont, en conséquence, considérablement élargi leur gamme de produits pour répondre à ces besoins. La distribution attend beaucoup de la technologie LED, car,

en durant plus longtemps et en étant basse consommation, elle apporte des gros avantages au niveau des coûts. Les techniques numériques d'éclairage – comme on les nomme communément dans la branche – vont révolutionner le marché du luminaire. Cela ne signifie pas pour autant que les techniques analogues d'éclairage soient dépassées ; elles ont encore du potentiel de développement en matière d'efficacité énergétique et sont encore loin d'avoir épuisé toutes leurs ressources. C'est ce que démontre la nouvelle génération de luminaire qui, associé à des éclairages innovants, assure une meilleure distribution de la lumière et des ballasts électroniques ont, tout en consommant moins, un haut



rendement lumineux.

En utilisant des luminaires efficaces et en baissant la consommation de watts, la distribution peut déjà certes limiter de façon significative ses coûts d'exploitation. Mais c'est en ayant une solution globale adaptée à chaque surface de vente, comportant à la fois la planification qualitative, les techniques efficaces d'éclairage, la gestion intelligente de la lumière et les ampoules efficaces que l'on pourra atteindre le meilleur résultat tant du point de vue économique que de l'efficacité énergétique – sans faire de concession sur la qualité, sur le design à la fois moderne et chargé d'émotion, sur la présentation de la marchandise. C'est ce qui explique la tendance chez les fabricants, de développer des solutions complètes, faites pour durer, et qui permettent à la distribution de faire un investissement sécurisé.

La pression croissante de la concurrence oblige les entreprises de la distribution à adapter leurs surfaces de vente à changer d'allure à des intervalles de plus en plus rapprochés et à suivre les besoins du consommateur, pour pouvoir sans cesse surprendre le chaland avec quelque chose de nouveau et le voir s'enthousiasmer. Un tiers des entreprises interrogées quel que soit le secteur concerné – pense à un changement total du concept du magasin tous les cinq ans. La planification

de l'éclairage moderne ne doit pas rester à la traîne mais réagir en éclairer averti face aux tendances de concepts d'agencement et de merchandising visuel. « Ce sont des solutions d'éclairage flexibles qui seront au cœur des discussions, du fait qu'elles peuvent le mieux s'adapter à des modifications ou de nouveaux assortiments de marchandises, de groupes de produits ou d'assortiments – et ce, si possible avec le moins d'outil possible », comme l'indique Sandra Kossmann, patronne de Bärö. Mise en scène attirant fortement l'attention sur les surfaces de vente avec des parois multimédias, vitrines interactives, posters d'ambiance changeants, mettant en scène le lieu de vente... autant d'éléments du cahier des charges de l'éclairage du magasin. En ce qui concerne les installations de gestion de l'éclairage, il importe de recourir à des innovations pour que la bonne lumière soit mise au bon endroit, au bon moment dans le magasin et pour que la lumière du jour soit intégrée de façon optimale. Une technologie dernier cri permet d'avoir un tout nouveau langage des formes d'éclairage. Un design minimaliste fait parfaitement ressortir la technique LED. « Plus petit, plus flexible, avec

une durée de vie plus longue » : telle est la réponse de Bärö à la question de savoir quelles sont les nouvelles tendances en matière de design sur le marché du luminaire, ce qui correspond aux souhaits de la distribution lorsqu'il s'agit de la protection des ressources, d'individualité et de gestion durable. Chez Erco, on pense que « le design des éclairages individuels s'estompé au profit de solutions globales formant une synthèse esthétique dans une architecture interprétée de façon dynamique avec l'éclairage pour mise en scène ». La source de lumière devient de plus en plus invisible, la tendance est aux éclairages indirects, apportant ainsi un confort lumineux sans bandeau de lumière.

Cette tendance est thématiquée par des nouveautés de produits : un design d'éclairage comme instrument de style et de CI.

Dans cette fonction, le luminaire reprend le devant de la scène dans l'agencement du magasin. La couleur et la forme sont autant d'éléments qui donnent consciemment des effets d'ambiance et créent l'émotion ou viennent souligner les concepts d'éclairage de l'entreprise qui cherchent par là-même à s'identifier.





Canada

Barre céréalière enrichie en sàchets

Marque : LECLERC PRAEVENTIA
Fabricant : BISCUITS LECLERC
Poids : 175 grs



France

YAOURTS A BOIRE BIOLOGIQUES.

Yaourt à boire biologique en bouteille individuelle de 250g. Fabriqué avec du lait collecté localement. Dans un emballage 100% recyclable.
Fabricant : TRIBALLAT NOYAL
Variétés : Vanille, framboise mûre, pêche passion
Poids : 125 g



Italie

Huile d'olive vierge extra enrichie en DHA végétale, et en vitamines A, D et E. Pour le développement et la croissance du corps des enfants et adolescents

Marque : ACTIVE LINE OLISANA
Creanza
Fabricant : COSTA D'ORO

Espagne

Préparation pour crème catalane sans gluten.

Marque : CARMENCITA
Fabricant : PROALIMENT JESUS NAVARRO S.A.
Poids : 80 grs



France

BLANC MOELLEUX DE BANANE

Boisson alcoolisée issue de la banane. Doux et moelleux. Avec de l'eau de source Guadeloupéenne. 11% d'alcool.
Fabricant : JPL AGRO-TECH
Variétés : Banane
Poids : 70 cl



Chine

Lait enrichi en DHA pour le développement intellectuel des enfants.

En brique.
Marque : MENGNIU FUTURE STAR
Fabricant : MENGNIU DAIRY



France

CRISTAUX D'HUILES ESSENTIELLES biologiques à cuisiner

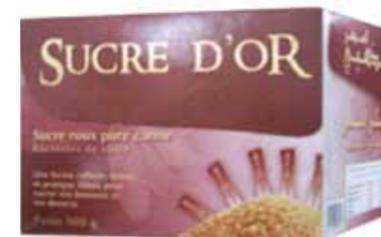
Fabricant : FLORISENS
Variétés : basilic, fenouil, cardamome, bergamote, ronde d'agrumes, cannelle, ylang ylang, géranium bourbon, menthe
Bocal - 20 g



France

DESSERT DE POCHE AU SOJA SOJASUN

Fabricant : TRIBALLAT NOYAL
Dessert au soja en berlingot à emporter. Source de protéines végétales. Pauvre en MG saturée. Sans colorant, OGM, gluten, cholestérol ni lactose. A boire à la paille
Variétés : vanille, chocolat
Poids : sac, plastique 325 ml & carton 65 ml



MARQUE : SUCRE D'OR

Fabricant : SUCRUNION
DESIGNATION : SUCRE CRISTALLISE ROUX EN BUCHETTES
POIDS : 500 GR

Prix : 8,54 DH



Marque : Sukari

Fabricant : Sucrunion
Designation : Sucre Cristallise Blanc Conditionne En Sac Papier Kraft
Poids : 5 Kg

Prix : 30,68 DH



Top Cookies

Fabricant : Excelo
Composition : Farine, huile de palme, pépites de chocolat, sel, lécithine de soja, bicarbonate de sodium, bicarbonate d'ammonium, œufs, cacao poudre, arôme artificiel de vanille.

Prix : 1,00 DH



Jus Bella Ischia

Jus de fruits exotiques
Fabricant : Amazonia Foods
Variétés et parfums : Cajou, goyave, raisins, mangue et fruit de passion
Poids : 1 L

Prix : 17,00 DH



Paty

Hamburgers Halal
4 Steaks hachés 100% viande de bœuf ultracongelés pour hamburgers
Fabricant : Quick Food
Composition : viande de veau, sel, émulsifiant E452i, aromatisant E621, antioxydant E316, stabilisant de couleur E375.
Poids : 276 g

Prix : 18,00 DH

ARÔMES & CO
Créateur Fabricant d'Arômes

Arômes naturels pour jus & boissons

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 Ghazi - Résidence Alamo - Casablanca - Tel / Fax : 05 22 94 46 17 - Gsm : 06 61 18 90 31
Email : contact@aromes-cs.com - Sites web : www.aromes-cs.com

Directeur de magasin



Définition technique de l'emploi

L'emploi/métier de directeur de magasin s'exerce à un niveau de responsabilité variable selon l'importance

de la surface de vente et le type de structure de l'entreprise. Il implique d'assurer la responsabilité de la sécurité des personnes (clients, personnel)

et des biens. L'activité comporte des déplacements très fréquents sur la zone de vente et dans les services. Les horaires de travail sont chargés et

irréguliers. L'emploi/métier nécessite de participer à la vie économique et sociale locale. Une grande mobilité géographique est un atout pour progresser dans cet emploi/métier.

Conditions générales d'exercice

Le directeur de magasin dirige une surface de vente en respectant les objectifs, la politique commerciale et sociale arrêtés avec la direction régionale ou générale. Il définit la politique commerciale du magasin et son organisation et décide des moyens à mettre en œuvre. Dans les grandes surfaces de taille importante, il délègue ses pouvoirs ; dans les plus petites, il se consacre davantage au contrôle de la surface de vente et à l'encadrement : gestion comptable, recrutement, formation du personnel.

Il est entouré d'une équipe constituée du contrôleur de gestion et du responsable de ressources humaines, de chefs de département correspondant à des services commerciaux (épicerie, boucherie, etc.) et de chefs de service (comptabilité, caisse etc.).

Il coordonne l'ensemble de ces services. Il contrôle la gestion quotidienne, encadre le personnel, anime l'équipe de vente et assure la promotion de l'image de marque du magasin.

Ce directeur exerce une responsabilité variable selon le magasin ; il peut diriger un personnel très nombreux. Ce poste exige une grande disponibilité, les tâches sont multiples et présentent souvent un caractère d'urgence. Les horaires sont chargés et irréguliers. Il effectue des déplacements très fréquents dans le



magasin et dans les réserves pour procéder à des contrôles. C'est une personne de contacts, qui règle les problèmes sur le terrain.

Formation/expérience

Les formations les plus adaptées se trouvent dans des écoles de commerce. Mais le postulant doit avoir des qualités : sens du commerce, leadership, sens de l'organisation et

de l'initiative. Etant donné l'expérience qu'un tel poste exige, on n'y accède plutôt une fois trentenaire, après avoir occupé d'autres postes intermédiaires – encadrement d'une équipe de vente par exemple.

Après plusieurs années d'expérience, ce directeur peut devenir responsable régional de plusieurs magasins ou augmenter sa surface de vente et/ou la taille de son équipe.

Jus et vitamines

Les jus de fruits sont naturellement riches en vitamines. Cependant, le procédé de fabrication peut altérer cet apport et nécessiter une restauration en vitamines. Le point sur la place des vitamines dans les jus et à travers le process.

Les jus de fruits sont une source naturelle de nutriments. Le jus de fruits est un aliment à part entière, car il contient des éléments nutritifs essentiels à notre santé. En sus de ses bienfaits réhydratants, il couvre de nombreux besoins de l'organisme en minéraux (potassium, magnésium, zinc, notamment) et vitamines. Ces dernières sont

● Les jus de fruit enrichis en vitamines et les jus de fruit multivitaminés

Le besoin en vitamines est réglementé par l'OMS et se mesure par les apports journaliers recommandés (AJR). Ainsi, notre corps selon l'âge (enfant/adulte/sportif) a besoin de nutriments au quotidien pour couvrir ses besoins. L'enrichissement en vitamines doit permettre de clamer un pourcentage

Vitamine	Adulte sédentaire	Sportif
B1	1,5 mg	3 à 5 mg
B2	1,8 mg	4 à 6 mg
B6	2,2 mg	4,5 à 6,5 mg
B12	3 microg	6 à 10 microg
PP	18 mg	35 à 55 mg
C	100 mg	300 à 1000 mg
E	10 à 15 mg	30 à 60 mg
D	10 microg	20 microg

en AJR. Par exemple, un verre de jus de 250 ml couvre 50 % des apports

journaliers recommandés pour une personne.

Les AJR sont des valeurs utilisées pour l'étiquetage de certains produits. Harmonisés au niveau de l'UE, ils ont une valeur réglementaire mais ne prennent pas en compte les différences liées à l'âge ou au sexe. Cependant, un individu dont les apports quotidiens correspondent aux AJR a peu de risque de ne pas couvrir ses besoins nutritionnels.

Il ne faut pas confondre avec d'autres mentions figurant sur les emballages de jus de fruits.

Ainsi, la mention « À teneur garantie en ... » signifie que le produit a fait l'objet d'une restauration en vitamines. La restauration consiste en l'addition de vitamines perdues au cours de la vie d'un produit (fabrication, entreposage) pour retrouver la quantité initiale qui était présente dans le fruit

avant transformation, entreposage et manutention. Dans le cas d'un jus de fruit, cette restauration ne peut se faire qu'à condition que le jus ou le nectar contienne naturellement au moins une vitamine ou un minéral représentant plus de 5 % des AJR /100 Kcal.

Sur un emballage, la mention « Naturellement riche en ... » correspond aux éléments naturellement

En collaboration avec Citruma



Nutrition Facts	
Valeur nutritive	
Par 250 mL / par 250 mL	
Amount	% Daily Value
* % values are approximate	
Calories / Calories 120	
Fat / Lipides 0 g	0%
Saturated / saturés 0 g	0%
+ Trans / trans 0 g	0%
Cholesterol / Cholestérol 0 mg	
Sodium / Sodium 5 mg	1%
Carbohydrate / Glucides 30 g	10%
Fiber / Fibres 0 g	0%
Sugars / Sucres 29 g	
Protein / Protéines 0 g	
Vitamin A / Vitamine A	0%
Vitamin C / Vitamine C	100%
Calcium / Calcium	0%
Iron / Fer	0%

présents dans le produit fini, ce qui signifie qu'il n'y a pas eu d'ajout. Le jus de fruits et le nectar contiennent naturellement plus de 15 % du nutriment concerné.

● La fabrication des jus et les qualités organoleptiques

Les vitamines sont-elles détruites lors de la pasteurisation ?

Pour garantir la conservation des purs jus de fruits pendant plusieurs mois, il est nécessaire de procéder à une pasteurisation éclair. Le jus est porté durant quelques secondes à une température avoisinant les 90° C, ce qui génère une légère perte gustative.

La pasteurisation éclair est un procédé permettant la conservation des qualités nutritionnelles et organoleptiques (le goût) des jus tout en les stabilisant. Le pourcentage maximum des vitamines perdues lors de cette manœuvre est de 10 %.

Le marché marocain, pas mûr

Le marché marocain des jus de fruits conditionnés est peu étendu par rapport aux marchés européens et même comparé aux autres marchés maghrébins. En effet, la consommation de jus par habitant par an ne dépasse pas les 5 litres par habitant annuellement contre 11 pour la Tunisie et 17 pour la Lybie. Cela est dû essentiellement au prix élevé des jus conditionnés, qui se situe entre 10 et 25 dirhams le litre.

Les consommateurs marocains sont de plus conscients des différences entre un pur jus, un nectar ou une boisson fruitée, ne serait-ce qu'en fonction du positionnement prix. Les jus ou nectars enrichis en vitamines sont peu présents actuellement sur le marché local, à cause du coût de l'enrichissement en vitamines. En effet, enrichir un jus de fruits naturellement riche en vitamines revient plus cher. De plus, étant donné que la catégorie est à peine en train de s'étoffer, il faut d'abord accroître le nombre de clients dans la catégorie jus avant de faire monter en gamme leur consommation, vers des niches comme les jus enrichis en vitamines.

Comment se conserve un jus de fruits ?

Les jus de fruits, comme tous les produits frais, évoluent dès leur ouverture. Il est donc important de suivre quelques règles simples pour consommer un jus sain et riche en vitamines au quotidien. Les jus réfrigérés doivent impérativement être maintenus au froid. L'acheteur doit penser à les stocker rapidement au réfrigérateur, dès son retour des courses. Si une date limite de consommation (DLC) est ins-

critée en clair sur l'emballage, elle doit être respectée.

Les jus de fruits ambiant (en brique UHT, en bouteille de verre), avant ouverture, se gardent jusqu'à 12 mois, rangés dans un lieu frais et sec. Une fois entamés, tous les jus de fruits se conservent environ 5 jours au frais.

● Les jus de fruits et la nutrition

Tous les jus de fruits sont-ils égaux sur le plan nutritionnel ?

Non. Chaque jus se distingue par des caractéristiques nutritionnelles spécifiques, c'est pourquoi il est bon de les associer et de varier leur consommation. Par exemple, on trouve essentiellement la vitamine C dans le jus d'agrumes et de kiwi.

Les jus de fruits frais sont-ils bons pour la santé des enfants ?

Oui. La valeur nutritive d'un jus de fruits frais équivaut à celle de son fruit d'origine, exception faite des fibres. Comme l'enfant est naturellement grand amateur de jus de fruits et de boissons fruitées en général, mieux

vaut choisir pour lui uniquement les jus de fruits, qui ne contiennent pas de sucre ajouté, et surveiller sa consommation. Si l'on habitue ses enfants à boire un jus de fruits comme on le fait pour les autres aliments (c'est-à-dire avec modération), on leur apprend à se faire plaisir tout en intégrant en douceur les fruits et légumes dans leurs habitudes alimentaires.

Comment procède-t-on à l'ajout de vitamines ?

Lors de la fabrication du jus de fruits, l'ajout en vitamines se fait après le raffinage de la pulpe (précédé de l'extraction du jus) et juste avant la pasteurisation. Il faut mettre 10 % de vitamines en sus, car une partie sera détruite à l'étape de la pasteurisation éclair. Les vitamines sont incorporées sous forme de mix vitaminé liquide et intégrées au mélange juste avant la pasteurisation.

Le conditionnement aseptique des produits finis s'effectue de préférence en Tétra Pack, afin de s'assurer que les produits conservent leur saveur et leurs valeurs nutritives, même mis en réserve pendant plusieurs mois.



Arômes et réactions chimiques

En collaboration avec Fortrade

Les arômes sont des molécules stables, qui peuvent aisément se combiner. Ces modifications et ces réactions sont très fréquentes. La plupart des molécules aromatiques sont composées de différents arômes de base. Mais les arômes se lient également à d'autres molécules non aromatiques, qui renforcent ou suppriment leur goût (ces réactions ont souvent lieu dans les deux sens).

Les réactions entre molécules aromatiques

Un des objectifs du cuisinier peut être l'obtention de goûts spécifiques. Mais comment communiquer ceux-ci aux plats? Soit en ajoutant des arômes, soit en organisant des réactions chimiques, afin que les arômes soient formés in situ. La technique la plus simple est l'utilisation d'arômes, extraits naturels ou solutions de molécules de synthèse. L'utilisation des produits naturels donne souvent un résultat plus riche, et certainement plus varié que l'utilisation d'un arôme industriel (qui ne rassemble généralement pas autant de molécules aromatiques qu'il en existe dans les produits naturels). Le cuisinier sait bien que la cuisson transforme le goût de ses produits. Le feu est son allié inséparable et la chimie peut l'aider à l'utiliser. Deux chercheurs ont comparé par chromatographie un bouillon réduit de trois quarts, puis ramené à son volume initial par ajout d'eau,

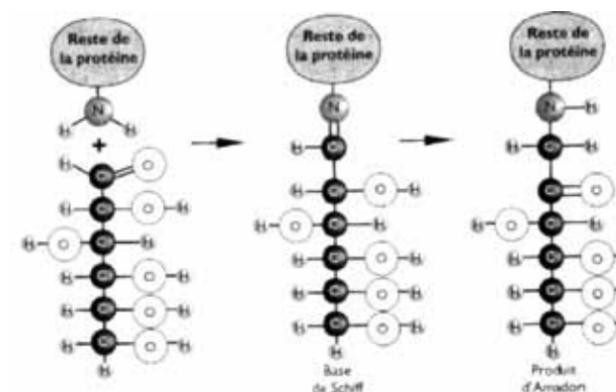
au même bouillon non modifié : la concentration en certains composés aromatiques était effectivement réduite, mais d'autres composés étaient nés des réactions, favorisés par l'échauffement.

Les possibilités de la chimie sont innombrables, et l'ajout de molécules aromatiques permet donc des réactions multiples, qui donnent de nouvelles possibilités aux cuisiniers.

La réaction de Maillard

La réaction de Maillard est très fréquente. Elle joue un rôle prépondérant dans l'apparition de nouveaux arômes : c'est elle qui en est responsable lors de la cuisson.

Son principe est simple : dès que des molécules chimiques contenant un groupe chimique amine NH₂, tels les acides aminés de toutes les protéines, sont chauffées en présence de sucre, une molécule d'eau est éliminée et les deux réactifs sont liés en une « base de Schiff ». Ce composé est plus ou moins rapidement remplacé par un produit d'Amadori, qui réagira avec d'autres composés pour former des molécules cycliques, aromatiques.



Or ces cycles aromatiques, comme leur nom l'indique, confère des propriétés aromatiques aux composés qui les contiennent; certains ont en outre une couleur soutenue.

Les produits de la réaction de Maillard sont innombrables et encore insuffisamment connus : en 1990, une revue célèbre de chimie a consacré un article de synthèse de plus de 20 pages à la réaction de Maillard, décrivant de nombreux arômes formés.

Cette réaction a lieu à de hautes températures, supérieures à 100° C, d'où l'intérêt de la graisse, par rapport à l'eau, qui permet d'atteindre ces températures. Certaines recettes s'expliquent alors en particulier par les associations sucres/protéines, comme le canard laqué. Il est nécessaire de chauffer vivement pour que la réaction ait lieu, puis plus prudemment afin que la cuisson proprement dite ait lieu, sans que les composés volatils ne soient éliminés.

La réaction de Maillard a lieu à de hautes températures, qui sont atteintes par les graisses. En plus d'atteindre ces températures, les graisses participent aux réactions de Maillard : les produits formés sont différents en présence ou en l'absence de matière grasse, et le bon goût des parties brunies, en surface des aliments frits, est imputable aux graisses. On peut aussi noter que de nombreuses molécules aromatiques sont solubles dans les graisses. La réaction de Maillard est donc essentielle pour comprendre le rôle de la cuisson sur les arômes.

Suite dans le prochain numéro :
Les réactions entre molécules aromatiques et non aromatiques



De la pomme de terre à la frite

La pomme de terre destinée à la transformation en frites doit appartenir idéalement aux variétés dites « industrielles ». En effet, la transformation en frites exigera un certain nombre de qualités.

2^{de} partie : Blanchiment, friture et surgélation.

Patrick Gérard XIFO Agro-Industries Partner - Maroc

• Refroidissement du produit

Frites fraîches

Le produit est acheminé vers un bac de rétention/tampon contenant de l'eau réfrigérée (entre 5 et 10° C)

L'immersion du produit dans l'eau réfrigérée durant quelques minutes aura pour effet de refroidir le corps du produit.

Il importe de respecter cette étape, car il faut minimiser le delta de température entre le produit emballé (sous vide ou sous atmosphère modifiée) et la température de la chambre froide de stockage (+2° C).

Durant cette phase, certains antioxydants pourront être ajoutés à l'eau réfrigérée afin d'imprégner le produit.

• Blanchiment

Frites précuites & frites précuites surgelées

On passe à la cuisson à l'eau chaude



des frites.

Le blanchiment inactive les enzymes naturels du produit afin d'éviter les changements indésirables de saveur,

de couleur ou de texture à la suite du process, durant la période de conservation et au moment de la cuisson finale (avant consommation). Cette étape pourra être réalisée par un ou deux blanchiments en fonction de la capacité de la ligne de production.

Durant cette même étape et en fonction de la destination commerciale du produit fini (restauration rapide, restauration de détails, etc.), les paramètres de température de l'eau et temps de cuisson varieront.

• Imprégnation

Frites précuites & frites précuites surgelées

On trempe la frite dans une solution contenant diverses substances chimiques afin d'influencer la coloration après friture (précuisson et cuisson) L'opération est réalisée dans un circuit périphérique au blanchiment. Une opération qui sera envisagée suivant l'état physiologique du produit, en particulier le taux de sucres réducteurs présents dans ce dernier.

• Séchage

Frites précuites & frites précuites surgelées

à sa sortie du blanchiment, le produit est récolté sur un convoyeur vibrant afin d'évacuer l'eau excédentaire. En aval, un sécheur à bande optimisera le « sé-

chage » du produit avant friture (lignes de grande capacité).

• Friture

Frites précuites & frites précuites surgelées

à la sortie du sécheur, un vibreur convergent d'alimentation dirige la production directement dans la friteuse.

La friture se déroule dans une friteuse



industrielle (tunnel), où les paramètres de température et le temps de cuisson seront adaptés à la qualité du produit (état physiologique) et au produit fini recherché.

La teneur en huile absorbée s'élève approximativement à 5 %

La friteuse à échangeur thermique externe est dotée d'un système de circulation de l'huile de friture. Cette dernière se compose d'une cuvette remplie d'huile au fond de laquelle se trouve un transporteur à tapis métallique assurant le déplacement du produit. L'huile est injectée par le fond sur la largeur de

la friteuse. Cela comprend également un système de circulation d'huile avec un filtre à bandes pour l'extraction des impuretés du circuit, un échangeur thermique à vapeur et une pompe de circulation. Le système comporte encore un réservoir journalier pour l'huile de friture.

• Dégraissage

Frites précuites & frites précuites surgelées

On évacue de la surface du produit le maximum d'huile excédentaire, via un vibreur-dégraisseur, positionné directement après la friteuse.

• Refroidissement

Frites précuites

On refroidit le corps de la frite – à la suite de la précuisson – dans un tunnel de refroidissement mécanique. De 90° C, la température du produit atteindra +1° C.

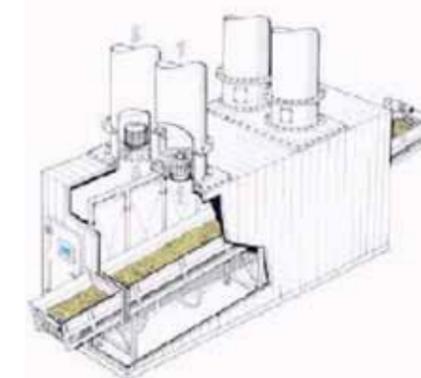
Frites précuites surgelées

On refroidit le corps de la frite – à la suite de la précuisson – dans un tunnel de refroidissement à air ambiant. De 90° C, la température du produit descendra jusqu'à 5° C au-dessus de la température de l'air ambiant. Durée de l'opération : 4 minutes, en moyenne.

• Surgélation

Frites précuites surgelées

Le tunnel de surgélation, composé la plupart du temps de deux courroies métalliques de transport, procède à la surgélation rapide à cœur et individuelle du produit.



Ce procédé consiste à souffler un important volume d'air froid, du bas vers le haut à travers le produit, assurant ainsi sa fluidisation.

En général, sur la première courroie, le produit est refroidi jusqu'au point de

solidification de l'eau (-1° C). La deuxième courroie du tunnel transporte une couche plus épaisse de produit qui sera surgelée jusqu'à -18° C. Durée moyenne de l'opération : 9 minutes.

• Pesage

Frites fraîches

Un élévateur à tasseaux incliné acheminera le produit jusqu'à la peseuse.

Il s'agit de pesage numérique simple linéaire à deux vibreurs, dont la plage de pesée s'étend en général d'1 à 15 kg. Si la capacité de la ligne est importante, le pesage numérique se passe via une peseuse associative linéaire (procurant une précision accrue tout en garantissant une capacité importante).

Frites précuites & frites précuites surgelées

Un convoyeur de sortie récupère le produit pour l'acheminer via un élévateur vers l'unité de pesage numérique.

On fait appel à une peseuse numérique simple linéaire en cas de petite capacité ; ou à une peseuse numérique associative (ligne de grande capacité) pour conditionner des portions de l'ordre de 1 / 2,5 / 5 kg...

• Conditionnement et emballage

Frites fraîches

Pour les petites lignes de production, une fois la pesée (portion) réalisée par la peseuse, un opérateur positionne en sortie de trémie un sac préformé d'emballage. Lorsque le sac est en

*Au Profit du Chef
Sain pour le consommateur*

VITO

Le VITO se place simplement dans la friteuse et après quelques minutes vous obtenez une huile filtrée et propre.

Avec le VITO

filtre à huile de friture

- Vous servez à vos clients des produits frits, qui gardent toutes leurs saveurs
- Vous réalisez d'importantes économies en prolongeant la durée de vie de votre huile
- Vous optez pour plus de sécurité et une manipulation facile

Sans VITO

Avec VITO

MIVIO

Importateur & Distributeur exclusif

Complexe Le Printemps n° 59
Avenue Mohammed VI - Tanger
Tél: 0674 900 900
0539 94 68 68
Fax: 0539 94 68 69
E-mail: mivio@menara.ma



place, un contact est activé et le produit se déverse dans le sac. L'opérateur positionne alors le sac rempli sur une machine d'emballage à double plateaux pour un conditionnement sous vide ou sous atmosphère modifiée suivi de la soudure du sac. Le produit conditionné est positionné sur palette (cas de l'emballage sous vide) ou posé dans une caisse en carton (cas de l'emballage sous atmosphère modifiée).

Concernant les lignes de capacité plus importante, le pesage numérique sera suivi par un emballage automatisé (module vertical (type Flow pack) ou horizontale (type Multivac)

Frites précuites

Ici, l'opération est la même que pour les frites fraîches, à l'exception du type d'emballage : il est uniquement sous atmosphère modifiée.

Frites précuites surgelées

Pour les petites lignes de production, une fois la pesée (portion) réalisé par



la peseuse, un opérateur positionne, à la sortie de la trémie, un sac préformé d'emballage. Lorsque le sac est en place, un contact est activé, puis le produit se déverse dans le sac. L'opérateur positionne alors le sac rempli sur une scelleuse thermique pour le fermer.

Sur des lignes de capacité plus importante, le pesage numérique est suivi par un emballage automatisé (module vertical : type Flow pack ; ou horizontal : type Multivac).

• Stockage

Frites fraîches

Les sacs de produit emballé sous vide finissent palettisés.

Les sacs de produit emballé sous atmosphère modifiée, eux, sont destinés à être positionnés dans des cartons.

Les palettes doivent être stockées dans une chambre de stockage positive à +2° C.

Frites précuites

Les sacs ainsi constitués sont transportés vers une table tournante pour le remplissage manuel des caisses en carton et la palettisation par l'opérateur.

Les palettes doivent être stockées dans une chambre de stockage positive à +2° C.

Frites précuites surgelées

Les sacs ainsi constitués sont transportés vers une table tournante pour le remplissage manuel des caisses en carton et la palettisation par l'opérateur.

Les palettes doivent être stockées dans une chambre de stockage négative à -18° C.

• Approvisionnement énergétique

Frites fraîches

Le système de production d'eau réfrigérée requiert un compresseur frigorifique. Son dimensionnement doit être

calculé suivant le flux de produit fini à refroidir. Un compresseur d'air est nécessaire pour certains accessoires pneumatiques.

Frites précuites & frites précuites surgelées

Ces types de ligne nécessitent une chaudière à vapeur pour chauffer la friteuse. L'éplucheuse à vapeur requiert de la vapeur à une pression de 16 bars et le blancheur nécessite une pression de 4 bars. Les petites lignes de production fonctionnent avec une chaudière à huile thermique pour la friteuse. Une partie de l'huile thermique est utilisée pour chauffer l'eau utilisée dans le blancheur. Certains équipements sont actionnés/automatisés par des commandes pneumatiques. Un compresseur d'air est donc indispensable. Une centrale frigorifique est requise pour le tunnel de refroidissement mécanique et surgélateur. Ce système peut être utilisé non seulement pour le conditionnement d'air de l'usine, mais également pour le refroidissement des stocks de pommes de terre et des chambres de stockage.

• Rendement

Frites fraîches

Le rendement moyen est de 70 % en fonction de la variété, de la qualité, du calibre et de l'état physiologique de la pomme de terre. (Par hypothèse, nous considérons la composition des tubercules comme suit : 20 % de matière sèche et 80 % d'eau).

Frites précuites & frites précuites surgelées

Le rendement moyen varie de 50 à 60 % en fonction de la variété, de la qualité, le calibre et de l'état physiologique de la pomme de terre. (Hypothèse : identique).

HOREST EXPO

2ème Edition

Salon International des Métiers de l'Hôtellerie de la Restauration et du Tourisme du 10 au 13 Février 2011

SALLE DES CONGRÈS DE L'HÔTEL FRAMISSIMA
LES DUNES D'OR AGADIR - MAROC



- Tourisme et voyages
- Hôtellerie et Restauration
- Equipement Professionnel pour l'hôtellerie et la restauration
- Alimentation et Métiers de Bouche
- Mobilier, Aménagement et Rénovation
- Bien-être & Loisirs



Reservation de Stand: Bureau : +212 528 82 82 22
Mobile : +212 661 18 22 41
E-mail : gracom@menara.ma
Site web : www.horest-expo.com



L'œuf de consommation : quelles garanties sanitaires au Maroc

Dr Omar El Amrani El Mrini, vétérinaire conseil de la Fisa



Face aux impératives de la mondialisation, la nécessité de maîtrise de la sécurité alimentaire, l'urgence de la protection sanitaire du cheptel avicole, et grâce à la meilleure connaissance et maîtrise de la pathologie aviaire et des risques de l'environnement, les opérateurs du secteur avicole se sont constitués en Fédération

interprofessionnelle du secteur avicole (Fisa), regroupant l'ensemble des filières de productions. La Fédération s'est fixée, parmi les priorités, une organisation idéale pour satisfaire à la politique nutritionnelle en tant que levier de création de la richesse dans le monde rural à travers la mise à niveau du secteur avicole basé essentielle-

ment sur une gestion sanitaire globale, renforcée par un arsenal juridique et réglementaire.

Statut réglementaire

Grâce aux efforts consentis, le secteur avicole acquiert dès 2002 un statut réglementaire à travers l'émission d'une loi régissant le secteur avicole en géné-

Comment se conserve l'œuf

Les œufs sont réputés pour leur très bonne aptitude à la conservation. Depuis longtemps l'être humain a su maximiser la conservation des œufs en les stockant de différentes manières (sable, paraffine, eau de chaux, etc.) Afin d'optimiser sa conservation, l'œuf doit être stocké et conservé au frais dans le réfrigérateur à une température de 4° C afin de prévenir d'éventuel développement de bactéries pathogènes. Les œufs peuvent être gardés à 4° C pendant 28 jours en gardant toute sa saveur.

Les œufs peuvent aussi être conservés à la température ambiante à l'abri de toute source de chaleur, de lumière et d'humidité. La durée de conservation s'en trouvera réduite dans ce cas là à une semaine.

Pour juger la salubrité et la fraîcheur des œufs, mettre ces derniers dans un récipient profond rempli d'eau, les œufs frais coulent. Plus l'œuf est moins frais, plus il aura tendance à flotter sur l'eau.

Nous pouvons aussi déterminer l'état de fraîcheur d'un œuf lorsque nous le cassons : plus le jaune est bien centré et ferme et le blanc est épais, plus l'œuf est frais.

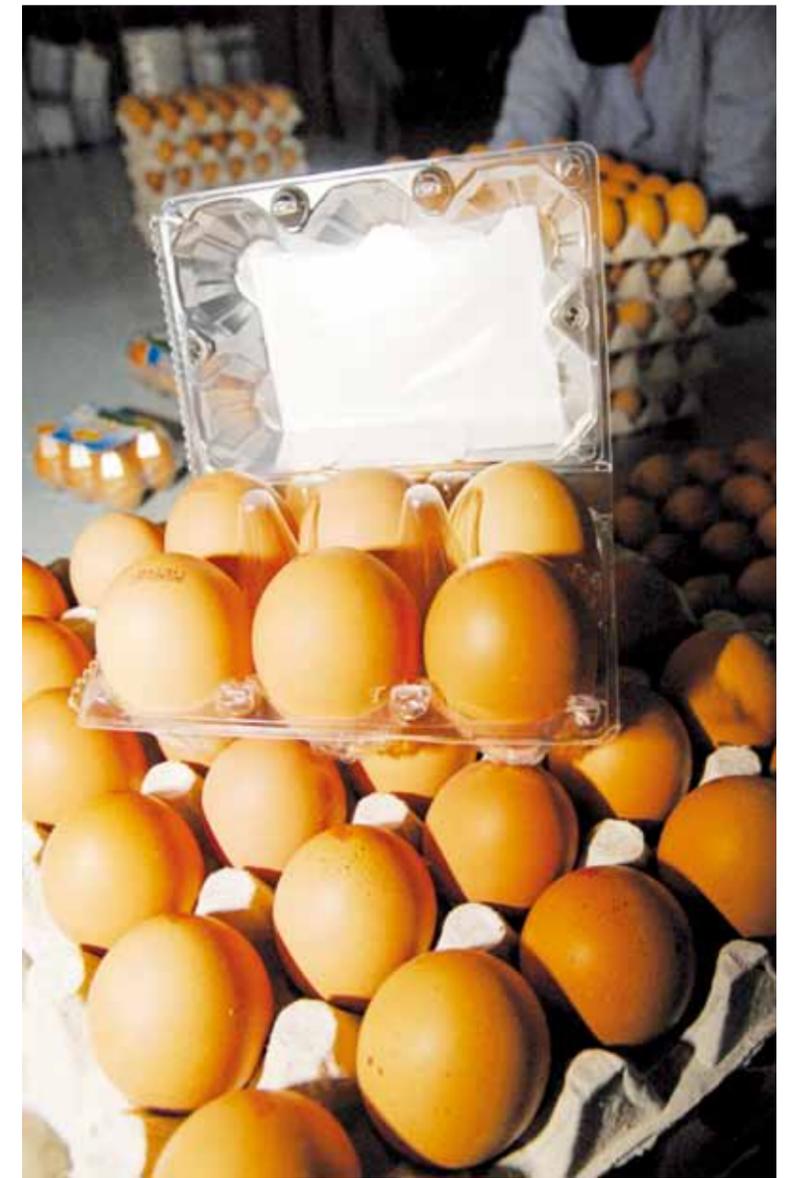
Il est conseillé de ne pas rompre la chaîne de froid lors du stockage des œufs au réfrigérateur qu'à une heure avant leur utilisation.

Les œufs devraient être rangés et conservés au réfrigérateur avec le petit bout en bas pour limiter les échanges gazeux avec le réfrigérateur.

Les œufs doivent être conservés de préférence dans leur emballage d'origine. L'emballage protège les œufs de l'absorption des odeurs fortes des aliments à proximité (oignon, chou, par exemple)

Il ne faut pas laver les œufs avant de les garder au réfrigérateur. Cela risquerait d'endommager la cuticule qui protège l'œuf contre toute contamination microbienne.

Il est recommandé d'examiner les œufs et d'éliminer ceux dont la coquille est fêlée. La coquille est la première barrière naturelle de l'œuf contre les contaminations bactériennes.



ral. De ce fait, Les volailles en général et par conséquent les poules pondeuses sont depuis élevées dans des fermes conformes aux dispositions de la loi 49-99 du 13/06/02 relative à « la protection sanitaire des élevages avicoles, au contrôle de la production et la commercialisation des produits avicoles ». Aussi est venu le décret d'application n° 2-04-684 du 27/12/04 pris pour l'application de la loi 49-99, étoffé de 13 arrêtés ministériels traitant dans le détail le secteur avicole depuis la demande de création d'une unité de d'élevage de poules pondeuses à la commercialisation, passant par les normes et exigences sanitaires des locaux, équipements et fonctionnement des élevage et couvoirs (arrêté 2127-05 du 15/12/05); les distances réglementaires que doivent satisfaire les élevages entre eux (arrêté 2129-05 du 15/12/05), les exigences sanitaires que doivent satisfaire les poussins d'un jour

(arrêté 2125-05 du 15/12/05), La liste des maladies contagieuses des volailles et mesures spécifiques de lutte contre ces maladies (arrêté 2130-05 du 15/12/05), la forme et le contenu du registre de l'élevage avicole et couvoirs (2126-05 du 15/12/05), les exigences sanitaires et hygiéniques auxquelles doivent répondre les centres de conditionnement des œufs (arrêté 445-06 du 08/03/06), les conditions hygiéniques et sanitaires auxquelles doivent répondre les centres de transformation des œufs (arrêté 450-06 du 08/03/06) et enfin les exigences sanitaires et hygiéniques relatives au transport des œufs de consommation.

Contrôle vétérinaire

L'ensemble des dispositions sont sous le contrôle effectif des vétérinaires du royaume dans le cadre de leurs obligations réglementaires d'exercice de leurs fonctions. En effet, les fermes de poules pondeuses sont agréées par les



services vétérinaires du département de l'Agriculture et sont supervisées par un vétérinaire privé muni d'un mandat sanitaire dans le cadre d'une convention d'encadrement sanitaire continu.

Les fermes sont tenues de disposer d'un registre d'élevage régulièrement visé par le vétérinaire encadrant au moins une fois par mois, permettant de connaître l'état sanitaire des poules



pondeuses en temps réel et d'assurer une traçabilité évidente de la production. Lesdits registres doivent être conservé dans les établissements de production deux ans après la réforme des lots de poules pondeuses pour permettre une traçabilité d'envergure et à postériori.

L'alimentation des volailles est contrôlée au regard de la loi 28/07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Les poules pondeuses reçoivent un aliment composé équilibré conçu par des ingénieurs zootechniciens spécialisés en alimentation animale, moyennant des logiciels de formulation performants pour assurer aux poules des rations alimentaires équilibrées couvrant au mieux les besoins d'entretien et de production de ces dernières. L'alimentation est constitué essentiellement de grains (maïs, orge,

colza, sorgho...), de sous produits de la trituration des graines oléagineuses (tourteaux de soja, de tournesol, par exemple) et de quantités suffisantes de vitamines et de minéraux & oligoéléments pour prévenir les volailles contre toute carences nutritionnelles. Tous les ingrédients sont soumis à des contrôles réguliers (composition, OGM, résidus de pesticides et herbicides, mycotoxines, histamines). Il est impératif de rappeler qu'aucune hormone n'est autorisée dans l'alimentation des animaux, volailles ou autres.

Opérateurs et Administration main dans la main

Il importe d'avoir une assurance à l'égard de la qualité sanitaire et de la salubrité des œufs de consommation mis sur le marché marocain. Cette assurance est précisément induite par

l'engagement qualité de l'ensemble des opérateurs économiques et de l'administration compétente à mettre à niveau les conditions techniques et sanitaires de production et à faire observer la réglementation en vigueur par les producteurs sous le contrôle des vétérinaires mandatés tenus de rendre compte en permanence au ministère de tutelle.

En conclusion, l'œuf de consommation – roux, blanc ou beldi – présente des critères de fraîcheur, de salubrité, notamment. Les œufs de consommation, au Maroc, répondent aux attentes des consommateurs du pays. Ils allient avantageusement une qualité sanitaire (liée aux conditions techniques et sanitaires optimales de production), une qualité nutritive (liée à la composition, à la qualité, à la digestibilité et à la biodisponibilité des nutriments), etc.

ovofrais
Œuf Liquide Pasteurisé

ovofrais est aujourd'hui leader national dans le secteur de l'œuf liquide pasteurisé. Afin de répondre aux exigences d'un marché agro-alimentaire 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

Fraîcheur et qualité

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

Recycler les eaux par biofiltration

La biofiltration, démarche de recyclage innovante et à intérêt environnemental, est particulièrement adaptée aux projets industriels, aux zones hôtelières et aux projets touristiques.

En collaboration avec Aquabiotec (Allemagne) et Maroc Filtration



Vu le manque d'eau actuel dans nombre de parties du globe, parmi lesquelles le Maroc, il est intéressant d'envisager le recyclage des eaux usées après leur traitement. Plusieurs techniques permettent le recyclage. Or la biofiltration est particulièrement adaptée aux projets industriels, aux zones hôtelières et aux projets touristiques.

Ainsi, l'arrosage des espaces verts, la fourniture d'eau aux terrains de golf ou de sport en CHR, l'irrigation agricole peuvent être effectués à l'aide de cette eau traitée.

Un mode de filtration pour les collectivités et les industries

La filtration biologique (ou biofiltration) est une technologie qui a déjà fait ses preuves pour le traitement des effluents présentant de fortes variations de charges sur l'année et de basses températures. En effet, plus de 500 stations de traitement des eaux utilisent la biofiltration en Europe. Le biofiltre à lavage segmenté constitue une avancée majeure pour des capacités de traitement allant de 1 000 à 20 000 EH. En effet, le nettoyage successif de segments du biofiltre permet notamment de réduire les coûts d'investissement et d'exploitation par rapport à une installation classique, pour un rendement épuratoire équivalent (>90%). La biofiltration est l'association d'une



action mécanique de rétention des MES* par filtration et d'une transformation biologique de polluants contenus dans les eaux à traiter par intervention de microorganismes.

Un biofiltre est un réacteur composé d'un matériau-support permettant la filtration des eaux usées et le développement d'une biomasse adaptée à celles-ci. Généralement, pour des matériaux-supports de densité supérieure

à 1, le flux des effluents à l'intérieur du biofiltre est ascensionnel. L'injection d'air est réalisée à cocourant du flux des eaux usées pour maintenir les conditions aérobies dans l'ensemble du réacteur.

Les rendements épuratoires obtenus par biofiltration sont souvent supérieurs à 90% sur la DBO5* et sur les MES* ainsi que de 80-90% sur l'ammonium. L'aération, le lavage, le choix

du support filtrant, la hauteur du garnissage et les caractéristiques de l'effluent à traiter sont des facteurs essentiels à la conception d'une unité de traitement à rendement épuratoire optimal.

Une nouvelle génération de biofiltration

Les procédés traditionnels de biofiltration nécessitent des niveaux d'investissement incompatibles à leur mise



en œuvre sur des stations d'épuration de capacité inférieures à 15 000 EH, alors que ce procédé donne entière satisfaction aux exploitants sur les gammes supérieures. Cet état de fait a récemment encouragé le développement d'une nouvelle génération de biofiltres équipés d'un système innovant d'alimentation en effluents et en air, qui permet d'optimiser les conditions de lavage du support. Cette biofiltration à « lavage segmenté » permet de réduire les coûts d'investissement et d'exploitation. Cette technologie modulaire et standardisée permet à la biofiltration d'investir le marché de la station d'épuration urbaine sur la

tranche 1 000 à 20 000 EH.

La biofiltration dans le traitement des eaux usées

Diverses configurations sont envisageables. Le choix des étapes de traitement est principalement dicté par les normes de rejet auxquelles sont soumises les collectivités et industries. L'application classique d'une unité de biofiltration en une seule étape précédée par des prétraitements (dégrillage, dessablage et dégraissage) se passe en éliminant essentiellement les matières potentiellement colmatantes pour le support. Une déphosphatation peut aussi être réalisée par ajout de FeCl₃

en amont du biofiltre.

La mise en série de deux biofiltres permet la dégradation de la pollution organique et ammoniacale sur un effluent industriel ; ou le traitement de la pollution organique et azotée sur un effluent de collectivité.

La recirculation d'un effluent en tête du premier biofiltre en fonctionnement anoxique permet une étape de dénitrification suivie d'une nitrification dans le second biofiltre aérobie.

Dans le cas d'une station d'épuration existante utilisant par exemple des boues activées, la biofiltration en tant que traitement tertiaire garantit une bonne nitrification des eaux, un abat-



tement de la DCO* dure et l'élimination complète des MES*. Un biofiltre peut aussi être ajouté en parallèle dans le cas d'une augmentation de la capacité de traitement.

En guise de conclusion, les principaux cas d'utilisation de la biofiltration sont l'élimination de la DCO* facilement ou peu biodégradable ainsi que la ni-

trification de l'azote ammoniacal ; le recyclage de l'eau peut se faire très facilement avec ou sans traitement tertiaire suivant les effluents et les utilisations.

*** Abréviations**

- DBO : demande biologique en oxygène (en mgO₂/L)
- DCO : demande chimique en oxygène (en mgO₂/L)
- MES : matières en suspension (en mg/L)

Step : station d'épuration

Les avantages de la biofiltration à lavage segmenté

- excellents rendements épuratoires,
- très bonne adaptation aux variations de charge,
- bonne efficacité à basses températures de l'eau,
- compacité de l'installation, faible encombrement au sol,
- technologie modulaire,
- grande flexibilité vis-à-vis des charges hydrauliques,
- absence de boues flottantes et de pertes de boues,
- système automatisé avec possibilité de télé-gestion,
- exploitation facile pour un coût réduit,
- faibles coûts d'investissement,
- rapidité de la construction.

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 - Tafilalet : O.Mourad 0661248881
- Fes- Boulmane : Z. Bouaagad 0661218404
- Centre - Chaouia - Zaer : A. Fourari 0661982247
- Gharb : A. Abdeslam 0661216793; R.Didi Cheikh 0661982147
- Loukkos - Tarachi : 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, enrôleurs, rampes, pivots).

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

Comment se traite le linge du personnel technique de l'agro' et des CHR

Dans les lieux d'activité de l'agroalimentaire et de l'hôtellerie-restauration, l'hygiène est, en principe, une préoccupation permanente, qui touche aux vêtements de travail. Des entreprises se sont ainsi lancées dans l'hygiène de ces derniers, en prenant en charge toute la chaîne du traitement des articles salis.

En collaboration avec Anett



→ La collecte des articles utilisés chez le client

Au départ de la chaîne du process, les articles sont mis à la disposition de l'agent de distribution dans un local prévu à cet effet. Les chariots sont composés de sacs tissus de ramassage contenant les articles textiles salis.

L'agent de distribution se doit de vérifier la présence des feuillets de deux couleurs différentes du bordereau d'expédition se trouvant sur l'un des chariots. Les chariots d'articles sont chargés. Ces

derniers arrivent sur le site de l'opérateur de traitement du linge ; ils sont déchargés. (Les retours client sacs oranges sont dirigés vers le service contrôle qualité.)

→ Entrée du linge : le traitement en lot personnalisé

Chaque lot de linge est identifié dès son arrivée au centre de traitement de l'opérateur. Il est ensuite stocké dans la zone correspondant au jour de livraison.

Un tri sélectif (type produit, salissure)

est effectué pour aiguiller le linge vers la chaîne spécialisée qui va le traiter.

→ Lavage, essorage

Le lavage est effectué en lot personnalisé et suivi par informatique.

Selon le traitement à recevoir, les articles sont dirigés vers un des deux tunnels de lavage ou vers les machines à laver automatiques (nettoyage classique ou traitement à sec)

Tout est mis en œuvre pour garantir la qualité hygiénique du linge : automate

de programmation des tombées de produit, utilisation de bactéricides fongicides en fin de cycle, traitement spécial en bain réservé (option).

→ Séchage, repassage

Au stade de la production, le lot de linge du client est pris en charge par du personnel spécialisé.

Le linge est traité sur des chaînes spécifiques.

On finit le linge plat dans les sècheuses-repasseuses-plies, qui sèchent à 180° C et plient des centaines et des centaines de pièces à l'heure.

Le linge éponge est séché en séchoir rotatif puis conditionné dans des plieuses automatiques

Les vêtements de travail sont, eux, aiguillés vers un tunnel de finition et un atelier spécialisé, où chaque pièce est visitée.

→ Finition

Suivant les normes de qualité définies, le type d'article, les finitions sont adaptées et peuvent être personnalisées (pliage de champs, nappes, notamment).

Tous les articles de linge plat sont systématiquement emballés sous film plastique microperforé.

Les vêtements de travail sont visités un par un, contrôlés, réparés ou échangés. Ils peuvent recevoir soit une finition sur cintre, soit une finition pliée. Un regroupement peut être effectué par porteur. à chaque étape du process, le person-

Les vêtements de travail dans l'agroalimentaire...

L'hygiène, la sécurité, la traçabilité sont au cœur de l'industrie agroalimentaire. Les outils de production, les organisations, le personnel sont soumis à l'observance de règles strictes.

Le vêtement de travail est une des composantes essentielles de ce système industriel de haute performance.

Un opérateur soucieux de professionnalisme et de qualité fournit au client des conseils et lui garantit une prise en charge sûre et complète de la gestion de ses vêtements professionnels :

- gammes de vêtements adaptés (tissus, couleurs, lignes, protection...)
- process de traitement intégrant les spécificités de la norme EN 14065 (hygiène et contrôles bactériologiques)
- traçabilité assurée par l'identification initiale et la lecture de chaque vêtement lors de son traitement (système code à barres ou puce électronique)
- mise à disposition de systèmes de distribution manuels ou automatiques
- mise en casiers individuels
- gestion directe sur le site
- articles d'hygiène pour l'équipement des sanitaires
- tapis image pour les zones d'accueil et tapis antisalissures
- gammes variées d'accessoires permettant de rationaliser et de sécuriser toutes les phases d'utilisation des articles textiles. ... et dans l'hôtellerie

L'image de marque se construit, en matière d'articles textiles, dans le confort, l'harmonie, l'élégance et la diversité. Or il est indispensable, dans le domaine de l'hôtellerie, d'offrir à sa clientèle une prestation placée sous le signe du confort, de l'hygiène et de la convivialité.

Cela requiert, de la part de l'opérateur de traitement du linge, l'existence d'un service à la hauteur des exigences de l'hôtelier et de celles de ses hôtes :

- gammes d'articles en éponge avec plusieurs grammages disponibles
- linge d'hébergement adapté à vos besoins (housses de couettes, textiles, dimensions)
- vêtements professionnels conçus pour chaque fonction
- linge de restauration contribuant à l'harmonie du cadre
- articles d'hygiène pour l'équipement des sanitaires
- tapis image pour les zones d'accueil et tapis antisalissure
- gammes variées d'accessoires permettant de rationaliser et de sécuriser toutes les phases d'utilisation des articles textiles.



nel spécialisé a pour mission d'apprécier la conformité du linge, en fonction des critères définis par le service Qualité, ou, éventuellement, des demandes spécifiques du client.

Pour les vêtements de travail, l'opératrice s'assure que l'ensemble du parc

vêtement est bien complet ; elle effectue les éventuels retraits ou ajouts, après contrôle et rapprochement avec le pôle Textile.

Les vêtements sont préparés ensuite par service et éventuellement classés par numéro de casier (option).

Tous les vêtements sont suivis grâce à leur identification par code-barres ou puce électronique.

→ Contrôles, expédition

Les agents de service assurent la logistique liée au linge (livraison, ramassage, service, etc.)

Les passages ont lieu à jours et heures réguliers.

Le remplacement des agents est prévu de façon systématique et les aménagements éventuels (jours fériés) sont toujours prévus à l'avance.

L'ensemble du parc de véhicules est entretenu par des spécialistes.

→ Logistique et service

Dans chaque centre de traitement, les responsables des différents services (par exemple : production, magasin, transport...) doivent être à la disposi-

tion des clients pour répondre à leur demande.

Sur le terrain, les responsables Suivi du client de secteur ont, de leur côté, pour mission d'effectuer les visites préventives. Et ce, afin de s'assurer que le service répond en tous points aux engagements contractuels, et proposer les améliorations nécessaires à la bonne gestion du linge.

à tout moment, et dans un souci de totale transparence, l'opérateur de traitement du linge est censé avoir un site Internet, permettant à sa clientèle de consulter les informations relatives à leur compte (livraisons, derniers lavages, consommations, factures...)

Méthode RABC et norme NF 14065

La plupart des sites industriels modernes de traitement du linge professionnel sont certifiés ISO 9001, voire ISO 14001 [« conception d'une offre de service en blanchisserie, location et entretien d'articles textiles et de vêtements professionnels bactériologiquement contrôlés ou non »].

Il existe aussi une « démarche d'analyse des risques et de maîtrise de la biocontamination ». Cela correspond, en France, à la norme NF EN 14065 et relative à la « qualité hygiénique des textiles traités en blanchisserie ». S'il est exigeant, un opérateur de traitement des vêtements de travail met en application cette méthode, en évaluant le risque de biocontamination dans chaque étape du traitement du linge.

Détecteur de corps étrangers Heuft eXaminer Xac

La société Heuft Systemtechnik GMBH a mis sur le marché un détecteur compact, Heuft eXaminer Xac, qui identifie des corps étrangers dangereux (par exemple : des éclats de verre) dans des récipients contenant des produits alimentaires

– liquides, pâteux ou en poudre –, puis rejette les emballages concernés. La détection étant permise par une technologie qui fait appel à des rayonnements X pulsés de très faible intensité.

Cette nouvelle version associe les performances des systèmes eXaminer de Heuft à une nouvelle construction respectueuse de l'hygiène et de faible encombrement. La mesure radiométrique de très faibles rayonnements pulsés n'est activée que lorsqu'un produit se trouve dans la zone de contrôle. L'analyse et le filtrage d'images intégrés garantissent une précision de détection maximale et un taux minimal d'erreurs de rejet. Le détecteur sait faire la différence entre des structures d'emballage sans danger (ou des défauts d'homogénéité du produit) et des corps étrangers réellement dangereux.

Le carter et les postes de contrôle sont intégralement montés sur charnières. La plateforme inclinée évite l'accumulation de contaminants et facilite le nettoyage.

À l'échelle de l'individu, la sécurité sanitaire (asepsie, nettoyabilité, inviolabilité) est assurée au consommateur. En outre, l'utilisateur profite d'une ouverture-fermeture facile, de qualité de préhension, rangement, cuisson dans l'emballage, et de fonctionnalités pour cibles sensibles.



Carrousel d'ensachage Eurotech, à rotation indexé

La société Eurotech a lancé, à destination du marché de l'alimentaire, le Carrousel d'ensachage, un carrousel à rotation indexée. Son alimentation prend sa source dans une bobine PE (avec ou sans soufflets), avec mise à longueur, coupe et soudure automatique du sac. Cela concerne des sacs de 5 à 40 kg. La cadence est variable : de 400 à 2400 sacs par heure, suivant le produit.

Le changement automatique de format s'effectue avec réglage électrique de la largeur des pinces. Ces dernières sont plus exactement des pinces mécaniques de prise et de maintien du sac : le sac est maintenu par les mêmes pinces de son ouverture (remplissage) jusqu'à sa fermeture.

Quant à la soudure, elle est étanche et intégrée au carrousel. Du fait de la suppression des tapis de transfert et des rambardes de guidage, le sac est continuellement maintenu par les pinces.

La fabrication est soit standard, soit tout inox. En termes d'initiatives économiques, l'atout est la simplification des opérations et des manipulations ou l'accélération de production jusqu'à la mise sur le marché. à cela s'ajoutent le respect des normes, des certifications, des guides de bonnes pratiques et/ou outils de mesure, d'information et de contrôle.

Modularité, flexibilité, versatilité (changement de formats, cadence adaptée) sont également des caractéristiques du Carrousel d'ensachage.

Au service de l'individu, on trouve l'ergonomie et la sécurité des opérateurs, à travers le dialogue être humain / machine, la maintenance assistée.



Billerud FibreForm, en papier étirable pour l'alimentaire

La société Billerud AB propose, à l'attention du marchés de l'alimentaire et/ou du luxe, le Billerud FibreForm. Son innovation réside en la création du premier papier étirable, alternative écologique au plastique dans le thermoformage de barquettes. Le Billerud FibreForm peut aussi être profondément gaufré, permettant ainsi la réalisation d'emballage en 3D.

En termes d'initiatives économiques, il se distingue par sa différenciation immédiate (produit unique) ou retardée (produit standard, personnalisé).

En matière d'impact environnemental, le Billerud FibreForm est un biomatériau, en l'occurrence un matériau issu de ressources naturelles renouvelables, biodégradable, compostable. De plus, il présente une faible empreinte carbone, un poids réduit. Il existe une application emballage carton.

À l'échelle de l'individu, les atouts sont l'esthétisme, la sensorialité : aspect et touché très attrayants, rupture ou détournement de codes, graphisme, les étuis et le coffret en 3D.



Magic Bag, sachet souple dépliant pour nourriture de bouchées



La société Green Dustries a lancé, à l'attention des marchés alimentaire et tourisme/restauration, Magic Bag, un sachet original utilisant une technologie unique de pliage d'un complexe papier recyclé + PE. Il est totalement adapté à l'emballage en restauration rapide des frites, des morceaux de pommes de terre non pelées, des nuggets et autre nourriture de bouchées.

Légèrement ouvert en haut, il permet à l'humidité de s'échapper, alors que le fond déplié emprisonne la chaleur. Magic Bag conserve donc à la fois la chaleur et le croustillant des aliments. En dépliant le fond se forme une

poche esthétique qui tient debout. En outre, cet emballage peut être totalement ouvert, formant ainsi une forme d'assiette où l'on peut mettre les condiments. Magic Bag permet au consommateur de consommer chaud et proprement un aliment qui conservera toutes ses qualités organoleptiques.

Pour l'utilisateur, le bénéfice immédiat est la résistance accrue et/ou la compacité du produit.

À l'individu, Green Dustries estime apporter notamment « nouvelle forme, matière, couleur, originalité, modernité, graphisme ».

Sur le plan de l'environnement, Magic Bag présente l'avantage d'avoir une partie recyclée, d'être caractérisée par la réduction à la source (poids, volume), l'écorecharge, la diminution du nombre de composants.

Etat des exportations des agrumes cumulé au 12/1/2011 avec comparatif campagne 2009/2010

PRODUIT	VARIÉTÉ	SOUSS		ORIENTAL	
		2010/2011	2009/2010	2010/2011	2009/2010
Produits biologiques	Citron biologique	0,0	0,0	0,0	0,0
Produits biologiques	Clementne biologique	39,9	570,4	0,0	0,0
Produits biologiques	Navel biologique	29,7	0,0	0,0	0,0
Somme produits bio		69,6	570,4	0,0	0,0
Petits fruits	Clementine	138 857,3	137 192,8	49 748,2	48 736,5
Petits fruits	Clementines nules	0,0	481,7	0,0	0,0
Petits fruits	Marisol	0,0	0,0	0,0	0,0
Petits fruits	Nador cott	854,9	773,5	0,0	0,0
Petits fruits	Nour	36 063,4	24 900,5	458,3	875,3
Petits fruits	Nour biologique	0,0	0,0	0,0	0,0
Petits fruits	Nova	4 634,4	2 828,5	0,0	0,0
Somme petits fruits		180 410,0	166 177,0	50 206,4	49 611,8
Oranges	Navel	10 266,4	7 662,1	595,2	4,5
Oranges	Salustiana	4 965,0	281,5	52,9	52,6
Oranges	Sanguine	340,8	0,0	266,2	0,0
Somme oranges		15 572,1	7 943,6	914,4	57,1

PRODUIT	VARIÉTÉ	NORD		TENSIFT	
		2010/2011	2009/2010	2010/2011	2009/2010
Produits biologiques	Citron biologique	0,0	0,0	57,7	37,3
Produits biologiques	Clementne biologique	0,0	0,0	49,2	9,2
Produits biologiques	Navel biologique	0,0	0,0	94,5	106,8
Somme produits bio		0,0	0,0	201,5	153,3
Petits fruits	Clementine	0,0	0,0	2 385,1	114,4
Petits fruits	Clementines nules	0,0	0,0	45,8	0,0
Petits fruits	Marisol	0,0	0,0	0,0	0,0
Petits fruits	Nador cott	0,0	0,0	0,0	0,0
Petits fruits	Nour	0,0	0,0	472,3	0,0
Petits fruits	Nour biologique	0,0	0,0	145,7	12,8
Petits fruits	Nova	0,0	0,0	0,0	0,0
Somme petits fruits		0,0	0,0	3 048,9	127,2
Oranges	Navel	0,0	0,0	0,0	0,0
Oranges	Salustiana	0,0	0,0	0,0	0,0
Oranges	Sanguine	0,0	0,0	0,0	0,0
Somme oranges		0,0	0,0	0,0	0,0

900

C'est le nombre d'hôtels Ibis édifiés à ce jour à travers le monde. C'est au Maroc que le 900e doit être inauguré en grande pompe fin janvier.

L'Olympique Lyonnais au Palmeraie Golf Palace



Pour le match d'inauguration du nouveau stade de Marrakech, le *Palmeraie Golf Palace* a accueilli, dans tous les sens du terme, l'*Olympique Lyonnais* (O.L.) au grand complet.

Un entraînement « au vert » et 5 étoiles pour les joueurs sur les greens du golf et dans les dites « installations ultra techniques » des locaux de mise en forme de cet hôtel.

Les 26 joueurs de l'O.L. et les membres du personnel d'accompagnement – entraîneurs, kinésithérapeutes, intendants... – ont fixé leur base dans l'emblématique palace marocain de la palmeraie pour une semaine d'entraînement de début de saison avant le premier match de Coupe de France.

Les dirigeants du *Palmeraie Golf Palace* ne sont pas loin de parier que la proximité de cet établissement avec le nouveau stade de Marrakech en fera une nouvelle base arrière du football dans la ville ocre.

Risma réorganise ses gouvernances, sépare ses métiers de propriétaire et de gestionnaire

Le groupe Accor a décidé de renforcer ses positions au Maroc et de revoir son organisation locale à compter de la nouvelle année. Objectif : consolider sa position de gestionnaire (à travers des marques désormais connues et installées au Maroc) et de propriétaire (à travers *Risma*, véhicule d'investissement du groupe dans le royaume, coté depuis 2006 à la Bourse de Casablanca).

Christian Rousseau, après plusieurs mois passés auprès de Marc Thepot, devient, à compter du 1er janvier, directeur général d'*Accor Gestion Maroc* (AGM). Il va assurer la gestion opérationnelle et fonctionnelle des unités exploitées au Maroc par le Groupe, en dehors de la chaîne *Sofitel*, laquelle dispose de sa propre organisation. à ce titre, M. Rousseau va superviser tous les établissements gérés par AGM sous les enseignes *Ibis*, *Etap*, *Novotel*, *SuiteNovotel*, *Mercurie*, *M Gallery* et *Pullman*, ainsi que le support fonctionnel *Accor* à *Sofitel*. Enfin, et dans la perspective de séparer la gouvernance des activités de « propriétaire » de la société *Risma*, dans laquelle *Accor* est actionnaire de référence et celle d'« opérateur » de la société AGM, dans laquelle *Risma* est actionnaire à hauteur de 25 %, il a été convenu par les organes dirigeants respectifs des deux sociétés de désormais gérer les sociétés *Risma* et AGM séparément.

à cet effet, Marc Thepot, après avoir présidé AGM à partir de 2006, rejoint à compter du 1er janvier la société *Risma* en tant que vice-président du directoire en charge de la direction générale, avec pour mission la mise en œuvre et le suivi de la stratégie de développement de *Risma* ainsi que la supervision au quotidien de toutes les fonctions et organisations liées au bon fonctionnement de cette société patrimoniale. *Risma* restant l'outil privilégié pour le développement de la présence des marques *Accor* au Maroc. Il rapportera au directoire de *Risma* présidé par Azeddine Guessous.



C. Rousseau, DG d'Accor Gestion Maroc.

RIU et Tikida consolident leur partenariat

La marque espagnole et mondiale *RIU* va être portée par l'ensemble des établissements du groupe *Tikida*, à partir de mai prochain. *RIU* devra compléter son offre avec trois autres établissements du même groupe. Ce sont respectivement le *Tikida Garden* de Marrakech qui, après quelques aménagements, devra basculer dans le tout-compris ; le *Tikida Beach* d'Agadir ; et le *RIU Tikida Palace*, qui doit ouvrir ses portes cette année. Soit un total de près de 1 800 chambres. Filiale à 50 % du groupe touristique TUI, l'enseigne gère déjà trois établissements de *Tikida* (deux à Agadir et un à Marrakech). Soucieux d'élargir et de renforcer

son partenariat, le groupe *Tikida* compte au moins huit ans de collaboration avec *RIU* et 42 ans avec la maison-mère TUI. La nouvelle entente devrait permettre à la chaîne marocaine de gagner en notoriété et de multiplier les prestations de service. Dans la foulée de l'annonce, *Tikida* a tenu à préciser que ce nouvel accord stratégique ne modifiait en rien la structure de propriété des actifs concernés, dont ce groupe possède la majorité. *RIU*, en revanche, est associé dans les actifs (à raison de deux tiers pour le groupe marocain et un tiers pour *RIU*) et gère pour compte les autres projets d'hôtels entrepris par le groupe *Tikida*. Aussi les



deux partenaires ont-ils ouvert, en 2009, le *RIU Tikida*, qui a permis d'augmenter de près de 400 chambres (un peu plus de 600 lits) la capacité en lits à Marrakech, pour une enveloppe d'investissement de 355 millions de DH portée aux deux tiers par les hôtels *Tikida* et le tiers restant par *RIU*.

31, Rue de Sebta Casablanca. - Tél : 0522 26 67 79 / 85 • 0522 47 63 40 - Fax : 0522 47 63 39
lachaisequidecore@gmail.com - www.lachaisequidecore.com

Cession de Metro Maroc : Société Générale conseille



La banque d'affaires de Société Générale Maroc et Société Générale Corporate & Investment Banking ont conseillé Metro AG dans le cadre de la cession de sa filiale MetroCash & Carry Morocco à Label'Ve pour un montant de 120 millions d'euros. L'opération est close depuis le 1^{er} décembre dernier.

L'hôtel Rabat Atlas tutoiera le sommet de la capitale

En plein chantier, l'hôtel Rabat Atlas sera, une fois sorti de terre, le deuxième plus haut immeuble de la capitale du Royaume, après la tour Maroc Telecom de 17 étages, également en construction. Du fait du plan prévoyant 14 étages, le commanditaire et propriétaire qu'est Atlas Hospitality Morocco a dû solliciter une dérogation spéciale (R+6 est la hauteur autorisée à Rabat) et l'a obtenue. Cet hôtel de la gamme luxe de la filiale touristique de Royal Air Maroc est censé ouvrir ses portes l'année prochaine dans le quartier convoité de Hay Riad. Le montant d'investissement de base a atteint les 250 millions de dirhams.

Réouverture d'un KFC, redécoré, de Casa'



Kentucky Fried Chicken a réouvert son restaurant sur le boulevard Mohammed-V de Casablanca. Un établissement caractérisé par un nouvel aménagement. Le concept de ce restaurant consiste en effet à mettre en

place un design et des mobiliers qui se veulent « modernes », ainsi qu'un agencement spécifique à la culture de KFC. Cette configuration deviendra progressivement celle de tous les sites de l'enseigne.

Ce KFC est le troisième à adopter ce nouveau concept, après les restaurants Kentucky Fried Chicken à Jamaâ-el-Fna (Marrakech) et à l'Agdal (Rabat).

« La ville de Casablanca est en constant développement. Pour accompagner cet élan, nous avons donc décidé de rénover notre restaurant phare à Casablanca. Le design innovant et l'agencement spécifique nous permettent d'offrir à nos clients un espace plus accueillant et plus convivial au cœur de la capitale économique du Maroc », commente Nawal El Khaloui, directrice Marketing du groupe. Cochef de file de la restauration rapide à l'échelle mondiale, la marque s'est lancée au Maroc en 2001. Elle dispose aujourd'hui de 11 restaurants dans 4 villes du royaume.



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



LA GENEVOISE 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 GENEVOISE sont certifiés, en Europe, ISO 9001 v2000. Le grain de LA GENEVOISE est d'une très grande qualité et son rendement qualité/prix est rarement égalé.

BLUE GOLD	TRADITION	DECAFEÏNE	100 % Arabica	GRAIN	chocolat
Arôme intense et Exceptionnel	goût fort et décisif	l'arôme doux et velouté	la plus précieuse au monde une densité moelleuse	Mélange au goût fort et décisif	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

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

Salle blanche pour l'industrie agroalimentaire



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

www.hachani.com

Le conseil d'expert

Le spa en hôtellerie, simple service ou centre de profits ?

Par Optim Achat, en collaboration avec Adil Aissaoui, directeur Massor Maroc

Presqu'inexistant il y a encore quelques années, le spa est devenu la nouvelle toquade des clients d'hôtels, qui le plébiscitent pour le bien-être qu'il leur dispense en répondant à leur besoin de bien-être.

Avec des croissances plutôt intéressantes d'un point de vue de gestionnaire, les concepts spa pourraient bientôt réunir autant d'adeptes que les thermes romains sous l'Antiquité. Le spa est-il une obligation de service hôtelier supplémentaire proposé à une clientèle bien définie ou est-il une source de profit pour les hôteliers ? D'où vient le Spa ? Qu'est ce qu'un Spa ? Quels en sont les tendances et comment devons-nous les gérer au mieux pour être rentable ?

L'origine du mot Spa viendrait du latin *sanitas per aqua* – qui signifie *santé par les eaux* – ou encore de la ville

belge de Spa – station thermale datant de l'époque romaine.

D'abord plus utilisé par les Anglo-Saxons, ce terme désigne chez eux aussi bien le centre de remise en forme que l'institut de beauté. Le spa correspond aux cures thermales, à ce qu'on appelait prendre les eaux, au temps des Romains.

Par extension, le terme s'applique aux bains à remous ou *jacuzzi*, aussi appelé *hot tub* chez les Anglo-Saxons. Le spa est synonyme de détente et de bien-être de l'esprit et du corps, dans une ambiance de luxe et de confort. C'est un endroit privilégié pour s'occuper de soi à travers les traitements, les soins de beauté et la relaxation.

C'est un endroit où l'on vient pour se ressourcer, méditer, faire de l'activité physique, juguler son stress...

Il existe plusieurs types de spa tels que :

-> Le spa destination est un SPA habituellement éloigné des centres urbains, avec pour objectif de faire vivre pleinement l'expérience du spa à ses visiteurs : séances de mise en forme, massages, soins du corps, piscine, méditation et communion avec la nature.

-> La station de spa (*spa resort*) est un



lieu dédié faisant partie d'un centre de vacances.

-> Le spa d'hôtel offre des soins du corps et du visage, ainsi qu'un coiffeur et un service de manucure. Certains de ces spas évoluent en centre de bien-être avec salles de sport, entraîneurs personnels et diététiciens.

-> Le spa aventure propose des activités extérieures stimulantes, telles que l'escalade, la randonnée, le ski, l'exploration de la nature, la voile, le kayak et le canoë. C'est un voyage organisé incluant des spécialistes du massage, du yoga et de la relaxation.

-> Le Day Spa est un lieu offrant des services de spa sur une base journalière. Il est souvent associé à un salon de beauté traditionnel.

Depuis quelques années, les spas s'installent un peu partout dans les grandes métropoles et s'étendent désormais aux villes

Le développement du spa est spectaculaire dans les hôtels

de taille moyenne. Mais c'est dans l'hôtellerie que le développement est le plus spectaculaire. Si l'activité spa dans ces établissements est récente, elle n'en est pas moins florissante, répondant à la demande d'une

clientèle internationale de luxe, mais également à celle des clientèles d'affaires masculine ou familiale.

Le spa devient un véritable support de communication pour l'hôtel, un attrait pour renouveler sa clientèle, voire un objectif de séjour en soi.

Non seulement le spa permet à un établissement hôtelier de se différencier de la concurrence, mais il devient une nouvelle source de chiffre d'affaires non négligeable. Et

les hôteliers n'y sont pas insensibles, puisque les actuels porteurs de projet ont de gros budgets pour le réaliser.

En revanche, la création d'un spa au sein d'un hôtel entraîne un coût d'investissement moyen initial de 20 000 DH/m (indicateur très variable pouvant aller de 10 000 à 35 000 DH/m, suivant le degré de spécialisation de l'hôtel, son niveau de prestation, les équipements et matériaux choisis...)





Malgré l'existence de nombreux types de spa, le concept et les règles pour la conception restent les mêmes. Il existe bien sûr des variantes, selon que l'on a affaire à un *Hotel Spa* ou à un *Day Spa* par exemple, en fonction du type de clientèle, des surfaces, etc. Un spa doit compter les espaces suivants :

- un accueil, lieu d'arrivée et de prise en charge première des clients ;
- un patio, espace d'attente, de relaxation et de mise en condition du client avant son soin ;
- un espace de soins, offre principale du spa qui se décline en 4 types de cabines différentes ;
- des lieux de service, tels que : salon de coiffure, boutique, salon manucure/pédicure ;
- un espace détente, composé d'un hammam, d'un bassin de relaxation, d'une salle de repos et d'un solarium.
- une zone remise en forme, comprenant une salle de cardioentraînement et une de gymnastique.
- des offices pour chaque fonction : office réception, office lingerie, office tisanderie, laboratoire de préparation

des produits de soins.

Au même titre que les restaurants gastronomiques, les spas ont longtemps été perçus par les hôteliers comme des gouffres financiers.

Ils représentaient souvent un mal nécessaire, vecteur d'image et de notoriété. Les spas requièrent beaucoup d'espace, de personnel et d'énergie. Cependant, la montée exponentielle de la demande, une meilleure organisation de l'offre, l'amélioration de la mise en marché et la spécialisation du personnel ont permis, dans bien des cas, de faire des spas en hôtel de véritables centres de profits.

Le marché du bien-être connaît un essor fulgurant

Le marché du bien-être prend son essor de façon fulgurante ces dernières années ; or le spa répond au besoin de « se faire du bien » dans un minimum de temps. Quel voyageur ne souhaite pas soulager les effets du

décalage horaire ?

Les massages et les traitements faciaux ont longtemps été considérés comme des extravagances, mais les gens y ont maintenant recours de façon aussi courante qu'à leur coiffeur. Le spa devient donc un produit indispensable d'une offre hôtelière de qualité, au même titre que le restaurant gastronomique. Il devient une oasis, une parenthèse de douceur dans un monde stressant.

Pour les hôteliers, les spas représentent des avantages clairs, notamment :

- ▶ l'accroissement de l'achalandage
- ▶ l'amélioration de l'expérience du client
- ▶ l'augmentation des revenus et des profits
- ▶ élever la valeur immobilière.

Historiquement, un spa était géré comme d'autres départements de l'hôtel, et l'on visait à attirer les clients dans l'établissement. Or les « prestations » spa peuvent être déterminantes dans le choix de l'établissement par la clientèle hôtelière, tant en milieu urbain que de villégiature.



Il peut y avoir une synergie et une multiplication des bénéfices pour l'hôtel et le spa, à condition que la cohérence de chacun soit respectée. Et puis, évidemment, l'hôtel peut être une source de clientèle pour le spa. Le temps où le spa était relégué à un petit espace peu accessible de l'hôtel et où les traitements étaient limités est derrière nous.

Petit à petit, les spas sont donc passés de services complémentaires à des centres de profits. Quoique les spas représentent encore une petite part des revenus pour la plupart des hôtels, leur croissance est forte et stable. En sus de la demande croissante et de l'augmentation des revenus, un autre élément vient accélérer le développement des spas en hôtel : la démythification du processus de gestion. Nous pouvons gérer les spas comme des minihôtels :

- ▶ l'enregistrement des arrivées et des

départs avec un accueil

- ▶ les deux constituent un service de location d'espace pour une durée déterminée ;
 - ▶ les deux services ont des coûts de main-d'œuvre élevés ;
 - ▶ les deux nécessitent des services de ménage et de buanderie ;
 - ▶ les deux ont des coûts fixes élevés.
- Outre les spas gérés directement par l'établissement hôtelier, il existe différentes formes d'association entre spa et hôtel :
- ▶ spa en concession : un partenaire spa assure la gestion de l'espace dans l'hôtel ;
 - ▶ spa en cogestion : chacun des deux acteurs assume une partie de la responsabilité financière ;
 - ▶ spa en franchise : un hôtel « recrute » un spa ou une marque pour son image et son savoir-faire et profite de son expérience.

Le spa est donc de plus en plus

intégré aux services hôteliers

Le statut des spas au sein des hôtels a changé

– voire à la chambre – et, plus qu'un service complémentaire, constitue une nouvelle source de revenus. Il est étroitement associé à l'hôtellerie de luxe, pour laquelle il est presque indispensable.

Néanmoins, il n'y aura jamais un spa dans chaque hôtel et, pour certains, il est plus profitable de s'associer avec des spas indépendants hors du site. Il n'en demeure pas moins que le statut du spa au sein d'un établissement d'hébergement a changé, comblant ainsi clients et gestionnaires !



Alain Mazoyer
Directeur Associé
Optim Achat

Qu'est ce qu'un vin vieux ?

Nicolas Chain Responsable Marketing Vins - Sommelier Groupe EBERTEC

Le vieillissement du vin est une évolution scientifiquement expliquée, répondant à des règles et exigeant, pour son bon déroulement, la réunion de plusieurs ingrédients des plus indispensables aux plus secondaires.



Il conviendra principalement de respecter cinq règles d'or incontournables concernant la température du lieu de stockage (12° C), son taux d'hygrométrie (de 70 à 80 %), son obscurité totale, la pureté de son air et son calme.

Il est possible également de recenser certaines règles « pratiques », qui découlent en fait des cinq précédentes, telles que le stockage des bouteilles en position couchée, l'absence d'odeur

parasite, la propreté de la cave ou encore son organisation réfléchie

Le vieillissement d'un vin a pour principal but d'obtenir un vin « vieilli », mais qu'en est-il actuellement de la perception du qualificatif « vieux » ?

Quelques précisions de vocabulaire

Il pourrait y avoir deux façons de considérer le mot « vieux » au sujet du vin.

Vieux pourra signifier « mature » pour un vin de garde qui en est à son apogée.

Vieux pourra signifier « dépassé » pour un vin qui est sur le déclin.

Nous considérerons ici le qualificatif de vieillesse pour un vin comme une indication de maturité. En effet, il est rare de parler d'un vin vieux comme d'un produit impropre à la consommation mais plus comme d'un vin rare ou tout du moins méritant une attention

particulière.

Le terme maturité peut également être considéré sous deux angles.

Il y aura la maturité « prévisible » en fonction du type de vin, du terroir et des cépages rentrant dans sa composition.

Il y aura la maturité « dépassée » pour les bouteilles ouvertes longtemps après la phase de maturité « prévisible », et qui présenteront des caractéristiques de vieillissement remarquables.

Comment savoir qu'un vin est « vieux » ?

L'apogée d'un vin et son aptitude à la garde sont deux notions liées, mais à ne pas confondre.

Ces deux notions sont liées parce que plus un vin peut vieillir, plus il exige de temps pour atteindre son apogée. Les vins de garde mettent du temps pour se faire ; on dit qu'il faut les attendre. Il faut donc tenter de boire le vin aussi près que possible de son apogée.

C'est un exercice délicat, car l'apogée varie sensiblement d'un vin à l'autre dans un même millésime, et le vin d'un même domaine voit son apogée varier notablement d'un millésime à l'autre. L'apogée d'un vin ne peut que se constater, puis il sera alors déjà trop tard.

Ces notions d'apogée et d'aptitude dépendent :

- de la couleur du vin,
- de son élevage,
- de sa constitution (acidité, degré, anthocyanes, tanins),
- du millésime (conditions climatiques),
- et des conditions de stockage.

De nos jours, il est difficile de se documenter sur ce qu'est un « vin vieux ». Il n'y a cependant aucun mal à trou-





ver de nombreux ouvrages, articles, textes ou encore rapports traitant du « vieillissement du vin ».

Vieillir pour un vin est une phase explicable et expliquée ; mais la définition de l'état final de ce liquide ayant pris de l'âge est encore très floue.

Comme nous venons de le voir, il subsiste déjà au départ un malentendu, un désaccord sur la définition même du qualificatif vieux.

La couleur est le premier élément d'appréciation de l'état de vieillissement d'un vin. C'est peut-être l'indice le plus universel pour juger de l'âge d'un vin ; il ne dépend que de la vue.

L'odorat et le goût sont des sens plus personnels et influencés par la mémoire et l'historique de chacun, les résultats seront donc plus subjectifs.

Les vins rouges jeunes seront initialement pourpres, teintés de reflets bleus selon leur acidité.

L'âge leur donne une nuance grenat, puis rubis, jusqu'à ce qu'ils deviennent quasiment acajou, tout en perdant de leur éclat et de leur intensité.

À l'inverse, le vieillissement d'un vin blanc se traduit par un renforcement de sa teinte, qui peut même finir par se rapprocher de celle d'un très vieux vin rouge.

Il existe donc un rapport entre la couleur et l'aptitude au vieillissement d'un vin.

Le vieillissement du vin en bouteille est abusivement comparé à un processus d'oxydation, soit la combinaison d'oxygène avec d'autres substances. Il s'agit en réalité plus d'un procédé de réduction, qui est la décomposition d'une substance en ses multiples composants.

Cette réduction d'un vin met en œuvre des réactions d'une grande complexité, appelées polymérisation. Cette

transformation est d'ailleurs encore mal maîtrisée.

Les anthocyanes (pigments naturels colorant les plantes et solubles dans l'eau) et les tanins (substances d'origine organique se trouvant dans pratiquement tous les végétaux) se combinent. Les premiers disparaissent, tandis que les seconds se transforment et prennent progressivement le relais de la coloration du vin, en lui conférant la teinte brune annonciatrice de son futur déclin.

Le cépage est le premier facteur explicatif de la concentration d'anthocyanes d'un vin.

Certains cépages ont ainsi des robes plus intenses que d'autres, comme par exemple la Syrah (sombre) et le Pinot noir (clair).

Le rendement de la vigne, puis le temps et la température de fermentation qui favorisent l'extraction de la matière sont également à prendre en compte pour expliquer cette concentration en anthocyanes.

Les vins vieux de nos jours

Le vieillissement du vin et la connaissance liée aux vins vieux intriguent et attirent, mais le passage à l'acte est rare ou se manifestera par une consommation plus que par une production de vins vieux.

En effet, s'il est de plus en plus dans les coutumes des consommateurs d'investir et de s'équiper pour le vieillissement, la conservation et le service de leurs vins, il est de moins en moins dans leurs habitudes de boire des vins vieux et de stocker des vins jeunes à long terme.

Nicolas Chain

Responsable Marketing Vins

- Sommelier Groupe EBERTEC

Histoire et avenir du vin marocain



LA COLLECTION MÉDAILLON... ROSÉ, ROUGE & BLANC

Thalvin

Distributeur exclusif : EBERTEC - Casablanca - Tél. : +212 522 350 801 - www.thalvin.com

Cremai

Les Tendances de l'Hospitalité



Salon International
des **Professionnels** de l'Hôtellerie,
Restauration et Pâtisserie-Boulangerie

Du **22** au **25** Mars **2011**

Office des Foires et des Expositions de Casablanca



5ÈME EDITION

45, rue Normandie, Mâarif, Casablanca - MAROC

Tél.: +212 522 36 01 47 - Fax : +212 522 39 63 79 - E-mail : cremai@cremai.net

Web : www.cremai.net