

# RESAGRO

MAGAZINE DES DÉCIDEURS

DE L'AGROALIMENTAIRE, DE L'HÔTELLERIE - RESTAURATION ET DES MÉTIERS DE BOUCHE

N°22 - 2011

ADDT 1409 COMPAD Adresse BP 20028 Hay-Essalam - 20203 Casablanca

## SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI DISTINGUE L'AGROALIMENTAIRE



CONCOMBRE CONTAMINÉ :  
ÉCLAIRAGE D'EXPERT

LE MAROC S'INITIE  
À L'HÔTELLERIE « VERTE »

LE LAIT DE VACHE  
EST-IL BON POUR LA SANTÉ ?



Force... Innovation



## Carrosserie Industrielle & Construction Métallique



• Benne en Aluminium bâchée



• Citerne Basculante



• Plateau



• Benne en aluminium lisse

Siège Social

Rés. Al hadika imm.B2, 4<sup>e</sup>ét. N°86  
20250 CASABLANCA

Tél: +212 522 661 081 - Fax: +212 522 661 089

Email: [direction@mammouth-industrie.com](mailto:direction@mammouth-industrie.com) Web: [www.mammouth-industrie.com](http://www.mammouth-industrie.com)

# Sommaire



	<b>Agro'</b>	
• Périscope		4
• Dossier Siam		
Un bilan émaillé de distinctions pour l'agroalimentaire		5
Oléiculture au Siam : l'expérience de CHCI		6
L'arboriculture et l'apiculture obtiennent leurs contrats-programme		8
Soutien de l'État à la filière bio		10
Quand la finance cible l'agriculture		12
Le Siam en images		14
• Veille		
• L'affaire du concombre contaminé, un éclairage du Pr Ouhssine		16
L'agro' scientifique tient congrès à Kenitra		20
Journées techniques de l'Ifim : un forum toujours plus international		22
Le lait de vache, pour ou contre ?		26
• Logistique & transport		
Logi.ma 2011 reflète la diversification du marché local		29
Logi.ma en visuels		30

## Distribution

• Nouveaux produits Maroc et monde	32
• Fiche métier	
Le chef de rayon	36

## Cahier technique

• Emballage	38
• Équipements	39

## CHR



• Actualités	40
• Plantes et herbes	
Le persil, un usage médicinal et culinaire	45
• Hôtellerie	
Équiphôtel en photos	46
L'hébergement écologique s'invite au Maroc	48
Tourisme et patrimoine, une bonne affaire	50
• Le chef du mois	
Mokhtar Ramdani, chef exécutif au Casino Mövenpick Tanger	52
Conseil d'expert	
• Comment optimiser sa commercialisation en restauration	54
• Régions	
Ouarzazate, une destination qui monterait	58
• Vins & spiritueux	
Les tendances internationales du vin	60
• Restauration collective	
Hygiène et sûreté alimentaire	62
• Agenda des salons	64
• Chronique	
Impulser la cuisine marocaine... vers le haut	66

Couverture : crédit photo MAP

# ÉDITORIAL



**A** lors que vous avez entre les mains ce numéro de ResAgro, vous êtes potentiellement au moins 100.000 personnes à faire de même. Il s'agit d'abord des 20.000 exemplaires envoyés aux décideurs, de Nador à Dakhla, avec une couverture totale et nationale. Avec le nombre de visiteurs de notre site et celui des bénéficiaires de la Newsletter (e-magazine), cela représente une bonne centaine de milliers de lecteurs au Maroc... et davantage encore à travers le monde. C'est toute la force de frappe de ResAgro. L'un de nos autres atouts repose sur notre présence à un maximum de salons et autres manifestations. C'est ainsi que nous étions en force au Siam – sur lesquels nous revenons de façon diverse et variée –, à Logi.ma, Equiphotel... Côté tendances CHR, nous mettons en lumière l'activité hôtelière sous les angles respectifs des normes écologiques et de la revalorisation du patrimoine.

**Alexandre DELALONDE**

**Alexandre Delalonde**, directeur de publication • **Rafael Azoulay**, directeur commercial • **Gilles Garnier**, responsable Europe – e-mail : gilles@resagro.com • **Sanaâ Blal**, secrétaire de rédaction • **Nawal Jarmouni**, chef de pub • **Dominique Claudon**, responsable de rédaction • **Dominique Pereda**, correspondante francophone - e-mail : dpereda@resagro.com • **Fanny Poun**, correspondante anglophone - e-mail : fanny@resagro.com • **Lætitia Saint-Maur**, correspondante hispanophone – e-mail : laetitia@resagro.com • **Mounir Sennek**, directeur artistique • **Siham Elkardoudi**, infographiste • **Younes El Hilali**, chef de projet Web • **Mohammad El Allali**, développeur Web • Imprimerie : **Maroc Soir** • Compad, agence de communication : **95, rue mesk Ellile, Beauséjour, BP 20028 Hay Essalam C.P - 20203 Casablanca** • RC 185273 – IF 1109149 • ISSN du périodique 2028 - 0157 Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009 • Dépôt légal 0008/2009 • Tél. **05 22 36 04 69 / 09 / 16 / 19** • Fax : **05 22 36 03 97** • e-mail : **contact@resagro.com** • site Internet : **www.resagro.com**

« [À la suite de l'adoption de mesures néolibérales dans le monde arabe,] la libéralisation commerciale a rendu plus difficile le développement de l'agroalimentaire »  
Amine Berrada Sounni, président de la Fenagri  
in L'Economiste

## Djazagro 2011 : un visitorat toujours plus large

Djazagro 2011 a reçu plus de 300 exposants directs, dont 80 % d'exposants internationaux. C'est l'un des éléments du bilan du salon algérois et international de l'agroalimentaire, de la boulangerie-pâtisserie, de la restauration et des produits alimentaires. Autres chiffres : 20 pays présents, 12 000 m<sup>2</sup> d'exposition, près 11 000 visiteurs professionnels.

Avec 45,2 %, les visiteurs en provenance des wilayas de province auraient représenté la part la plus importante du visitorat,



enregistrant une progression de +9 % par rapport à 2010. Toujours selon les chiffres des organisateurs, les exposants (70 %) ont, une fois de plus, fortement apprécié le climat d'affaires positif qui a régné sur le salon, généré par un visitorat professionnel de qualité, à l'affût de nouveaux produits et équipements et avec des projets d'achats plus concrets (66 % d'entre eux).

## Chaîne du froid : Akacia s'implante au Maroc

Le secteur du transport et de la logistique compte une société supplémentaire au Maroc. Il s'agit d'Akacia, chef de file dans le domaine du transport et de la logistique frigorifiques en France.

Akacia Transport a ainsi inauguré sa première spécialité en marge du salon Logi.ma 2011.

Elle dispose d'une large flotte composée de camions frigorifiques respectant les normes Piek (niveaux sonores minimum) pour desservir en milieu urbain sans nuisances.

En outre, ils sont dotés d'une technologie embarquée du suivi des données. Ce système relève également la consommation de CO<sub>2</sub> et la traçabilité du froid en temps réel, un maillon clé en matière de respect de la chaîne du froid durant le transport.

Etant partisane du développement durable, Akacia est signataire de la charte dite « Objectif CO<sub>2</sub> » et s'est engagée à réduire l'utilisation des énergies fossiles, grâce à des camions aux normes Euro 5.

## L'ÉACCE décerne des certificats pour le Programme de contrôle interne

Quelque 13 entreprises exportatrices sont engagées dans le Programme de contrôle interne (PCI). En cette qualité, elles ont reçu un certificat de l'ÉACCE, à l'issue du Siam 2011.

Le PCI se définit comme une approche participative dédiée à la gestion de la qualité des produits agroalimentaires destinés à l'exportation et basée sur l'engagement formel et durable de l'ÉACCE et des entreprises exportatrices « pour une amélioration continue du degré de satisfaction des exigences de qualité et conformité qui leur sont applicables ».

A cet effet, les entreprises exportatrices mettent en place des systèmes de contrôle internes de la qualité et de la traçabilité de leurs produits visant la maîtrise des dangers et défauts qui surviennent durant le processus de production et permettant de réagir rapidement à ceux qui se déclarent après l'étape d'exportation.

Pour sa part, l'ÉACCE applique un contrôle incitatif basé sur l'audit de conformité et d'efficacité. Cette démarche permet de renforcer la confiance des importateurs, des services de contrôle et des consommateurs étrangers dans la sécurité et la conformité des produits.

## Blé tendre : fin de la suspension des droits de douane

Les autorités ont mis fin à la suspension des droits de douane sur le blé tendre. Mise en place en septembre 2010, cette suspension devait, d'une part, soutenir les prix à l'importation, et, d'autre part, assurer un approvisionnement du marché face à la flambée des cours mondiaux et à la volatilité des cours. Pour le blé dur, la mesure de suspension des droits de douane demeure en vigueur jusqu'à fin mai 2011.



# SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI DISTINGUE L'AGROALIMENTAIRE

Si l'agroalimentaire ne représentait que 7 % des quelque 600 exposants du Siam, l'édition 2011 a, à travers les distinctions remises, donné à ce secteur une importance proportionnellement plus forte.



Le souverain a remis des distinctions à des acteurs, petits et grands, des secteurs agricole et agroalimentaire.

**L**e Siam 2011 s'est achevé par la remise de prix de mérite aux meilleurs exposants. Des prix qui ont été remis par le Souverain. Parmi les opérateurs distingués figurent des éleveurs, des associations agricoles, des coopératives, des PME... Au total, 39 exposants ont reçu des distinctions à l'issue de ce qui est considérée comme étant la plus grande manifestation du secteur agricole au Maghreb et en Afrique. En fait, les primés sont assez différents et appartiennent à divers pôles thématiques du salon, mettant en avant l'agroalimentaire notamment. Ainsi, pour le pôle Produits, le prix du meilleur stand a été remporté par Centrale laitière. La meilleure participation a été décernée à la société marocaine de fruits et légumes MFB. Le prix de l'innovation revient à *Koutoubia*. Tandis que celui de la diversité est accordé à la société *Tria*. Du côté du pôle Nature, le prix de la PME a été remporté par *Saveurs et Terroirs Maroc*. Dans le pôle Huile d'olive, *Herpasur* a reçu

le prix du meilleur stand. Le producteur d'huile d'argane *Absim Maroc* a obtenu un prix pour sa participation.

Pour le pôle des Produits de nature, le prix du meilleur stand est revenu à la société *Tiwisa*. Le prix de la meilleure coopérative a été attribué à l'association *Al Wafae* spécialisée dans la production de l'huile d'olive de Chefchaouen. La coopérative *Tazemmourite* de développement d'Er-Rachidia a pour sa part reçu une attestation de mérite.

## Signes distinctifs de qualité et d'origine

Dans la catégorie « International », le prix de la meilleure participation internationale a été attribué à Bahajji Jawad, directeur du développement de *l'Usaid*.

Le jour de l'inauguration aussi, S. M. Roi a remis des distinctions. Il s'agit plus précisément de certificats et trophées de reconnaissance des signes distinctifs de qualité

et d'origine. Citons en particulier l'indication géographique « *Grenadine Sefri Ouled Abdellah* » à Kouiss Mohamed, président de l'association *Abdalliya* pour la production et la commercialisation des grenadines (*Tadla-Azilal*) ; l'indication géographique « *Cactus Aït-Baâmrane* » à Achahour Keltoum, présidente du Groupement à utilité économique « *Sebbar Aït-Baâmrane* » (région Souss Massa Drâa).

Ces récompenses couronnent une édition qui semble donner totale satisfaction aux organisateurs : 603 exposants (au lieu des 800 attendus), 17 pays participants, plus de 700.000 visiteurs, selon les statistiques officielles.

Le Siam 2012 devrait bénéficier d'infrastructures d'accueil améliorées. Il est d'ores et déjà prévu, c'est de mettre à disposition l'année prochaine des parcs de stationnement mitoyens et de construire des établissements d'hébergement pour les hôtes de la capitale ismaïlienne.

# « Le Siam constitue un tremplin pour notre huile d'olive »

Karim KERBID, directeur général de CHCI, explique la présence de cette société au Siam 2011.



L'entreprise CHCI est basée à Meknès

## Pourquoi être présent au Siam ? Comment cela s'inscrit-il dans votre stratégie ?

Pour nous, la participation au Siam est importante. L'objectif est de présenter notre société, nos activités ainsi que la gamme de nos différents produits aux exposants, aux clients et/ou aux fournisseurs. Cela nous facilite la mise en relation avec d'autres entreprises : clients, fournisseurs, partenaires.

La participation au Siam figure parmi les stratégies de marketing et de commercialisation de nos produits et nos services.

Le salon nous met face aux grandes entreprises du secteur agroalimentaire qui se réunissent, et où d'importantes transactions y sont conclues. Il nous offre donc la possibilité de les rencontrer. Il présente également des opportunités de rencontres, qui sont présentées dans le cadre des conférences, des tables rondes...

## En tant qu'entité de professionnels de l'agroalimentaire, quel est votre



## regard sur le Siam 2011 ?

Le salon nous approche d'une grande surface de communication. Il bénéficie en effet d'une excellente couverture médiatique, ce qui nous permet de mettre en avant notre marque, sa région d'origine et aussi d'augmenter le taux de notoriété de divers produits.

Ça nous permet aussi d'organiser des missions de prospection commerciale, de promouvoir le savoir-faire, la complémentarité de nos compétences et notre créativité.

Néanmoins, le salon présente aussi des faiblesses – vulnérabilité organisationnelle, finition extérieure...

## Quels retours avez-vous eu sur place ? Quel impact après le salon ?

Il en résulte l'organisation d'un programme de rendez-vous professionnels, afin de nous aider à prospecter de nouveaux marchés internationaux : recherche de partenaires, de distributeurs, de clients, etc.



# POLY CUISINES

Professionnelles

**Equipements pour :**

**Hôtels**

**Restaurants**

**Collectivités**

**Boulangeries**

**Pâtisseries**

**et Glaciers**



## L'arboriculture sur la voie de la mise à niveau



**M**eknès, à l'occasion du Siam, a accueilli la signature d'un contrat-programme conclu entre le gouvernement et la profession des arboriculteurs fruitiers représentée par la Fédération de développement de

l'arboriculture au Maroc (Fédam). Objet de cette entente : la mise à niveau de la filière des arbres fruitiers, depuis le verger jusqu'au marché, dans l'optique d'améliorer la compétitivité et la productivité de l'arboriculture fruitière nationale.

Les espèces arboricoles visées à travers la mise en œuvre de ce programme sont le poirier, le cognassier, le néflier, le pêcher, le nectarinier, le cerisier, le grenadier, le noyer, etc.

Les objectifs fixés à ce Contrat-programme à l'horizon 2020 concernent la productivité et la compétitivité de la filière arboricole sur les marchés national et international, en particulier l'intensification des plantations existantes sur une superficie de l'ordre de 63.000 ha représentés essentiellement par le pommier, l'abricotier, le prunier, l'amandier et le figuier ; le rehaussement des tonnages exportés pour atteindre 50.000 t à l'horizon 2020 contre 10.000 t par an actuellement, à travers notamment le redéploiement des exportations de fruits frais précoces (abricots, pêches/nectarines), de certains fruits secs et de conserves végétales. De quoi engendrer des recettes en devises équivalentes à 500 millions de dirhams, soit le quadruplement des performances du secteur en la matière.

L'un des axes de ce Contrat-programme passe par la mise à niveau de l'outil de valorisation par l'extension de la capacité d'entreposage frigorifique, de conditionnement et de transformation...

Le coût global de la mise en œuvre du Contrat-programme (2011/2020) s'élève à plus de 10 milliards de dirhams.

## La production de miel devrait passer à 16.000 t en 2020

**L**es Assises organisées en parallèle au Siam ont été l'occasion, pour le gouvernement et la Fédération interprofessionnelle marocaine de l'apiculture (Fimap). La filière apicole se caractérise par la dominance du secteur traditionnel, avec 70 % des effectifs du cheptel, le secteur moderne ne représentant que 30 %.

Les objectifs attendus à l'horizon 2020 concernent l'ensemble de la filière à travers, par exemple, l'encouragement de la valorisation des produits de la ruche pour une meilleure valeur ajoutée (produits de terroir, labellisation, etc.) ; la promotion de la qualité par l'amélioration des conditions techniques et sanitaires de production, de commercialisation et de transformation des produits de la ruche ; l'amélioration de l'offre du miel et des autres produits de la ruche à des prix abordables.

La mise en œuvre de ce Contrat-programme concernera toutes les activités, d'amont en aval, l'attribution des Signes distinctifs d'origine et de qualité à ces produits.

En termes d'impact, cela devrait générer une augmentation importante de la production et le passage du niveau de consommation de 200 g à 400g par habitant et par an. Ainsi, la production de miel passerait de 3.500 tonnes actuellement à 16.000 tonnes en 2020.

Le coût global de la mise en œuvre des actions prévues dans le cadre de ce Contrat-programme atteint, sur la période 2011-2020, quasiment 1,5 milliards de dirhams.



# Miel du Maroc, fruit d'un grand savoir-faire apicole

خالص وطبيعي  
Pur et Naturel



Alliant savoir-faire et tradition, MIEL DU MAROC est un produit monofloral 100% naturel, sans conservateurs, issu d'une apiculture de qualité, durable et respectueuse de l'environnement.

Pur nectar de fleurs d'eucalyptus ou d'orangers, MIEL DU MAROC vous offre un miel onctueux et savoureux, secret de réussite des recettes des grands chefs.





Il est prévu de parvenir à une superficie bio de 40.000 ha à l'horizon 2020.

## Soutien de l'État à la filière bio

**L**a filière biologique fait l'objet d'une entente public/privé, par l'entremise du Siam 2011, du moins à l'occasion de la IV<sup>e</sup> édition des Assises de l'agriculture qui ont eu lieu en marge du salon.

Aussi un Contrat-programme a-t-il été cosigné par le gouvernement, représenté par les ministres respectifs de l'Economie et des Finances, de l'Agriculture et de la Pêche maritime, du Commerce extérieur, d'une part, et la profession de la filière biologique, représentée par l'Association marocaine de la filière des productions biologiques (la profession de la filière biologique (A.ma.bio), d'autre part.

Les parties s'engagent, à travers ce document, à améliorer la productivité de la filière biologique et sa compétitivité sur les marchés national et international à travers le développement de la composante recherche - développement et le transfert de technologie ; l'amélioration des conditions-cadres de

la filière; l'amélioration des technologies de valorisation et des conditions de commercialisation et de promotion des produits biologiques par le développement des exportations, ainsi que la promotion des produits biologiques au niveau du marché national.

### Plantes aromatiques et médicinales

Il est prévu d'atteindre à l'horizon 2020 une superficie globale cultivée en biologique de l'ordre de 40.000 ha auxquels s'ajoute une superficie constante d'environ 600.000 ha, dont 400.000 ha de forêts d'arganier et 200.000 ha de plantes aromatiques et médicinales, de cactus et d'autres plantes spontanées.

Des productions d'origine animale seront également développées dans ce cadre. La production prévue à l'horizon 2020 est de l'ordre de 8.460 tonnes, dont 5.000 t de viandes blanches, 875 t de viandes rouges, 2.000 t d'œufs, 500 t de miel

et 85 t de produits laitiers.

Le coût global de la mise en œuvre des actions prévues dans le cadre de ce Contrat-programme s'élève, sur la période 2011-2020, à 1,121 milliards de dirhams.

Il est prévu au terme de ce contrat-programme la création de 35.000 emplois permanents.

A noter que l'Association marocaine de la filière des productions biologiques regroupe l'ensemble des opérateurs de la filière, notamment les producteurs et les transformateurs ; les exportateurs des produits biologiques frais et transformés; les organismes de contrôle et de certification; les fournisseurs d'intrants biologiques et compostes ; les chercheurs et personnes de la société savante ; les associations et organisations non gouvernementales (ONG) spécialisées dans la promotion de la filière bio, la protection de l'environnement et le développement durable.

# OFFREZ UNE NOUVELLE VIE A VOTRE HUILE DE FRITURE



## Collecte

**KILIMANJARO Environnement** est le leader de la collecte des huiles alimentaires usagée, essentiellement auprès de Fast food, des restaurants et des industriels.

**KILIMANJARO Environnement** dispose d'un réseau national dans les principales villes

## Valorisation

**KILIMANJARO Environnement** lance la 1ère unité de valorisation au Maroc.

**KILIMANJARO Environnement** est adossée à des partenaires internationaux producteurs de Biodiesel.

## Impact Environnemental

**1 litre d'huile usagée pollue 1 million de litres d'eau**  
**1 tonne de Biodiesel produite économise 2.6 tonnes de CO2**



Imm 5 Rue Ibn jaouzi 1er Etage apt. N° 1D  
Quartier des hôpitaux - Casablanca Maroc  
Tél : +212 522 224 184 - Fax : +212 522 224 177  
E-mail : [youssef.chaqor@kilimanjaroconseil.com](mailto:youssef.chaqor@kilimanjaroconseil.com)



# Quand la finance lorgne sur l'agriculture

L'évolution du Siam franchit une étape, celle de la montée en puissance des acteurs financiers en direction de l'agriculture. Des banques – Crédit agricole du Maroc, Crédit du Maroc – accompagnent le plan Maroc vert ; un fonds d'investissement, le Nebetou Fund s'implique également.

L'évolution du Siam franchit une étape, celle de la montée en puissance des acteurs financiers en direction de l'agriculture.

C'est ainsi que, parmi les cérémonies de signature qui ont eu lieu à Meknès en marge du salon, figurait celle du



protocole d'accord entre l'Agence pour le développement agricole (ADA) et le fonds d'investissement Nebetou Fund (représenté par *Azur Partners*) dédié aux investissements du fonds dans les projets entrepreneuriaux orientés vers le secteur agricole.

Ce protocole d'accord définit les engagements réciproques pour la mise en œuvre d'investissements, notamment dans des projets liés aux produits de terroir.

## Fonds propres ou quasi propres

Vocation de *Nebetou* : intervenir sous différentes formes, notamment dans le capital développement en fonds propres et en quasi fonds propres, participations

minoritaires ou majoritaires, rachat d'entreprises... Le type d'investissement estampillé « *Nebetou* » concerne par exemple les sociétés de transformation de la matière première agricole, en forte relation avec les instituts de recherches (Inra, Inav, Agrotech) ; les sociétés valorisant les produits agricoles marocains, par l'innovation technologique (brevets), la labellisation (AOC), le marketing (emballage, branding, pricing, etc.), en intégrant la chaîne de valeur (pour un maximum de valeur ajoutée produite au Maroc), dans une approche qui permette de développer des partenariats avec les meilleurs professionnels dits internationaux ; les opérations de croissance externe ou de restructuration des sociétés de l'agroalimentaire qui souhaitent développer leur capacité de production ou de nouveaux marchés.

Le Fonds dispose d'une enveloppe préliminaire de 260 millions de dirhams, et sa taille cible s'élève à 630 millions de dirhams. Les investissements prévus portent sur une vingtaine d'entreprises.

Plus classiquement associée à la marche de l'économie et de l'entrepreneuriat agricoles, la banque, à travers deux de ses enseignes connues, a tenté d'attirer l'attention des observateurs et des décideurs à l'occasion du Siam 2011.

## Développement durable

Le Groupe Crédit agricole du Maroc (GCAM) y a signé un accord-cadre avec l'Agence de développement des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique (Adérée). Cet accord-cadre porte d'une part sur l'optimisation de la consommation des ressources énergétiques et la promotion des énergies renouvelables dans les secteurs agricole et agroalimentaire. L'entente concerne, d'autre part, l'application du volet environnemental du développement durable au monde rural, par l'accès aux énergies renouvelables pour des besoins d'électrification, d'accès à l'eau potable et d'irrigation.

Une convention spécifique a également été signée, scellant le lancement du Programme du GCAM relatif à l'optimisation de la performance énergétique des exploitations

agricoles, en partenariat avec l'Adérée. Ce programme consiste notamment en la conduite de 10 audits énergétiques et l'élaboration des plans de performance énergétique correspondants.

Rappelons que le GCAM est d'ores et déjà très actif dans le financement du secteur agricole. Aujourd'hui, c'est au tour de la concurrente Crédit du Maroc (CM) d'y prendre part.

C'est le sens de la signature conjointe, en marge du Siam, de la Convention de partenariat par le gouvernement et CM.

## Favoriser l'export

Cette convention va permettre une mobilisation de fonds, s'inscrivant dans l'accompagnement financier du plan Maroc vert. Aussi le CM va-t-il allouer une enveloppe de quatre milliards de dirhams sur une durée de 5 ans.

C'est « une offre de crédit au secteur agricole et agro-industriel, adaptée au besoins des opérateurs, dirigeants et salariés, en conformité avec les procédures de la banque, et dans un souci de simplification des règles de tarification et du système de facturation », indique la direction de CM.

En termes de facilitation des partenariats, CM « *veillera à favoriser le rapprochement entre les entreprises marocaines exportatrices du secteur et les clients des marchés cibles par la mise à la disposition, de ces sociétés, des services de la plateforme Intermed créée en 2006 à l'initiative du Crédit agricole Alpes/Provence et de CM.* » Il s'agit d'un dispositif d'accompagnement des entreprises désireuses de déployer leurs activités vers l'un des 15 pays de la Méditerranée.



# PAUL

MAISON DE QUALITÉ  
FONDÉE EN 1889

ET



**KILIMANJARO**  
— environnement —

**VOTRE PARTENAIRE POUR LA PROTECTION  
DE L'ENVIRONNEMENT**

Participent à la protection de l'environnement ;  
les huiles usées sont collectées chaque semaine avec  
**KILIMANJARO** pour un recyclage en biocarburants et lubrifiants.



Imm 5 Rue Ibn Jaouzi 1er Etage appt. N° 1D  
Quartier des hôpitaux – Casablanca - Maroc  
Tél : +212 522 224 184 - Fax : +212 522 224 177  
E-mail : [youssef.chaqor@kilimanjaroconseil.com](mailto:youssef.chaqor@kilimanjaroconseil.com)

# Le Siam 2011 en images



Au stand de Dari Couspate, chef de file du couscous : Amine Khalil, responsable Développement, à droite.



L'équipe de Koutoubia met la charcuterie à l'honneur.



L'équipe de Junekor.



Le stand d'Anouar Invest, représenté notamment par Youssef Houdaïfa et Salah Sebti.



Au stand de CHCI, Kamar Zaamoune et une partenaire, ainsi que des huiles d'olive soigneusement disposées.





Le stand de Kayna Group et sa « porte » distinguée.



Le stand d'Isolab.



Nestlé et ses marques, en force.



Jil Emballage, spécialiste du secteur.



Le stand de Copag, distribuant notamment les yaourts Jaouda.



Ifriquia Plastic, confortablement installé.



# ALERTE AU « CONCOMBRE TUEUR »

De plus en plus de consommateurs paniquent face à la propagation, en Europe, d'une bactérie via un concombre contaminé. Le marché marocain, proche d'un pays, l'Espagne, d'où la contamination serait partie, n'est pas à l'abri de la panique.

D. Tayeb



Les ménagères sont de plus en plus nombreuses à se méfier des concombres, surtout espagnols.

La crise des concombres espagnols a eu pour effet, au Maroc, la baisse de la demande européenne adressée au royaume en matière de fruits et légumes. Le recul provient essentiellement d'Allemagne. Mais la situation n'aura pas d'impact sur les exportations marocaines dont la saison touche pratiquement à sa fin.

Au moment où nous mettons sous presse, la bactérie du concombre proviendrait de germes de soja (haricots mungo) allemands. A noter également qu'un cas possible d'intoxication alimentaire par la bactérie Eech a été répertorié en Espagne. Le patient avait voyagé peu avant en Allemagne et en République tchèque.

Pour éviter la propagation dans la zone euro, l'Union européenne recommande à ceux qui auraient récemment voyagé en Allemagne d'être vigilants face aux symptômes : maux de ventre et de tête violents, diarrhée liquide ou sanglante, saignements de nez.

Alors qu'une enquête est toujours en cours pour déterminer la source de la contamination, la méfiance s'impose quant aux fruits et légumes en provenance d'Espagne. Le paradoxe, c'est que les entreprises soupçonnées seraient productrices de concombres bio. Selon l'association française de producteurs « Tomates et concombres de France », la filière de production de produits agricoles « bio » en Espagne utilise des engrais organiques, comme le fumier, qui pourraient être à l'origine de la contamination. Selon cette association, la filière bio française respecterait des normes sanitaires plus strictes. La Commission européenne a par ailleurs commandé l'analyse de lots provenant des Pays-Bas et du Danemark.

## Rumeur visant al-Qaïda

D'un point de vue économique, ce nouveau scandale sanitaire devrait porter un sérieux coup aux producteurs de fruits et légumes

pour la saison estivale en Europe. Le ministre français de la Santé s'est senti obligé de déclarer qu'il n'y aurait aucun risque à manger des légumes français. Des particuliers en viennent à demander si des policiers surveillent les étals au fameux marché de Rungis parce qu'ils ont peur, disent-ils, qu'« *al-Qaïda empoisonne les concombres* ».



La bactérie en cause est E.coli.



Pr Mohamed Ouhssine, chercheur

## Opinion

### « Au Maroc, il faut un contrôle sérieux de nos fruits et légumes en amont »

Le Pr Mohamed Ouhssine, microbiologiste, réagit à l'affaire du concombre contaminé, à ses potentiels prolongements au Maroc et à la dimension hygiène. Il a la casquette de président de l'Association de protection du consommateur et de l'environnement, et celle de secrétaire général de la Fédération nationale des associations des consommateurs.

Propos recueillis par D. C.

#### • Rencontre-t-on la souche *E. Coli* ou ce type de bactérie dans les aliments au Maroc ?

*Escherichia Coli* est présente dans presque tous les travaux de recherche que nous avons menés. Elle entre dans le groupe des coliformes fécaux. Nous l'avons identifiée dans la pastèque, le piment, les carottes, les olives...

Les *Escherichia coli* peuvent se retrouver dans les aliments provenant du commerce ou du jardin d'un particulier. La contamination peut se produire par ingestion d'aliments contaminés consommés crus ou peu cuits : fruits, légumes crus, jus de pomme non pasteurisé...

La bactérie *Escherichia coli* est très répandue dans la nature. Elle est fréquente dans les tubes digestifs des êtres humains et des animaux à sang chaud. La plupart des souches ne présentent aucun danger pour l'humain mais quelques-unes peuvent le rendre malade.

Certaines personnes peuvent contracter la souche virulente – dite « *E. coli* 0140 » – sans en souffrir.

Si *Escherichia coli* – du moins sous sa forme virulente – n'est pas présente dans l'air, elle peut quand même voyager. Cette bactérie a été retrouvée dans les excréments de pigeon et de mouche.

#### • Quelles sont les leçons à tirer, au Maroc notamment, de l'affaire du concombre « tueur » européen ?

Il faut faire très attention. Si un tel événement a eu lieu dans les pays dits développés, il y a peu de chance que le Maroc fasse exception.

C'est pourquoi l'interdiction des importations de légumes frais serait une mesure pertinente.

Ensuite, un contrôle sérieux de nos fruits et légumes doit se faire en amont avant de constater des dommages dans l'agriculture marocaine, des effondrements de nos exportations.

Enfin, les instances d'accompagnement des agriculteurs doivent amplifier leurs

missions. Cela consiste par exemple en la réalisation de formations quant à l'utilisation raisonnée des pesticides. Sinon, des mutations bactériennes, virales et mycosiques peuvent apparaître, et c'est



L'utilisation des pesticides favorise les mutations bactériennes, virales...

très difficile de mesurer leur degré de sévérité. Leurs effets peuvent se ressentir sur la santé de l'environnement et par la suite sur celle de l'humain.

#### • Doit-on sensibiliser l'opinion publique marocaine, à l'aide de campagne d'information, sur les précautions à

#### prendre avec les légumes et fruits ?

Oui, mais ce qu'il faut ajouter comme information potentielle c'est que, face à cette bactérie, les réactions des organismes humains sont très diverses. Si elle peut rendre certains malades, d'autres – porteurs sains – peuvent héberger cette bactérie dans leur tube digestif tout en demeurant en bonne santé. Les personnes ayant dans leur tube digestif O157:H7 sans être malade peuvent transmettre cette bactérie. Cette dernière ne se transmet pas dans l'air c'est donc par la matière fécale que la contamination peut avoir lieu. Cette souche bactérienne étant particulièrement virulente. Il suffit d'un faible nombre pour entraîner des problèmes de santé chez les personnes sensibles : des maux de tête, des nausées, des vomissements, des diarrhées normales, des diarrhées sanglantes...

Le lavage des mains et l'hygiène en général sont donc importants. Les mesures d'hygiène permettent aussi d'éviter d'autres maladies. Le fait que les excréments puissent contenir des agents pathogènes n'est en aucun cas une découverte récente. Les fruits et légumes peuvent être porteurs cette bactérie. Le cas du concombre en est un exemple.

Le risque de contamination des fruits et légumes est fonction de l'importance des informations, que détient l'agriculteur, et surtout de l'origine des eaux d'irrigation, mais également du respect des procédures d'hygiène appliquées notamment en hygiène personnel. D'où la nécessité de veiller au respect des mesures hygiéniques, de la réglementation, des guides de bonnes pratiques d'utilisation ; de fournir une formation au personnel concernant les règles d'hygiène et les conduites à tenir en cas d'incident et de risque de contamination.

Alors que penser des légumes irrigués par les eaux usées ou que penser du fait que l'on serre les mains de quelqu'un qui ne les a rincées qu'à l'eau ? C'est une habitude très fréquente au Maroc.



**Le marché du concombre est en crise à travers l'Europe.**

Ce qui est sûr, c'est que les produits d'origine espagnole ne se vendent plus et finissent à la déchetterie. L'Espagne et la Hollande, autre exportateur de fruits et légumes, réclament des aides européennes. «Les sandwicheries ne nous achètent plus de concombre, même hollandais: nous n'en avons écoulé que 20 colis cette nuit, contre le double d'habitude.» Résultat, «ça fini beaucoup à la déchetterie», déplore un autre marchand exerçant au sein plus grand marché de produits frais du monde. Seul produit espagnol à échapper à la poubelle, les fruits à noyau, dont la saison commence

tout juste. Toutefois, l'extension de la peur, après que des autorités allemandes ont accusé des concombres espagnols d'avoir contaminé, parfois mortellement, des consommateurs à la bactérie *E. coli*, n'est pas aussi fondée qu'elle semble être. En effet, des tests des plus récents ont plongé les experts dans le doute, les légumes étudiés ne recelant pas de la souche mortelle de la bactérie. Le cas de Rungis n'est pas isolé, déplorent les producteurs espagnols. « C'est comme s'il y avait une consigne dans toute l'Europe de ne pas acheter des produits

espagnols », s'est alarmé la Fédération espagnole des producteurs-exportateurs de fruits et légumes (Fepex). On trouve même des supermarchés allemands qui ont mis le panneau « Ici, on ne vend pas de produits espagnols »

**Effet domino**

Après la crise immobilière, le chômage et la dette publique, c'est un nouveau fléau économique qui frappe l'Espagne. Le pays est le deuxième producteur de fruits et légumes en Europe, exportant 9,5 millions de tonnes, dont 450.000 tonnes de concombres (chiffres 2010).

Pour ne rien arranger, l'Allemagne, au cœur du scandale, constitue un de ses principaux marchés. Elle est même la première importatrice de la cucurbitacée espagnole aujourd'hui mise en cause.

N'arrivant plus à écouler leurs marchandises, les producteurs espagnols dénoncent la réaction des autorités allemandes. « Le problème ne vient pas de nous, il se trouve là où a été détectée la bactérie, en Allemagne, avance la Fepex, après des déclarations gouvernementales similaires. Nous demandons une compensation pour ces pertes. » Avant d'ajouter, confiant dans la qualité de ses produits : « la rectification [qui sera] apportée par l'Allemagne doit impliquer un rétablissement de l'image des produits espagnols. »

En attendant, la Commission européenne



a lancé une mise en garde via le système d'alerte rapide pour la nourriture et l'alimentation de l'UE (Rasff).

Les concombres viennent de deux régions d'Espagne, Malaga et Almeria, a précisé la Commission.

Les autorités espagnoles cherchent à localiser l'exploitation contaminée pour ensuite découvrir la cause de la contamination. Cette information sera déterminante, car elle permettra de localiser les pays où des lots de concombres contaminés ont été achetés.

Selon la Commission, un lot de concombres, parti des Pays-Bas et commercialisé en Allemagne, est également l'objet d'un examen pour voir s'il est également à l'origine de la maladie.

Hambourg, le grand port allemand, est le principal foyer de cette épidémie.

## Alimentation et santé publique

Une quinzaine de décès, un bon millier de consommateurs malades : tel est, en substance (et à l'heure où nous mettons presse), un bilan sanitaire de l'épidémie consécutive à l'ingestion de concombres contaminés par la bactérie Eech. Or les professionnels de la santé publique ne sont pas au bout de leurs peines ! Outre le fait que les cas de contamination se multiplient, il se trouve qu'une analyse de l'ADN de la bactérie a révélé que cette dernière s'inscrit dans l'apparition de « *bactéries plus infectieuses, plus nuisibles, plus résistantes à différents types d'antibiotiques* ».

D'un point de vue vétérinaire, la bactérie proviendrait du système digestif des ruminants. Ce qui en dit long sur la sûreté et la salubrité agricoles de l'eau utilisée pour la culture de concombres...



Il est d'ores et déjà hautement recommandé d'appliquer des règles d'hygiène drastiques quant à la réception et au traitement de ces légumes.

### Identité de la bactérie du concombre

Escheridia coli entéro-hémorragique



#### Symptômes



- chez l'enfant : syndrome hémolytique-urémique, d'où défaillance rénale aiguë, anémie hémolytique, thrombopénie, risque de séquelles rénales chroniques ou décès
- en général : douleurs abdominales, diarrhées banales ou aiguës, voire hémorragiques ; sévères troubles rénaux (parfois mortels)

### Origine présumée

germes de soja  
(haricots mungo)  
allemands



### Fruits & légumes potentiellement porteurs d'Escheridia coli

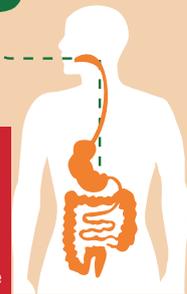
pastèque, piment, carottes, olives, etc.



#### Comment prévenir la contamination



- se laver régulièrement les mains avec du savon
- nettoyer tous les fruits et légumes
- bien cuire les viandes
- éviter de consommer les légumes crus
- ne pas boire de l'eau souillée
- ne pas avoir un contact tactile avec une personne ou un animal contaminé(e)



## Les professionnels exigent naturellement les œufs liquides pasteurisés Ovodem

Ovodem est doté de machines de haute technologie supervisées par une équipe bien formée et qualifiée pour assurer la maîtrise totale des différentes étapes de la production.

Le respect de la qualité étant au cœur de ses préoccupations quotidiennes, Ovodem s'est engagé dans une démarche HACCP combinée avec la mise en place d'un système de traçabilité efficace depuis la réception de la matière première jusqu'à l'expédition du produit fini. Ovodem est muni d'un laboratoire interne qui garantit un contrôle rigoureux et continu de la qualité microbiologique et physico-chimique du produit fini.



la Qualité au service de l'exigence

OVODEM, BP 9023 • Route de Taza • Lot Essalam Oujda  
Tél: 05 36 51 15 04 / 36 51 14 92 • Fax : 05 36 51 12 64



ŒUFS LIQUIDES PASTEURISÉS OVODEM  
Entier / Blanc / Jaune  
Standard / salés / sucrés

Bag in Box : 5 / 10 kg  
Bidons en plastique : 2 / kg  
Conteneur : 1000 L

# Quand la recherche en agro' se donne rendez-vous à Kenitra

Des chercheurs de divers pays ont dernièrement répondu présent au congrès dédié à la recherche au service de l'industrie agroalimentaire, à Kenitra. Une occasion d'échanger sur les évolutions dans le domaine et de promouvoir l'action pédagogique de sensibilisation.

**P**our la première fois, la recherche orientée vers l'agroalimentaire a eu droit à son congrès au Maroc. Cela s'est passé à Kenitra, sur le thème « *La recherche, la biotechnologie et le consommateur au service de l'environnement et de l'industrie agroalimentaire* ». Ce congrès était organisé par l'équipe de la faculté des sciences de Kénitra de l'université Ibn-Tofaïl, l'Association de protection du consommateur et de l'environnement Kénitra, la Fédération des associations des consommateurs du Maroc, l'Association marocaine de biotechnologie microbienne et de protection des ressources naturelles (Microbiona) et le Forum du Gharb pour le développement.

## Tables rondes et ateliers

Cette rencontre a atteint son objectif. Ce dernier était notamment le fait de mettre la lumière sur la recherche de pointe en biotechnologie et ses applications dans les do-

maines de l'environnement, l'alimentaire, l'agro-industrie, notamment à travers des tables rondes et des ateliers de travail...

De même, le congrès a été l'occasion « *de multiplier les efforts dans l'échange de compétences, la création et le renforcement d'un système national de coordination ou encore l'action pédagogique de sensibilisation auprès des jeunes* », aux dires des organisateurs.

Cet événement a également permis de « *promouvoir l'échange d'expériences, de savoir-faire entre les chercheurs nationaux et internationaux dans le domaine de l'environnement, la consommation et l'industrie.* »

« *L'un des enjeux actuels est le développement d'une relation d'échange, de confiance entre le consommateur et les responsables de l'industrie agroalimentaire* », a observé, pour sa part, un congressiste.

« *Nous avons fait converger nos efforts vers l'échange de savoir pour une offre réelle de valeur ajoutée ; la création et le ren-*

*forcement d'un système national de coordination; les applications des microorganismes dans les domaines de l'alimentaire et environnementaux, la biotechnologie, l'alimentaire, l'industrie agro-alimentaire; etc.* », a déclaré le Pr Mohamed Ouhssine, pilier de l'organisation et enseignant-chercheur à la faculté des sciences de Kenitra.

## Conférenciers d'Occident et d'Orient

Ce dernier s'est également félicité de la coloration internationale clairement et délibérément donnée au congrès. En effet, on notait la présence d'intervenants tels que le Pr Fouad Dabboussi (laboratoire de bactériologie-hygiène de l'Université libanaise), la Pr Samia Hamma (laboratoire du département de microbiologie de l'Université de Béjaïa), la Pr Catherine Magras (Ecole nationale vétérinaire, agroalimentaire et de l'alimentation de Nantes/Atlantique), le Dr Tony Savard (microbiologiste à Québec)...



La séance inaugurale du congrès a eu lieu en présence du microbiologiste Mohamed Ouhssine et de la SG du ministère du Commerce et de l'Industrie Mounia Boucetta.



## Tour de quelques conférences

Le congrès de Kenitra sur le thème « *La recherche, la biotechnologie et le consommateur au service de l'environnement et de l'industrie agroalimentaire* » a présenté de nombreuses communications scientifiques. Certaines d'entre elles se situaient au carrefour de la science, de l'agro-industrie et de la consommation.

Voici un aperçu de quelques unes de ces interventions.

- « **Qualité microbiologique des farines céréalieres au Maroc** » était le sujet de l'a conférence conjointe de Jihane Ennadir, Khadija Khedid, Rachida Hassikou.

La présente étude avait pour but de déterminer la qualité microbiologique de 60 échantillons de farine de blé dont la moitié proviennent de différents foyers issus des moulins traditionnels situés dans quelques régions du Maroc ; l'autre moitié, du commerce de la ville de Rabat-Salé.

Leur étude a révélé que le taux des coliformes et des champignons isolés des farines obtenues artisanalement est élevé par rapport à celui des farines produites industriellement. Mais, globalement, il apparaît que les taux des microorganismes détectés dans les farines traditionnelles et industrielles ne représentent aucun danger pour le consommateur.

- « **Formulation d'un lait fermenté à caractères organoleptiques semblables au kefir** » était le sujet de la communication de S. Lairini, N. Bekkali, R. Bouslamti & A. Aïboud.

Riche en microorganismes probiotiques, le kefir est un produit issu de la fermentation du lait par les grains de kefir fabriqués

traditionnellement.

Ici, l'étude repose sur la fabrication des grains de kefir à partir d'un procédé traditionnel et sur l'isolement et l'identification des microorganismes concernés. Ensuite, l'équipe a produit deux laits fermentés présentant les mêmes propriétés organoleptiques que le kefir, correspondant chacun à une méthode de fabrication, un avec les grains de kefir et l'autre avec les souches isolées. Quant à l'approche sensorielle, elle s'est avérée être positive.



Les glaces, un sujet de sûreté alimentaire.

- « **Analyse hygiénique des glaces et crèmes glacées et sensibilité, aux antibiotiques, des germes incriminés** » était le sujet de l'équipe composée de B. Abbadi, A. El Ouali Alami, M. Aabouch, L. Bennani, S. Berrada, F. Errachidi, M. Iraqui Houssaïni.

Le présent travail porte sur l'analyse de 80 échantillons de glaces et crèmes glacées les plus vendues dans la juridiction de la wilaya de Fès.

Sur les 80 échantillons analysés à la saison chaude de 2010, 55 % se sont révélés non conformes. Cette conformité est, par



Dans la farine, des microorganismes inoffensifs.

exemple, de 68 % pour les coliformes fécaux.

La souche d'E.coli isolée de la glace a montré une résistance aux céphalosporines, à l'ofloxacine et à la colistine. Elle a présenté une résistance intermédiaire au groupe des aminosides.

- « **Etude comparative de la teneur en polyphénols extraits de deux types de margine selon deux méthodes d'analyse et de valorisation** » était le sujet de l'intervention de l'équipe comprenant Majdouline Larif, Azzedine Elmidaoui, Mohamed Hnach, Abdelhamid Zaïd.

D'un côté, plutôt en aval dans le processus d'extraction d'huile d'olive, le bassin méditerranéen est confronté à une grave menace environnementale causée par les eaux de végétation ou margines. D'un autre côté, les margines d'huile d'olive sont riches en polyphénols.

L'étude de la présence des polyphénols dans les margines des deux systèmes montre que la variation de la teneur dépend non seulement de la variété de l'olivier, de son degré de maturité mais aussi par le niveau d'infestation par les ravageurs, du climat et du procédé d'extraction.

# Journées techniques de l'Ifim, un

La filière céréalière au Maroc a en quelque sorte son salon. Ce sont les Journées techniques de l'Ifim. La IVe édition a été l'occasion de voir la présence internationale s'y pérenniser.

Les Journées techniques de l'Ifim (Institut de formation de l'industrie meunière), organisées tous les deux ans, constituent une manifestation professionnelle, une occasion d'échange d'informations et d'expériences entre les opérateurs meuniers mais également un forum de concertation entre les professionnels de la filière céréalière. La IVe édition s'est tenue dernièrement dans les locaux de l'Ifim, à Casablanca

Deux journées de contacts et d'échanges techniques et commerciaux auxquelles ont pris part les professionnels de la minoterie industrielle, les industriels de la deuxième transformation, les importateurs de blés et collecteurs, les équipementiers et fabricants d'additifs alimentaires, les représentants des autorités de tutelle...

Une quarantaine d'exposants étaient présents cette année, sur le site d'exposition. « Les Journées techniques de l'Ifim constituent, à côté de nos Rencontres franco-marocaines annuelles des céréales,



Démonstration d'utilisation d'un appareil dans un nouveau laboratoire de l'Ifim.



**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

# forum toujours plus international

*l'autre manifestation-phare de la filière céréalière au Maroc », observe Yann Lebeau, chef de mission de France Export Céréales au Maroc.*

La présence de l'organisme s'inscrit dans le droit fil du partenariat instauré entre ce dernier et la Fédération nationale de la minoterie (FNM).

« Notre visibilité à cet événement est d'autant plus nécessaire que nous organisons, en marge, une réunion de notre Comité de pilotage de la convention de partenariat technique avec la FNM, afin de faire le point sur cette coopération », précise M. Lebeau.

En ce qui concerne l'actualité du blé français, le responsable français concède que la sécheresse en France va affecter la donne mais qu'il est trop tôt pour se prononcer et en tirer des conclusions sur l'export de blé français au Maroc.

Autre acteur français incontournable du secteur : Eurogerm. Cette société a aidé à mettre en place les Journées techniques de l'Ifim, sur le modèle de son équivalent dans l'Hexagone. « C'est même moi



MAES – divison Industrie – met la main à la pâte.

*qui a chaudement recommandé à l'Ifim d'accueillir l'événement sur son site et non pas dans un hôtel, lieu plutôt froid et par définition déconnecté du milieu meunier et pédagogique », indique Philippe Leloup, gérant d'Eurogerm Maroc.*

Le fait, pour Eurogerm, d'être exposant aux Journées techniques n'a pas un but très lucratif : « ce n'est pas vraiment de faire des affaires mais plutôt de voir ou de revoir des professionnels de tout le royaume en un seul endroit et en deux jours », explique-t-il.

S'il est un autre pays très impliqué dans les développements de l'Ifim, ce sont bien les Etats-Unis, à travers US Wheat Associates. Cette entité ne vient pas pour vendre mais pour conseiller, accompagner les acteurs marocains du marché, promouvoir le blé américain au Maroc. Fort d'un bureau ouvert à Casablanca en 1994, US Wheat est aux côtés de l'Ifim et de ses Journées techniques depuis le début. Elle a d'ailleurs joué un rôle de soutien matériel direct lors de la création de l'Institut.

Plus modestement, la Turquie, plus



CORRECTEURS	AMÉLIORANTS	PRÉMIX	INGRÉDIENTS	SERVICES
<h2>Les Pains Spéciaux</h2>				



EUROGERM MAROC - 22 rue Ibnou Koutia - Lot. Att Taoufik - ZI Oukacha - Ain Sebaa - 20250 CASABLANCA - MAROC  
Tél. +212 (0)5 22 35 18 71 - Fax +212 (0)5 35 19 62 - E-mail : info@eurogerm-maroc.com [www.EUROGERM.com](http://www.EUROGERM.com)



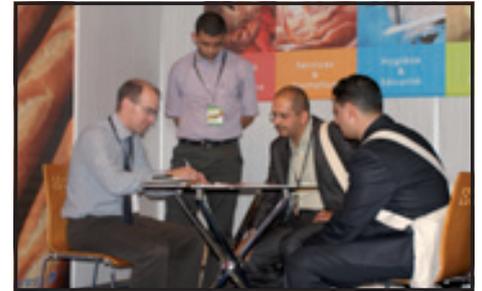
Tobias Nännny, représentant de Bühler, a présenté l'appareil à cylindres qui a fait l'objet d'un don de cette société suisse au moulin-école de l'Ifim.

« fraîche » sur le marché local, tente de s'y faire une place. La société turque *Ana Milling*, implantée depuis 2009, prend part aux Journées techniques pour la deuxième fois. « *Le Maroc représente pour nous un tremplin vers le reste de l'Afrique du Nord dans un premier temps, puis du continent dans son entier* », confie Mohamed Fafi,

représentant exclusif d'*Ana Milling*. Ce dernier aime à mettre en avant l'atout qui consiste à offrir un « *service après-vente garanti et bon marché* ».

Parallèlement à la tenue des Journées, a été inauguré un appareil à cylindres dernier cri, offert par son fabricant suisse *Bühler* au moulin-école de l'Ifim. « *Cet*

*équipement, s'il est pleinement utilisé dans la formation, contribuera à optimiser le savoir-faire de la prochaine journée de diplômés de l'Institut* », a tenu à souligner Tobias Nännny, directeur du *Grain Milling Training Center* de *Bühler*.



Le stand de Lesaffre, un acteur majeur au service de la meunerie.



France Export Céréales reçoit la visite de la nouvelle DG du Cetià, Nathalie Barbe.

**Cash Systèmes Industrie**  
Terminaux Point de Vente

Cash Systèmes Industrie Afrique  
7, Rue d'Asilah, Bourgogne, 20000 Casablanca  
Tel: 05 22.20.99.79 - Fax: 05 22.20.98.14  
[www.cashsystemes.eu](http://www.cashsystemes.eu)

# MAINTENANT C'EST LE TEMPS DE

**RESAGRO**  
MAGAZINE DES DÉCIDEURS

MAGAZINE FRANCOPHONE MAROCAIN

**N°1, DES DÉCIDEURS**

LE PLUS DIFFUSE AU MAROC ET  
DANS LE MONDE

**4** mode de distribution  
**GRATUITE**

**1** 20.000 exemplaires  
GRATUITEMENT

**2** 135.000 abonnés  
(dans le monde  
et au maroc)

**3** Plus de 50.000  
visiteurs par mois  
[www.resagro.com](http://www.resagro.com)

**4** Diffusion directe  
sur principaux  
salon/événements  
Maroc et Monde

(+212) 5 22 36 04 09 / 16 / 19

[www.resagro.com](http://www.resagro.com)



## Akhannouch place l'investissement public et privé au cœur de la mise à niveau en Afrique



« La responsabilité de nourrir le monde passe par un rôle des Etats mais aussi par l'importance de l'investissement du secteur privé », a affirmé le ministre de l'Agriculture Aziz Akhannouch, lors d'une intervention à un atelier sur le thème

« Comment nourrir le monde », organisé dans le cadre du forum « Dakar agricole 2011 ».

« Plus on investit, plus on améliore le rendement et plus on croît l'offre de la production agricole », a-t-il ajouté en mettant l'accent sur l'importance d'améliorer l'environnement des affaires pour rendre l'agriculture plus attractive et assurer une meilleure rentabilité aux investisseurs.

M. Akhannouch a expliqué que cet investissement apportera une amélioration des intrants, notamment les semences, en donnant l'exemple du Maroc où un programme « volontariste » de développement des semences durant les trois dernières années a permis de multiplier par 2,5 les semences pour les céréales.

« Dakar agricole 2011 » est organisé à l'initiative du président sénégalais Abdoulaye Wade, en collaboration avec le Mouvement pour une organisation mondiale de l'agriculture (Momagri).

## Coup de pouce étatique à la viande et au lait camélins

L'agroalimentaire d'origine cameline a décidément du potentiel. On savait le rôle joué par l'Inra dans la recherche appliquée à l'amélioration et à la production des produits issus du dromadaire. Dernièrement, les pouvoirs publics ont accordé



un contrat-programme à la Fédération interprofessionnelle de la filière cameline, entre autres entités corporatives. Objectifs affichés : répondre aux besoins en viandes et en lait ; améliorer les revenus des éleveurs. A cet effet, l'enveloppe d'investissement dédiée s'élève à plus de 700 millions de dirhams. Elle vise à l'augmenter la production de viande cameline à hauteur de 5.000 tonnes à l'horizon 2020 – contre 3.000 t actuellement – et celle de lait à 10.500 tonnes à la même échéance – au lieu de 6.000 t en 2011.



[www.millbaker.com](http://www.millbaker.com)

Société Agro-Alimentaire Française conceptrice et fabricante de préparations alimentaires :

- Prémixes technologiques, organoleptiques/nutritionnels à destination de la filière blé-farine-produits de panification
- Prémixes et mixes pains français, pains spéciaux
- Prémixes et mixes pâtisseries, viennoiseries
- Préparations ménagères (pains, desserts...)

Dotée d'un centre de recherche en panification agréé par le Ministère Français de la Recherche et le Ministère Français de l'économie, de l'industrie et de l'emploi pour dispenser des formations.

**RECHERCHE SON DISTRIBUTEUR EXCLUSIF SUR LE MAROC**



Le germe de l'innovation, la révélation du goût.



## Le lait de vache est-il bon pour la santé ?

Le lait de vache suscite l'un de ces débats qui s'inscrivent dans un cadre contemporain de discussions polémiques portant sur des aliments courants, souvent d'origine animale. Voici des données, les une favorables, les autres défavorables à la consommation de ce produit.

Driss Tayeb

### CONTRE

**E**n vérité, le lait de vache est, pour l'organisme humain, une matière étrangère. En outre, si le lait de vache est une source de vitamines et de minéraux, c'est également toute une gamme d'aliments qui ne sont tout simplement pas adaptés à la nutrition humaine, en raison de la composition, qui entraîne des troubles au niveau du système digestif notamment. Des troubles gastro-intestinaux sont liés à deux éléments principaux dans le lait de vache.

L'allergie à la caséine (protéine du lait) survient principalement chez les nourrissons, car leur système digestif n'est pas assez mature pour digérer. L'intolérance au lactose s'explique par le fait que le lait est l'un des deux éléments que sont le glucose et le galactose. Consécutivement à l'absence d'une enzyme, le lactose atteint le côlon et se décompose en bactéries et se transforme en acide lactique, en hydrogène et en

méthane. Le lait de vache contient d'autres substances perturbantes pour l'organisme et peut favoriser diverses maladies.

Ainsi, il est une hormone de croissance, dans le lait de vache, appelée IGF-1. Le *National Institute of Health* (Etats-Unis), a déclaré que cette hormone était une cause majeure du développement du cancer chez les enfants et, de façon plus générale, des cancers respectifs de la prostate. Le lien est observé, de façon sûre et certaine, dans le cas d'apports élevés de lait ou de produits laitiers.

### Diabète précoce

Comme un nombre croissant de vaches reçoivent des antibiotiques, la pollution des vaches dans leur environnement se renforce. La consommation de lait et de produits laitiers issus de ces vaches-là conduit à rendre moins efficace les défenses de l'organisme. L'organisme

n'est pas indifférent au fait de consommer du lait de vaches ayant été en contact avec des substances toxiques (pesticides et autres).

Le lait de vache contient une grande quantité de protéines. Cela semble positif, mais un tel excès génère dans le corps une perte des minéraux essentiels, y compris le calcium minéral. A long terme, ce déséquilibre peut induire l'apparition de calculs rénaux et de l'ostéoporose.

Des publications ont évoqué la possibilité d'un lien entre la consommation de laitages et certaines pathologies de l'enfant comme le diabète de type I.

Les produits laitiers sont riches en acides gras saturés, lesquels élèvent le taux du mauvais cholestérol, qui se dépose sur les parois des artères, favorisant l'artériosclérose et l'apparition de maladies cardiovasculaires. On les retrouve dans les produits laitiers non écrémés, le beurre, la crème fraîche, le fromage.

Le lait et les produits laitiers, issus de la vache en particulier, sont indispensables à notre santé, à tous les âges de la vie. Le lait a sa place dans une alimentation équilibrée et variée, telle qu'elle est recommandée par des programmes étatiques de nutrition & santé.

Le lait de vache est considéré par les spécialistes de la santé et de la nutrition comme un aliment très complet, équilibré en nutriments, riche en minéraux – sauf en fer – et contenant presque toutes les vitamines (à l'exception notable de la vitamine C et, pour le lait écrémé, des vitamines A et D). C'est un aliment qui n'est pas dense en énergie, digeste, dont la saveur sucrée est assez faible, dont les protéines sont de bonne qualité, qui ne contient pas d'additif, et qui peut être conservé de manière stérile.

Les matières grasses laitières sont contiennent une en faible quantité d'acides gras trans.

Le calcium, présent dans le lait et les produits laitiers de vache, contribue massivement à assurer la solidité osseuse et la croissance de l'enfant et à protéger efficacement contre l'ostéoporose.

### **Fonctions antioxydantes**

On a parfois accusé le lait de provoquer l'obésité notamment à cause de ses matières grasses. Or il faut moduler : le lait entier est gras mais on peut contrôler son poids en prenant du lait écrémé ou demi écrémé ayant la même teneur en calcium que le lait entier.

Le lait contient de surcroît beaucoup d'eau, source précieuse d'hydratation, et du gras, mais en quantité bien moindre que l'on a coutume de le dire. Les produits



laitiers contiennent aussi des vitamines et des oligoéléments en quantité. On y trouve notamment sélénium et zinc, aux fonctions antioxydantes majeures. Ils apportent en outre des oméga 3, d'autant que nous mangeons trop peu de poissons et de fruits de mer, et nombre d'autres substances bénéfiques à la santé, y compris pour faciliter le sommeil...

Certes, le lait peut provoquer chez quelques-uns des réactions de rejet par l'organisme. L'intolérance au lactose existe, surtout, en termes générationnels, chez l'adulte et, sur le plan ethnoculturel, chez certains Asiatiques, mais elle

n'empêche nullement de consommer sans problème du lait modérément, ainsi que des yaourts et du fromage. Quant à l'allergie aux protéines de lait, elle affecte 1 à 2 % des enfants mais on en guérit le plus souvent avant l'âge de 3 ans.

Le lait de vache peut contenir des pesticides, mais en très faible quantité. Les traitements sur les fourrages sont arrêtés longtemps avant la récolte. De plus, la vache possède un rumen, la panse, qui dégrade une grande partie des produits ingérés, y compris les molécules comme les pesticides. C'est ce qu'on appelle la fonction de détoxification.



Le lait de vache a des protéines de bonne qualité et ne contient pas d'additif,

## Le calcium, dans les légumes et les poissons

La valeur nutritive du lait de vache se retrouve dans d'autres aliments, et parfois même à des niveaux élevés. Le calcium est ainsi présent dans les légumes verts (laitue, bette à carde, notamment), dans les légumes blancs (chou-rave, navet, radis, chou, chou-fleur), dans les légumineuses (lentille, pois chiche, haricot, petit pois), les fruits frais, les fruits à coque et les amandes, les poissons et les fruits de mer.



Composition du lait de différentes espèces				
100 g de lait de :	Femme	Vache	Chèvre	Mouton
Protéines [g]	1,2	3,3	3,7	5,3
Graisses [g]	3,7	3,8	3,9	6,3
Sodium [mg]	15	48	42	30
Kalium [mg]	53	157	177	182
Calcium [mg]	31	120	123	183
Phosphore [mg]	15	15	103	115
Magnésium [mg]	4	12	13	11
Vitamine C [mg]	4	2	2	4

## Des laits alternatifs

En guise d'alternative au lait de vache, il existe quelques laits végétaux. Les boissons végétales sont de véritables sources d'énergie, oligoéléments, vitamines et minéraux naturels.

### Le lait de soja



On trouve le lait de soja dans de nombreuses déclinaisons : sucrées, aromatisées, enrichies en calcium, en lait infantile pour les nourrissons mais aussi en lait de croissance pour les enfants d'1 à 3 ans...

Le lait de soja est d'ailleurs particulièrement adapté pour l'équilibre alimentaire des enfants.

### Le lait de riz

Le lait de riz est naturellement sans cholestérol et sans lactose. Il possède un goût discret, et une onctuosité proche du lait de vache.

On peut le trouver « nature », « enrichi en calcium » ou encore dans des versions sucrées, aromatisées. C'est un lait riche en sucre lent, donc très utile pour le sport.



### Le lait de châtaigne



Le lait issu de la châtaigne (laquelle est souvent confondue avec le marron d'Inde, non comestible) est riche en calcium et en sucre lent. Parfait pour les enfants, il peut être consommé au petit-déjeuner et s'utilise comme le lait d'amande.

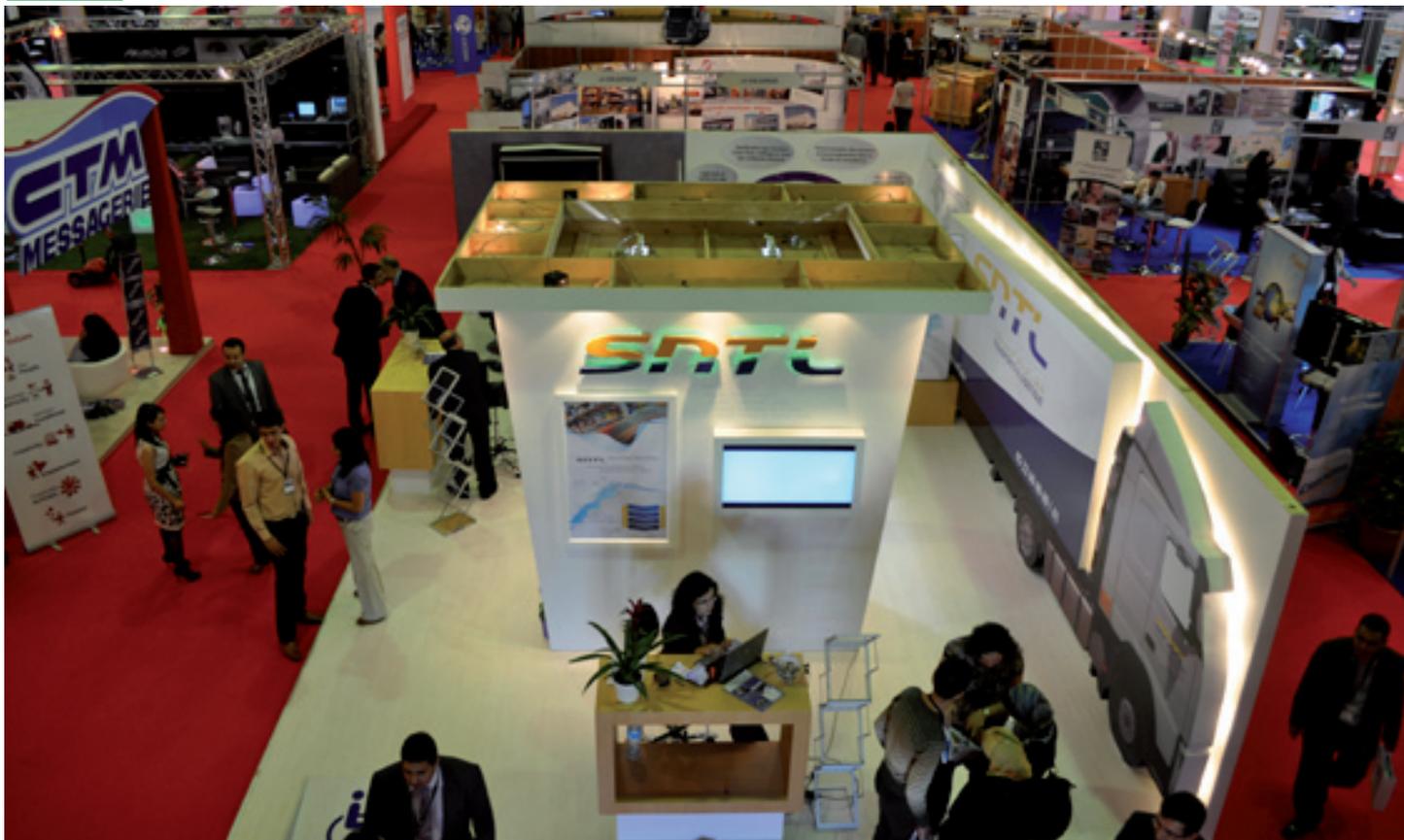
Il se vend en poudre instantanée soluble dans l'eau.

### Le lait d'amande

Le lait d'amande se distingue par sa richesse naturelle en calcium, phosphore, fer et potassium. L'amande est riche en vitamine E et c'est l'une des meilleures sources végétales de calcium.

Il est parfait pour les petits-déjeuners et les goûters des enfants, car son goût se marie parfaitement avec le cacao, avec les céréales et les fruits.





## Logi.ma 2011 reflète la diversification du marché local

Logi.ma se positionne plus que jamais « comme un espace d'échange utile » entre logisticiens et opérateurs. L'occasion pour le ministre de tutelle de soutenir la démarche et pour la concurrence étrangère de créer une émulation.

Une superficie nette de 10.000m<sup>2</sup> (+60 %), environ 8.000 visiteurs professionnels, plus de 140 exposants nationaux et internationaux... Logi.ma 2011 a fait de son mieux pour rassembler et promouvoir l'entreprise et l'activité logistiques. Les multiples métiers du secteur étaient représentés autour de quatre grands pôles : prestations transport et logistique, infrastructures et sites logistiques, systèmes d'information et équipements, formation, conseil et services connexes.

En marge du salon, les organisateurs avaient programmé une série de plénières et de rencontres d'experts. Elles portaient sur la logistique, la chaîne d'approvisionnement (supply chain, en anglais) et ses leviers d'optimisation. Par ailleurs, la Région Nord/Nord-Pas-de-Calais (France) était à l'honneur et a démontré comment d'une région minière, on peut devenir le troisième pôle logistique d'un pays. Invité de prestige, le ministre de l'Équi-

pement et des Transports, Karim Ghelab, a prononcé un discours d'ouverture. « *La logistique est aujourd'hui reconnue comme un levier essentiel à la compétitivité et donc une clé de réussite pour toutes les stratégies sectorielles lancées par le royaume* », a déclaré le ministre de tutelle.

### Coût à baisser

Pour les différents intervenants sur la chaîne logistique, des transporteurs routiers aux exploitants des plateformes, une mise à niveau serait bénéfique. Aujourd'hui, les coûts logistiques atteignent 20 % du PIB du Maroc, alors que, en Europe, ce ratio se situe entre 10 et 16 %. Ce secteur absorbe jusqu'à 25 % du budget général d'investissement du pays, en fonction des années, selon un rapport du Centre d'études des transports pour la Méditerranée occidentale (Cetmo).

L'implantation de sociétés étrangères pourrait contribuer à rationaliser l'activité

et, partant, à réduire les coûts indus. Elles étaient plusieurs à avoir pignon sur le salon. Il en est ainsi du symbole de la rigueur logistique allemande, *DB Schenker*. Ce dernier est de plus en plus un partenaire en vue des secteurs agroalimentaire, métiers de bouche, CHR, grâce à son réseau européen et mondial, permettant au groupe de suivre de bout en bout toute opération de transport.

Son concurrent *Dachser*, qui possède quatre sites sur le territoire marocain, se targue d'être aujourd'hui le seul prestataire logistique à y offrir un service global combinant transport et gestion de stock.

De son côté, *STC MA* propose, entre autres prestations, celle de transport alimentaire, appliquant, dans le cas des transports sous température dirigée, les règles de transport de produits réfrigérés ou congelés. Le flux des marchandises ainsi transportées entre l'Europe et l'Afrique du Nord concerne notamment les vins, les poissons, les céréales, les fromages...

## Logi.ma en visuels



Dachser possède, sur le territoire marocain, quatre sites pour le transport et la logistique internationaux.



Hassou Marouane, de l'ÉNSA, a reçu le Prix du meilleur mémoire bac+3 des mains de Mohamed Lahlou, pdt du directoire de l'Ésith.



Mohamed Hamadi Kabbaj a remis à un représentant de la SNTL sa distinction.



Ambiance studieuse au stand de Teledyne.

**Spécialiste en distribution, installation  
et maintenance de marques européennes haute gamme.**

**mbe.**

Restauration

Boulangerie

Pâtisserie

Froid

Comptoir



*Métiers de Bouche Équipement*

S.A.R.L.

**Notre showroom est toujours ouvert pour vous du lundi au samedi.**

Contactez nous : Beufruit 8 douar nouifat Ain attig rabat.

Tél : 05.37.74.98.98 Fax : 05.37.74.98.97 mail : mbe@menara.ma



Le salon n'a pas omis de prévoir un grand moment de convivialité, à travers une soirée de gala.



Talal Mohamed, DG de *La Voie Express*, a transmis à un représentant de la société Top Business sa récompense.



**GARDEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE AVEC UN SITE INTERNET À VOS MESURES !**

- **Création,**
- **Relooking,**
- **Référencement...**

**Création de Site INTERNET**

Compad Web solutions s'adapte à vos mesures

**contact@grouppcompad.com**  
Tél : 05 22 36 04 16

**HYDROPLUS**  
TRAITEMENT DES EAUX  
PISCINES PRIVÉES, MUNICIPALES ET OLYMPIQUES

Etude - Equipement - Distribution - Réalisation  
Importateur Distributeur exclusif

**IMPORTATEUR DISTRIBUTEUR EXCLUSIF DE LA MARQUE HAYWARD**



Pompe filtration Piscine



Pompe SPA/JACUZZI



Régulateur Chlore -pH-



Chaudière à Gaz Hayward



Électrolyseur au sel et régulateur pH



Poêle Sauna



Kit de Filtration



Projecteur Colorlogic

Filtere à Sable

Filtere à Diatomée

Les Services sont notre **MÉTIER** la qualité est notre **VOLONTÉ**

- **Filtres à sable / à cartouche et à diatomée**
- **Groupes électropompes : Piscines, Jacuzzi, Spa**
- **Produits stérilisants - Electrolyseur au sel, Oxygène actif**
- **Matériel d'agrément / Robot nettoyeurs**
- **Appareil de nage à contre courant**
- **Sauna / générateur vapeur**

ISO 9001:2008  
BUREAU VERITAS  
Certification



285, Lot. Lina - Quartier Industriel - Sidi Maârouf - Casablanca  
Tél : 05 22 97 29 86 à 88 - Fax : 05 22 97 29 93  
E-: hydroplussa@menara.ma - www.hydroplusmorocco.maroc  
AGENCE FÈS : ROUTE DE AIN CH'KEF, LOT SUPRONORD III  
HAY AZHAR- FÈS TEL : 05 35 74 96 71 - FAX : 0535 74 96 68

## France

### Saveur d'autrefois

Fabricant : Yoplait

Yaourt sucré, aromatisé, conditionné dans un pot en grès

Fabricant : Yoplait

Variétés : vanille ; mûre ; fraise ; citron

Composition [vanille] : lait entier, crème, sucre (8,5 %), infusion de vanille, ferments lactiques

Poids : 140 g

Prix : 1,22 €



## Mamie Nova

### Produit laitier aromatisé

Ingrédients centraux : lait entier, sucre, crème, amidon modifié, lactose et protéines de lait, gélifiant (E407).

Variétés : abricot ; framboise ; mangue



## États-Unis

### Hawaiian Kettle Style Potato Chips & Hawaiian Snack Rings

Chips de pommes de terre et anneaux de snacking

Fabricant : Pinnacle Foods Corp

Composition [Original] : croustillant de pommes de terre, sel, arôme naturel de pomme de terre

Variétés : Original ; Sweet Maui Onion ; Luau BBQ

Prix de vente au détail : de 2,99 à 3,49 \$

## France

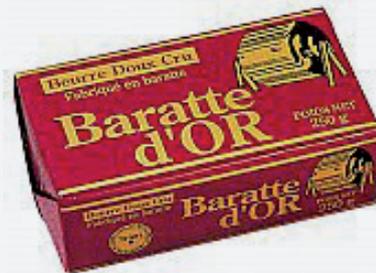
### Baratte d'or

Beurre doux, au lait cru, fabriqué en baratte

Composition : crème crue de lait de vache, eau, ferments lactiques

Poids : 250 g

Prix de vente : 1,99 €



## France

### Délice noisette

Fabricant : Bjorg

Boisson bio à base de noisette, stérilisée UHT, pauvre en acides gras saturés

Composition : eau, noisettes bio (7 %), sirop d'agave bio, maltodextrine de maïs bio

Volume : 1 L

Prix de Vente : 3,99 €



## France

### Teisseire

Boisson aux fruits, sans colorant ni arôme artificiel, adaptée à une consommation nomade enfantine grâce à un petit bouchon sport

Fabricant : Teisseire Fruit Shoot

Composition : eau de source et jus de fruit (à hauteur de 15 % seulement), extraits de stevia

Poids : 20 cl

Prix de vente : 1,89 € le paquet de quatre unités

Variétés : orange ; tropical ; pomme ; fruits rouges

**Fruits secs enrobés au chocolat Aiguebelle**

Fabricant : Compagnie chérifienne de chocolaterie

Variétés : raisins ; amandes ; noisettes ; enrobés au chocolat soit noir, soit blanc, soit au lait

Poids net : à la demande (au show room d'Aiguebelle)

Prix de vente :

raisins : 230 DH / kg  
amandes : 200 DH / kg  
noisettes : 200 DH / kg



**Schweppes mandarine**

Boisson gazeuse à l'arôme de mandarine

Fabricant : Cadbury Schweppes  
Embouteilleur : Compagnie des boissons gazeuses du Sud

Composition : eau gazéifiée, sucre, jus de mandarine, acidifiants, arômes, émulsifiants, conservateurs, colorants

Volume : 1 L

Prix de vente : 9 DH

**Chergui brassé aux fruits**

Yaourt brassé aux morceaux de fruits

Fabricant : Les Domaines agricoles

Composition : lait, sucre, fruits, ferments lactiques, morceaux de fruits

Variétés : ananas, orange, abricot, fraise

Poids : 110 g

Prix : 2,90 DH



**Jaouda raïb nature sucré**

Raïb frais, pasteurisé, sucré, non aromatisé

Fabricant : Copag

Composition : lait frais, partiellement écrémé, sucre, ferments lactiques

Poids : 450 g

Prix de vente : 3,95 DH



**ait**  
ingredients

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

**Technic it**  
Améliorants et correcteurs

**Pratic it**  
Mixes et prémixes

**Creativ it**  
Ingrédients céréaliers

**Activ it**  
Ingrédients technologiques

Casablanca  
Youssef Benhaymoud - Km 7 - Boulevard Chefchaouni - ZI Ain Sebbaa  
Port: 0661 54 33 63 - Fixe: 0522 35 5412/13 Fax: 0522 35 54 40  
Mail: ybenhaymoud@soufflet-group.com  
www.ait-ingredients.com

**EUROCHEF**  
Foodservice Equipment

**Distributeur Exclusif de :**  
**MASTRO**  
www.mastroshop.com

**ÉQUIPE VOS CUISINES PROFESSIONNELLES CLÉS EN MAIN**

**Financement de vos projets sur**

12 MOIS\*  
\*Pour une Valeur supérieure à 1 000 000 DH auprès des banques BCP, BMCI et BMCE

Contact : Fabrice JOHANNET 06 61 44 40 45  
Tél. : 05 22 36 23 91 - E-mail : eurochef.maroc@gmail.com  
11, Rue Ibn Yaala El Ifrani, Appt 6, Résidence « Les Arènes »  
Casablanca 20 100



# Belle Asia

JAPAN - THAILAND

## le talent asiatique

**A** Casablanca, ne manquez pas, dans le quartier Gauthier, un restaurant nouvellement installé, Belle Asia. Belle Asia. Ce restaurant propose de merveilleux plats des cuisines japonaise, thaïlandaise, vietnamienne. Sushis, nouilles, nems, soupes, work thaï font le régal de la clientèle.

Au déjeuner, la clientèle vient principalement du quartier : salariés d'entreprises et de banques... Au dîner, les clients proviennent majoritairement d'autres quartiers et pour goûter la discrétion et le raffinement qui font la réputation des pays de l'Asie. Ils viennent apprécier une longue expérience culinaire acquise dans divers pays. Un tel talent est reconnu parmi ses confrères.

Solidement implanté à Casablanca, le chef a très consciemment formé son équipe actuelle, composée d'une vingtaine de personnes. Tous sont polyvalents : le serveur peut passer du jour au lendemain à la cuisine ; et le cuisinier peut aussi rapidement être préposé au service. « Le serveur doit savoir ce qu'il sert », estime M. Lee.

Malgré sa belle réputation de cuisinier, Mustapha Lee affiche un menu aux rapports qualité/prix raisonnables. Et une variété de plats manifeste, du poulet à la mongole jusqu'au crabe farci, en passant par le canard à l'ananas. Les différentes familles de sushi sont, elles aussi, bien représentées : nigiri, maki, temaki,

### Mustapha Lee, un parcours météorologique

Le patron et fondateur de *Belle Asia* porte un nom qui renseigne immédiatement sur sa double origine : maroco-vietnamienne. Né au Vietnam, il est devenu apprenti dès l'âge de 17 ans puis s'est mis en quête continue de perfectionnement.

Cet professionnel atypique a en effet exercé dans toutes les grandes villes du royaume, ainsi qu'à l'étranger – un an et demi à Montréal, deux ans en Italie.

Une fois installé, sur le plan familial et professionnel, au Maroc, M. Lee a constaté que la demande de produits de

**50, RUE ABBES-MAHMOUD-EL-AKKAD – CASABLANCA  
TÉL. : 05 22 48 50 60 / 05 22 20 88 74**



# AND - VIETNAM ue de la cuisine



La salle de restauration de Belle Asia

rouleaux de printemps, sashimi, etc.

Côté cadre, il a fallu environ cinq mois pour aménager superbement le lieu. On y trouve des objets propres à la culture asiatique et de grands portraits, que l'éclairage indirect valorise le mieux le soir. Le client est confortablement installé pour savourer pleinement les plats, plus appétissants les uns que les autres. Faites en l'expérience...

## issé hors norme

restauration asiatique était croissante dans le royaume.

C'est pourquoi il est passé du stade de traiteur – il démarre ainsi il y a quatre ans – à celui de cuisinier à son compte.

« C'est le succès qui m'a poussé à créer mon propre point de vente », dit-il. Un succès qui ne peut que s'amplifier...



✓ **Livraison à domicile gratuite**

✓ **Service voiturier offert**

✓ **Ouvert 11h - 15h / 19h - 00h 7/7j**

## MENU SUSHI

### NIGIRI (2 PIECES)

Shake : saumon  
Maguro : thon rouge  
Suzuki : loup bar  
Hotate : coquille Saint-Jacques  
Unagui : anguille grillée  
Ikura : oeuf de saumon



### MAKI TEMAKI

Unagui : anguille  
Haromaki



### CALIFORNIA ROLLS

Maguro : thon avocat  
Cream cheese : saumon surimi fromage



### SASHIMI

Shake : saumon  
Suzuki : poisson Blanc



### CALIFORNIA PRINTEMPS

Shake : saumon avocat  
Ebi spicy : crevettes épicées concombre



### FRESH ROLLS (4 PIECES)

saumon avocat  
saumon surimi



### SOUPES

soupe pho-bô  
soupe Pékinoise

### VAPEURS

Bouchées aux crevettes  
Raviolis vapeur

### SALADES BROCHETTES

salade vietnamienne  
salade Thai Épicée

Brochettes thai  
Brochettes lotte  
Brochettes saumon

### DIVERS

Nems saïgonnais  
Nems aux Crevettes

Beignet de poisson et Curry Thai  
Rouleaux de Printemps

Extrait du menu de Belle Asia.

# LE CHEF DE RAYON

## Définition technique de l'emploi

Chaque jour, le chef de rayon vérifie que les linéaires et têtes de gondole dont il est responsable sont bien approvisionnés et que l'état des stocks permet leur réapprovisionnement à tout moment. Il passe les commandes et, parfois, rencontre les fournisseurs. Néanmoins, la centralisation des achats limite de plus en plus sa marge de manœuvre : l'informatique et la généralisation des codes-barre ayant révolutionné le métier, le chef de rayon est désormais connecté aux fournisseurs, auxquels il peut passer commande sans intermédiaire.

Le chef de rayon surveille la tenue de son rayon, vérifiant que rien ne traîne, que les prix sont bien étiquetés et que les produits ou articles sont correctement mis en valeur. Il est le responsable de

l'attractivité de son espace de vente, mais aussi de son chiffre d'affaires et de la tenue des impératifs de rentabilité fixés par le directeur. En outre, il a la responsabilité du recrutement des vendeurs et de l'ensemble de l'équipe.

Dans un grand magasin, la partie management et encadrement des vendeurs est essentielle : il doit contrôler leur présence, les aider, les conseiller et organiser leur formation. Chaque jour, le chef de rayon planifie, répartit et vérifie le travail de son équipe, avec un objectif : s'assurer que le personnel du rayon sera prêt à accueillir la clientèle à l'ouverture du magasin.

L'aspect marketing de la fonction est important également : il faut jauger la demande de la clientèle, s'assurer de l'approvisionnement du rayon en fonction de cette demande, surveiller le retour éventuel des invendus...

En termes d'horaires, il est préférable que le chef de rayon soit matinal, qu'il arrive donc avant l'ouverture du magasin.

À ne pas négliger dans la palette de compétences pour exercer ce métier : savoir jouer un rôle d'arbitre et de médiateur dans le règlement des conflits interpersonnel.

## Conditions générales d'exercice

Animateur, il a une équipe à gérer.

Sur le terrain, il est responsable de la bonne marche de cette équipe, de sa formation, et du recrutement de son propre personnel.

Il établit le calendrier des horaires de tâches en fonction des besoins de la clientèle, surtout présente la fin de semaine. Il organise des réunions, en général hebdomadaires pour évoquer les



Le chef de rayon est fréquemment prié de mettre en œuvre les règles de merchandising.



La clientèle est surtout présente la fin de semaine, ce dont le chef de rayon doit tenir compte.

besoins, propres à chacun et les problèmes d'organisation ; les performances financières du rayon ; les plans d'action.

Le chef de rayon doit avoir une équipe soudée pour une efficacité maximum. Son importance dépend de la taille du magasin mais aussi du secteur de vente ou du type de rayon qu'il dirige : elle peut atteindre 15 personnes pour un rayon alimentaire produits frais, « Légumes » par exemple. Dans une grande équipe, une secrétaire répond au téléphone, passe les commandes, assure le paiement des fournisseurs. Le reste du personnel comprend les réceptionnistes, les vendeurs et les employés de libre-service, encadrés par un chef d'équipe. Le chef de rayon a alors la charge de gérer le plan de carrière de ses subordonnés et de leur éventuelle promotion.

Dans tous les cas, il occupe un poste de responsabilité ; il est tenu de réaliser un bon chiffre d'affaires et doit rendre des comptes à la direction du magasin. Lors d'opérations ponctuelles

saisonniers, il se charge de planifier les interventions publicitaires de la GMS auprès des médias.

### Formation/expérience

Le chef de rayon a généralement une formation technique de niveau « bac + 2 ». Au Maroc, les études en la matière présentent un déficit d'offre. À tel point que les opérateurs d'un grand centre commercial, sur le point d'ouvrir à Casablanca, ont mis en place un partenariat public/privé pour mettre sur pied un centre de formation aux métiers de la distribution.

En fonction de ses résultats, le chef de rayon peut s'élever dans la hiérarchie du magasin ou de la chaîne d'hypermarchés pour laquelle il travaille. Les possibilités d'évolution sont réelles.

Dans un grand magasin, il peut voir élargir ses responsabilités de management à plusieurs rayons regroupés sous son autorité. On le nomme parfois « chef de secteur ».

## Marchandisage

Le chef de rayon est fréquemment prié de mettre en application les règles de marchandisage (*merchandising*, chez les Anglo-Saxons). C'est une forme de commerce où aucun salarié – sauf exception dans certains rayons – n'est affecté à la vente des produits.

Parmi les caractéristiques du marchandisage figure l'assortiment. Le concept d'assortiment résulte de la prise en compte de cinq questionnements, dont celui-ci : quel est le bon emplacement ? en quoi la mise en place du produit dans les rayons est-elle pertinente ?

Objectif des techniques de marchandisage: accroître la rentabilité du point de vente et l'écoulement des produits, par une adaptation permanente de l'assortiment aux besoins du marché et par la présentation appropriée des marchandises.

Cela passe par le pilotage des implantations des produits, c'est-à-dire celui du choix des produits à mettre en avant. Cela peut se traduire par le procédé de la rotation, qui est censé optimiser les ventes du rayon.

## Détecteur de métaux Loma IQ3+ Pipeline, pour toute application

La société *Loma Systems France* propose à des industries comme l'agroalimentaire (boissons incluses) un détecteur de métaux baptisé *Loma IQ3+ Pipeline*. Il se distingue en particulier par son automatisation et sa mécanisation.

Le *Loma IQ3+ Pipeline* se veut être le véritable et unique détecteur de métaux dit à « *fréquences variables* ». Il propose un autoapprentissage des produits sur plus de 70 fréquences – comprises entre 33kHz et 900kHz – pour une meilleure sensibilité et détection. Il a la faculté de choisir ces dernières en quelques secondes, éliminant ainsi toutes contraintes de restrictions dues à l'utilisation des détecteurs de métaux en monofréquences ou en bifréquences.

Cet équipement est adapté aussi bien aux produits secs, surgelés, pâteux, liquides, qu'à ceux à forte variation d'humidité. L'indice de protection IP69K va de pair avec un nettoyage au *Kärcher* et en standard avec écran tactile. Des vannes de rejet sont disponibles.

La technologie dernier cri intégrée engendre un gain de 20 % pour la détection des métaux ferreux, non ferreux et inox. Pour ce faire, le *Loma IQ3+ Pipeline* comprend un écran tactile couleur, un port USB et une connexion Ethernet en standard pour la récupération des données.

En termes d'initiatives économiques, l'appareil fait preuve d'une résistance accrue et/ou de compacité. Il respecte des normes, des certifications, des guides de bonnes pratiques et/ou des outils de

mesure, d'information et de contrôle. Il se caractérise en outre par la modularité, la flexibilité, la versatilité (changement de formats, cadence adaptée).

Au service de l'individu, le *Loma IQ3+ Pipeline* a pour atout l'ergonomie et la sécurité des opérateurs (dialogue humain/machine, protection, maintenance assistée), la facilité d'usage et d'utilisation (ouverture-fermeture faciles, préhension, rangement, fonctionnalités pour cibles sensibles).



## Imprimante Versa-UV LEC-540 pour matériaux de production

La société *Roland DG MID Europe* propose, pour le marché de l'alimentaire (boissons incluses), la *LEC-540*, pour imprimer sur les matériaux utilisés en production. Plus précisément, c'est une imprimante UV avec encres CMJN + blanc + vernis sélectif.

La Roland *LEC-540* est un outil de production tout-en-un qui permet de réaliser (en temps masqué) des prototypes et prémaquettes de packaging à haute valeur ajoutée, grâce notamment à sa précision et à ses fonctionnalités. L'encre blanche, le vernis sélectif mat ou brillant, la découpe totale ou partielle, le rainage sont autant d'atouts pour s'adresser aux marchés du luxe, du prototypage packaging, etc. Associée aux logiciels de gestion de la couleur les plus utilisés sur ces marchés, elle est adéquate pour l'épreuve comme pour les petites séries.

En termes d'initiatives économiques, la *LEC-540* se caractérise par une différenciation immédiate (produit unique) ou retardée (produit standard, personnalisé), sa modularité, sa flexibilité, sa versatilité (changement de formats, cadence adaptée).

A l'échelle de l'individu, cette imprimante a pour avantage son esthétisme, sa sensorialité : nouvelle forme, matière, couleur, originalité, modernité, rupture ou détournement de codes, graphisme), et le fait qu'elle est en série limitée.

Au niveau environnemental, la *LEC-540* est mise en avant pour sa réduction de poids et de volume à la source, son écoconception, son écorecharge, son nombre de composants amoindri.



## Film PVC Global Plastics, sans Deha



La société *Global Plastics International* (GPI) propose, pour le marché de l'alimentaire, sa nouvelle gamme catering (recharges, prédécoupés, etc.) sans adipate de bis (2-éthylhexyle) ou Deha. Cette nouvelle gamme, identifiable par sa couleur saumon, vient renforcer sa ligne de produits étirables industriels sans Deha, existante depuis 2008.

Si GPI supprime le Deha de 99 % de sa production, c'est que le Deha est un plastifiant entrant dans la composition des films étirables alimentaires PVC. Son utilisation étant source de multiples interrogations, l'Union européenne a

préféré légiférer sur une limite de migration du Deha à 18mg/kg. GPI a souhaité appliquer le principe de précaution en éliminant le Deha de ses produits.

Toujours au chapitre environnemental, la conception de ce produit induit une réduction des impacts (analyse du cycle de vie), de la nocivité.

En termes d'initiatives économiques, cette fois, cette gamme de film PVC *Global Plastics* fait preuve de respect des normes, des certifications, des guides de bonnes pratiques et/ou des outils de mesure, d'information et de contrôle.

Au service de l'individu : facilité d'usage et d'utilisation : qualités d'ouverture-fermeture, de préhension, de rangement, de cuisson dans l'emballage, de fonctionnalité pour cibles sensibles.



### MATERIEL PROFESSIONNEL ALIMENTAIRE CONCEPTEUR DE SOLUTIONS ECONOMIQUES

NEUF - OCCASION - DECLASSE



#### EQUIPEMENTS POUR MAGASIN

- Vitrines réfrigérées
- Gondole de magasin
- Sorties de caisse
- Mobiliers fruits et légumes

#### MATERIELS INDUSTRIELS

- Chariots élévateurs
- Groupes électrogènes
- Centrales frigorifiques
- Chambres froides -

#### EQUIPEMENTS POUR BOULANGERIE

- Fours boulangers
- Vitrines pâtisseries
- Vitrines boucherie
- Petits matériels électriques - etc...

**Nous consulter pour connaître nos disponibilités et arrivages de matériels d'occasion.**

Découvrez nos stocks sur ... [www.cati91.fr](http://www.cati91.fr) CATI, ZI Ciroliers, 14 rue C.Ader 91 700 Fleury Merogis / France

Tel. +[33] 1.69.72.14.80 - Fax. +[33]1.69.46.46.74 E-mail : [cati@cati91.fr](mailto:cati@cati91.fr) - web : [www.cati91.fr](http://www.cati91.fr) - Siret 450532239 RCS Evry

« [ Dans un projet ], si votre cœur n'y est pas, ce ne sera jamais une réussite. »  
*Hafid Bochkah, restaurateur maroco-néerlandais  
 in Yabiladi*

## Comment Marrakech résiste

L'attentat de Marrakech a eu des conséquences de baisse d'activité (jusqu'à 70 % de chambres inoccupées ; 60 % de réservations annulées dans les pires cas) et est survenu dans une conjoncture d'entrepreneuriat CHR qui s'annonçait favorable (projets d'ouverture de *Four Seasons*, *W*, de *Mandarin Oriental*...)

Si l'économie de la Ville ocre est partiellement entrée dans l'expectative, tant des nationaux que des étrangers résidents ont fait montre non seulement de compassion mais surtout d'élan de solidarité concrète.

L'exemple le plus récent est le concert organisé sur place par le festival Mawazine. Joli tour de force que de réussir à préparer en moins de deux semaines ce « concert pour la paix ». L'association Maroc Cultures a réuni, sur un même plateau, des artistes et formations de styles et de nationalités aussi différents que Quincy Jones, Sapho, Idir, la troupe Bharati, Mory Kanté, Hindi Zahra, Fnaïre, Nass El Ghiwane... La tenue du concert a prouvé qu'on pouvait organiser de belles choses dans une destination toujours à la recherche d'une animation plus poussée.

Peu de temps auparavant s'est déroulée la cérémonie de commémoration du Xe anniversaire du classement de la place Jemaâ-el-Fna au patrimoine oral et immatériel de l'humanité par l'Unesco. Pour soutenir le Maroc post-attentat, de nombreuses personnalités ont fait le déplacement à Marrakech, en particulier le DG (adjoint à la Culture) de l'Unesco, Fransesco Bandarin ; les ministres français et marocain de la Culture, Frédéric Mitterrand et Bensalem Himmich ; le ministre du Tourisme et de l'artisanat Yassir Znagui. Les professionnels du tourisme français se sont également impliqués.

Plus tôt, après le choc de l'attentat, des jeunes, marocains et même non-marocains, se sont mobilisés sur la Toile pour en appeler à se joindre à une opération « Jus d'orange » sur la place endeuillée. Des milliers de personnes ont répondu présent sur Facebook. Objectif : défier la peur et ne pas céder devant l'obscurantisme violent.



Marrakech a accueilli exceptionnellement un concert de Mawazine, en solidarité avec la ville endeuillée.

## Des voyageurs américains à la découverte du tourisme au Maroc

New York a accueilli dernièrement plusieurs voyageurs et professionnels américains du tourisme, pour un atelier de travail organisé par l'Office national marocain du tourisme (ONMT). Objectif de cet événement, placé sous le thème « Moroccan Travel Bazaar » : lancer une opération de communication d'envergure sur le développement du secteur touristique marocain, mais aussi de présenter la diversité et la richesse de l'offre touristique du royaume.

Ainsi, les professionnels de tourisme américains ont pu rencontrer plusieurs de leurs homologues marocains (hôteliers, transporteurs...) et approfondir leur connaissance des services et des prestations offertes dans le cadre de la destination Maroc. Pour Chakib Ghadouani, responsable au sein du bureau de l'ONMT à New York, cet atelier a permis d'établir « une plateforme de rencontres entre professionnels américains et marocains ».

## Claude Challe lance le Djellabar

On savait l'artiste Claude Challe attaché au « style de vie oriental » et tombé amoureux de Marrakech. Le voilà qui y fait des affaires, dans le secteur CHR. Ce citoyen français né dans une famille tunisienne vient de cofonder, avec la femme de



Le Djellabar se veut être un « hymne au monde arabe ».

communication Stéphane Atlas, le *Djellabar*. Un bar-restaurant qu'il qualifie d'« hymne au monde arabe » et qui est dédié en particulier à l'élite intellectuelle, artistique et des affaires.

Le Djellabar se veut être un « lieu où les salons réservent tapas, mezzés ou kémias aux saveurs épicées et sucrées à ses hôtes privilégiés, porté par la musique évidemment tout spécialement étudiée par le maestro ».

Les adeptes du zéro-alcool ne sont pas exclus : des boissons leur sont concoctées.

Claude Challe s'investit, pour la première fois, dans la carte et « propose certaines de ses propres recettes, comme à la maison, secondé par de véritables mamas marocaines et un chef issu de la gastronomie pour une cuisine de qualité à la fois familiale et tendance ».

Le tout est servi dans un cadre qui prend modèle sur l'artisanat marocain. L'endroit était maison des années 1940.

Le Djellabar, c'est aussi un concept store, « une boutique très Maroc n'roll », proposant des djellabas, caftans, des livres, les albums de Claude Challe, des objets insolites...

Rappelons que Claude Challe s'est fait connaître en France à travers des restaurants tels *Les Bains*, le *Buddha bar*.

## Les concierges Clefs d'or s'inscrivent dans la Vision 2020

La Vision 2020 vient d'être au cœur des débats de la 52e assemblée générale, à Agadir, des concierges dits « Clefs d'or » du Maroc. Il s'agissait de réfléchir à la meilleure façon, pour eux, d'accompagner la réalisation de la nouvelle stratégie touristique.

Le concierge est un acteur incontournable dans un hôtel et sa mission est étroitement liée à la qualité du service. C'est pourquoi « l'amélioration à ce niveau passe indéniablement par la mise en place d'une politique de formation. Il s'agit d'accompagner les compétences actuelles en formation continue mais aussi de passer le savoir-faire des anciens aux jeunes nouveaux venus dans la profession », a déclaré El Mostafa Taoufik, président de l'Association marocaine des concierges Clefs d'or.



Rappelons qu'un concierge « Clefs d'or » se distingue par les clefs croisées qu'il porte sur le revers de son uniforme. Il n'est pas facile d'intégrer ce cercle très sélect. Il faut exercer deux ans tout d'abord en tant que concierge d'hôtel cinq-étoiles ou cinq ans dans le domaine de la conciergerie

dans le même milieu. De plus, il faut être parrainé par un « Clefs d'or ». L'association nationale compte aujourd'hui 37 Clefs d'or à travers le royaume. L'entité est membre de l'Union internationale des concierges d'hôtels qui regroupe plus de 3.000 membres dans 45 pays (essentiellement d'Europe, d'Amérique, d'Asie).

## Tourisme golfique : partenariat Alliances / Open Golf Club



*Open Golf Club - Hôtels Golf Resort* est la 1<sup>re</sup> chaîne de golfs touristiques haut de gamme.

Décidément, le tourisme golfique au Maroc prend un tournant prometteur. Le groupe *Alliances* et *Open Golf Club - Hôtels Golf Resort* ont signé récemment une convention de partenariat.

Ce partenariat acte une collaboration technique et mercatique, dont l'objectif est la promotion de la destination Marrakech, ainsi que des golfs et « *Golfs-Resorts* » touristiques haut de gamme au Maroc en général, et d'*Al Maaden Golf Resorts* en particulier.

Pour rappel, le groupe *Alliances* est le premier opérateur immobilier et touristique intégré au Maroc, tandis qu'*Open Golf Club - Hôtels Golf Resort* est la première chaîne de golfs touristiques haut de gamme implantée en France et au Maroc.



IMAGINEZ



# L'Association des cuisiniers du Maroc, en appui au tourisme

L'Association des cuisiniers du Maroc (ACM) a tenu son assemblée générale (AG) dernièrement, sous la présidence, pour la première fois, de Mhamed Chahid, chef exécutif au *Golden Tulip Farah*, élu à l'unanimité nouveau président en remplacement de Kama Bouchaïb, nommé président honoraire.

L'assistance composée des chefs de cuisine a réitéré sa volonté de « *faire en sorte que gastronomie et restauration assument pleinement leur rôle de créateur de richesse* ». C'est pourquoi l'ACM a décidé de lancer une réflexion sur les objectifs à atteindre avec tous les acteurs du secteur, sur les moyens de promouvoir l'offre culinaire de qualité et soutenir des formations, des apprentissages et des perfectionnements à la fois performants et qualifiants.

Dans cette optique, l'AG a décidé de retenir, entre autres axes de travail, la mise en place du 1er Forum de la cuisine et de la gastronomie pour octobre prochain. Ce congrès sera « *l'occasion propice d'engager des réflexions sur les enjeux prioritaires du secteur et les moyens de renforcer sa vitalité avec tous les intervenants des métiers de bouche, des filières agricoles, alimentaires* ».

D'ores et déjà, et peu après cette AG, l'ACM est allé à la rencontre du conseil d'administration de la Fédération nationale de l'industrie hôtelière (Fnih), présidé par Ali Ghannam. Les deux parties ont



convenu de conclure un accord de partenariat, portant par exemple sur des programmes et actions que l'ACM se propose de mettre en place dans le cadre de ses activités à court et à long termes. Lors de ses échanges avec la Fnih, l'ACM a souligné son vif désir de « *contribuer à [son] niveau, à la réalisation des objectifs de la Vision 2020* », notamment « *en participant à l'élaboration d'une politique de développement gastronomique propre aux terroirs* ».

**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

# Marrakech voit l'un de ses hôtels classé n° 7 mondial

Les trois meilleurs hôtels au monde sont en Amérique du Nord et en Europe, tandis que le Maroc possède le 7e meilleur établissement : *Les Terres M Barka*, en périphérie rurale de Marrakech. C'est du moins ce qu'avance Insiders' Select 2011, classement de l'agence chef de file du voyage en ligne *Expedia*. *Insiders' Select* est un programme mondial qui identifie les meilleurs hôtels, basé sur leur rapport qualité/prix plutôt que sur leur nombre d'étoiles.

Le palmarès place *Cedarbrook Lodge*, basé à Seattle (Etats-Unis), numéro un. Aux deuxième et troisième rangs figurent *iQ Hotel Roma*, à Rome, et l'*Hotel Antiche Figure*, à Venise. À noter que le Maroc est ainsi le seul pays dit « en voie de développement » à posséder l'un des 10 meilleurs hôtels du globe.

Le Japon tire son épingle du jeu et la 5e place du classement : « Une qualité de service hors pair, reconnue pour son sérieux, sa minutie et des hôteliers respectueux et discrets, prêts à répondre à toutes les exigences de la clientèle étrangère. Des raisons plus que légitimes pour favoriser de nouveau le tourisme dans cette destination merveilleuse », analyse un observateur de la Toile.

Le classement est déterminé en premier lieu par les avis des clients *Expedia* partout dans le monde. Chaque année, plus

de 500 000 avis sont déposés, vérifiés et analysés pour établir *Insiders's Select*.



*L'hôtel Les Terres M Barka, distingué par Insiders' Select.*

AMENAGEONS

**EASYLOG**  
HOSPITALITY INDUSTRY SOLUTIONS

COMPTOIRS ET EQUIPEMENTS DE BAR SUR MESURE

easylog@easylog.ma  
SHOWROOM :  
11, RUE FRATERNITÉ - QUARTIER RACINE  
CASABLANCA - +212 663 22 00 / 12

## L'hôtel d'AnfaPlace sera sous enseigne Four Seasons

Alors qu'AnfaPlace est toujours en chantier sur la corniche de Casablanca, il a été décidé que la gestion du futur hôtel du site serait confiée à Four Seasons.

Anfa Place Living Resort, via son propriétaire espagnol Inveravante, a ainsi signé un accord de partenariat avec la chaîne internationale d'hôtellerie.

« L'expertise internationale développée par le Groupe Four Seasons est caractérisée principalement par la personnalisation du service, adaptée aux exigences de chacun de ses hôtes, et par une attention particulière au détail et au raffinement placée au cœur de ses prestations », a précisé, à l'occasion de la signature, Manuel Jove Capellan, président d'Inveravante. Pour sa part, Scott Woroch, vice-président de Four Seasons, a souligné que « le Four Seasons Hotel Casablanca constituera, avec ses 183 chambres et suites, l'un des principaux points d'attrait du complexe multifonctionnel Anfa Place Living Resort ».

L'ouverture de cet établissement est prévue en 2012. Cette unité hôtelière s'ajoutera à celle que le groupe Four Seasons prévoit d'ouvrir en juin à proximité des jardins de la Menara à Marrakech.

Pour rappel, Anfa Place Living Resort est un complexe urbanistique intégré, érigé sur une assiette foncière d'une superficie de 9,3 hectares. Il réunira, au cœur de la corniche casablancaise, un hôtel de luxe, une résidence touristique, un centre commercial, notamment.



En chantier, le site AnfaPlace [image de synthèse ci-dessus] comprendra un hôtel, un centre commercial...

## Royal Mirage reprise par l'égyptien Pickalbatros

Le propriétaire émirien de la chaîne d'hôtellerie Royal Mirage, Mana Saïd al-Otaïba, n'a pu redresser la barre, cinq ans après la rupture avec l'enseigne Sheraton. L'égyptien Pickalbatros Morocco For Tourism and Investment (PFTI) devient propriétaire



La chaîne Royal Mirage est notamment implantée à Marrakech.

des hôtels Mirage de Marrakech, de Fès et d'Agadir.

Cette reprise met un terme à la tentative de la société Liwa International de sortir ses actifs de l'ornière en les gérant directement. Elle a souffert du poids d'endettement important et d'un taux d'occupation relativement faible.

Avec un moratoire de remboursement de dettes, le propriétaire en difficulté pourra digérer un peu les derniers investissements. Le groupe hôtelier égyptien, quant à lui, devra travailler dans un environnement plus serein. Outre la prise en gestion des unités précitées, le partenariat entre PFTI et Liwa International s'est également traduit par le rachat du groupe égyptien auprès de celui-ci du site Al-Aïn, en périphérie de Marrakech, pour en faire le premier aquaparc du Maroc.

A noter que Maroc est la première implantation à l'étranger de Pickalbatros. Ce dernier compte 12 établissements hôteliers en Egypte. Avec les trois Royal Mirage, l'opérateur fait monter sa capacité d'accueil globale à hauteur de quelque 1.100 chambres (dont 660 à Marrakech).

## Formation à Mazagan : 10 millions DH

Dix millions de dirhams : telle est l'enveloppe que Mazagan Beach Resort a consacré, cette année, à la formation de ses salariés. En 2010, ce budget était d'un montant de 12 millions. Le mégacomplexe touristique à proximité d'El-Jadida emploie plus de 1.500 personnes dont plus de 800 provenant de la région Doukkala-Abda. Le nombre d'emplois sous-traités est de 270. Près de 500 salariés ont bénéficié d'une promotion interne.



# Le persil, herbe médicinale et culinaire

Cette herbe originaire d'Europe du Sud est banale au premier abord. Pourtant, le persil, au-delà de son aspect « ajout pour salade », revêt des caractéristiques méconnues, tant pour la nutrition que pour la santé.

D. T.



Associé à l'ail, le persil [ci-dessus] devient persillade [ci-dessous].

**L**e persil est une plante potagère et un aliment alcalinisant, nutritif et tonifiant. Le persil a plusieurs vertus. Il aide à abaisser la tension artérielle élevée et a une action antianémique. Il ouvre l'appétit et favorise la digestion gastrique. Il possède aussi une importante action antiscorbutique.

La feuille, finement dentelée, est un stimulant digestif, diurétique et circulatoire. Le fruit, très petit et coriace, possède les mêmes qualités, mais à un plus haut degré, car sa teneur en matière active (essence aromatique) est plus élevée.

La racine est la partie la plus employée en herboristerie, pour son action stimulante sur le fonctionnement des reins et par conséquent, sur les affections qui peuvent découler de la rétention de l'eau : œdème, ascite, calculs, rhumatisme, arthrite, éruptions cutanées, etc.

Enfin, la racine accuse une très forte teneur en malate de potassium et autres sels minéraux.

Sur un autre plan, cette herbe originaire

d'Europe du Sud revêt également des caractéristiques méconnues. Il regorge de vitamines et de minéraux, essentiels au bon fonctionnement de notre organisme.



Principal atout du persil de cette herbe aromatique : sa richesse en vitamine C. En effet, avec 200 mg / 100 g, elle dépasse largement les agrumes et autres kiwis et brocolis.

Cependant, cette précieuse vitamine disparaît à vue d'œil qu'à la cuisson, tout comme la belle part de carotènes (provitamine A), aux propriétés

antioxydantes, qu'il contient. Il est donc préférable de le consommer cru et surtout bien frais.

Frisé ou plat, le persil est par ailleurs très riche en minéraux et oligoéléments. Bien qu'on le consomme en petite quantité, il permet de faire le plein de potassium (800 mg / 100 g), de calcium (200 mg / 100 g), de magnésium et de fer (5,5 mg / 100 g).

## Quelques idées en cuisine

Le persil s'utilise sous forme de feuilles.

- Fines herbes : persil, cerfeuil, ciboulette et estragon composent ce mélange traditionnel qui accompagne à merveille les omelettes, les salades vertes, le poulet ou le poisson poché.
- Persillade : elle est composée à parts égales de persil et d'ail hachés, pour accompagner des tranches de bœuf froid, du poisson frit, le poulet, les légumes.
- La salade taboulé constitue l'une des meilleures manières de consommer de bonnes quantités de persil, complété par de la menthe.

# EQUIPHOTELE C.H.R. EN PHOTOS



Le hall d'accueil fréquenté par de nombreux visiteurs



Tahar El Kasri en conversation sur le stand Arcade Equipement



Le stand Restoquip



Le stand International Dealer



Le stand Sagid



Poly Pièces Equipements : toute l'équipe réunie autour de Mohamed Amir



Saladino Eljeddidi, d'Easylog, avant l'animation... à la fois musicale et surtout picturale avec le peintre Youssef El Yedidi(Yelyed) décorant le mur du stand en direct. Une animation unique qui valait le coup d'oeil.



El Mostafa Razik, d'Univers Style



L'équipe de Maresca Hôtels



Le stand Cash Systèmes Industrie



Younes Jamai, de Poly Vaisselle



Amine Sebti, de Commentis, avec son équipe

# Le Maroc s'initie à l'hôtellerie « verte »

Le concept fait fureur dans les pays anglo-saxons. Mondialisation oblige, l'écologie commence à faire des adeptes parmi les créateurs d'entreprises CHR au Maroc, de Marrakech à Agadir.



Atlas Kasbah a été retenu comme projet-modèle lors d'une rencontre internationale à Berlin.

L'écologie est une nouvelle formule d'hébergement touristique qui s'enracine, lentement mais sûrement au Maroc. « Un écolodge est une infrastructure d'accueil de 5 à 75 chambres, financièrement durable, construite dans un souci d'harmonie avec la nature, [impliquant] les communautés locales », explique un spécialiste international des écolodges, l'architecte-paysagiste Hitesh Mehta

Tout naturellement, une destination comme la Ville ocre ne pouvait passer à côté de ce concept. Ses atouts naturels le lui permettent aisément. C'est ainsi que, à Sidi-Abdellah-Ghiat, à 30 kilomètres de Marrakech sur la route d'Ourika, deux professionnels du tourisme ont ouvert leur premier hôtel fermier, *Quaryati*, pourvu d'une vue imprenable sur l'Atlas.

Les promoteurs sont deux patrons, en l'occurrence de l'agence *OBjectif Voyage* : Driss Faceh et son associée Françoise Scéau. Ils misent sur une clientèle de team building, d'évènementiel et de personnes lambda. Ils aiment à présenter *Quaryati* comme un modèle d'hébergement écologique mais à connotation de démarche communautaire et de politique sociale. En d'autres termes, le projet relève des principes du développement durable, tant dans son volet social qu'environnemental. D'où la volonté d'employer l'ensemble des salariés, triés sur le volet, parmi les habitants du douar Tounsi, voisin de *Quaryati*. Ce personnel a été formé pendant trois mois aux rudiments de l'hébergement, de la cuisine et de l'accueil par des experts français et suisses. En matière de protection de l'environnement, les bâtiments sont à

base de béton et de pisé, afin de générer une « isolation naturelle et une économie d'énergie ». De plus, l'établissement écologique est entouré de vergers, de jardins de roses – avec des techniques d'arrosage économiques – et surtout d'une station d'épuration en propre.

La capacité d'accueil est de 40 chambres et suites. A cela s'ajoutent 14 petites maisons avec dépendances, une vingtaine de chambres, des piscines, des espaces de loisirs, des bars, un restaurant et une salle de réunion. Superficie globale : sept hectares.

Autre chiffre : le coût de l'investissement global est de 30 millions de dirhams (foncier inclus). Les promoteurs comptent l'amortir avec un taux d'occupation de 40 %. *Quaryati* a tout pour séduire les marchés émetteurs friands des produits écotouristiques – pays nordiques, germaniques – mais également certains Marocains, épris d'authenticité, d'éthique économique et de confort.

Au-delà de l'offre touristique classique, l'écologie de la région marrakchi se préoccupe du créneau de l'évènementiel. Sa structure à taille humaine prédispose à dédier la globalité de l'espace à un mariage, à un anniversaire, à un week-end privé, etc.

## Economie d'énergie

Du côté d'Agadir, un écolodge est implanté à 15 mn du centre-ville depuis deux ans. *Atlas Kasbah* se situe au cœur de la réserve de biosphère de l'arganeraie, et dans le pays d'accueil touristique d'Immuouzer Ida Outannane, plus précisément dans la commune rurale de Drarga (dans le village de Tighanimine-Elbaz).

Selon le porteur de projet, Hassan Aboutayeb, il s'agit du premier écolodge au sud-ouest du Maroc intégrant une démarche de durabilité tant par sa construction que par sa gestion et son produit.

Pour l'hôtelier, ce concept au sein d'*Atlas Kasbah* se traduit par le respect de six critères. Par exemple : l'économie d'eau et d'énergie via des équipements adéquats, la gestion des déchets.

Depuis son ouverture, cette « kasbah moderne », d'une capacité de 30 lits, s'est fait remarquer à plusieurs reprises. Lors de sa mise en œuvre, le projet a tout d'abord



L'écolodge *Quaryati* dispose de piscines et de sa propre station d'épuration.

bénéficié d'un soutien financier de 200.000 dirhams du Conseil régional de Souss-Massa-Draâ dans le cadre du programme de développement de la microentreprise touristique dans la région. L'association Souss-Massa-Draâ Initiative lui a aussi accordé un prêt d'honneur de 100.000 dirhams.

L'investissement global pour réaliser le projet s'est élevé, selon le fondateur, à trois millions.

Afin de récompenser *Atlas Kasbah* pour son rapport à la nature, la Fondation Mohammed-VI pour l'environnement lui a remis une *Clef verte*, estampille internationale de gestion environnementale pour l'hébergement touristique, en 2010 et 2011.

L'établissement a organisé en février dernier les Ires Journées de l'environnement, en partenariat avec la Commune de Drarga, ainsi qu'avec une coopérative féminine et des associations rurales.

Pas étonnant, dès lors, qu'*Atlas Kasbah* ait été sélectionné comme projet-modèle lors d'une rencontre, en mars dernier, du Réseau international du tourisme responsable à Berlin (ITB). L'ITB et les autres organisateurs de l'évènement avaient choisi la saga *Atlas Kasbah* parmi « 6 histoires de projets touristiques durables dans le monde » afin qu'elles puissent servir d'exemple.

*La chaise qui décore*

**ALDIS**

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

# Tourisme et patrimoine



La restauration de la demeure devenue *Blanco Riad*, à Tétouan, a rencontré des difficultés (transport des matériaux, notamment).

Restaurer des habitations qui s'inscrivent dans le patrimoine traditionnel, voilà qui est non seulement louable pour la préservation du cachet local mais également rentable en termes d'économie touristique. À cet égard, Marrakech n'a pas le monopole de ce filon, comme en attestent ces deux exemples respectivement de Fès et de Tétouan.

**R**iad *Le Calife*, Fès est parmi les meilleurs « hôtels » du monde, si l'on en croit le site Internet TripAdvisor, un site spécialisé dans les avis pour les voyages. Le site classe les meilleurs hôtels par destinations en fonction des avis émis par les voyageurs.

## Charme des installations

Les derniers résultats indiquent que Riad *Le Calife* de Fès arrive troisième dans le top 25 des meilleurs hôtels du monde pour 2011. Avec 173 avis (dont 165 avec la mention « Excellent »), il arrive derrière le Golden Well (numéro un, Prague, République Tchèque), et l'Anastasis Apartments (n° 2, Imerovigli, Grèce).

Les commentaires des internautes vantent la qualité de l'accueil, le charme du domaine, le confort proposé, ainsi que les mérites de ses chefs cuisiniers, entre autres.

Situé au cœur de la médina de la capitale spirituelle du royaume, cette maison bourgeoise rénovée de la première moitié du XXe siècle a ouvert ses portes en 2008. Son succès résiderait dans le « charme de ses installations anciennes mais pas désuètes, subtilement marié au confort de la modernité ».

De visu, il apparaît que *Riad Le Calife* dispose de 4 chambres et de 3 suites de charme, minutieusement décorées et orientées sur un patio arboré. Chacune d'entre elles disposent d'un lit double, d'une salle de bain avec toilettes, douche ou baignoire.

Elles disposent toutes également d'une ligne téléphonique, d'un minibar, d'un coffre-fort, d'une télévision et d'une climatisation chaud/froid.

L'établissement propose en sus une triple offre de restauration : *Restaurant Le Patio*, *Le Bar Lounge*, *Le Bar Terrasse*.

*Riad Le Calife* a ouvert ses portes en 2008 dans la médina (classée dans la liste du patrimoine mondial de l'Unesco), à l'initiative d'Alexandre Lecomte et de Yasmine Faceh, un couple amoureux du legs architectural et de l'ambiance de Fès. A l'heure où la Ville de Tétouan entend encourager son patrimoine culturel, civilisationnel, ainsi que son cachet touristique, il s'avère être plus qu'opportun d'investir dans la rénovation, dans un but touristique, d'un riyad local. C'est ce qu'a fait une Espagnole, Maribel Jimenès, dans la médina de cette petite ville injustement oubliée du Nord.

Cette passionnée découvre le lieu en 2008, par hasard, lors d'un séjour au Maroc.



Son frère architecte et elle décident de transformer le riyad pour en faire une affaire.

## Un pari et une ténacité espagnols

Inoccupé durant 20 ans, le riyad est alors en ruine. Il faut notamment s'atteler à refaire les plafonds et les murs, à faire retrouver au zellige son éclat, à redonner vie au jardin, à remplacer les vitres brisées...

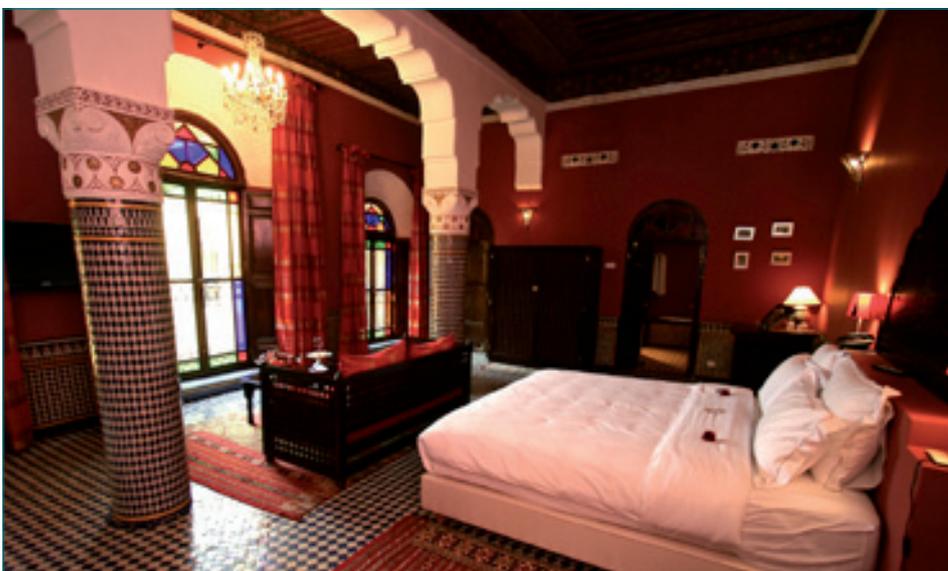
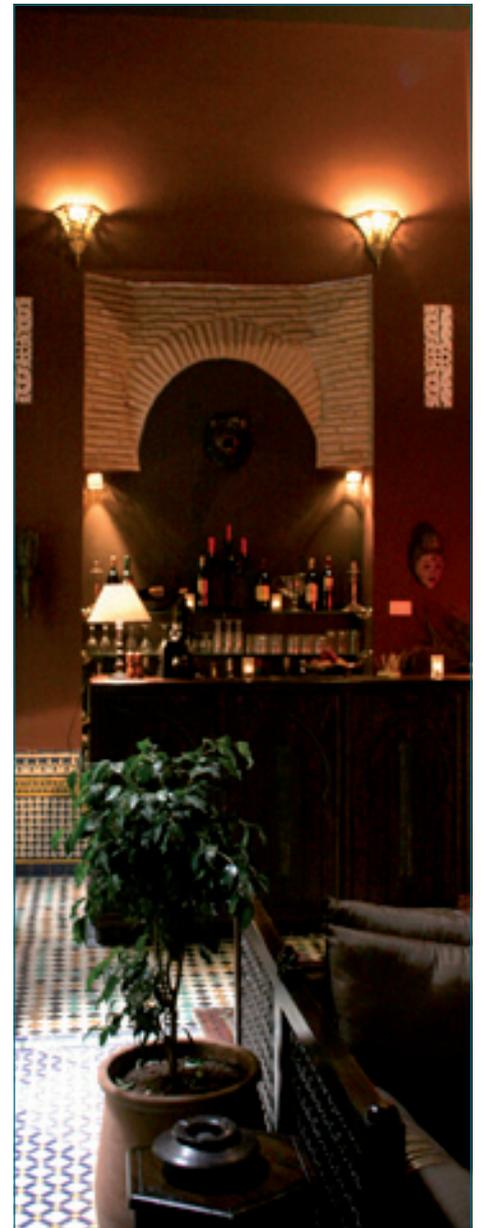
« Les difficultés que j'ai rencontrées ont été celles d'un site avec beaucoup de volume et d'envergure. Les problèmes auraient été similaires dans un autre pays, mais, dans ce cas-ci, d'autres se sont ajoutés ». Il s'agissait d'apporter des matériaux au lieu de restauration, en tenant compte de la difficulté du transport dans les ruelles de la

médina, du recrutement de bons artisans (en *tadellak*, plomberie, électricité, etc.), de la barrière linguistique (des prestataires ne parlant ni espagnol ni français). « Dans une ville plus grande, cela aurait été sans aucun doute plus aisé », témoigne Mme Jimenès.

« Les finitions ont constitué la phase a été plus stressante, en raison du retard dans l'achèvement des travaux. De plus, nous n'avons pas pu trouver quelqu'un pour restaurer la vieille mosaïque de certaines chambres », poursuit-elle.

Mais « le cauchemar ultime de cette aventure » reposait sur les soucis d'ordre administratif, qui « étaient sans fin » ; « la procédure n'est pas claire ».

Aujourd'hui, *Blanco Riad* a du succès, y compris son restaurant.



*Riad Le Calife*, à Fès, figure parmi les « meilleurs hôtels du monde », selon un site Internet.

## Mokhtar Ramdani, chef exécutif Casino Mövenpick

“ Il est gratifiant de transmettre notre savoir aux jeunes apprentis ,”

Aux fourneaux dans de prestigieux hôtels à travers le monde depuis 1965, Mokhtar Ramdani est aujourd’hui chef exécutif et directeur de la Restauration au Casino Mövenpick.



Chef passionné de cuisines créative et fusion, Mokhtar Ramdani reçoit des honneurs qui le font remarquer (« fourchettes » du Club des uniques, au Maroc ; « meilleur plat » du Hyatt Roissy, en France). Il est par ailleurs président délégué de l’Association des cuisiniers du maroc la région Nord.

### Mon parcours

Je découvre rapidement ma voie lors de mon apprentissage à l’hôtel *Tour Hassan*, à Rabat en 1965. Ma vocation se confirme lorsque je travaille dans différents lieux de haute gastronomie au Maroc. J’accède au poste de chef

de cuisine de Sotoram Catering puis à celui de sous-chef exécutif à l’hôtel Safir à Casablanca. Je suis finalement promu chef exécutif au Hyatt Regency Casablanca.

J’entreprend, de 1986 à 2000, un tour du monde qui me permet de travailler avec des chefs prestigieux aux Hyatt respectivement de

Hong-Kong, Bali, Montreux – en Suisse –, Cologne – en Allemagne – et de Roissy – près de Paris.

Quand le Casino Mövenpick me sollicite en 2001, je n’hésite pas beaucoup à venir exercer dans la ville du Détroit, car elle m’a toujours fasciné.



Du loup de mer accompagné de taboulé.

### Le côté gratifiant de mon travail

Être un bon cuisinier et satisfaire les plus exigeants en matière de gastronomie, c'est toujours gratifiant. Et puis c'est tellement gratifiant de voir son travail récompensé quand on constate que l'on peut faire partager son amour pour la cuisine et transmettre notre savoir à tous nos jeunes apprentis qui ont assez de persévérance et prennent plaisir à réussir dans cette voie.

### Les difficultés rencontrées

Si je ne vois vraiment aucun inconvénient à exercer mon activité, les difficultés, elles, sont évidentes. En effet, dans ce métier, on doit toujours se renouveler, prendre des risques, oser de nouveaux goûts, de nouveaux « mariages », et on craint toujours de ne pas être à la hauteur ou de ne pas atteindre l'excellence à laquelle on aspire. C'est d'ailleurs pourquoi que je suis exigeant envers ma brigade et surtout vis-à-vis de moi-même.

### Ma matière première favorite parmi les produits marocains

L'huile d'olive.

## Ma recette

### Effeillé de loup de mer à la fleur d'aneth et sa petite salade de taboulé

#### • Ingrédients pour deux personnes

Filet de bar cru de 400 gr  
1 jus de citron jaune  
2 branches d'aneth frais hachis  
3 cuillères à soupe d'huile d'olive vierge  
Fleur de sel  
Croûton à l'ail  
Moulin à poivre

#### • Pour la salade taboulé

50 gr de blé concassé (bourghoul)  
1 botte de persil haché fin  
12 feuilles de menthe fraîche  
finement hachée  
1 oignon haché  
Jus de deux citrons  
3 cuillères d'huile d'olive vierge  
1 pincée de poivre moulu  
Fleur de sel

#### • Préparation du taboulé

Débarrasser le blé concassé des éventuels cailloux, puis rincer à l'eau et égoutter en pressant avec la paume des mains.

Ajouter le jus de citron et réserver.

Rincer le persil haché et la menthe et égoutter en les pressant

Hacher très finement l'oignon, mélanger tous les ingrédients avec de l'huile d'olive, sel et poivre

#### • Préparation et dressage

Trancher le poisson en fines tranches et déposer sur les assiettes

Mélanger le jus de citron, l'aneth, huile d'olive et sel puis napper le poisson

Moudre du poivre, via deux tours de moulin.

Mettre la salade de taboulé au milieu. Au côté de chaque assiette, poser un croûton.

# Comment optimiser sa commercialisation en restauration

Par **Optim**  
achat

Nous verrons dans ce conseil d'expert comment commercialiser son restaurant. L'objectif prioritaire d'un restaurateur est de remplir son restaurant, d'augmenter son trafic pour améliorer son chiffre d'affaire. Nous énumérerons les différentes possibilités pour remplir son restaurant et aussi quelles sont les erreurs à ne pas faire pour que ces actions de commercialisation ne se retournent pas contre le restaurant et ait un effet inverse à celui recherché. Nous parlerons des différents supports de vente que peut utiliser un restaurateur.

L'objectif de tout commerçant est donc d'accroître la fréquentation de son restaurant. Le restaurateur peut utiliser différentes techniques comme la commercialisation décalée qui consiste à

**L'OBJECTIF DE TOUT RESTAURATEUR EST D'ACCROÎTRE LA FRÉQUENTATION DE SON RESTAURANT.**

proposer des offres à certains moments (après le « coup de feu » du midi ou pendant des heures creuses, comme chez *Hippopotamus* entre 14h30 et 19h30 (sur les plats et du lundi au vendredi uniquement). Nous pouvons noter aussi le développement des « happy hour », des offres lors de certaines périodes (fêtes calendaires...) ou auprès de certaines cibles (étudiants, cinéphiles...)

Les *OP promotionnelles* sont très majoritairement accompagnées d'une offre (réduction, prime, forfait, offre liée...) portée par une communication saisonnière (Noël...) ou produit (plats régionaux...), parfois en one shot événementialisé (dégustation, formation...), mais aussi en dispositif plus durable.

Les supports restent aussi classiques : affichage vitrine, chevalets, stop flux, vitrophanies... en sus du site Internet des enseignes ou des restaurants, appuyés en zone urbaine par les médias radio, affichage et presse. Seuls les plus grands opérateurs réalisent des opérations de buzz, de *street*



*marketing*, télévision, voire même, comme aux USA, le placement de produit en TV ou dans des jeux.

La carte ou le menu est l'un des supports de vente les plus importants. Au travers de la carte ou du menu, le client va imaginer ce que va être son repas, faire son choix et passer commande.

De son côté, le restaurateur utilise ses supports pour mettre en valeur ses produits et orienter la clientèle. La cohérence de la carte avec la stratégie commerciale est la clé d'un bon support.

En dehors des matériaux choisis (carton, papier, tableau ou ardoise), du format (un volet, deux volets, triptyque), de la présentation (texte et couleurs), il est de plus en plus indispensable de traduire la carte en langues étrangères (anglais, allemand, italien).

D'autres formes de support de vente existent comme l'exposition des produits eux-mêmes.

« Montrer les produits les valorise, ils sont en eux-mêmes de bons supports de vente ». L'exposition des produits fait partie du décor. Elle doit toujours être impeccable et elle oblige parfois le client à se déplacer. Comme exemples nous pouvons citer : Banc d'écailler, chariot à fromages ou à pâtisseries, chariot d'apéritif ou de digestif, buffet de charcuteries, d'entrées...

Différents moyens sont à la disposition du restaurateur pour se faire connaître, promouvoir ses prestations, fidéliser sa clientèle. Le catalogue des prestations : il présente l'éventail des manifestations (menus, buffet, réceptions). On y trouve des formules d'assortiments de canapés, des forfaits *open bar*, des plans des salons avec des exemples de disposition. Ce document très illustré est utilisé également à l'extérieur de l'établissement (démarchages et négociation). Les documents et les actions de promotion attirer et fidéliser nécessitent des rappels réguliers auprès de la clientèle par la promotion et la publicité.

- Former et informer le personnel des actions à entreprendre en construisant des argumentaires de vente (« *On ne vend bien que ce que l'on connaît bien* »), déceler les besoins du client par un questionnaire adapté...

- Publicité sur le lieu de vente (PLV) : elle consiste à utiliser l'espace restaurant, le hall, les chambres, les ascenseurs, etc., comme support publicitaire afin de suggérer un produit, une formule... Nous avons comme exemples les affiches,



kakémonos, supports vidéo...

- La carte de visite (format carte de crédit)
- Le chevalet de table pour promouvoir une nouvelle formule, un cocktail du jour, une soirée à thème, un vin du moment...
- Les petits objets offerts aux clients (pochette d'allumettes, stylo, papier à entête...)
- La publicité est souvent limitée à la presse nationale ou locale mais l'affichage (4x3) ou les messages radios peuvent être une solution.
- Le principe du partenariat : avec un club de sport, une association, une manifestation caritative...
- L'organisation d'expositions, de



vernissages d'artistes, de conférences...

- Les guides touristiques et gastronomiques : vecteur publicitaire important pour la restauration traditionnelle.

- Le site Internet : média moderne, consultable partout dans le monde la Toile est dotée d'atouts publicitaires importants. Le site de l'établissement doit être soigné et actualisé.
- Développer les facteurs d'ambiance (soirées à thème, buffet...)
- Créer des ventes associées par des associations mets et vins ; exemple du foie gras de canard avec son verre de sauternes.
- Développer les formules dégustation qui privilégie la découverte et la variété en réduisant le volume des portions.
- Proposer de la vente à emporter, vecteur important de notoriété.
- S'impliquer lors de certains événements nationaux : Semaine du goût, concours de cuisine...

Nous voyons qu'il existe nombre de moyens de promotion pour augmenter le taux d'entrée dans le restaurant. Mais celle-ci ne fragilise-t-elle pas le marché ? La chasse au trafic sur les restaurants est certes depuis longtemps ouverte, mais les campagnes de promotion n'augmentent que très rarement le ticket moyen, surtout lorsque le client, au pouvoir d'achat en tension, réduit sa consommation en restauration commerciale : moins de plats, moins de boissons...

En conséquence, le ticket moyen stagne et la structure du ticket se modifie. L'intérêt des campagnes de promotion réside dans l'affirmation d'un positionnement, la fidélisation et l'animation de la clientèle locale des restaurateurs.

Le danger qui semble guetter la restauration est que le client devienne un vrai chasseur de promotion. L'intérêt de telles opérations

promotionnelles aurait alors tendance à éroder la marge et à accentuer le passage d'une enseigne à l'autre, au gré des réductions de prix consenties par telle ou telle enseigne, particulièrement sur un marché fortement sensible au prix.

- Tout le monde connaît les sites



Internet d'opérations en achats groupés de consommateurs dont chaque offre, assortie d'une énorme réduction de prix (50 % minimum), doit être souscrite dans la journée. Je pense qu'il faille bien avertir les restaurateurs des risques inhérents pour leur activité s'ils étaient tentés par l'aventure.

En fait, il convient de relativiser : le succès des opérations de ce type. Celui-ci est variable selon le modèle économique du commerçant et totalement inadapté à certains secteurs. Une salle de cinéma a beau être vide, la séance démarrera à l'heure prévue, alors pourquoi ne pas remplir les sièges de clients payant le billet moitié prix ou moins encore ? Un revendeur de scooters a un stock important dont il veut se défaire ? Il a intérêt à faire une forte remise groupée pour voir partir tous ces deux roues rapidement. Si le *coach* se désespère dans une salle de sport largement

**DIFFÉRENTS MOYENS SONT À LA DISPOSITION DU RESTAURATEUR POUR SE FAIRE CONNAÎTRE.**

équipée en machines de tous genres, autant proposer une offre à -50 % qui fera le plein de clients pour les faire tourner. De même pour les salons de soins et de massage : tant qu'à payer des esthéticiennes, mieux vaut que ce ne soit pas à ne rien faire mais à s'occuper de clients du matin au soir, quitte à ce qu'ils ne payent que 40 % du prix tarif. Vous l'aurez compris : ces opérations ne risquent pas de mettre en péril les finances de ces commerces et peuvent même

# Hmizate.ma

s'avérer positives, car elles n'entraînent aucune augmentation des frais variables – ou si peu. Et si la marge de l'établissement est élevée, un *discount* important peut passer sans causer de dégâts.

Dans la restauration, c'est tout le contraire: chaque client qui entre génère une augmentation des dépenses en salaires, charges, et naturellement en produit. En masse salariale tout d'abord, parce quand deux personnes suffisent pour servir une salle à moitié vide, une troisième sera



nécessaire si elle est pleine, ou tout au moins faudra-t-il allonger les horaires de services. Quant au coût matière, il est strictement

proportionnel au nombre de plats et boissons servis. Contrairement aux exemples ci-dessus, plus il y a de clients dans un restaurant, et plus ça coûte ;

les frais variables représentant la majorité des charges. Voilà pourquoi le système d'achats groupés ne peut pas être rentable pour les commerces, restauration en tête, où l'opération nécessitera un surcroît de temps passé et/ou de personnel, donc un



accroissement des charges directement liées à la promotion. Pour un restaurant dont le revenu brut d'exploitation oscille autour de 15 %, comment peut-on imaginer préserver ne serait-ce que l'équilibre



avec un grand nombre de repas vendus à -50 % pendant trois, quatre ou six mois ? (à moins que l'établissement n'ait de grosses réserves de trésorerie...) Le revenu ne sera plus de 15 % mais de 10 ou moins encore. Et à ce niveau, la rentabilité sera négative, car les charges, taxes et autres investissements obligatoires ne diminuent pas. Une chose est sûre, la promotion dans un restaurant doit bien avoir pour objectif d'attirer de la clientèle pour **a u g m e n t e r** le chiffre d'affaires, et elle ne doit pas coûter plus d'argent qu'elle en fait rentrer dans les caisses.



*Alain Mazoyer  
Directeur Associé  
Optim Achat*

**ait**  
ingredients

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

- Technic it**  
Améliorants et correcteurs
- Pratic it**  
Mixes et prémixés
- Creativ it**  
Ingrédients céréaliers
- Activ it**  
Ingrédients technologiques

Casablanca  
Youssef Benhaymoud - Km 7 - Boulevard Chefchaouni - ZI Ain Sebba  
Port: 06 61 54 33 63 - Fixe: 05 22 35 54 12/13 Fax: 05 22 35 54 40  
Mail: ybenhaymoud@soufflet-group.com  
www.ait-ingredients.com

**Cash Systèmes Industrie**  
Terminaux Point de Vente

STAR CSI STAR

WiFi

Cash Systèmes Industrie Afrique  
7, Rue d'Asilah, Bourgogne, 20000 Casablanca  
Tel: 05 22.20.99.79 - Fax: 05 22.20.98.14  
www.cashsystemes.eu

# MAINTENANT C'EST LE TEMPS DE



MAGAZINE FRANCOPHONE MAROCAIN  
**N°1, DES DÉCIDEURS**  
LE PLUS DIFFUSE AU MAROC ET  
DANS LE MONDE

4 modes de distribution  
**4 GRATUITE**

**1** 20.000 exemplaires  
GRATUITEMENT

**2** 135.000 abonnés  
(dans le monde  
et au maroc)

**3** Plus de 50.000  
visiteurs par mois  
[www.resagro.com](http://www.resagro.com)

**4** Diffusion directe  
sur principaux  
salons/événements  
Maroc et Monde



(+212) 5 22 36 04 09 / 16 / 19

[www.resagro.com](http://www.resagro.com)



A Ouarzazate, le flux de touristes français est suivi de celui d'allemands.

## Ouarzazate, une destination qui « monte »

**L**e Maroc du Sud, Ouarzazate du moins, attire de plus en plus les touristes. En effet, selon les statistiques du ministère du Tourisme, Ouarzazate a enregistré, en février, l'arrivée de pas moins de 20.611 touristes au début de l'année contre 17.162 une année auparavant. Une progression qui correspond à 20 % de plus.

Les touristes français sont de plus en plus friands de la destination. Passant à 9.769 touristes contre 7.183 en 2010, la France arrive en tête des pays d'origine, enregistrant une hausse de 36 %.

Les Français sont suivis des Allemands, avec 2.141 touristes contre 1.690 en 2010 (+27 %). Les statistiques du ministère font également état de la hausse de 14 % des touristes résidents, classés en troisième position, dont le nombre a été de 1.980 touristes, contre 1.743 en février 2010. Par ailleurs, les touristes japonais ont connu une baisse de leur affluence de 11 % avec 1.465 visiteurs. Ainsi, les nuitées enregistrées dans les différents hôtels, résidences, villages touristiques et maisons d'hôtes classés dans la province de Ouarzazate ont connu une hausse de 29 %, passant de 27.438 nuitées en février 2010 à 35.487 en février dernier. Cette hausse trouve son origine essentiellement

dans l'amélioration enregistrée au niveau des nuitées réalisées par les touristes français avec 20.832 nuitées contre 13.813 (+51%) suivis des résidents avec 3.472 nuitées (+7%) et des Allemands (28%). Le nombre de nuitées réalisées par les touristes japonais, quant à lui, a reculé de 8%, passant de 1.830 nuitées en février 2010 à 1.680 en 2011 suivis des Anglais avec 1.275 nuitées contre 1.298 (-2 %). Le taux d'occupation moyen des touristes ayant visité la province de Ouarzazate

durant le mois de février dernier est de deux nuitées pour chaque touriste, principalement enregistré dans les hôtels classés 4 étoiles qui ont réalisé 27 % du total des nuitées enregistrées dans toute la province.

Reste que plusieurs hôteliers, sur place, ne voient pas en quoi le flux de touristes a augmenté... Ils ont même confié à *ResAgro* que l'arrivée de visiteurs étrangers, français en particulier, serait plutôt en recul, au minimum depuis début 2011 !



# *Ait Souala* Gris

Laissez vous griser...



*Thalvin*  
TERRE DES VINS  
MAROC

*Ouled Thaleb*  
morocco  
africa  
wine  
1921

# L'industrie internationale du vin rejoint la tendance « verte »

Le marché international du vin mute. Les vins répondant aux critères de durabilité ont le vent en poupe. L'autre tendance majeure a trait aux marchés : ils s'annoncent dynamiques en Asie et en Amérique latine notamment.

En collaboration avec Prowein



Une gamme de vins californiens a décroché l'*International Award of Excellence in Sustainable Winegrowing* (prix d'excellence en viticulture durable).

Dans presque tous les pays viticoles, les producteurs et leurs associations sont de plus en plus soucieux de la durabilité et d'une viticulture respectueuse de l'environnement. La notion de développement durable prend de plus en importance, que ce soit à travers l'engagement de l'allemand VDP ou chez les principaux producteurs européens.

En Californie, le système de vin certifié, comme étant issu d'une viticulture durable, a déjà été approuvé par 1.500 domaines et les producteurs qui exploitent 70 % de la superficie plantée en vigne. Alois Lageder, un producteur de premier plan du Tyrol du Sud (Allemagne), considère cela comme une tendance internationale, de même que Hermann Pilz, rédacteur en chef de la revue professionnelle allemande *Weinwirtschaft* [« Économie du vin », en allemand – n.d.l.r.] Toutefois, M. Pilz souligne que la tendance à se diriger vers le développement durable

a quelque peu dérivé vers le marché du vin bio. Il croit que, pour de nombreux producteurs, la méthode de production n'est pas au premier plan des efforts de marketing et ajoute: « On peut même dire que le vin organique est beaucoup plus produit que ce qui est vendu sous cette appellation ».

## Moindre taux d'alcool recherché

Pratiquement tous les experts internationaux pointent avec de moins en moins d'ambiguïté les changements stylistiques. Les mots à la mode qu'Alois Lageder utilise pour décrire la tendance actuelle sont : « vins élégants avec un désenchantement à l'égard des vins opulents », « vins que vous tirez pour le plaisir de boire », « vins légers, avec moins d'alcool ». Joël Payne, spécialiste du secteur, explique : « À l'échelle internationale, je vois que les clients tournent le dos aux vins dotés d'une forte saveur boisée et d'un taux élevé

d'alcool. Ce sont les classiques les plus légers, en particulier, qui suscitent le plus d'attention ».

Filip Verheyden, ressortissant belge qui publie le trimestriel de langue anglaise *Tong*, prédit que « les styles de vin moderne vont s'éloigner de la concentration au profit du raffinement. Compte tenu du réchauffement de la planète, cela conduira à des efforts encore plus grands en termes de gestion de l'alcool dans les vignobles. Les changements dans la formation de la vigne et les sarments font partie du langage à la mode ici. »

Toutefois, Michel Rolland, un consultant international de premier plan pour les projets sur tous les continents, met en garde contre les contraintes de surcharge : « Nous parlons trop souvent de l'alcool. Or il ne faut pas trop se concentrer sur les volumes d'alcool. Tout le monde sait qu'ils ont augmenté – mais seulement d'un ou deux points. Nous sommes encore loin de 40 %



On assiste à un certain renouveau des classiques du vin.

*d'alcool par volume. Prenez garde de ne pas prendre les vins fins pour des vins délicats. De nombreux producteurs sont en train de réaliser des essais avec la conservation en barriques pour les vins rouges, afin d'obtenir des tanins plus fins, plus soyeux, sans perdre en concentration. »*

Un certain nombre d'experts – indépendamment les uns des autres – font allusion à un certain renouveau des classiques. Hermann Pilz: « *La vente de bourgogne repart à nouveau à la hausse. Du côté de l'Italie, on peut observer une augmentation de la demande pour les vins de la Vénétie ou du Piémont* ».

« *Les marques éprouvées et d'origine accèdent de nouveau au rang supérieur.*

*On constate des tendances similaires dans les marques premium qui permettent aux consommateurs d'en avoir pour leur argent »*

### Clientèle moins fidèle

À ce sujet, l'Espagnol Miguel Torres, président et propriétaire de la société du même nom, déclare : « *Les consommateurs préfèrent les marques connues qui ont résisté à l'épreuve du temps et qui offrent une bonne valeur pour l'argent.* » Toutefois, il concède que les producteurs ne peuvent plus compter sur la fidélité de la clientèle des années précédentes : « *Les gens sont devenus plus indépendants d'esprit. Ils veulent expérimenter et saisir les occasions*

*de connaître quelque chose de nouveau. »*

La reprise de l'économie mondiale et un petit millésime 2010 généreront un équilibre entre l'offre et la demande meilleur que celui observé que l'an dernier. La superficie des domaines, tant au niveau de la vigne que celui du produit fini, a diminué en 2010 par rapport à l'année précédente. La superficie utilisée pour la viticulture dans le monde est tombé à environ 70.000 hectares. Plus précisément, dans les pays d'Europe du Sud (Italie, Espagne, Portugal, France), la superficie plantée en vigne a été réduite – avec l'aide du financement de l'UE. En Australie et en Afrique du Sud, le taux de terrains cultivés a également chuté alors qu'il a continué à augmenter au Chili et en Argentine.

Globalement, le millésime 2010 a produit environ 260 millions d'hectolitres de vin, soit 4 % de moins que l'année précédente. Presque tous les pays européens à l'exception de l'Espagne ont connu une diminution de la récolte l'automne dernier. Il y avait aussi moins de raisins dans l'hémisphère sud et aux états-Unis qu'en 2009. La seule exception étant l'Argentine, où la vendange a été particulièrement maigre l'année dernière.

Après la crise des années 2008-2009, « *2010 a apporté quelques signes de reprise de l'économie mondiale, mais pas dans tous les pays* », note Eduardo Guilisasti. « *La volonté de dépenser beaucoup d'argent pour le vin est plus limitée* ».

À moyen terme, Eduardo Guilisasti voit des marchés dynamiques, principalement en Asie, en Amérique latine et sur le continent européen. Toutefois, l'expert Peter Hayes met en garde contre une surestimation des possibilités de vente sur les marchés viticoles comme ceux du Brésil ou de la Chine.



Des vignobles sont cultivés selon les normes écologiques les plus strictes [ci-dessus : des vignes complantées de Chasselas, Pinot noir, Gamay, Garamet, Garanoir, Galotta.



## Hygiène et sûreté alimentaire

Prévention des toxi-infections alimentaires, hygiène du personnel et des locaux sont quelques uns des éléments-clé de la sécurité sanitaires des aliments et de la sûreté environnementale dans l'activité de restauration collective. Passage en revue de quelques aspects importants.

Toute restauration collective aux normes est soumise aux « bonnes pratiques de l'hygiène ». Elles doivent permettre aux professionnels du secteur de mettre en place les bonnes pratiques d'hygiène et les sept principes de l'HACCP. Tout établissement se doit de posséder un manuel y afférent.

Dans la procédure dite de la « marche en avant dans l'espace », les différentes étapes de la fabrication, de la réception des denrées à leur distribution aux consommateurs s'enchaînent, des tâches les plus sales vers les tâches les plus propres afin d'éviter toute contamination croisée.

Ce fonctionnement demande des installations appropriées afin d'éviter tout croisement de denrées saines et de déchets, de conditionnements ou d'emballages.

• La « marche en avant dans le temps », elle, voit les différentes étapes de la fabrication s'enchaîner, tandis que certaines opérations se font dans un même secteur. Dans ce cas, entre deux étapes, un nettoyage et une désinfection sont indispensables, afin d'éviter les contaminations croisées. Ce fonctionnement doit être prévu dans le plan de nettoyage et de désinfection.

La réception des marchandises est une étape importante dans la démarche de sécurité alimentaire. En effet, la marchandise que le fournisseur vous livre peut présenter

des dangers potentiels. Il appartient à l'établissement de contrôler et de veiller à la conformité sanitaire des denrées alimentaires réceptionnées et stockées.

La maîtrise des températures doit être considérée comme un point de contrôle critique.

On distingue plusieurs étapes pendant lesquelles les températures doivent être maîtrisées afin de lutter contre les microorganismes pathogènes responsables de toxi-infections alimentaires collectives (Tiac). Parmi ces étapes figurent le traitement thermique pendant la cuisson des préparations, le refroidissement rapide des préparations, la remise en température des préparations, la décongélation.

### Gestion des déchets

La maîtrise des températures permet de limiter la multiplication des microorganismes ; de bloquer la multiplication de ces derniers ; de détruire ou réduire leur nombre.

Le nettoyage des locaux et surfaces de l'unité de restauration doivent être réalisés selon les prescriptions contenues dans le plan de nettoyage et de désinfection (PND) de l'établissement.

Le PND détermine par exemple quelles

sont les surfaces à nettoyer ; qui est l'opérateur; quelle méthode employer, quel produit utiliser, quel matériel utiliser...

L'agent doit apposer sa signature, une fois les opérations effectuées.

Le responsable de la restauration doit viser le document à la fin de la semaine ou à toute autre fréquence déterminée par le plan de maîtrise sanitaire (PMS).

Les eaux grasses doivent être mises dans des sacs poubelles, fermés, étanches et évacués vers les conteneurs à déchets en attente de leur enlèvement par les services de la collectivité locale ou une société agréée.

Les déchets alimentaires ne peuvent être cédés qu'à des responsables de centres de collecte ou des utilisateurs disposant d'un agrément.

• Les graisses alimentaires usagées (huiles de friture, notamment) ne doivent pas être mélangés aux autres déchets alimentaires. Le rejet dans les canalisations, les bacs à graisse ou les égouts est interdit, afin de ne pas perturber le réseau d'assainissement et les stations d'épuration.

Le stockage avant enlèvement par une société agréée ne doit pas favoriser la venue de nuisibles ou un risque de nuisance pour l'environnement.

Promos & Federlegno-Arredo, Association italienne des Fabricants de Meubles et Promos, Agence Spéciale pour les Activités Internationales de la Chambre de Commerce de Milan ont le plaisir de vous présenter:

« MADE EXPO 2011, MILAN, ITALY »

Salon International d'Architecture, Bâtiment, et nouvelles Techniques de Construction

Casablanca, Mercredi 15 Juin 2011 9H:00

Hôtel Royal Mansour Le Méridien – Salle Atlantique

Veuillez confirmer au Desk Promos: Italia-Marocco l'adhésion au Séminaire par mail ou Fax : + 212 (0) 522 47 08 15 marocco.desk@mi.camcom.it

#### Associé investisseur

Recherche un homme d'affaire souhaitant investir dans le domaine de la literie et de l'ameublement sur la région de Mohammedia. Je possède une petite unité de fabrication de mousse polyuréthane, salon marocain, je cherche associé sérieux et correct, secteur très porteur. Contacter Mohammed au + 212 (0) 6 61 97 33 21

#### Recherche plastiques granulés

Recherchons des plastique mat granulés blanc 1000 tonnes/ mois urgent. Contacter Aziza au + 212 (0) 6 63 85 23 73

#### Café pizzeria à El Jadida

Mise en vente d'un snack/café/pizzeria, surface 200m2, très bien aménagé et équipé, situé a quelques mètres de la plage d'El Jadida (en plein centre ville), prix très intéressant. Contact au + 212 (0) 6 65 90 30 13

#### Débris de bouteilles en plastique

Notre société achète des débris de bouteilles en plastique (transparent seulement). Nous achetons 100 tonnes chaque mois seulement aux entreprises de bonne réputation et aux ONG. Nous exigeons des documents dans l'ordre avant de fermer tout accord. Offre à 250 US \$ / tonne fob, décontaminés. Merci de nous contacter uniquement en remplissant les conditions. Contacter Fidel au (+34) 6 44 02 53 74

#### Grossiste en fruits et légumes

Grossiste en fruits et légumes en France exporte vers l'étranger, recherche des grossistes marocains sur les marchés de gros pour commercer avec eux. J'ai une qualité de golden delicious, pink lady et autres poires.... Qualité à des prix défiant toute concurrence. Je peux fournir en grande quantité et toute l'année. Contacter al-haffid au (+33) 6 24 59 29 20

**CHEOP CARS**  
Location de voitures

Abdelkrim SNAK  
Responsable Commercial

Tél.: 05 22 27 32 47  
05 22 29 38 92  
Tél.: 05 22 29 38 59  
GSM: 06 68 43 89 84  
06 61 24 45 01  
E-mail: cheop.cars@menara.ma



Plus de 100.000 décideurs voient cette annonce... Alors pourquoi pas la vôtre !

Contactez dès maintenant le (+212) 05 22 36 04 16 ou [contact@resagro.com](mailto:contact@resagro.com)

**SERRURES ET SURVEILLANCE**

PRODUITS **MUL-T-LOCK®**

Mr Victor Oikinine  
GSM : 06 61 33 88 38

Siège : **L'art de la sécurité**  
21, Rue Jean Jacques Rousseau - Casablanca  
Tél : 05 22 49 06 97 - Fax : 05 22 22 07 48  
E-mail : [mul-t-lock@menara.ma](mailto:mul-t-lock@menara.ma)  
Site : [www.secumaroc.com](http://www.secumaroc.com) - [www.mul-t-lock.com](http://www.mul-t-lock.com)



**RABD**

**Claude Bernard Electricité**

IMPORTATION ET COMMERCIALISATION DE TOUT MATERIEL ELECTRIQUE

**DISTRIBUTEUR PHILIPS**

LAMPES ECLAIRAGE  
VENTE GROS ET DETAIL  
CONSEIL GRATUITS ECLAIRAGE

RUE EL KHAOUARIZMI Place Verdun - CASABLANCA  
Tél. : 05 22 20 09 94 / 95 / 96 • Fax : 05 22 20 09 97



**STUDIO Reporter**

E. Albert  
Reportage photo & video  
L'image est notre métier

**Reporter**

20 rue Khaouarizmi Place Verdun - Casablanca  
Tél: 05 22 27 10 91 / Gsm : 06 61 20 20 89  
E-mail : [studioreporter@yahoo.fr](mailto:studioreporter@yahoo.fr)

**ESPAGNE****BODEGALIA**

Salon des grands vins  
Du 5 au 7/6, à Valence

**BRÉSIL****FISPAL FOOD SERVICE**

Salon international du service  
dans l'alimentation et restauration  
Du 6 au 9/6, à São Paulo

**ÉTATS-UNIS****EXPO FOOD SERVICE**

Salon agroalimentaire  
Du 8 au 9/6, à Madrid

**CANADA****EAT! VANCOUVER FOOD  
+ COOKING FESTIVAL**

Salon des produits alimentaires  
de grande consommation  
et de la gastronomie  
Du 10 au 12/6, à Vancouver

**ÉTATS-UNIS****IFT ANNUAL MEETING & FOOD EXPO**

Exposition et congrès annuel sur  
les industries agroalimentaires  
Du 11 au 15/6, à New Orleans  
à La Nouvelle-Orléans

**GRANDE -BRETAGNE****BBC GOOD FOOD SHOW**

Salon de la gastronomie  
Du 15 au 19/6,  
à Birmingham

**FRANCE****THE GOOD FOOD & WINE SHOW  
SYDNEY**

Salon australien de l'alimentation  
et des vins  
Du 17 au 19/6, à Lyon

**FRANCE****THE GOOD FOOD & WINE SHOW  
SYDNEY**

Salon australien de l'alimentation  
et des vins  
Du 17 au 19/6, à Lyon

**CANADA****PACKEX TORONTO**

Salon international des techniques  
et matériaux en matière d'emballage,  
de process alimentaire,  
de manutention et de logistique  
Du 21 au 23/6, à Toronto

**FRANCE****BIONAZUR**

Salon des produits bio  
Du 1er au 3/7, à Nice

**ÉTATS-UNIS****SUMMER FANCY FOOD SHOW**

Salon de la restauration de prestige  
Du 10 au 12/7,  
à Washington

**CHINE****PROPAK CHINA**

Salon spécialisé dans la  
transformation alimentaire  
et l'emballage,  
Du 13 au 15/7, à Shanghai

**KOWEIT****RAMADAN FOOD EXHIBITION**

Salon des aliments et des boissons  
Du 17 au 29/7, à Koweït

**BRÉSIL****FIPAN**

Salon de la panification,  
de la pâtisserie et de la biscuiterie  
Du 26 au 27/7, à São Paulo

**CASABLANCA**

SOLUTRANS MEDITERRANEE



Salon international des solutions pour la filière du transport routier de marchandises du 14 au 18/6 à la Foire de Casablanca

**CASABLANCA**

LA SEMAINE DU BATIMENT



Du 16 au 19/6 à l'Office des Foires et Expositions

**CASABLANCA**

ENR



Salon des énergies renouvelables Du 21 au 23/6

**CASABLANCA**

BATIVERT



3ème édition du forum sur le Marché de la construction durable Du 21 au 23/6

**CASABLANCA**

FOIRE COMMERCIALE DU RAMADAN



Foire de produits agroalimentaires, culinaires, de décoration... Du 5 au 30/8,

**CASABLANCA**

INDUSTECH



Salon industriel des équipements, des technologies et de la sous-traitance Du 14 au 17/9, à l'Office

**CASABLANCA**

Meubleexpo



Salon international du meuble et du design du 14 au 18/9

**CASABLANCA**

CONSTRUMAR



Salon international des matériaux de la construction des BTP et de la finition du 5 au 9/10

**MARRAKECH**

GRH AU MAROC 2011



Salon des ressources humaines et des services informatiques délocalisés, du 6 au 7/10,

**CASABLANCA**

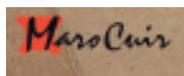
POLLUTEC MAROC



Salon international des équipements, services et technologies de l'environnement Du 26 au 29/10

**CASABLANCA**

MAROCUIR



Salon international du cuir du 13 au 15/10

**CASABLANCA**

PROTEXPO



Salon professionnel de la maîtrise des risques du 13 au 15/10

**AGADIR**

SIFEL MAROC



Salon international de la filière fruits & légumes du 8 au 11/12

**CASABLANCA**

MARCA MAGHREBIA



Salon international du transport, de la mobilité et de la logistique du 7 au 11/12

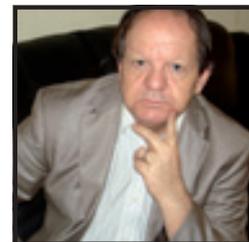
**CASABLANCA**

FORACTION



Salon international sur les technologies de l'information Du 15 au 17/11 Parc des Expositions de l'Office des Changes (OCEC)

# IMPULSER VERS LE HAUT... LA CUISINE MAROCAINE



Par M. K. Bennani\*

Le quotidien français *Le Monde* sonde tous les ambassadeurs de France et les chefs de missions diplomatiques sur le rayonnement de la cuisine française dans les pays où ils exercent leurs fonctions. Une centaine de réponses avaient été renvoyées. C'est dire l'extrême intérêt des diplomates français pour leur cuisine qu'ils érigent, à l'instar de la majorité de leurs compatriotes, comme une « référence vivante » de leur identité culturelle.

Dans le seul empire du Soleil levant, on a compté plus de 5.000 restaurants français, et pas moins d'une trentaine d'associations qui en assurent la promotion : on y trouve même Le Club de la galette des rois, dont le président d'honneur n'est autre que l'ambassadeur de France à Tokyo. Ceci prouve qu'au centre de l'État, et dans toute la sphère publique, la gastronomie constitue l'un des aspects incontournables d'un patrimoine dont ils sont fiers et pour lequel ils sont volontaires et disponibles. C'est à l'évidence pourquoi le dossier d'inscription de la cuisine française au patrimoine culturel immatériel mondiale de l'humanité – dont nous connaissons l'heureux succès – a été porté par toutes les collectivités et en premier par leur ministre en charge

de la Culture et du patrimoine, après un grand débat public qui a suscité l'enthousiasme de tous les métiers de bouche, des enceintes universitaires et de l'ensemble de la classe politique, jusqu'à la présidence de la République. Le Marocain est dans son ordinaire aussi fier de sa cuisine, comme peut l'être le Français pour la sienne... à la différence près qu'aucune politique ni aucun débat publics n'arrivent à être engagés jusqu'à aujourd'hui sur ce thème, malgré les initiatives pressantes

département de la Culture se chargeait de soutenir, en commun avec des pays de la rive nord une autre initiative – aussi louable – : celle de porter la cuisine méditerranéenne au panthéon de l'Unesco. Mais l'une n'empêchait pas l'autre.

Ajoutons que le pourtour méditerranéen, berceau de toutes les civilisations, n'a pas à faire ses preuves, alors que le Maroc a tout à prouver...

Résultat : le repas français et la diète méditerranéenne ont bien fait leur entrée au patrimoine mondial de l'humanité. Le Maroc, à l'instar de tous les pays du pourtour, y figure timidement par les grâces de la méditerranée, quelque peu cramponné à celle-ci.

Tout laisse à croire que nos politiques et décideurs friands de repas gastronomiques n'en feront encore jamais ni suffisamment état dans leur discours et en public. Peut-être jugent-ils peu valorisants dans leur posture et pour leur position. L'exemple français reste encore à méditer : MM. Chirac et Sarkozy en font foi. Ils sont les premiers VRP de leur cuisine.

\* *Président délégué de l'Association marocaine de la gastronomie ; coordinateur du Projet d'inscription de la cuisine marocaine au patrimoine culturel immatériel de l'humanité à l'Unesco*

**LES CHEFS D'ÉTAT, EN FRANCE,  
SONT LES PREMIERS VRP DE  
LA CUISINE DE LEUR PAYS**

et renouvelées de l'Association marocaine de la gastronomie (AMG), qui s'évertue à faire valoir auprès des instances dirigeantes que la cuisine reste un mode d'identification très expressif de la nation marocaine, à laquelle des priorités et des actions doivent être dévolues par les différents départements concernés.

L'AMG a lancé une initiative citoyenne similaire à celle française : porter la candidature du Maroc devant les instances de l'Unesco, afin d'inscrire la cuisine marocaine au patrimoine culturel immatériel mondial de l'humanité (PCI). En vain. Le



## GRAND DÎNER DE GALA DES CHEFS

Saveurs de la cuisine fusion

Une cuisine authentique imprégnée d'autres influences

L'Association des Cuisiniers du Maroc (ACM) organise un dîner de gala exceptionnel à l'automne 2011 au Golden Tulip Farah (Casablanca)

- Le repas sera préparé dans les cuisines de l'hôtel par six des meilleurs Chefs, membres de l'ACM
- Chaque Chef réalisera un plat représentant de nouveaux goûts inspirés d'ailleurs



# EQUIPHÔTEL C.H.R



## SALON

**PROFESSIONNEL DE L'EQUIPEMENT  
HÔTELIER- RESTAURATION  
& METIERS DE BOUCHE**



# OUJDA



**07 ► 10 JUILLET 2011**

**INFORMATION & RÉSERVATION**

**Gsm : 06 69 73 01 83 / [kamallwed@gmail.com](mailto:kamallwed@gmail.com)**

  
**Aïn Ifrane.**  
DU CÔTÉ DE LA NATURE.

# SOURCE DE NATURE AU QUOTIDIEN



LA NATURE EST GÉNÉREUSE À L'ÉTAT PUR. PROTÉGEONS-LÀ, ELLE NOUS LE RENDRA BIEN. À LA SOURCE, AIN IFRANE, UNE EAU PURE ET LÉGÈRE QUI PUISE SON ORIGINE DANS LA NATURE. AIN IFRANE, UNE EAU DE SOURCE NATURELLE, RICHE EN CALCIUM ET EN OLIGO-ÉLÉMENTS QUI VOUS APPORTERA, TOUS LES JOURS, LES BIENFAITS DE LA NATURE.

**PROTÉGEONS LA NATURE, LA NATURE NOUS LE RENDRA BIEN !**

[www.ainifrane.ma](http://www.ainifrane.ma)