

RESAGRO

MAGAZINE DES DÉCIDEURS

www.resagro.com

N°25 - NOVEMBRE 2011

Le halal, un marché local et mondial



L'apiculture vers l'agrégation



Lait et mesure microbiologique



Les tendances viti-vinicoles mondiales

L'OASIS, SOURCE DE CROISSANCE SOLIDAIRE الواحة، منبع لتنمية تضامنية



2^{ÈME} ÉDITION DU SALON INTERNATIONAL
DES DATTES DU MAROC
DU 10 AU 13 NOVEMBRE 2011 À ERFOUD



Sommaire

Agro'



- Périscope
- L'interview du décideur du mois
Mohamed Lazrak, DG Somablanc
- Veille
- Le halal, un marché marocain et mondial
- Abattage halal : le cas des volailles
- Apiculture : Zemzami, un agrégateur de premier plan
- Environnement
- L'agriculture responsable : des critères d'analyse de l'impact environnemental à appréhender
- Réglementaire
- Management
- Rentabilité et profitabilité en industrie alimentaire

Distri-
bution



- Logistique
- Vers une agence nationale
- Nouveaux produits, Maroc et monde
- Calendrier des salons

Cahier
technique



- Process
- Lécithine de tour nesol ou de soja ?
- Formulation
- Les matières premières aromatiques
- HQSE
- Les outils actuels de détermination de la durée de vie microbiologique des produits laitiers
- Emballage

CHR



- Actualités CHR
- Hôtellerie
- Un congrès se penche sur l'Afrique à Casablanca
- Vins & spiritueux
- Les enjeux actuels des filières vigne-vin
- Comment évolue le conditionnement viti-vinicole
- Café
- Café gourmand, une tendance qui s'affirme
- Critique gastro'
- Les Jardins de Guéliz, à Marrakech
- Restauration
- La Sqala, un supplément d'âme
- Le chef du mois
- Abdellah Achiaï, chef exécutif du restaurant de l'hôtel Le Palace d'Anfa
- Tourisme
- Quand la préservation de l'environnement permet le développement économique
- Déco' & design
- Comment KFC optimise l'espace
- Assurance
- Comment assurer un établissement CHR
- Solutions
- Le e-achat
- Métiers de bouche
- Hamid Beauséjour, traiteur

ÉDITORIAL



A l'approche du II^e Salon international des dattes à Erfoud, le secteur agricole au sens large ne cesse de nous donner des motifs d'espoir pour le développement de l'économie marocaine. De l'apiculture encouragée à l'agrégation par l'Etat, jusqu'à la viticulture amenée à bénéficier à terme des techniques dernier cri à l'international, il faut se réjouir.

Pour transporter, plus et mieux, la logistique est un maillon fondamental de la chaîne. Saluons, par conséquent et comme il se doit, la création d'une agence nationale dédiée, même si est encore trop pour savoir s'il sera à même de satisfaire aux doléances des opérateurs (de l'agroalimentaire, de la distribution, des CHR et métiers de bouche, en l'occurrence).

Enfin, félicitons les organisateurs de la 1^{re} édition, sur le sol marocain, de la Conférence sur les investissements hôteliers en Afrique (HICA), qui a eu lieu courant septembre. Les acteurs, marocains et étrangers, de l'hôtellerie ont des leçons à en tirer, pour plusieurs années... ■

Alexandre DELALONDE

A. Delalonde, directeur de publication • D. François, responsable de rédaction • Y. Hmoudou, infographiste-maquettiste – T. Bahir, Chef de pub • M. A. Yasso, ingénieur commercial • K. Fakkar, responsable commercial • D. Chacour, secrétaire de rédaction • G. Garnier, directeur Zone France/Europe – e-mail : gilles@resagro.com • D. Pereda, correspondante francophone – e-mail: dpereda@resagro.com • F. Poun, correspondante anglophone – e-mail : fanny@resagro.com • L. Saint-Maur, correspondante hispanophone – e-mail : laetitia@resagro.com • Y. El Hilali, chef de projet Web • M. El Allali, développeur Web Compad, agence de communication : BP 20028 Hay Essalam C.P - 20203 Casablanca – e-mail : contact@groupecompad.com • 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

Le fromage, produit le plus volé dans les magasins de France

Le fromage est le type de produit le plus fréquemment volé dans la distribution en France. C'est notamment ce qui ressort d'une étude, réalisée dans 43 pays par le Centre de recherche dans la distribution (Center for Retail Research, basé en Grande-Bretagne) auprès de près de 1.200 groupes, pour la société de sécurité Checkpoint Systems.

Dans l'Hexagone, la facture des vols, pour les distributeurs, est repartie à la hausse, pour renouer avec le montant atteint deux ans plus tôt, 4,9 milliards d'euros, ou 1,40 % du chiffre d'affaires, contre 4,7 milliards d'euros ou 1,36 % des ventes il y a un an. L'équivalent, selon l'étude, d'un impôt annuel de 200 euros par foyer.

Les distributeurs estiment que les vols sont commis à 44 % par les clients, 30,1 % par le personnel et 7,2 % par les fournisseurs.



Les céréales françaises face à une croissante demande internationale

Mettre en valeur la qualité de la nouvelle récolte française 2011, qui, avec 33,4 millions de tonnes de blé moissonnées, devrait satisfaire les besoins de ses clients les plus exigeants. Tel était le point focal des Rencontres 2011 franco-marocaines des céréales, organisées par France Export Céréales à Casablanca fin septembre à Casablanca.

Ceci est présenté comme étant le résultat d'un travail des producteurs français qui tendent à améliorer chaque année la qualité de leurs blés, en faisant le choix de variétés améliorées, en pratiquant des méthodes de culture toujours plus précises, et en recourant à des organismes stockeurs de confiance.

Par ailleurs, l'accent a été mis sur la disponibilité de l'origine française à l'exportation. Afin de répondre à une demande internationale croissante, Pierre-Olivier Drege, directeur général de l'Association générale des producteurs de blé (AGPB), a tenu à rappeler comment et pourquoi les agriculteurs français ont fait le choix de s'adapter à ce marché et les réponses qu'ils y apportent.

Force est de constater que la France occupe régulièrement la première place des importations marocaines de blé tendre avec 62 % de part de marché durant la campagne 2010-2011 et plus de deux millions de tonnes livrées.

Au delà de ces échanges commerciaux, la filière céréalière française, représentée au Maroc par France Export Céréales, souhaite profiter de sa présence pour renforcer les relations qu'elle entretient avec ses homologues marocains, notamment en renouvelant les programmes de coopération.



C7, un suiveur de soleil nouvelle génération

Une entreprise basée à San José (Etats-Unis), SunPower, annonce aux opérateurs – du marché marocain sensibles aux énergies renouvelables – le lancement du C7 Tracker, un suiveur de soleil, adapté aux aires bénéficiant d'un fort ensoleillement.

Le C7 offrirait le coût par kWh le plus faible du marché pour les grandes centrales photovoltaïques, soit jusqu'à 20 % de réduction du coût par kWh sur la durée de vie de la centrale par rapport aux technologies concurrentes.

Le C7 est composé d'un tracker mono-axial horizontal et de rangées de mi-

roirs paraboliques dont le rendement serait de 22,8 %, soit le plus élevé sur le marché. L'utilisation de miroirs pour réduire le nombre de cellules photovoltaïques nécessaires à la production d'électricité permettrait de diminuer le



coût du kWh de 20 % par rapport aux technologies concurrentes.

Le C7 comprend des récepteurs de cel-

lules photovoltaïques modulables censées améliorer les performances de la centrale dans le futur.

Par ailleurs, SunPower peut amener à générer la fabrication du système de concentration au niveau local.

« Avec plus de 400 mégawatts de centrales en opération partout dans le monde d'ici à la fin de l'année, SunPower offre toujours la technologie solaire la plus performante et la plus fiable du marché, ainsi que le plus haut retour sur investissement pour nos clients », a déclaré Tom Werner, P-DG.

SunPower existe depuis 25 ans d'expérience et affirme assurer un retour sur investissement maximum durant toute la durée de vie du système.



Coca-Cola Maroc lance Dar Al Amal

Coca-Cola Maroc a annoncé en septembre le lancement, cette année, d'une nouvelle plateforme sociale, nommée Dar al-Amal, qui « vise à développer différents programmes socioéconomiques et environnementaux afin d'apporter son soutien aux communautés les plus défavorisées en milieu rural et urbain ».

Dans le cadre de cette nouvelle plateforme, et à l'occasion de la rentrée scolaire 2011-2012, Coca-Cola Maroc renouvelle son programme de soutien à la scolarisation et de lutte contre l'abandon scolaire, à travers une opération de distribution de cartables, garnis en fournitures et manuels d'études, et ce au profit des enfants des centres SOS Villages d'Enfants Maroc, dans différentes villes du royaume.

Cette initiative a été lancée il y a déjà deux ans à travers une distribution de vélos à la campagne.

GIAC Technologies

1- Vous êtes une Entreprise Membre de l'une des Fédérations Professionnelles :

- FENELEC (Fédération Nationale de l'Electricité et de l'Electronique),
- APEBI (Fédération Marocaine des Technologies, des Télécommunications et de l'Offshoring).

Ou

2- Vous êtes une Entreprise Opérant dans les Secteurs d'Activité « des Technologies ».

Le GIAC Technologies vous assiste Techniquement et Financièrement en prenant en charge :

- 70% du coût du Diagnostic Stratégique,
- 70% du coût de l'étude d'Ingénierie de Formation en cours d'emploi,

GIAC Technologies

C/O le siège de la FENELEC, Résidence Mervet
4, Rue de la Bastille - Racine - Casablanca
Tél : 05 22 36 45 92 - Fax : 05 22 95 17 27
E-mail : giactechnologies@gmail.com



Palme de l'innovation à Linde, au CFIA Metz

Ils étaient près de 30 candidats à avoir concouru à cette première Palme de l'innovation remise notamment par le salon CFIA Metz, dans le nord-est de la France. Linde a été récompensé par la Palme de l'innovation pour le tunnel cryogénique Cryoline XF. Il réussit à maximiser le coefficient de transfert thermique, grâce à un nouveau système de turbines excentrées. Le flux d'air est accéléré, puis traverse la spirale, et est enfin redirigé vers le tapis convoyeur et la chambre des turbines. Il y a un flux croisé entre les parties haute et basse de la spirale. Cette distribution réduit le temps de surgélation et augmente le transfert

thermique. De plus, Linde a réduit l'encombrement, du fait de l'absence de ventilateurs latéraux. Le volume étant moins important la consommation de gaz frigorigène est plus basse. Capacité de production de 1.000 à 7.500 kg/h. Les applications concernent aussi bien le refroidissement que la surgélation de viandes, poissons, plats préparés, produits de la mer ou de produits de boulangerie. Le Prix d'encouragement, quant à lui, a été remis à ASC Instruments pour le détecteur ASC 7400. Cette innovation teste l'étanchéité des emballages rigides type flacon sans porter atteinte à leur intégrité. La machine est ca-

pable de détecter des fuites de taille minime, inférieure à celle d'une bactérie. Etant non destructif, le test peut être systématique selon les conditions déterminées par l'opérateur. L'instrument mesure jusqu'à cinq emballages simultanément et isole ceux considérés comme non conformes. L'ASC7400F est capable d'éditer des rapports de contrôle sous format PDF pour l'archivage et sous format Excel pour le traitement statistique des données. Dans le même esprit, ASC présente également l'ASC7400S permettant de tester l'étanchéité des emballages souples, toujours en contrôle non destructif.

SIDIME

Pesage Dynamique, Analyse, Contrôle et Détection de métaux

Bascule Intégratrice



Détecteur de Métaux



Arrêt d'urgence & Déport de bande



Groupe Trieuse pondérale & Détecteur de métaux

41, Bd. Nassiba Bent Kaab B.P. 19568 - 20400 Casablanca - Tél : 05 22 24 37 21 - Fax : 05 22 24 37 91
E-mail : sidime@sidime.com - Web : www.sidime.com

Sous l'égide des :

Royaume du Maroc
Ministère du Commerce Extérieur

Ministère de l'Agriculture
et de la Pêche Maritime

2^{ème} édition

Terroirs Expo
Produits du terroir
et artisanaux

du 16 au 20 Décembre 2011

Office des Foires et
Expositions de Casablanca

المعرض الدولي للمنتجات المحلية

Forte du succès de la 1^{ère} édition, l'OFEC (Office des Foires et Expositions de Casablanca), en partenariat avec l'agence d'événementiel Clic Events, lance la 2^{ème} édition de Terroirs Expo, sous la bannière de la valorisation des produits du terroir et artisanaux.

Soutenir et encourager les producteurs et artisans du cru, constitue le leitmotiv de cet événement, lequel s'ouvre d'ores et déjà à l'exceptionnelle participation d'exposants internationaux.

Cette année encore, l'OFEC se métamorphose en Maroc miniature, espace représentatif des diverses régions du pays, riches en patrimoine gastronomique, artisanal et folklorique.

Visiteurs, commerçants, entrepreneurs, exposants... Cheminez au gré des allées, faites connaissance avec les artistes et autres personnalités du secteur, et découvrez leurs produits, leurs innovations et leurs actions.

Enfin, la sensibilisation directe du grand public et des sociétés marocaines ou étrangères aux produits authentiques de la terre et du fait-main, participera au développement économique, ainsi qu'à la réduction des disparités.

Organisateur

Organisateur délégué

CLIC events

Office des Foires et Expositions de Casablanca

Renseignements au : 05 22 47 20 21

sensibilisation - animations - restauration - plaisir d'

plaisir d'offrir - foire aux cadeaux - espace relationnel -

Mohamed Lazraq, directeur générale Somablanc

« L'hôtellerie a une tendance accrue à externaliser la fonction linge »

La blanchisserie industrielle Somablanc, à Nouasseur, a connu dernièrement une extension. Elle est ainsi à même de répondre à un besoin croissant des industriels et CHR qui externalisent de plus en plus le traitement de leur linge. A travers son investissement, Mohamed Lazrak, le DG, espère moderniser cette profession. Entretien.

Propos recueillis par Driss Tayeb

Dans quel contexte a été créée Somablanc ?

Que ce soit dans les secteurs de l'hôtellerie, de l'industrie ou du tertiaire, l'externalisation est devenue incontournable. Notre objectif est donc de répondre à un besoin de plus en plus croissant des hôtels, restaurants et industriels qui externalisent de plus en plus le traitement de leur linge.

A travers cet investissement, nous souhaitons moderniser cette profession, en offrant à nos clients un service de qualité et une capacité de traitement très importante grâce à des équipements modernes, d'origine allemande, et à un processus de lavage répondant aux normes internationales.

Notre capacité actuelle est de 10 tonnes de linge par jour, sachant que le marché se situe aux alentours de 20 tonnes de linge par jour.

A l'heure actuelle, nous souhaitons capitaliser sur notre unité de Casablanca pour ouvrir dans un futur proche une autre blanchisserie industrielle à Marrakech ou Agadir.

Quel est le montant d'investissement réalisé pour cette unité ?

L'investissement réalisé pour notre unité est de 26 millions de dirhams. Nous employons à ce jour 18 personnes.

Quels sont les obstacles et difficultés rencontrés ?

Depuis le démarrage de notre unité au début de cette année, nous n'avons pas eu véritablement de difficultés particulières. Notre offre à notre clientèle un rapport qualité-prix répondant à leurs exigences.

Y a-t-il une réelle demande de la part des hôtels et restaurants pour ce service lorsqu'on sait que la majorité d'entre eux dispose déjà de leur propre blanchisserie ? Le besoin existe, les hôtels ont tendance de plus en plus à fermer leur buanderie intégrée. En effet, l'externalisation de la



fonction linge représente une économie de 20 % à 30 %. Aussi, la quasi-totalité des nouvelles unités ne prévoient pas de buanderie.



Vous intégrez dans votre offre, la location de linge et de vêtements professionnels. Vous avez un stock préétabli ou bien vous les réalisez en fonction de la demande ?

Etant donné la spécificité de chaque établissement que ce soit au niveau des

dimensions, des coloris ou des matières, il nous est difficile d'avoir un stock préétabli. Pour chaque hôtel ou unité industrielle, un cahier des charges nous est communiqué pour chaque commande.

Quels sont les besoins prioritaires des clients CHR ?

Comme tous clients, les hôtels et restaurants recherchent un rapport qualité-prix avantageux. Plus spécifiquement pour ce type de clientèle, leur priorité est de disposer d'un linge bien entretenu au fil du temps. En effet, grâce à nos équipements de pointe et aux produits lessiviels utilisés, nous pouvons garantir une durée de vie du linge bien supérieure.



Enfin, l'autre priorité de notre clientèle, est le respect des horaires de livraison que nous garantissons grâce à nos propres moyens logistiques constitués de camions de 3,5 tonnes et d'un véhicule utilitaire.

Le Plan Azur a-t-il été bénéfique sur l'activité de Somablanc ?

A ce jour, nous n'avons pas bénéficié des effets du Plan Azur, car les établissements n'entrent pas dans notre rayon d'action qui est de 250 km autour de Casablanca.

Comment vous adaptez-vous aux demandes de vêtements professionnels personnalisés avec le nom de l'enseigne, sachant qu'avec cette contrainte vous ne pouvez pas capitaliser sur la standardisation des vêtements et donc l'économie d'échelle n'est pas vérifiée ?

Nous répondons aux besoins spécifiques de chaque client. Les économies d'échelles se font plus au niveau des quantités traitées et de la logistique.

A quelles techniques/technologies faites-vous appel en faveur des normes environnementales ?

Lors de notre processus de lavage, nous utilisons des produits lessiviels biodégradables provenant d'un des leaders mondiaux. Nous disposons aussi de bassins de décantation. La combinaison de ces deux éléments nous permet de répondre aux normes actuelles concernant nos rejets industriels.

Comment gérez-vous la situation de concurrence ?

Il n'y a pas à Casablanca de véritables unités industrielles pouvant répondre aux besoins des établissements hôteliers. ■

Halal, un marché marocain et mondial

Le label « HALAL made in Morocco » à l'étranger, c'est une image encore à construire. Bientôt, un Label HALAL marocain international ? Le secteur agroalimentaire du Maroc semble avoir des atouts dans le domaine du halal. Le point.

Le secteur agroalimentaire du Maroc semble avoir plus d'atouts que les autres pays de la région pour tisser des passerelles avec le marché international, du moins dans le domaine du halal.

La programmation, au Maroc (à Marrakech), de la Convention France-Maghreb reflète cet état de fait. La Xe édition a mis le halal à l'honneur. Organisé par la société Maghreb Centre de Contact, la Convention a pour « vocation le rapprochement et la création d'un espace de rencontre des profes-

sionnels des deux rives de la Méditerranée ». Plus d'une centaine d'entreprises des deux rives ont répondu présent.

« Cette année, a déclaré M. El Ouahdoudi, président et fondateur de la Convention du halal qui a été quasiment ignoré par les stratégies commerciales marocaines. C'est un débouché important pour les produits nationaux, dès lors que la normalisation et la labellisation sont mises au

pour qu'il y ait l'élaboration d'un label marocain permettant l'exportation de produits certifiés halal vers des marchés notamment européens », a poursuivi l'organisateur. Et d'observer que le Maroc espère avoir sa part dans ce marché colossal qui représente près de 550 milliards d'euros dans le monde. D'ailleurs, le ministère marocain du Commerce et



cœur des politiques économiques », à l'heure où les produits halals investissent les rayons des supermarchés en Europe

« Dans la mesure où il n'existe pas aujourd'hui un label halal reconnu mondialement, notre objectif à travers cette Convention consiste à mobiliser l'ensemble des acteurs, notamment ceux de la certification agroalimentaire,

de l'Industrie est attendu quant à sa stratégie à ce sujet.

Parmi les intervenants et acteurs apportant leurs analyses du halal made in Morocco, Agro Food Industrie, premier producteur marocain au monde de petits pots pour bébé halals. « Nous exportons nos productions dans plus de 10 pays dans le monde, de la France au Golfe, en passant par l'Australie... Nous sommes présents dans toute la grande distribution marocaine : Marjane, Carrefour, Asswak... », a indiqué à Philippe Charot, fondateur-gérant d'Agro Food Industrie.

« Nous sommes également présents dans les salons agroalimentaires à l'international pour la promotion particulière des produits halals made in Morocco », >>>



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@groupecompad.com
Tél : 05 22 36 04 16

Sous l'égide du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies

Royaume du Maroc
Ministère de l'Industrie,
du Commerce et des
Nouvelles Technologies



المملكة المغربية
وزارة الصناعة
والتجارة
والتكنولوجيات الحديثة

MAROC
e-commerce
EXPO 2011
1^{ère} édition



Tous les leviers d'un E-commerce performant

03 NOVEMBRE
04 2011
05

By
EXPERT
EVENTS
Entreprise certifiée
ISO 9001-2008



au
PALAIS DES AMBASSADEURS
Route d'El Jadida
(En face showroom mercedes)

Suivez nous sur :

YouTube

f

in

tw

www.ecommerce-expo2011.ma

Sponsors bronze

TNC
THE NEXT CLUB



GNS
GLOBAL NETWORK SYSTEMS

Partenaires institutionnels



Partenaires Média et web

l'observateur

l'essor

Le Temps

FINANCES

TELQUEL

L'opinion

aufait

EconomieEntreprises

Aujourd'hui

TechnoMag

MICRO

RESAGRO

Forum La vérité

Le Canard Enchaîné

Le Canard Libéré

Partenaires technologiques

Monocor

e

DATAPROTECT

EMMA

HmZate.ma

proxi-business

Optim

Beegoh

VINCI

Partenaire Télé



Partenaires radio



Partenaire SMS



Partenaire Conférence



Partenaire Edition



Partenaire Accueil



Partenaire Sécurité



Partenaire Production



Partenaire Hébergement



Partenaires Aménagement



Partenaire Restauration



Partenaire Photo & Vidéo





ajoute ce patron qui s'inscrit dans une lignée de précurseurs. Pour les produits d'Agro Food Industrie, l'appellation halal est appuyée par l'estampille « Made in Morocco », et ce, pour une gamme de plus de 50 produits uniques et variés, parmi lesquels des préparations suivant des recettes du Maghreb, telles que les petits pots couscous ou tajine, des compotes de fruits, de légumes, des repas à base de viandes et de poissons.

Marché mondial de l'alimentaire halal (en MM \$)

Global Halal food Market Size (USD Billion)	2009	2010 (p)
	634,6	661,6
1. Africa	150,3	155,9
2. Asian Countries	400,1	418,1
- GCC Countries	43,8	46,0
- Indonesia	77,6	80,7
- Malaysia	8,2	8,6
3. European Countries	66,6	69,3
- France (EU)	17,4	18,2
- Russian Federation (non EU)	21,1	21,9
- United Kingdom (EU)	4,1	4,3
4. Australia/Oceania	1,5	1,6
5. American Countries	16,1	16,7

Source : World Halal Forum

Tableau - Estimation de la répartition de la taille globale du marché des aliments halal.

« En effet, explique M. Charot, nous nous devons, au-delà de notre démarche industrielle et de qualité, positionner le Maroc comme principal producteur de produit halal de la région par la promotion et mettre en avant des produits "halal made in Maroc", à l'export, qui marque sa différence, sa spécificité. » Pour ce faire, cette entreprise dispose notamment de deux laboratoires et d'un service de recherche et développement.

« Aujourd'hui, observe El Ouahdoudi, avec les différents acteurs du privé et les institutions, nous devons positionner le Maroc comme plateforme d'exportation mondiale des produits halal par la création d'un réseau partageant la même volonté de promouvoir une offre de qualité, permettant, à l'ensemble des acteurs, de bénéficier d'une offre identifiable et de nouveaux marchés adaptés à une économie de plus en plus internationalisée. Rien que l'année dernière, les



consommateurs de France originaires du Maghreb auraient dépensé 4,5 milliards d'euros. »

Pour le pilier de la Convention France-Maghreb, « la bataille économique du halal a commencé. Il est à noter que les pays les plus exportateurs de produits halal sont essentiellement des pays sans tradition musulmane comme l'Australie, la Nouvelle Zélande, le Brésil, l'Argentine, les états-Unis, le Canada, l'Irlande, le Danemark. Dans le secteur de la volaille, même la Chine veut exporter halal. »

Qui peut se permettre d'ignorer un marché mondial de près de 520 milliards d'euros ?

Il se trouve que le marché du halal est estimé à 580 milliards de dollars à



alimentaire sur le marché alimentaire de la planète. L'Asie représente le plus grand

l'échelle mondiale, à neuf milliards en Europe, dont 3,5 à 5 milliards d'euros réalisés en France, premier marché européen. Ce marché est en croissance de 15 % par an et devrait conserver cette allure à l'horizon 2012.

Le halal représente

marché pour les produits agroalimentaires halal en 2009 (277,4 milliards d'euros, soit plus de 63 % du marché mondial). La Malaisie compte 40 % de non-musulmans mais s'est imposée comme un producteur reconnu de produits halal. Ce pays regarde vers l'exportation, notamment en direction de l'Europe. Les recettes de ces exportations représentent 1,57 milliard de dollars, alors que les experts estiment le potentiel de ce marché à environ 2,1 milliards de dollars.

L'Australie est devenue un important exportateur de produits halal, dans plus de 70 pays, et possède plus de 100 abattoirs halal. La population de confession musulmane en Amérique du Nord représente près de 3 %. Les ventes des produits halal dans cette région ne cessent de croître : plus de 70 % depuis 1995.

Pour les états-Unis, ce marché est évalué à 12 milliards de dollars par an. Un consommateur musulman dépenserait 30 % de son budget en alimentaire, contre 14 % pour le consommateur non musulman.

En octobre, l'édition annuelle du World Halal Forum est organisée à Marseille. ■



Catégories de produits halal achetés par les familles en 2009

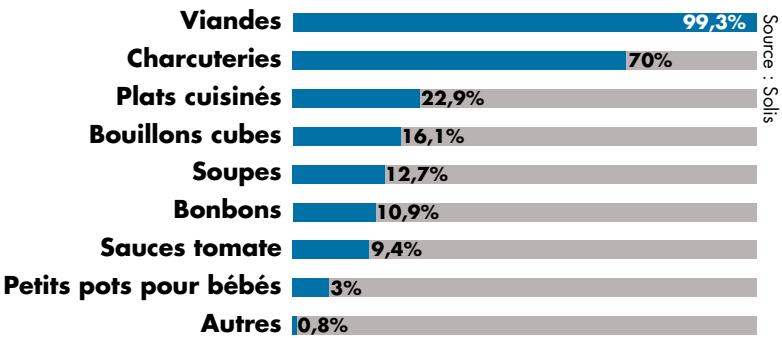


Tableau - Répartition d'achat de produits halal en France.

Abattage halal et traitement des viandes de volailles dans les abattoirs avicoles du Maroc

Au Maroc, l'abattage halal de volaille consiste en une saignée par égorgeage complète. Les volailles doivent rester au moins deux minutes dans le couloir de saignée afin que le sang ne puisse être la cause de souillures en dehors de ce poste. Aperçu du procédé.

La première partie de l'opération d'abattage et de préparation des volailles démarre par un aspect délicat : éviter de stresser les animaux (0,5 à 5% de mortalité) et même sans mortalité, il y a souvent reviviscence des germes chez les animaux. Le stress peut suffire à déclencher une septicémie. Le ramassage doit avoir lieu la nuit, afin de profiter du calme et d'éviter la

n'est pas maîtrisée (de la salmonelle est retrouvée dans 60 % des eaux d'échaudage). L'échaudage se fait par trempage intégral des carcasses dans une eau chaude dont la température doit être réglée à 49-52° C pour les carcasses commercialisées à l'état réfrigéré et à 55 à 58 °C pour les carcasses destinées à la congélation. Il faut veiller au renouvellement continu de l'eau pour éviter la contamination des carcasses.

Mécanisation

La plumaison doit être immédiate et complète. Ce poste est mécanisé, via des machines équipées de tambours ou disques tournants et munis d'un système de doigts en caoutchouc qui arrachent les plumes. Cela se fait souvent en deux étapes : plumaison gros-

obligatoire, faut de quoi il y a envahissement de la carcasse par les bactéries du tube digestif. Elle doit être effectuée sans délai après la plumaison. Les connexions naturelles des viscères doivent être maintenues jusqu'au moment de l'inspection sanitaire *post-mortem*. Cette action est celle qui risque le plus de souiller la carcasse, surtout à la faveur de la rupture du tube digestif. Les machines d'éviscération sont automatisées : une première machine incise et ouvre l'abdomen ; une deuxième retire le tube digestif par un système de cuillères munies de deux doigts.

L'effilage est une pratique encore utilisée par certains producteurs. Le poulet n'est pas ouvert. À travers le cloaque à l'aide d'un crochet, l'intestin est étiré jusqu'à rupture près du gésier, puis éliminé. Nettoyage et désinfection sont fréquents. Les actions de finition consistent en un parage et en un lavage de la cavité abdominale. Des machines munies de canules aspirent, sous vide, l'eau et les souillures organique (sang, notamment).

chaleur. Une bande de volaille doit être enlevée dans la même nuit. Leur diète hydrique doit avoir duré de 8 à 16h avant l'abattage.

Au Maroc, l'abattage se fait selon le rite islamique ; la saignée par égorgeage doit être complète. Les volailles doivent rester au moins deux minutes dans le couloir de saignée afin que le sang ne puisse être la cause de souillures en dehors de ce poste.

Ensuite, c'est l'échaudage, une action destinée à faciliter la plumaison ultérieure des carcasses. C'est un poste essentiel de contaminations croisées s'il

sière et finition.

Des règles de nettoyage sont appliquées de façon stricte, donc après désinfection du matériel. L'éviscération est



Le refroidissement se présente sous forme d'application précoce de la réfrigération : il faut d'1 à 1,5 heure pour refroidir un poulet à 4° C à cœur. Pour les carcasses commercialisées à l'état réfrigéré, le refroidissement par l'air et réfrigération se fait en 2 temps. D'abord : descente rapide en température : -5 à -8° C ; vitesse de l'air : 3 à 5 m/s, sans nuire aux qualités de la viande (tendreté, couleur). Ensuite : réfrigération de conservation dans des chambres d'égalisation ; température ramenée à 0° C avec faible brassage de l'air et une humidité relative de 85 % maximum).

Le conditionnement fait appel à des barquettes sous film étirable pour protéger les carcasses (la matière grasse du poulet est sensible aux réactions d'oxydation). Pour lutter contre les bactéries d'altération (*Pseudomonas*) qui sont de type aérobies strictes, on peut utiliser un conditionnement sous vide, lequel sélectionne les ferments lactiques (mais utilisé de moins en moins).

Inspection sanitaire

L'inspection sanitaire *ante-mortem* a autant d'importance que pour les autres animaux de boucherie.

Il s'agit de s'assurer de la conformité de l'état physique des animaux : œil clair, vif, remplissant bien l'orbite ; crête de couleur rouge vif et uniforme ; plumes propres, lisses et brillantes.

Elle doit permettre la recherche de pathologie de groupe, ainsi que les anomalies ou lésions pouvant être apparues au cours du transport.

Il faut préciser quatre aspects : si les volailles sont atteintes d'une maladie transmissible à l'homme ou aux animaux, et si elles présentent des symptômes ou se trouvent dans un état général permettant de craindre l'apparition d'une telle maladie ; si elles présentent des symptômes



d'une maladie ou d'une perturbation de leur état général permettant de rendre les viandes impropres à la consommation humaine ; si elles présentent des dommages causés par le transport ; si elles sont mortes ou en état de mort apparente.

Lorsque la saisie sur pied a lieu à l'issue de cette inspection, elle peut avoir trois motifs. Les animaux ont été trouvés morts dans les cages ou en état de

En collaboration avec Koutoubia

mort apparente, ce qui constitue une justification de saisie majeure en raison des conditions souvent défectueuses du transport. Les animaux présentent une perturbation de leur état général susceptible de rendre les viandes impropres à la consommation : abatement et prostration ; tremblements ; plumes hérissées ; muqueuses injectées ; crête violacée ; fractures récentes ou anciennes... La maladie s'avère être atteinte de maladie contagieuse, notamment : peste aviaire (*influenza aviaire*) ; maladie de Newcastle ; salmonelloses ; choléra aviaire (pasteurellose) ou ornithose.

Lors d'une inspection sanitaire *post-mortem*, toutes les parties de l'animal doivent être soumises à l'inspection immédiatement après l'abattage. L'inspection comporte l'examen visuel de l'animal abattu, la palpation et la recherche de lésions, d'altérations et d'anomalies de consistance, de couleur, d'odeur et éventuellement de saveur.

À la suite de cette inspection, la volaille peut être saisie pour trois motifs. Les lésions traumatiques constituent le premier. Ces lésions résultent de conditions défectueuses de ramassage et de transport des volailles aux abattoirs (hématomes, luxations, fractures, ecchymoses, lésions de piquage). Le deuxième motif est lié à un aspect général défectueux : la cachexie, les infiltrations séro-hémorragiques, un côté saigneux, relevant de troubles chroniques, nutritifs, parasitaires ou infectieux. Troisièmement : les lésions et accidents d'abattage, découlant de la fragilité de la volaille (petites hémorragies sous-cutanées et intramusculaires). ■

Apiculture : Zemzami, un agrégateur de premier plan

Gérée par deux frères, Abderrahim et Zouhair Zemzami, la société Notam compte un effectif permanent de 40 personnes dont huit cadres. Spécialisée dans le traitement du miel acheté en vrac au Maroc et à l'étranger, son conditionnement et sa commercialisation

L'apiculture est une filière à fort potentiel mais qui peine à émerger pour de bon. Elle reste prédominée par l'élevage traditionnel à faible productivité. En une année normale, la production moyenne du miel atteint 3.500 à 4.000 tonnes avec un rendement

moyen par ruche moderne de 25 kg et de 3,5 kg pour les ruches traditionnelles. De son côté, la production de la cire est d'environ 300 tonnes, assurée principalement par les ruches traditionnelles. Dans ce schéma, l'essentiel de la demande est satisfaite par l'importation. En 2010, le Maroc a importé 1.540 tonnes de miel contre 1.820 une année auparavant. Selon des apiculteurs, la production annuelle couvre bon an mal an entre 20 et 40% des besoins. Une dynamique est aujourd'hui amorcée

avec le plan Maroc vert qui encourage le développement des produits du terroir et aussi avec la signature du contrat-programme du secteur. Des projets d'agrégation sont lancés pour optimiser le processus de production. Certains ont déjà



déjà en particulier dans la région du Gharb qui concentre plus de 60 % de la production nationale de miel, alors



que d'autres sont en cours de finalisation. Tout un contexte dans lequel s'inscrit la volonté du ministère de l'Agriculture de procéder à une étude. Elle vise en particulier le redéploiement de la filière à l'échelle de l'ouest de l'Anti-Atlas et du Haut-Atlas, et de du Souss-Massa. Une zone où l'activité se pratiquait depuis des générations. Le Souss, tout spécialement, est connu pour avoir abrité en 1850 le grand rucher collectif au monde dans la tribu D'Ida Ouziki. Objectif final de cette étude : élaborer un plan régional de développement du secteur apicole. D'ores et déjà, un acteur du marché apicole, Notam, a conçu son projet

Quand Zemzami s'engage

La marque Zemzani s'engage, dans un cadre contractuel avec les apiculteurs agrégés, à assurer de multiples services nécessaires :

- l'ouverture d'une miellerie moderne d'une capacité de 4000 tonnes/an ;
- la création d'une station de conditionnement d'une capacité de 4000 tonnes/an ;
- la collecte et la commercialisation de la production au niveau des grandes et moyennes surfaces au Maroc
- le paiement des agrégés aux prix convenus toutes les quinze semaines, après prélèvement, bien entendu, des sommes dues (fournitures, services, achat de génisses)
- la conception d'un label propre au miel de la région
- la mise sur pied d'un centre de formation au profit des fils, filles et femmes des agrégés ;
- le lancement d'une unité de menuiserie pour assurer une production de ruches de qualité.

d'agrégation au niveau de Rabat-Salé-Zemmour-Zaër. à cet égard, ce groupe, qui commercialise les produits de la marque Zemzani, a des ambitions chiffrées précisément (voir tableau).

Notam préfinance les agrégés en intrants : cire, pollen, ruches peuplées, reines sélectionnées, matériel apicole... Elle s'engage à intervenir auprès des banques pour faciliter l'octroi des crédits aux agrégés à des taux préférentiels, notamment pour l'achat des abeilles sélectionnées et des matériels apicoles nécessaires.

Les objectifs à atteindre, selon Notam, visent la modernisation et l'expansion du secteur apicole marocain et la production des reines d'abeille améliorées qu'il distribuera aux agrégés, d'une part, et de la collecte des produits apicoles des agrégés en vue d'une meilleure valorisation et commercialisation, d'autre part.

Au total, le montant de l'investissement s'élève à 74,85 million de dirhams.

Concernant l'encadrement technique et sanitaire d'apiculteurs, Notam entend procéder via des séances théoriques et pratiques de formations réalisés par des cadres ayant une large expérience dans le domaine. Les apiculteurs vont être sensibilisés par la société aux bonnes pratiques apicoles par – outre des formations – un suivi régulier.

Quant à promouvoir le miel marocain, notamment pour le protéger de la concurrence, la direction de Notam nous répond : « Avant de promouvoir un produit, il faut le produire », dit-on. La production marocaine actuelle en miel ne peut pas couvrir tous les besoins des clients, et c'est la seule chose qui ouvre les portes à la concurrence de pays tels que la Chine, l'Argentine, etc. Le problème n'est donc pas qualitatif du miel mais



réside en la mise en place d'un programme de sélection d'abeille dans tout le royaume, et ce en collaboration avec nos agrégés ».

Pour rappel, Notam est gérée par deux frères, Abderrahim et Zouhair Zemzami. L'effectif permanent est de 40 personnes, dont huit cadres. La véritable création de l'entreprise remonte à la fin des années 1950. Le fondateur est le père, Abdelkbir Zemzami, initialement garde-forestier dans la région du Souss. ■

purement quantitatif ». Pour faire face à ce problème et améliorer la production nationale, la stratégie de Notam

Année	2012	2013	2015	2018	2021
Nombre d'agrégés	150	150	200	200	200
Effectifs agrégés	7.500	15.000	30.000	50.000	50.000
Production de miel en t	75	300	500	900	1.750

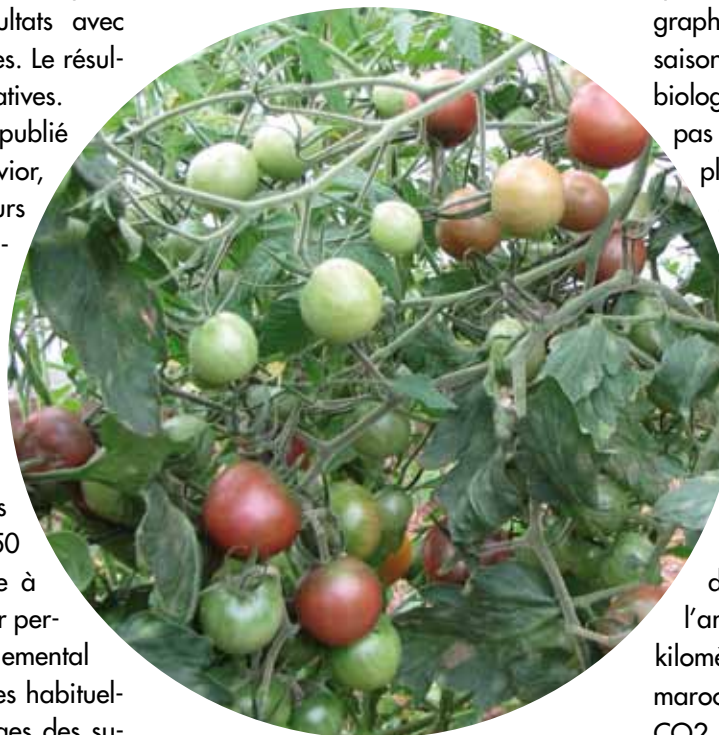
Tableau - Le projet d'agrégation Zemzani en chiffres.

L'agriculture responsable : des critères d'analyse de l'impact environnemental à appréhender

Déduire les effets environnementaux d'une tomate à partir d'information dont nous disposons sur les tablettes de supermarchés n'est pas chose aisée.

Par  Massolia.com

Comment les consommateurs choisissent-ils leurs tomates au supermarché ? C'est la question à laquelle se sont attelés des chercheurs suisses en demandant à un panel de consommateurs qu'ils choisissent, parmi différents types de légumes, ceux avec un moindre impact environnemental, pour ensuite, confronter ces résultats avec ceux des rapports scientifiques. Le résultat ? Des divergences significatives. Ce travail de recherche publié dans *Environment and Behavior*, fut réalisé par des chercheurs du Institute for Environmental Decisions, de la ETH de Zurich. Ils rassemblèrent 67 personnes habituellement en charge des achats de leur ménage. Leur âge moyen était de 49 ans et 70% d'entre elles étaient des femmes. Ils reçurent tous 50 francs suisses pour répondre à une série de questions sur leur perception de l'impact environnemental de différents types de légumes habituellement présents sur les étalages des su-



permarkés. Un des exercices de cette expérience consistait à voir des photos de légumes sur un écran d'ordinateur et de choisir, à chaque fois, entre deux variétés de tomates, pommes de terre et haricots verts, celles qu'ils considéreraient portant une atteinte moindre à l'environnement.

Déduire les effets environnementaux d'une tomate à partir d'information dont nous disposons sur les tablettes de supermarchés n'est pas chose aisée. En théorie, comme l'expliquent les chercheurs, l'idéal d'un point de vue environnemental est de choisir des produits qui aient été cultivés dans une zone géographiquement proches, qu'ils soient de saison et qu'ils proviennent de la filière biologique, qu'ils soient frais et ne soient pas emballés. En réalité, cela est bien plus compliqué et les informations dont disposent les consommateurs peuvent être contradictoires. Que vaut-il mieux acheter en hiver : une tomate biologique venant du Maroc ou une tomate biologique cultivée sous serre en Suisse ?

Les participants à cette expérience ont tous estimé que la tomate suisse était plus respectueuse de l'environnement. Néanmoins, l'analyse scientifique montre que les kilomètres parcourus par la tomate bio marocaine émettent nettement moins de CO2 que son homologue suisse du fait des émissions générées par les systèmes de chauffage des serres.

Comme pour les tomates, les acheteurs de l'étude ont toujours choisi, légumes par légumes, la variété produite localement. Inversement, ceux pour lesquels ils ont estimé le plus fort impact carbone étant pour les légumes cultivés dans les zones les plus lointaines : le légume le plus mal noté étant des haricots blancs provenant de Chine. Les chercheurs ont conclu que le principe critère environnemental, aux yeux des consommateurs >>>



Rachid Benmokhtar Benabdellah
Président de
l'Observatoire National
du Développement
Humain



Mounir Ferram
Directeur délégué de la
CGEM



Hassan Jaï
Président Directoire
Rimai



Rachid Benchirifa
Unité Chimie Physique
des Matériaux à l'Unité
des Technologies et
Économie des Énergies
Renouvelables

Ils ont exposé leur expertise sur Massolia. Et vous?

Massolia.com est une aventure éditoriale, alliant citoyenneté, multiculturalité et entrepreneuriat, qui a démarré en avril 2010. Plus de 400 articles ont été publiés depuis, un goutte-à-goutte d'information continue et de qualité.

Le premier article a été mis en ligne sur la plateforme Massolia.com le 15 avril 2010. Depuis plusieurs dizaines de milliers de visiteurs ont consulté plus de cent trente mille pages d'actualités, d'analyses, de tribunes, d'entretiens, liées aux énergies renouvelables, la gestion de l'eau, la valorisation des déchets, les nouveaux matériaux de construction, les dernières innovations des technologies vertes et la responsabilité sociale des entreprises.

Plus de 11000 décideurs ont, tous les quinze jours, reçu un bulletin électronique d'information, et ce depuis le mois de mai 2010. Cette lettre d'information a participé à faire de Massolia un outil de d'information, de veille et d'aide à la décision pour les décideurs, industriels et professionnels marocains.

SOLAIRE

ÉOLIEN

HYDRAULIQUE

RESPONSABILITÉ

QUALITÉ

RECYCLAGE

ÉCONOMIES

BIOMASSE

TRANSPORTS

AGRICULTURE



était le nombre de kilomètres parcourus. Paradoxalement, ces mêmes consommateurs ne se sont pas intéressés au mode de transport utilisé pour parcourir ces kilomètres.

Les légumes les plus mal notés par les scientifiques à l'issue de leur propre évaluation étaient plutôt les haricots verts d'Égypte et transportés en avion. Curieusement, entre les différents types d'haricots blancs, les experts estimaient que celles provenant de Chine étaient les plus respectueuses de l'environnement, venaient ensuite d'autres conditionnées

en conserves, puis d'autres congelées, encore après celles ayant poussé sous serre en Suisse, et enfin les égyptiennes. Toujours selon les conclusions des chercheurs suisses, le deuxième critère d'évaluation environnementale le plus utilisé par les consommateurs serait celui de sa provenance ou non de la filière d'agriculture biologique. Cependant, les résultats de ce travail ont montré qu'il ne s'agissait pas non plus d'un critère idoine. C'est ainsi que s'explique le choix de pommes de terres suisses issues de la filière biologique, mais ignoraient



que celles-ci avaient une empreinte carbone plus élevée du fait de l'utilisation d'extraits d'oxydes métalliques en substitution des fertilisants et insecticides classiques. Les chercheurs suisses estiment, par ailleurs, que les consommateurs surestimaient l'impact environnemental de certains emballages, alors même que d'autres types de conservation telles la congélation seraient autrement plus préjudiciables. La méconnaissance globale de la part des consommateurs d'un grand nombre d'informations et éléments permettant une évaluation entière de l'impact environnemental des produits qui leur sont proposés pose le problème selon les chercheurs, de l'information et de la qualité de l'étiquetage des produits de grande consommation. ■



Pollutec

MAROC

3^e Salon International des équipements, des technologies et des services de l'environnement

26 > 29 OCT.
2011
Foire Internationale de
Casablanca



Un concentré de solutions environnementales

Eau • Déchets/ Recyclage • Énergies • Air • Développement Durable

www.pollutec-maroc.com

Organisé par



Partenaires médias



Organisé sous l'égide de



Partenaires institutionnels



Partenaire info



Procédure d'utilisation de la déclaration provisoire

Circulaire n° 5277/310

Objet : Procédures et méthodes Procédure d'utilisation de la déclaration provisoire

Aux termes de l'article 76 du Code des douanes, les personnes habilitées à déposer des déclarations en détail peuvent être autorisées à souscrire une déclaration provisoire en vue d'examiner les marchandises importées avant leur dédouanement.

L'arrêté du ministre des Finances n° 1319-77 du 31-10-1977 dans son titre II, et la DRII son titre II « chapitre V, section » ont défini les dispositions particulières applicables à la déclaration provisoire. Pour les opérations initiées dans ce cadre seront effectuées selon le descriptif indiqué ci-après :

Formalités accomplies par le déclarant :

- Saisie des éléments déclaratifs sur le système selon la codification appropriée (006 pour les importants simples ou 007 pour les importants sous régimes économiques en douane) ;
- Edition de la déclaration sur le formulaire DUM.

A cet égard, il convient de préciser que la déclaration comporte, outre les économies prévues par la réglementation, le motif d'utilisation (pesage, dénombrement, prélèvement d'échantillon, contrôle de l'état des marchandises, etc.). Ces précisions sont déclarées au niveau de la case 38 de la DUM.

Formalités accomplies au niveau de l'ordonnancement :

Présentation de la déclaration en deux exemplaire (feuilles visite et redevable) à l'ordonnancement domiciliaire de l'opération de dédouanement.

Cette déclaration est appuyée du titre de

propriété de la marchandise ;

- Autorisation de l'opération par l'ordonnateur ou son adjoint et désignation de l'argent chargé de superviser son déroulement ;
- Annotation de l'exemplaire redevable en conséquence avant sa restitution au déclarant ou à son mandataire.

Au niveau des MEAD, l'inspecteur affecté à cette partie de service est habilité à autoriser les déclarations provisoires.

Formalités accomplies au niveau du magasin ou de l'aire de stockage :

L'exemplaire de la marchandise par le déclarant ou son mandataire s'effectue sous la surveillance de l'agent désigné à cet effet. Le compte rendu établi à cette occasion est consigné sur le corps de l'exemplaire visite.

Il va sans dire que les manipulations susceptibles de modifier l'état marchandises ne sont pas autorisées.

De même, il importe de souligner que les colis ouverts doivent être refermés après accomplissement des formalités de contrôles ou de prélèvement.

- Cas des douanes autorise le prélèvement d'échantillons dans la limite des besoins jugés raisonnables. L'exemplaire visite est annoté en conséquence du nombre ou de la quantité échantillons prélève ainsi que les suites qui leur été réservées (envoi au laboratoire, simple examen, etc.)

Cas de pesage

Conduite de la marchandise jusqu'au lieu de pesage sous la surveillance de l'agent douanier.

à l'issue de formalités de pesage, le bulletin de pesage, revêtu du visa de l'agent, est annexé à la déclaration provisoire (exemplaire visite).

Réacheminement de la marchandise sous la surveillance du service jusqu'au

lieu de stockage initial.

Pour les déclarations provisoires relatives à des marchandises se trouvent dans un MEAD, le pesage doit, impérativement, être effectué dans l'enceinte même de ce magasin.

Formalités finales

- Remise à l'ordonnateur, à son adjoint ou à l'inspecteur affecté au MEAD, de l'exemplaire visite de la déclaration provisoire dûment annoté par l'agent chargé de superviser le déroulement de l'opération de vérification ;
- Archivage provisoire de l'exemplaire visite. Cet exemplaire sera annexé à la déclaration en détail à l'occasion de son dépôt physique ;
- Liquide éventuelle des droits et taxes dus sur les échantillons prélevés.

- A cet égard, il n'est pas utile de rappeler que les droits et taxes dus sur les échantillons prélevés sont à l'occasion du dépôt de la déclaration en détail réglementaire. Cette liquidation porte sur la totalité des marchandises importées et reconnues par le service.

Par ailleurs, en cas de renonciations à la déclaration provisoire après dépôt physique, il sera, purement simplement, procédé à son classement. L'exemplaire visite est annoté, en conséquence, de la mention « sans objet ».

Nul besoin de préciser que les recours à la déclaration provisoire ne dispense aucun cas le service de procéder aux contrôles requis lors de la déclaration en détail réglementaire y compris la visite physique. En revanche, les opérations ayant fait l'objet de pesage dans le cadre des déclarations provisoires ne seront plus soumises formalité à l'occasion du traitement des déclarations définitives correspondantes, sauf en cas de soupçon d'abus.

Sous l'égide du :
Ministère de l'Energie et des Mines, de l'Eau et de l'Environnement
Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies
Ministère du Commerce Extérieur

elec expo

6^e Salon International de l'Electricité, de l'Eclairage, de l'Electrotechnique et de l'Automation Industrielle

EneR Event

1^{er} Salon International des Energies
Renouvelables et de l'Efficacité Energétique

Sponsor Platinum



Avec le soutien de la



Organisateur :



Partenaires :



du 22 au 26 novembre 2011

Foire Internationale de Casablanca - Maroc
www.elec-expo.com • www.ener-event.com

L'Allemagne
Invitée
d'Honneur



Organisateur délégué :



En partenariat avec :



Partenaire info :



Fédération Nationale de l'Electricité, de l'Electronique et des Energies Renouvelables
Tél. : +212-522-94 51 29 / 94 91 82 • Fax : +212-522-94 96 42 • fenelec@fenelec.com • www.fenelec.com

fairtrade GmbH & Co. KG • M^{me} Yvonne Wegner • Tél. : +49-62 21-45 65-31 • Fax : +49-62 21-45 65-25
y.wegner@fairtrade-messe.de • www.fairtrade-messe.de

Forum 7 • M^{me} Zineb Sbata • Tél. : +212-522-36 06-04/71 • Fax : +212-522-36 06-21 • forumsept@gmail.com • www.agenceforum7.com

Rentabilité et profitabilité en industrie alimentaire

En collaboration avec Ismail IDRISSEI Directeur Qualité de COMEA



Six Sigma ou 6 Sigma, marque déposée de Motorola, est une méthode structurée qui vise à l'amélioration de la qualité, à l'efficacité des processus, donc de la productivité. D'abord appliquée à des procédés industriels, la méthode Six Sigma a été élargie à tous les types de processus, qu'ils soient administratifs, logistiques, ou commerciaux. Depuis le début des années 2000, elle connaît un grand essor en raison de la complexité des organisations et de l'internalisation des processus qui imposent une vision globale des problèmes.

La méthode Six Sigma se base sur une démarche fondée à la fois sur le ressenti des clients (enquêtes, questionnements, etc.) et sur des données mesurables par indicateurs, incontestables et fiables.

Cette méthode vise à améliorer la qualité globale du produit et des services.

Le terme Six Sigma par référence à la lettre grecque σ (sigma), qui en analyse statistique représente l'écart type à la moyenne, donc la variabilité).

Par ailleurs, six car 3 écarts-type de part et d'autre de la moyenne englobent 99,73% de l'étendue.

Avec approximation on peut dire qu'avec 6 sigma, on englobe l'ensemble la quasi totalité de l'étendue (différence entre la valeur maximale et la valeur minimale). Six Sigma a pour objectif la maîtrise et la

réduction des causes de variabilité dans les processus en se fondant sur la mesure et les outils statistiques.

L'intervalle de tolérance étant rarement négociable (fixé par des normes, le cahier des charges, etc...), il appartient à l'industriel de diminuer la dispersion de son processus, afin que celle-ci s'éloigne des bornes supérieure et inférieure. Plus la dispersion sera faible, plus le processus sera optimal et moins il y aura de produits non-conformes, franchissant les bornes de tolérance.

Six Sigma consiste donc à améliorer le processus pour que ces produits soient tous bons, il ne s'agit pas de contrôler les produits mais de s'assurer que le processus est fiable et en aucun cas ne vient en substitution des processus de contrôle. Six Sigma est de plus en plus associée au Lean Management.

Le Lean Management est un ensemble de techniques qui vise à l'élimination de toutes les activités à non valeur ajoutée.

« Lean » en français signifie « Moindre » c'est une technique de gestion essentiellement concentrée vers la réduction des pertes générées à l'intérieur d'une organisation, pour une production et un rendement plus justes. Les objectifs sont :

- Réduction de la durée des cycles de production,
- Diminution des stocks,
- Augmentation de la productivité,
- Optimisation de la qualité.

Le Lean management, au delà d'être un ensemble de méthodes, repose sur le facteur humain. Il suggère que le personnel travaille dans un état d'esprit orienté vers la diminution du gaspillage et des pertes (de temps, de matières, d'argent ...).

La motivation et les comportements des hommes sont nécessaires pour une application efficace. De nombreux outils en ce domaine existent (5S, SMED, 3M, ect...)

Ces méthodes sont adaptées à l'industrie agroalimentaire comme en témoigne Ismail IDRISSEI Directeur Qualité de la société Safi

La Conserverie des merveilles de l'atlantique dispose d'une usine de conserve de poissons et d'une usine de fabrication des concentrés de tomates et sont situées sur la zone industrielle de la ville de Safi. Cette entreprise construite en 2005 occupe une superficie de 20640 m². La conserverie de la société traite annuellement 22500 tonnes de poisson.

Une étude d'amélioration de la rentabilité et de la profitabilité a été menée en utilisant deux des outils de l'amélioration de la qualité dans la recherche et le classement des causes de la basse rentabilité et profitabilité :

- le brainstorming
- le diagramme de Pareto.

Le but de cette étude était d'améliorer la profitabilité et la rentabilité des produits de la société en suivant l'approche DMAICS :



- Define (définir)

Les CTQs (Critical to Quality) causant la basse rentabilité et profitabilité des produits de la société ont été définis, ainsi que les produits concernés par l'étude et le budget de l'étude.

- Mesure (Mesurer)

Les CTQS causant la baisse de rentabilité et profitabilité de nos produits à l'aide des directives de la norme NF E 60-182 ont été mesurés

TRS (Taux de rendement synthétique) = Temps utile/ Temps requis

TRE (Taux de rendement économique) =

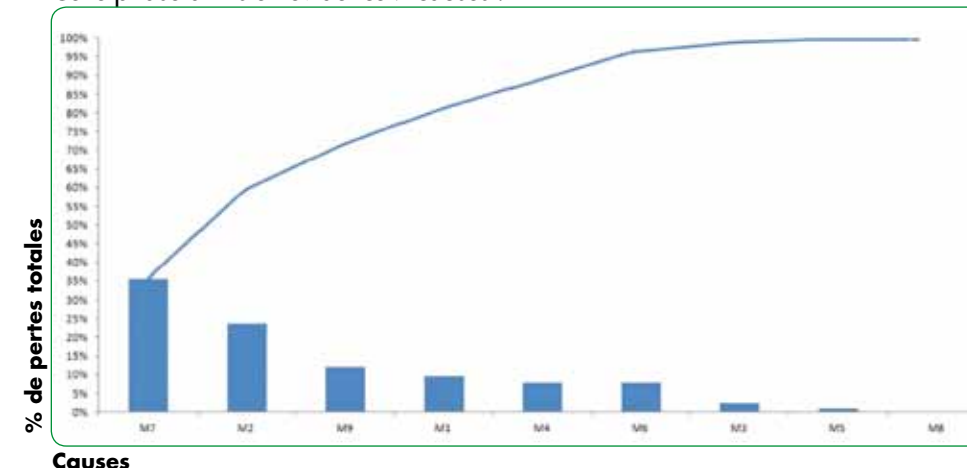
Temps utile	Partie du temps correspondant au temps non mesurable obtenu en multipliant le nombre de pièces bonnes par le temps de cycle de référence
Temps requis	Partie du temps pendant lequel l'utilisateur engage son moyen de production avec la volonté de produire comprenant les temps d'arrêt subis et programmés
Temps Total	temps idéal de fonctionnement des ressources, permettant d'amortir le plus rapidement les investissements, soit 365 jours par an, 24 heures sur 24

Temps utile/Temps Total

- Analysis (Analyser)

Un BRAINSTORMING suivi d'un diagramme de Pareto ont été adoptés pour connaître toutes les causes possibles de baisse de profitabilité et de rentabilité des produits de la société.

Cette phase a mis en évidence 7 causes :



Cause	Code	Pourcentage perte Total
Entreposage provisoire du poisson cuit pour égouttage plus que 2 heures	M7	36,00%
Non qualification de la main d'oeuvre	M2	24,00%
Mauvaise exploitation du matériel	M9	12,00%
Manque de main d'oeuvre	M1	9,50%
Espace insuffisant pour travailler le poisson cuit	M4	7,90%
Mauvais remplissage des grilles avant cuisson	M6	7,80%
Manque d'encadrement	M3	2,40%
Poisson de petit moule causant un double travail	M5	1,00%
Capacité de stockage de la chambre frigorifique insuffisante	M8	0,01%

Les causes majeures de la baisse de la rentabilité et de la profitabilité des produits de la société étaient principalement dues à l'entreposage provisoire du poisson cuit, au manque de main d'œuvre qualifiée et à la mauvaise exploitation du matériel de la société.

- Improve (Améliorer)

Plusieurs réunions de BRAINSTORMING animées par le Directeur qualité ont permis de collecter un maximum de solutions visant à améliorer la rentabilité et la profitabilité des conserves des maquereaux et de remédier aux problèmes mis en évidence. Amélioration de l'exploitation du matériel de l'entreprise, formation, aug-

mentation du nombre d'ouvriers, fixation de la durée d'entreposage à moins de 2 heures, ont été mise en œuvre.

De plus une nouvelle salle de traitement conçue spécialement pour le grattage du maquereau a été construite pour avoir un espace suffisant pour traiter le poisson cuit et surtout le maquereau. Dernièrement un contrôle rigoureux du remplissage des grilles a été mis en place.

- Control and standardise (contrôler et standardiser)

Des procédures opérationnelles et des instructions de travail pour contrôler l'application des solutions ont été mises en place pour les conserves de maquereaux et pour standardiser ces solutions pour l'ensemble des produits fabriqués par la société.

Investissement plus que rentable

La démarche Six Sigma, couplée à celle de Lean Manufacturing, a conduit à des résultats impressionnants sur les plans organisationnels et financiers.

COMEA a remédié à 98,99% des problèmes mis en évidence et a pu augmenter le chiffre d'affaire des conserves de maquereau de 19,32% en six mois de travail sur la base de l'application du système combiné Lean Six Sigma. ■

L'agence de développement de la logistique, futur stimulateur du secteur

Les politiques sectorielles définies, telles Maroc vert, Rawaj, induisent des besoins logistiques en matière de transport de marchandises, stockage, acheminement, d'une l'Agence marocaine de développement de la logistique est-elle opportune. Réaction de deux opérateurs dernièrement installés.

C'est avec un an de retard qu'a été publiée la loi relative à l'Agence marocaine de développement de la logistique (AMD) au *Bulletin officiel*. La mission principale de l'AMD est « la coordination et la syndication au niveau national des différents acteurs de la compétitivité logistique »

dont l'objectif est, bien évidemment, le développement du secteur. Cela passe par l'élaboration des schémas directeurs des zones d'activités logistiques. Dans le but de structurer et d'éviter l'anarchie dans le secteur, c'est l'AMD qui est habilitée à créer et développer les zones d'activité et à les mettre à la disposition



autour de projets spécifiques ». De quoi en faire « le bras armé du gouvernement pour la mise en œuvre de la stratégie logistique du pays ». Juridiquement parlant, la loi qui définit l'AMD comme établissement public sous la tutelle de l'État lui confère l'autonomie financière. Son budget se compose de subventions de l'État, des collectivités locales, de produits de taxes parafiscales, de dons, de legs des produits des emprunts et des revenus de ses activités. Ce financement devrait donner à l'agence les moyens de réaliser des études stratégiques et des plans d'action

des opérateurs. « Cette mise à disposition devra se faire sur la base de cahiers des charges qui fixent les conditions d'aménagement, de développement et de promotion de ces zones », précise la loi. À cet effet, l'AMD peut demander à l'État de mettre à sa disposition du foncier pour la réalisation des ses missions. Elle pourra ainsi procéder à des acquisitions de biens immobiliers (terrains par exemple), pouvant être réalisées par voie d'expropriation pour cause d'utilité publique.

L'agence peut également demander à l'État l'autorisation de réaliser et

Akacia : « créer des zones d'activité structurées et à valeur ajoutée »

Pour Akacia Maroc, filiale du groupe français éponyme et opérant actuellement dans le secteur du transport et bientôt logistique, l'AMD représente beaucoup d'attente aux yeux des transporteurs et logisticiens... « En effet, nous déclare la direction d'Akacia Maroc, l'agence jouera un rôle principal dans le développement du secteur logistique et dans la création de nouvelles zones d'activité structurées et à valeur ajoutée. »

Dans le cadre de la stratégie logistique, cet opérateur du secteur logistique n'a pas été sollicité, du fait qu'il est installé dans le royaume depuis cette année seulement.

Concernant le concept de la stratégie, consistant à massifier les flux de marchandises, leur transport et leur stockage, Akacia considère que « la massification a l'avantage de pouvoir concentrer les produits de même filière permettant ainsi de grouper et donc réduire les coûts – transport et stockage – mais également d'augmenter le professionnalisme et les offres logistiques par filière. »

Des contrats-programme Akacia Maroc escompte qu'ils « aboutissent à une gestion de flux optimisée et à la création de zones logistiques structurées, de sorte que l'on évite ainsi l'anarchie au sein du secteur. »

gérer par elle-même des zones d'activité logistique. Cette démarche devant au préalable faire l'objet de conventions spécifiques à chaque projet conclu avec l'État. En outre, l'agence est chargée de faire des propositions au gouvernement en vue d'améliorer le cadre juridique et l'offre du secteur.

Concernant la gestion de l'AMD, elle est confiée à un conseil d'administration géré par un directeur général, qui reste encore à nommer. Ce Conseil comprend, en plus de l'État, le président de la Fédération nationale des chambres de commerce et d'industrie, ainsi que le président et trois représentants de l'association professionnelle la

autour d'une série d'axes tels que le développement d'un réseau de zones à l'échelle nationale. Au total, l'État devrait débloquer une réserve foncière de 3.300 ha dont 2.080 à l'horizon 2015 pour l'aménagement de 70 plateformes dans 18 villes. Le concept de la stratégie consiste à massifier les flux de marchandises, leur transport et leur stockage, de favoriser l'émergence d'acteurs logistiques nationaux et de développer des compétences dans ce nouveau secteur d'activité.

Au final, ce ne sont pas moins de 10 contrats-programme qui doivent être signés, paraphés d'ici à fin 2011. Le premier concerne la région du Grand Casablanca, pour laquelle sont définies



plus représentative des entreprises. S'y ajoutent trois membres désignés par le Premier ministre pour une période de trois ans renouvelables une seule fois. « La qualité du membre du Conseil d'administration est incompatible avec celle d'opérateur logistique », avertit la loi. La feuille de route logistique s'articule

huit zones devant abriter les futures plateformes logistiques. Au total, 978 ha devront être mobilisés, dont 607 ha en 2015.

D'autres contrats-programmes portent sur le transport routier de marchandises et la formation, le commerce extérieur, les flux agricoles, etc. ■

Urbanos : « Le marché n'est pas encore prêt à la massification »

Très récemment implantée au Maroc, la société de logistique Urbanos réagit à la création d'une agence nationale dédiée. « D'abord, le transport et les solutions logistiques sont importantes pour respecter les principes et règlements internationaux en matière de transport, d'entreposage ou de traitement. Cette agence arrive à point nommé pour permettre au Maroc de jouer son rôle en tant que pays en voie de développement et respecter les principes en la matière », nous indique José Maria Teixeira, DG Urbanos.

Si le concept de la stratégie consiste à massifier les flux de marchandises, leur transport et leur stockage, « le marché n'est pas encore prêt à cette notion de massification », estime M. Teixeira. Et ce patron d'ajouter : « il y a une étape d'encouragement dans ce sens avant de parler réellement de massification ou d'optimisation, soit par l'information, soit par la mise en place de conditions qui permettront un plus grand nombre d'opérateurs de référence internationale de venir s'installer au pays et ainsi élargir l'offre sur le marché. »

Quant aux contrats-programme, le DG d'Urbanos « espère tout simplement que cela interpellera tous les opérateurs des secteurs concernés parce que c'est une opportunité d'amélioration de leur compétitivité ».

MAROC

MONDE

Pascual



Fabricant : Pascual
Variétés : Tropical, Orange
Composition (Tropical) : eau, lait écrémé (10 %) ; sucre, jus de fruits 7 % (ananas et mangue provenant du concentré) ; dextrose ; stabilisateur (pectine) ; arôme ; vitamines C, E et A, et colorant (E-160a)
Volume net : 33 cl, 1 L
Conditionnement : briques cartonnées
Prix de vente : 9,75^{DH} ; 24^{DH}



Concentré de tomates Hamria

Double-concentré de tomates

Fabricant : Agro Juice Processing
Composition : tomates ; sel : 1 %
Poids 135 g
Prix : 4,80^{DH}

Génoise Cerise Carré



Biscuits fourrés à la cerise et nappés de chocolat blanc

Fabricant/MDD : Carrefour
Composition : sucre ; sirop de fructose de blé ; jus de cerise
10% ; farine de blé ; beurre de cacao ; œufs entier écrémé ;
Poids : 150g
Prix : 19,50^{DH}

Flan Frosty



Fabricant : Somafaco S.A
Composition : carraghénane (E407), amidon de maïs, arôme naturel », colorant (E110).
Variétés : citron ; mangue ; tutti frutti ; tropical ; pêche ; ora
Prix : 9,60^{DH} les 6 unités groupées
Poids : 3 g le paquet



Pop corn caramélisé

Maïs soufflé au caramel

Fabricant/MDD : Carrefour
mangue provenant du concentré), dextrose, stabilisateur (pec et A, et colorant (E-160a).
Volume net : 33 cl ; 1 L
Conditionnement : briques cartonnées
Prix de vente : 9,75 ou 24^{DH}



Cacahuètes grillées très pauvres en sel

Arachides pour apéritif

ou consommation dite nomade

Fabricant/MDD : Carrefour
Composition : cacahuètes, huile de tournesol
Poids : 200g
Prix : 9,95^{DH}

Purée d'ail Fée maison



Purée d'ail à l'huile d'olive

Fabricants : Bienvenue au Maroc S.A.R.L.
Composition : ail, huile d'olive, sel

Poids : 150g
Prix : 30,25^{DH}

ÉGYPTE



Jaffa Select Premium Nectar Cherry Juice

Nectar de cerises

Fabricant : Vitmark
Composition : jus de cerises, sirop de sucre, régulateur d'acidité, acide citrique
Volume net : 1 L
Conditionnement : Tetra Brik
Prix de vente : 1,95[€]

Allemagne



Liakada Pfeffershoten mild eingelegt

Piments verts doux de Grèce, marinés

Fabricant : Rila Feinkost
Composition : piments verts ; sel marin ; eau ; acide de vin ; acidifiant : acide citrique ; antioxydants : métabisulfite de sodium ; conservateur : acide benzoïque
Poids net : 300 g
Conditionnement : récipient en plastique
Prix de vente : 1,89[€]

Tunisie

McCain Kid Smile Potato



Morceaux de pommes de terre reconstituées surgelés et en forme de sourire, ciblant les enfants

Fabricant : McCain
Composition : pommes de terre déshydratées ; huile végétale ; sel ; amidon ; stabilisant : E464 ; extrait de poivre
Poids net : 750 g
Conditionnement : sachet en plastique
Prix de vente : 3,90[€]

France

Croustillants Vico Wasabi



Riz soufflé au goût wasabi, sans conservateur

Fabricant : Vico
Références :
crouquants dorés au four ; croustillants extrasoufflés ; tartes salées
Poids net : 125 g
Prix : 1,19[€]

France

The green & Blue Veda Tea for me Tea For Me



Thé glacé intense en thé vert (8g/L), sans ajout de conservateur ni de colorant

Fabricant : The Green & Blue Veda
Volume net : 500 ml
Prix de vente : 2,45[€]

Irlande



Lindt Excellence White Chocolate with a Touch of Vanilla

Chocolat blanc aromatisé à la vanille de Madagascar

Fabricant : Lindt
Composition : beurre de cacao ; lait en poudre ; sucre ; lactose ; émulsifiant : lécithine de soja ; arôme naturel de vanille malgache
Prix de vente : 2,39[€]

France



Blé à cuisiner à la poêle, sans conservateur ni colorant artificiel, à préparer en 12 mn

Fabricant : Eblly
Composition : blé dur (62 %), blé grillé (34 %), arôme naturel (contenant du céleri), granulé d'oignons, ail, sel, épices
Poids net : 2 x 125 g
Prix de vente : 2,09[€]

Calendrier des salons

 JAPON BIOFACH JAPAN 2011 Salon mondial des produits bio Du 01 au 03 Novembre 2011 à TOKYO	 USA INTERNATIONAL POOL / SPA / PATIO EXPO 2011 Salon international de la piscine et du spa Du 02 au 04 Novembre 2011 à LAS VEGAS, NV	 CHINE HONG KONG INTERNATIONAL WINE & SPIRITS FAIR 2011 Salon international des vins et spiritueux Du 03 au 05 Novembre 2011 à HONG-KONG	 É M I R A T S ARABES UNIS SIAL MIDDLE EAST 2011 Salon international de l'alimentation Du 21 au 23 Novembre 2011 à ABU DHABI	 ESPAGNE HOREQ 2011 Semaine de l'hôtellerie, de la Restauration, des traiteurs et de leurs équipements Du 21 au 23 Novembre 2011 à MADRID	 ALGÉRIE AGROEXPO-SIAFIL-FILAHA 2011 Salon international de l'agriculture, productions et technologies végétal Du 21 au 24 Novembre à ALGER
 ESPAGNE BIOCULTURA MADRID 2011 Salon des produits bio et de la consommation responsable Du 03 au 06 Novembre 2011 à MADRID	 TAIWAN KAOHSIUNG FOOD SHOW 2011 Salon de l'agro-alimentaire Du 03 au 06 Novembre 2011 à TAIPEI	 CHINE INTERWINE CHINA 2011 Salon chinois international du vin, de la bière, et des procédés, technologie et équipements pour les boissons Du 08 au 10 November 2011 à GUANGZHOU	 MAROC CASA INDUSTRIES 2011 Foire industrielle du Maroc Du 22 au 24 Novembre 2011 à CASABLANCA	 xxxxxxx HOTEL EXPO 2011 Salon international des équipements et fournitures pour hôtels Du 23 au 25 Novembre 2011 à MACAO	 ÉGYPTE SALON DU CHOCOLAT - LE CAIRE 2011 Salon international du chocolat Du 24 au 27 Novembre 2011 à CAIRE
 BRÉSIL FISPAL FOOD SERVICE NORDESTE 2011 Salon du service dans l'alimentation et la restauration Du 08 au 10 November 2011 à OLINDA	 USA CHOCOLATE SHOW - NEW YORK 2011 Salon du chocolat Du 10 au 13 Novembre 2011 à NEW YORK, NY	 ALLEMAGNE FORUM VINI 2011 Salon international du vin Du 10 au 13 Nvembre 2011 à MUNICH	 CHINE COFFEE EXPO GUANGZHOU 2011 Salon du café Du 24 au 27 Novembre 2011 à Guangzhou	 BELGIQUE EUROHALAL MARKET 2011 Salon européen des produits et services Halal Du 26 au 28 Novembre 2011 à BRUXELLES	 MAROC POLLUTEC MAROC 2011 Salon international des équipements pour l'environnement. Technologies et services pour l'industrie et les collectivités locales Du 26 au 29 Octobre 2011 à CASABLANCA
 USA PLMA 2011 Salon international des marques de distributeurs Du 13 au 15 November 2011 à CHICAGO	 CHINE FHC CHINA 2011 Salon professionnel international de l'alimentation, du vin, du commerce de détail et de l'hôtellerie Du 14 au 25 Novembre 2011 à SHANGHAI	 FRANCE EUROPACK - EUROMANUT 2011 Salon des solutions et équipements d'emballage, de conditionnement, de marquage et de manutention pour la distribution Du 15 au 17 Novembre 2011 à LYON	 ALLEMAGNE INTERMODAL TRANSPORT & LOGISTICS 2011 Salon et conférence sur le transport et la logistique Du 29 Novembre au 01 Décembre 2011 à HAMBOURG	 MAROC SIFEL MAROC 2011 Salon international de la filière fruits & légumes Du 08 au 11 décembre 2011 à AGADIR	Pour plus d'information visitez le site web www.resagro.com
 ALLEMAGNE AGRITECHNICA HANNOVER 2011 Salon international du machinisme agricole Du 15 au 19 Novembre 2011 à HANOVRE	 CANADA GOURMET FOOD & WINE EXPO 2011 Salon des produits agroalimentaires, vins et spiritueux de haute qualité Du 17 au 20 Novembre 2011 à TORONTO	 BELGIQUE HORECA EXPO 2011 Salon international de l'équipement pour hôtels, restaurants, bars et collectivités Du 20 au 24 Novembre 2011 à GAND			

Lécithine de tournesol ou de soja ?

La lécithine de soja est un précieux auxiliaire grâce à son pouvoir émulsifiant et dispersant. Un problème se pose toutefois maintenant en raison des risques fortement accrus de contamination croisée entre soja avec et sans OGM. Il y a là de quoi nourrir bien des spéculations en amont de la récolte

La lécithine est un émulsifiant indispensable à la fabrication du chocolat. Ce produit naturel permet d'obtenir une masse de chocolat homogène de faible viscosité, moyennant un temps de conchage assez court. Le conchage confère au chocolat son onctuosité et son fondant, la masse obtenue est relativement facile à mettre en œuvre. De plus, comme la lécithine réduit le blanchiment, le chocolat se conserve pendant plus longtemps. La lécithine se révèle aussi avantageuse au point de vue économique puisqu'elle permet d'économiser jusqu'à huit pour cent de beurre de cacao. Les essais réalisés par Sternchemie, l'un des grands fournisseurs internationaux de lécithine, viennent de démontrer à nouveau que la lécithine de tournesol pouvait être utilisée en alternative à la lécithine de soja IP dans la fabrication du chocolat.

À l'égard des phospholipides entrant dans sa composition, la lécithine de tournesol est comparable à la lécithine de soja. Afin de déterminer si elle présente aussi les mêmes propriétés fonctionnelles pendant l'affinage du chocolat, Sternchemie, filiale du Stern-Wywiol Gruppe, a procédé à des essais en pratique en collaboration avec HERZA Schokolade autre filiale du groupe.

Comme l'explique Janine Binder, technicienne d'application chez Sternchemie : « Nous avons d'abord fabriqué des échantillons de chocolat noir – l'un avec et l'autre sans beurre de cacao supplémentaire – et de chocolat au lait. Les pourcentages de beurre de cacao étaient respectivement de 27 % et 34 % pour le chocolat noir et de 29



% pour le chocolat au lait. Nous avons conché une partie des échantillons avec notre lécithine de soja 100 IP et l'autre en utilisant notre lécithine de tournesol LeciStar S 100. La viscosité, la limite d'écoulement et le goût du chocolat ont été examinés. »

Des résultats des qui attestent de l'efficacité de la lécithine de tournesol

Les essais de production réalisés avec HERZA Schokolade ont montré que dans le cas du chocolat au lait, la lécithine de tournesol standardisée LeciStar S 100 permettait d'obtenir des propriétés pratiquement identiques à celles données par la lécithine de soja à dose égale. Pour le chocolat noir, la limite d'écoulement a été légèrement supérieure. L'incorporation d'une dose de lécithine de tournesol supérieure d'environ 0,1 % a cependant permis de parvenir au même résultat qu'avec la lécithine de soja. Pour l'évaluation du profil gustatif, les échantillons de chocolat ont été testés dans une dégustation à l'aveugle.

Aucune différence de goût significative n'a été observée pour le chocolat au lait et le chocolat noir pur entre les produits à la lécithine de soja et ceux à la lécithine de tournesol. « En résumé, on peut donc dire qu'il faut utiliser un peu plus de lécithine de tournesol pour obtenir la même limite d'écoulement du chocolat. Sur le plan gustatif, les différences sont insignifiantes », conclut Janine Binder.

Hausse de la demande de lécithine de tournesol

La lécithine de soja est un précieux au-

xiliaire grâce à son pouvoir émulsifiant et dispersant. Un problème se pose toutefois maintenant en raison des risques fortement accrus de contamination croisée entre soja avec et sans OGM. Il y a là de quoi nourrir bien des spéculations en amont de la récolte, ce qui a un impact sensible sur les prix du marché et représente un grand inconvénient pour l'industrie de la transformation. Considérée comme une alternative possible, la lécithine de tournesol fait l'objet d'une demande croissante. « Nous observons que la grande distribution et les chaînes de discounters ont de plus en plus tendance à réclamer des alternatives à la lécithine de soja pour leurs marques maison », explique Michael Heidland, responsable du secteur Lécithine chez Sternchemie.

« Cela tient d'une part à ce qu'il n'existe aujourd'hui aucun risque de modifications génétiques pour le tournesol et les produits dérivés et, d'autre part, au fait que les produits à base de tournesol sont hypoallergéniques. » Contrairement à la fève de soja, la graine de tournesol est entourée d'une coque qu'il faut éliminer dans une étape de transformation supplémentaire. Comme la lécithine de tournesol brute contient aussi diverses substances ayant un effet sur la qualité, celle-ci varie fortement suivant les procédés de production. Voilà pourquoi il est absolument indispensable de soumettre la lécithine à un traitement préparatoire avant de l'utiliser.

La lécithine que Sternchemie reçoit des huileries est donc purifiée par un procédé spécial et traitée en conséquence dans les unités que possède l'entreprise en Pologne et en Hollande. « Grâce aux technologies mises en œuvre, nous ob-

tenons une qualité si élevée que nous pouvons déshuiler la lécithine de tournesol dans nos installations pour fabriquer de la lécithine pure », indique Andreas Reith, directeur de Sternchemie. Sternchemie en fabriquant de la lécithine de tournesol en poudre sous forme pure – sans support – a été l'une des premières du monde à proposer cette intéressante alternative au soja.

En s'appuyant sur des essais pratiques, les spécialistes de la lécithine ouvrent des voies nouvelles et montrent à leurs clients comment remplacer la lécithine de soja par de la lécithine de tournesol sans modifier les caractéristiques des produits. ■

Hausse de la demande de lécithine de tournesol

La lécithine de soja est un précieux auxiliaire grâce à son pouvoir émulsifiant et dispersant. Un problème se pose toutefois maintenant en raison des risques fortement accrus de contamination croisée entre soja avec et sans OGM. Il y a là de quoi nourrir bien des spéculations en amont de la récolte, ce qui a un impact sensible sur les prix du marché et représente un grand inconvénient pour l'industrie de la transformation. Considérée comme une alternative possible, la lécithine de tournesol fait l'objet d'une demande croissante.

En s'appuyant sur des essais pratiques, les spécialistes de la lécithine ouvrent des voies nouvelles et montrent à leurs clients comment remplacer la lécithine de soja par de la lécithine de tournesol sans modifier les caractéristiques des produits – et sans problèmes.

Les matières premières aromatiques

Les arômes qui sont utilisés comme additifs dans l'alimentation peuvent être de deux types différents : soit ils sont composés de matières premières naturelles (obtenues soit par extraction, soit grâce aux biotechnologies), soit ils sont composés de matières premières artificielles.

En collaboration avec Fortrade

Les matières premières naturelles obtenues par extraction

La plus grande richesse de substances aromatiques se trouvent évidemment dans la nature. Il existe plusieurs techniques qui permettent d'utiliser ces substances dans l'alimentation.

du genre citrus : l'essence est libérée par action de machines qui provoquent la rupture des sacs oléifères (qui fournissent de l'huile) de l'épiderme (tissu le plus externe de ceux qui entourent le noyau) des agrumes.

Si les essences des écorces d'agrumes sont facilement obtenues par simple pression

Cependant les essences ne sont pas toujours utilisées en l'état. Assez souvent, elles sont débarrassées d'une partie ou de la totalité des cires et des terpènes, qui présentent de nombreux inconvénients, comme leur insolubilité.

La seconde technique consiste à extraire les molécules aromatiques à l'aide de

certains extraits de vanille.

Ils existent encore d'autres techniques qui permettent d'obtenir des matières premières naturelles : les jus de fruits concentrés, les macérations, les infusions (obtenues en effectuant l'extraction à chaud), etc... On peut également parfois combiner plusieurs techniques afin d'obtenir un arôme particulier.

L'emploi de ces aromatisants est à vocation strictement alimentaire. Il n'est pas toujours évident d'extraire certains arômes : par exemple, pour obtenir 30 à 80g d'huile essentielle de rose de Damas ou de violette, il faut une tonne de plante fraîche.

Les substances artificielles permettent à moindre coût d'obtenir de plus grandes quantités d'arômes. L'utilisation des biotechnologies permet également de reproduire des substances naturelles en plus grande quantité, et ayant une constitution identique à celle des matières naturelles.

tations. Il s'agit d'exploiter efficacement les réactions naturelles qui donnent à l'humanité des denrées alimentaires comme le pain, le fromage ou le vin. Ces techniques étant exclusivement utilisées pour les substances aromatisantes, tous les produits mis en œuvre sont 100 % naturels ce qui est de plus en plus demandé chez les consommateurs. Les souches de micro-organismes utilisées doivent être déjà présentes dans la nature et les méthodes d'extractions doivent être similaires à celles appliquées aux produits classiques. Les rendements sont,

éthylque) en ensemençant le milieu de culture avec des levures, des bactéries ou des moisissures, selon le cas. Quand cela est possible, on peut aussi mettre directement en œuvre les enzymes responsables des réactions chimiques souhaitées.

Cette approche particulière nécessite une grande connaissance de la biochimie du monde vivant et plus particulièrement des réactions endogènes (celles qui ont lieu à l'intérieur des organismes vivants); ces dernières, provoquées grâce à des substances données, les précurseurs, permettent d'aboutir à des substances spécifiques. Ainsi, selon les matières premières utilisées, on peut obtenir des milieux plus ou moins riches en molécules aromatiques qu'il faudra extraire ou des substances concentrées employées telles quelles. Des centaines de molécules aromatiques sont aujourd'hui disponibles et permettent la création de compositions aromatisantes naturelles concentrées, très proches, en qualité, de leurs équivalents synthétiques traditionnels.

L'étude des arômes des préparations culinaires a fait apparaître de nouvelles séries de substances aromatiques dues au chauffage. L'industrie s'est efforcée d'accentuer ces phénomènes pour obtenir des concentrations supérieures de ces substances.

Les composés obtenus sont en majorité des hétérocycles azote ou oxygène et souvent, des composés soufrés. De tels extraits sont obtenus lors des réactions de Maillard.

L'opération se fait dans un réacteur en discontinu, mais on a développé des installations sous forme d'une succession de tubes permettant d'opérer en continu. ■



Source Expressions aromatiques



Source Wifrance

La première consiste à extraire des plantes les huiles essentielles ou essences. C'est la technique la plus courante. Les huiles essentielles ont la particularité d'avoir des caractères relativement constants. Leurs composés principaux appartiennent à la famille des terpénoïdes.

Il existe deux méthodes d'extraction : l'extraction à froid et la distillation. La première consiste à extraire l'essence par un procédé mécanique, lorsque celle-ci se trouve en quantité relativement suffisante et surtout rassemblée et localisée en des points facilement accessibles : les vésicules des écorces d'agrumes en sont un exemple évident. Cette méthode est donc surtout utilisée pour l'obtention des essences d'écorces, ou zestes, de fruits

à froid, la méthode d'extraction la plus ancienne et la plus élaborée est certainement la distillation, mise au point par les Arabes et apportée en Occident par les croisés. Elle est utilisée lorsque l'essence des végétaux, plus répartie, permet de ménager des surfaces d'échanges suffisamment grandes. Dans un récipient fermé, on injecte de la vapeur d'eau très chaude à travers les matières végétales broyées; la vapeur entraîne les substances volatiles et un système de refroidissement permet de les recueillir par condensation. Le mélange hétérogène (molécule aromatique, eau) est décanté: en effet, les molécules aromatiques étant insolubles dans l'eau, ce procédé permet d'isoler l'essence.

solvants. Les composés alors obtenus sont appelés oléorésines. Les tissus végétaux sont dispersés dans un solvant organique dans lequel se dissolvent les principes odorants, et sont ensuite débarrassés de ces solvants par évaporation. On utilise par exemple des solvants du type alcool-eau notamment pour obtenir



Source Aroma Zone

Les biotechnologies

Les quantités de substances aromatiques disponibles dans la nature ne satisfont pas toujours les besoins d'une industrie qui doit répondre aux désirs d'une population de plus en plus nombreuse et exigeante; en outre, les coûts peuvent être exorbitants. Ainsi, les aromaticiens cherchent à reproduire les molécules de synthèse plus rentables. Par exemple, l'éthylvanilline, un dérivé synthétique de la vanilline, dont l'arôme ressemble à celui de la vanille mais dont la perception est plus forte, est très utilisé par les industriels de l'agroalimentaire.

Les biotechnologies sont fondées sur une meilleure connaissance des phénomènes biologiques naturels comme les fermenta-

en gé- néral, faibles car les substances aromatiques, sous produit de l'activité des micro-organismes, sont formées en petites quantités; il s'agit donc de procédés coûteux. Cependant, dans certains cas, les rendements sont meilleurs que ceux de la synthèse chimique et les molécules, ainsi, reviennent moins cher tout en permettant une application plus large.

Les techniques utilisées sont variées mais fondées sur le même principe qui, par exemple, permet d'obtenir du vinaigre (acide acétique) à partir du vin (alcool

Les outils actuels de détermination de la durée de vie microbiologique des produits laitiers

Les différents outils d'étude du comportement des microorganismes pathogènes dans les produits alimentaires se perfectionnent et sont l'objet d'une plus large diffusion en vue d'une amélioration constante de la qualité sanitaire des produits. Explication des principes, avantages et limites de ces outils.

En collaboration avec Actilait

Depuis la mise en place de la nouvelle législation européenne (règlement CE n°2073/2005 concernant les critères microbiologique du Paquet hygiène CE n°178/2002) dont la finalité est de responsabiliser l'ensemble des acteurs d'une filière en terme de sécurité sanitaire des aliments, les professionnels sont confrontés à des demandes de la distribution ou des autorités sanitaires sur le comportement des micro-organismes pathogènes dans leurs produits.

Pour répondre à ces nouvelles exigences, différents outils coexistent pour caractériser le comportement des microorganismes pathogènes dans les produits laitiers. Pour Valérie Michel, responsable du pôle Sécurité sanitaire d'Actilait, l'institut technique du lait des produits laitiers, ces outils permettent une meilleure connaissance de l'évolution des germes dans les produits et la détermination au plus juste de leurs durées de vie. » Parmi les différentes approches couramment pratiquées par cet institut technique agro-industriel, en voici les principes, avantages et limites de ces outils.

Tests de vieillissement

Un test de vieillissement microbiologique correspond au suivi de la flore naturellement présente dans le produit au cours

du temps. Pour les denrées périssables et réfrigérées, la norme NF V01-003 de juin 2010 établit des protocoles permettant de valider la durée de vie microbiologique, au travers de la mise en œuvre de tests de vieillissement.

Les précautions à prendre lors de la mise en œuvre de ces tests concernent principalement le couple temps/température qui doit prendre en compte les conditions réelles de conservation. Les limites de ces tests concernent les germes de faible occurrence (très faible probabilité de contamination).

Selon la norme NF V01-009 de septembre 2007, les Challenge-tests ou tests de croissance mi-

crobiologiques correspondent à l'étude de l'évolution de la population de microorganismes inoculés dans un aliment. Ils permettent ainsi de préciser si, en cas de contamination accidentelle de l'aliment, le micro-organisme est capable ou non de s'y développer. Ces derniers sont délicats à mettre en œuvre et nécessitent de multiples précautions pour être représen-

tatifs des conditions naturelles de contamination.

La contamination peut être réalisée en surface (Challenge-test « produit ») pour simuler une recontamination accidentelle. Pour une contamination en masse, les fromages sont fabriqués à partir de lait contaminé (Challenge-test « procédé »). Ce deuxième type de contamination nécessite l'utilisation d'une fromagerie de classe 2, habilitée pour la fabrication fromagère en présence de bactéries pathogènes de type 2 (par exemple, *L. monocytogenes*, *S. aureus*).

Une autre réflexion doit être menée sur la nature de la souche à inoculer sachant que les souches de terrain sont plus adaptées que des souches dites de collection qui peuvent, le cas échéant, donner des résultats éloignés de la réalité. Les limites de cet outil, indépendamment de la concentration de l'inoculum pouvant être supérieure à la réalité (pour rester dans des limites des techniques de dénombrement), reposent surtout sur les nombreux points d'analyses qui en font une méthode lourde et coûteuse. Par contre, lorsque ces tests sont menés dans l'esprit de la norme et que l'ensemble des points d'analyse est effectué, les résultats peuvent être exploités par des logiciels de microbiologie prévisionnelle.

La microbiologie prévisionnelle est une discipline visant à prévoir par modélisation le comportement de croissance des

>> microorganismes à un instant donné de l'aliment. Le module interface de croissance de l'outil Sym'Previus permet d'estimer la probabilité de croissance d'une bactérie pathogène en fonction des conditions physico-chimiques de l'aliment : pH, aw (activité de l'eau), température de conservation, teneur en lactates. Le module probabiliste intègre les

variabilités spécifiques du produit et du site de production, et permet d'évaluer l'exposition du consommateur au danger microbien au cours de la durée de vie du produit.

Ce module permet ainsi à partir de données de Challenge-tests réalisés sur des fromages, de prévoir le comportement des bactéries sur ces fromages pour des

températures de conservation différentes ou lors d'une rupture de la chaîne du froid.

Appréciation quantitative des risques

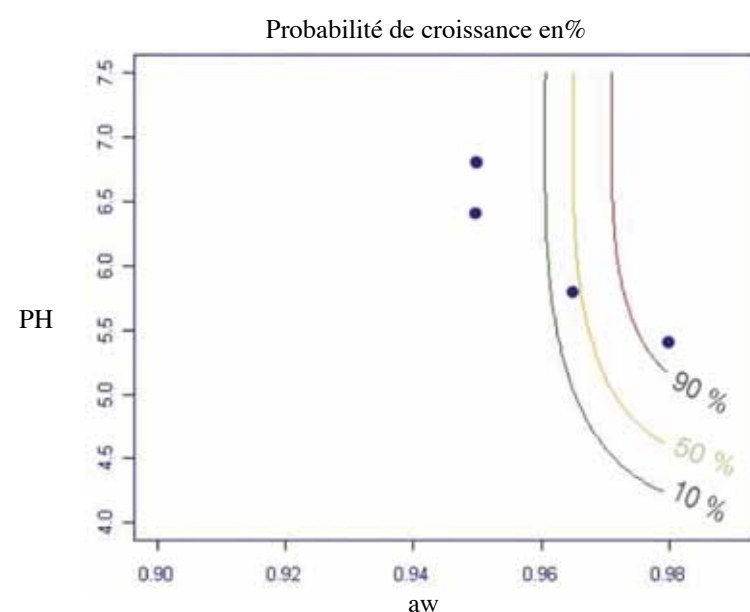
L'AQR est un outil de maîtrise des risques microbiologiques qui s'inscrit dans

Outils		Avantages	Limites
E X P E R I M E N T A U X	Test de vieillissement	- Correspond bien à la réalité du produit, - Correspond à une réalité de la contamination (répartition, taux, souches, stress...).	- Conditions imposées par les lots contaminés (prévalence faible pour les micro-organismes pathogènes, hétérogénéité dans l'aliment...), - Impossible de tester l'ensemble des conditions prévisibles, - Applicable qu'à partir du produit élaboré (du début d'affinage jusqu'à la consommation par exemple en fromage).
	Challenge test	- Correspond bien à la réalité du produit.	- Biais de l'inoculation, - Combinaison importante de paramètres pour des études qui peuvent être longues et coûteuses, - Challenge-tests « procédés » réalisables qu'à partir d'une fabrication en atelier P2, - Challenge-tests « produits » qu'à partir du produit élaboré (du début d'affinage jusqu'à la consommation par exemple en fromage).
M O D E L I S A T I O N	Microbiologie prévisionnelle type Sym'Previus	- L'interface croissance / non croissance permet de donner de premières réponses quantitatives sans expérimentation, - Le module probabiliste permet de valoriser les données de Challenge-tests à moindre coût par estimation du comportement des bactéries pour différentes conditions, avec une bonne prise en compte de la variabilité.	- Applicable qu'à partir du produit élaboré (du début d'affinage jusqu'à la consommation par exemple en fromage), - Nécessite un minimum de caractérisation physico-chimique du produit (aw, pH, lactates) et de sa variabilité.
	Appréciation quantitative des risques (AQR)	- Estimation d'une probabilité et du niveau de contamination à tout moment de la chaîne, - Estimation du risque de maladie associée au danger microbien, - mise en évidence des leviers de maîtrise du danger et des étapes critiques, - Prise en compte de l'incertitude liée aux données disponibles pour la modélisation.	- Nécessite une connaissance approfondie du procédé modélisé, - Nécessite des données technologiques précises et fournies.

>> un processus plus large d'analyse des risques. Cette démarche est recommandée par les instances internationales de l'OMS et les Pouvoirs publics pour quantifier les risques de contamination et s'assurer de l'innocuité des produits alimentaires. Cette approche vise à estimer un risque de maladie d'origine alimentaire en modélisant la probabilité et le niveau de contamination d'un microorganisme donné, tout au long de la chaîne de pro-

duction et du cycle de vie du produit. Une interface utilisateur, spécifique du modèle développé, permet de simuler les conséquences d'une modification de process (par exemple en fromages : + 0,2 unité pH au démoulage, diminution de 5 % de la teneur en sel en sortie saumurage, etc.). Les professionnels ont à disposition plusieurs outils complémentaires, basés sur l'expérimentation ou la modélisation,

pour mieux connaître le comportement des micro-organismes pathogènes dans leurs produits. Ces différents outils ont chacun des avantages et des limites à bien cerner afin d'en optimiser leur utilisation et répondre à la question posée. La fiabilité de la réponse donnée par ces différents outils est aussi basée sur l'expertise de l'opérateur, à savoir sa connaissance des produits, des procédés et des micro-organismes. ■



Graphique - Incidence de l'évolution du pH et de l'aw sur la probabilité de développement de Escherichia coli à la surface d'un fromage durant son affinage.



Commerçants! pour une meilleure organisation Voilà la solution..

Parfaite pour :

- Le commerce

Points forts :

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

TE-2400

TE-2200



TOP BUSINESS
الخدمات التجارية الرفيعة

www.casio.ma

CASIO.
SYSTEMES D'ENCAISSEMENT

Skinsleever Vernis tactile

La société *Sleeve International* a mis sur le marché – des boissons et de l'hygiène notamment – *Skinsleever Vernis tactile*. Unique en son genre, le procédé repose sur le principe de la maîtrise des différents procédés d'impression. Une même ligne d'impression permet d'effectuer des marquages par héliogravure, puis par flexographie, et, enfin, par sérigraphie. Cet effet relief 3 D intègre une nouvelle dimension dans les conditionnements : la sensorialité. Avec pour principal objectif de jouer avec la palette des sens et de se rapprocher de l'intimité du consommateur. L'effet 3D d'une création devient ainsi une composante majeure de la stratégie marke-

ting d'une marque. Le rendu haute qualité peut atteindre 14 couleurs. Le relief est obtenu par un vernis extérieur spécial, qui sublime et donne du volume à l'impression. Ce procédé est réalisable sur tous les films, quelle que soit leur composition. L'opération est effectuée avec une grande précision, le repérage étant de l'ordre de quelques dixièmes de millimètre, ce qui permet de reproduire les effets les plus subtils.

En termes d'initiatives économiques, *Skinsleever Vernis tactile* a l'avantage d'une différenciation immédiate ou retardée, et d'une réduction des coûts d'exploitation et/ou de création de valeur.

à l'échelle de l'individu, *Skins-*

leever Vernis tactile a des qualités d'esthétisme, de sensorialité (matière, couleur, originalité, modernité, rupture ou détournement de codes, graphisme), de lisibilité et d'accessibilité des informations (impression, identification, traçabilité, indicateur, emballage interactif).



Au service du packaging



L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE



PERMO, la solution pour vos eaux de process

FILTRATION - MICROFILTRATION
ÉLECTRODÉIONISATION - OSMOSE INVERSE
DÉCHLORATION - ADOUCISSEMENT
DÉMINÉRALISATION - ULTRAFILTRATION
POTABILISATION - NEUTRALISATION
OXYDATION - DÉSINFECTION
STÉRILISATION - ULTRA VIOLETS - OZONE...

BWT FRANCE - PERMO
103, rue Charles Michels - 93206 St Denis Cedex - FRANCE
Tél. : + 33 1 49 22 46 48 - Fax : + 33 1 49 22 45 30
e-mail : bwtexport@bwt.fr - www.bwtpermo.fr



permo
BEST WATER TECHNOLOGY
BWT GROUP

39-41 Rue de Bergerac La Gironde - 20500 Casablanca MAROC

Tél : +212 (0)5 22 30 67 11 - Fax : +212 (0)5 22 30 67 12

commercial@jil-emballages.com

www.jil-emballages.com

Quand Accor recompose son créneau économique

« J'ai décidé de remettre en cause certains fondements de notre modèle : changer n'est pas une option mais une nécessité. Le premier volet de ce projet porte sur le segment économique », a déclaré Denis Hennequin, P-DG d'Accor.

Dans ce sens, Accor a estimé que les produits et les services de l'hôtellerie économique du Groupe devaient être repensés pour dépasser leur segment de marché et intégrer les changements d'habitudes des consommateurs.

Dans la nouvelle configuration, ibis, marque la plus connue du groupe, acquiert un statut de « mégamarque » grâce à trois déclinaisons. D'abord, ibis qui reste ibis. Ensuite, All Seasons, dont l'implantation n'est pas encore d'actualité au niveau national mais qui deviendra ibis styles. Enfin, Etap Hotel, rebaptisé ibis budget, dont 24 unités devaient ouvrir en huit ans sous forme de coentreprise, avec pour partenaire le groupe Akwa. Dans cette troisième déclinaison, le prix de la nuitée varierait entre 320 et 350 dirhams. Un regroupement sous une même dénomination, qui devrait permettre à la visibilité de la marque d'avoir plus de poids dans les esprits, et surtout, d'apparaître en tête de liste dans les résultats des moteurs de recherche, aussi bien généralistes, que ceux dédiés à la réservation en ligne.

À l'horizon 2020, la mégamarque a pour ambition de compter 50 hôtels au Maroc. Pour ibis, la réalisation de deux hôtels est engagée avec des ouvertures prévues en 2014 : un ibis de 128 chambres sur le site de CasaNearShore à Casablanca, et un autre de 120 chambres sur le site de Technopolis à Rabat. À plus court terme, novembre 2011 verra l'ouverture de l'ibis de Tanger Free Zone, puis en 2012 ceux d'El-Jadida, d'Agadir et de Fès.

Pour sa part, ibis budget se fixe pour but d'arriver à 24 hôtels en huit ans, soit trois ouvertures par an avec une première phase de huit hôtels à l'horizon 2013.



Un tourisme résilient

Le tourisme marocain semble être résilient, face à une situation d'effervescence sociopolitique sur le plan national et interrabe. En effet, les nuitées totales enregistrées dans les établissements d'hébergement touristique classés au Maroc ont affiché une hausse de 5 % durant les quatre premiers mois de 2011, indique un rapport publié par le ministère du Tourisme.

Toujours selon ces statistiques, durant cette période, les nuitées des résidents et des non-résidents ont augmenté respectivement de 18 % et de 2 %.

Les plus fortes hausses en termes de nuitées ont été enregistrées à Agadir (+18 %), Marrakech (+2 %), Rabat (+1 %) et Ouarzazate (+2 %), précise la même source.



Magret de canard, plat préféré des Français

Le magret de canard est le grand gagnant d'une enquête gustative TNS-Sofres pour Vie Pratique Gourmand.

Avec 21 % des suffrages, le magret devance de peu le moules-frites (20 %), et le couscous (19 %). La blanquette de veau, grande tenante du titre, n'obtient qu'une quatrième place plutôt décevante avec 18 % des suffrages.

Ces résultats confirment que les Français sont de « grands carnivores », comme l'explique l'institut TNS Sofres. En effet, sept des huit plats qui sont plébiscités sont à base de viande, tandis que les légumes sont boudés par la majorité des votants.

De même, le sondage montre que les goûts diffèrent en fonction des sexes. Si les hommes sont friands de côte de bœuf et autres pièces de viande rouge, les femmes ont quant à elles des goûts plus « variés et plus diététiques ».

ENSEMBLE

POUR LA PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Restaurants **ANNAJMA** bénéficie du service de collecte des huiles alimentaires usagées de **KILIMANJARO ENVIRONNEMENT**.

POURQUOI PAS VOUS ?

Restaurant ANNAJMA 1 مطعم النجمة



Résidence Racha 2, Av Oujda (Nejma) - TANGER
Tél : 05 39 94 69 63

Restaurant ANNAJMA 2 مطعم النجمة



Rue Amr Ibn Al Ass, N° 49 -TANGER
Tél : 05 39 33 05 65

Hôteliers, restaurateurs et cuisiniers !

Vos bénéfices

- ✓ Participer à la protection de l'environnement,
- ✓ Être connu comme partenaire de l'environnement au Maroc
- ✓ Être membre de la communauté verte à travers «Eco-geste» au Maroc,
- ✓ Attirer des nouveaux clients grâce aux actions publicitaires Kilimanjaro.

• Maintenant, on ne verse pas d'huiles usagées dans les canalisations.
• Notre équipe vient collecter les huiles usagées de votre établissement.
• Une fois collectée, l'huile usagée sera recyclée en biocarburant.

1 LITRE D'HUILE USAGEE POLLUE 1 MILLION DE LITRES D'EAU
1 TONNE DE BIODIESEL PRODUITE ECONOMISE 2.6 TONNES DE CO2



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



Sofitel soutient la musique

Comme à son habitude, le Sofitel d'Agadir, partenaire historique du « Concert pour la tolérance », a encore une fois répondu favorablement à la demande des organisateurs, pour accompagner la 6^e édition cet automne.

Le Sofitel Agadir est l'un des opérateurs touristiques les plus engagés dans la promotion de la ville d'Agadir et du dialogue culturel. Il reçoit tous les mois des touristes de tous horizons, à qui il tente de transmettre ses valeurs.

Rappelons que le « Concert pour la tolérance » a réussi au fil des années à fédérer une panoplie d'entités institutionnelles et économiques, avec à leur tête l'ONMT, la RAM, le Conseil régional du tourisme, qui ont toujours tenu à participer à la promotion de la ville d'Agadir d'un côté et des artistes marocains de l'autre.

Du côté du Sofitel de Marrakech, la musique est soutenue différemment. Le So Night Lounge, dernier-né de l'hôtel, a lancé récemment, avec l'agence britannique MBS, une série de douze évènements

exclusifs dans cet établissement, « afin de promouvoir la destination Marrakech et sa pluralité culturelle », indique Sofitel Maroc. Le So Night Lounge était déjà devenu en peu de temps l'un des établissements favoris des Marocains et de la jet set internationale, selon l'enseigne de luxe du groupe Accor dans le royaume.

Le concept : un artiste international invite ses amies célébrités,



chanteurs, musiciens pour un week-end découverte ponctué d'une soirée exclusive et en direct, au profit d'un parterre d'invités de choix sur la scène dédiée du So Night Lounge de Marrakech.

Le premier de cette série d'événementiels a mis en avant Wayne Beckford et son nouvel album « Alpha Omega », avec Amel Bent et Oum.

Le So Night Lounge & MBS envisage un évènement par mois sur la saison première 2011/2012. Le deuxième opus est orchestré par Amel Bent, amenée ainsi à faire la promotion exclusive de son nouvel album prévu pour novembre 2011.



McDonald's Tokyo teste la livraison 24h/24 en 10 mn

À Tokyo, McDonald's a lancé dernièrement l'expérimentation d'un service de livraison ultrarapide 24 heures sur 24, orienté vers une nouvelle clientèle. Objectif : capter en amont les consommateurs qui ne viennent pas à elle. Il se trouve que, dans la capitale japonaise, quelle que soit l'heure du jour ou de la nuit, il y a forcément une supérette ouverte à moins de cinq minutes à pied. Ces milliers de boutiques multiservice apparaissent comme de redoutables cannibales pour la restauration rapide. La nouveauté de « Mac Do », existante dans quelques autres pays d'Asie, est expérimentée



tée dans une zone offrant un bon compromis entre entreprises et lieux résidentiels. Presque tous les en-cas de la carte peuvent être servis à domicile ou au bureau par des livreurs se déplaçant en deux-roues spécialement équipés. McDonald's promet d'apporter les hamburgers, frites et autres collations chaudes ou froides dans les dix minutes suivant la commande, un délai quasi garanti, dans un pays où la ponctualité est une obsession et représente le premier critère de confiance et de qualité d'une prestation. Selon les premiers résultats, les plus fidèles clients sont les vigiles, les infirmiers et autres salariés qui ont du mal à s'absenter.

ENSEMBLE

POUR LA PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Restaurants **SNACK AMINE** bénéficie du service de collecte des huiles alimentaires usagées de **KILIMANJARO ENVIRONNEMENT**.

POURQUOI PAS VOUS ?

SNACK AMINE



Bd. Day Ould Sidi Baba (Ex Watteau), rue 35 n°9 Quartier Derb Ghalef - Casablanca
Mohamed V - N°32 Rue Chaouia (Ex rue Colbert) - Casablanca
Snack AMINE BOURNAZIL - Casablanca

Hôteliers, restaurateurs et cuisiniers !

Vos bénéfices

- ✓ Participer à la protection de l'environnement,
- ✓ Être connu comme partenaire de l'environnement au Maroc
- ✓ Être membre de la communauté verte à travers «Eco-geste» au Maroc,
- ✓ Attirer des nouveaux clients grâce aux actions publicitaires Kilimanjaro.

- Maintenant, on ne verse pas d'huiles usagées dans les canalisations.
- Notre équipe vient collecter les huiles usagées de votre établissement.
- Une fois collectée, l'huile usagée sera recyclée en biocarburant.

1 LITRE D'HUILE USAGEE POLLUE 1 MILLION DE LITRES D'EAU
1 TONNE DE BIODIESEL PRODUITE ECONOMISE 2.6 TONNES DE CO2



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



Du Maroc à l'Afrique, un potentiel touristique à mettre à profit

C'est une opération de séduction de la destination Maroc que les officiels locaux ont menée à l'occasion de la tenue, pour la première fois dans le royaume, de la Conférence sur les investissements hôteliers en Afrique. Le secteur privé, marocain et même étranger, était également présent pour défendre les atouts du pays.

La Conférence sur les investissements hôteliers en Afrique (HICA, en anglais) a eu lieu pour la première fois au Maroc, fin septembre. Ce salon est une plateforme de rencontres des investisseurs hôteliers marocains, africains et internationaux et associe à la fois conférences et espaces d'exposition. Plus de 350 participants ont assisté à un large éventail de sujets traités lors des conférences, notamment sur les flux des capitaux, des clés de réussite de l'investissement hôtelier en Afrique, de



Ils ont déclaré...

Yassir Znagui, ministre du Tourisme :
« L'Afrique, ce vaste marché »



« Il nous faut explorer de nouvelles pistes pour la promotion du tourisme sur le continent et concevoir de nouveaux produits, notamment ceux offrant au touriste la possibilité de visiter en d'un seul voyage plusieurs pays du continent.

Le marché touristique africain a un grand potentiel de croissance, d'autant que le continent a été l'une des régions du monde où le tourisme s'est développé le plus rapidement au cours de la dernière décennie.

L'industrie du tourisme dans le monde connaît aujourd'hui une expansion remarquable et représente 10 % du PIB mondial. L'Organisation mondiale du tourisme a enregistré, en 2010, une augmentation des arrivées de touristes de 7 %, pour atteindre 940 millions de touristes. Cette évolution du secteur touristique constitue un défi pour les pays d'Afrique, qui présentent également un fort potentiel touristique d'affaires et de loisirs. D'où la nécessité de renforcer les infrastructures d'accueil pour répondre à la demande.

L'OMT prévoit une croissance des arrivées de touristes entre 4 et 5 % en 2011 et une hausse à hauteur d'1,6 milliard du nombre d'entrées de touristes en 2020. Le secteur du tourisme va donc attirer des investissements et engendrer des revenus considérables, y compris pour le continent africain. »

Edwin Fuller, P-DG de la chaîne Marriott :
« Vive le marché marocain ! »



« Le Maroc est pour Marriott une destination toute nouvelle mais tout aussi stratégique que d'autres. Nous sommes déjà présents sur 71 pays à travers le monde, et le Maroc fait partie de ces pays où nous comptons élargir notre portefeuille hôtelier. Le Maroc est ainsi placé dans nos cinq premières

destinations privilégiées en Afrique. Parmi nos projets au Maroc figurent le JW Marriott Hotel & Conference Center, sous contrat de gestion avec son propriétaire Société New Marina Casablanca, et le Rabat Marriott Hotel, sous contrat de gestion avec son propriétaire Madaëf S.A.

Ce positionnement répond à plusieurs facteurs. Le premier est lié à sa position stratégique et à la multiplication des dessertes aériennes reliant plusieurs villes – à fort attrait touristique du royaume – à d'autres, européennes. La seconde motivation est relative aux facilités d'investissements dans le secteur touristique. Notre choix de destinations se base essentiellement sur les différentes possibilités que ces dernières peuvent offrir. Ici, Rabat, Casablanca et Marrakech offrent une combinaison unique. Concernant le Printemps arabe, le Maroc a été très peu impacté par rapport aux autres pays de l'aire où nous sommes présents. Nos ambitions de développement en région Afrique du Nord / Moyen-Orient y demeurent inchangées. »

la création des complexes intégrés, du transport aérien, de la vision Maroc 2020, du partenariat, de la structuration du financement, de la négociation des contrats de gestion, du financement bancaire et des potentialités africaines dans le domaine du tourisme.

Les représentants marocains étaient largement au rendez-vous, venus défendre la Vision 2020 du tourisme et mettre en avant les atouts qu'offre le Maroc. Les grosses pointures de l'industrie hôtelière, les voyageurs et autres opérateurs – comme le P-DG de Marriott Lodging International [lire encadré] – se sont montrés réceptifs à l'argumentaire dé-

veloppé quant à la nouvelle facette de la destination Maroc et les orientations majeures y afférentes. Parmi les multiples ministres à avoir fait le déplacement : Yassir Znagui [voir encadré].

Rôle de la formation

Son collègue des Finances, Salaheddine Mezouar, a mis l'accent sur le rôle que joue la formation dans l'essor du tourisme. Le département de l'Économie est confronté à un contexte d'assèchement des liquidités et dans lequel l'investissement extérieur est, par conséquent, perçu comme l'un des remparts au ra-

lentissement de la croissance globale et touristique en particulier.

Aérien, développement durable, culture, sport... tous les arguments sont recevables pour atteindre les objectifs de la Vision 2020. Le World Travel & Tourism Council (WTTC) a émis des projections favorables quant aux perspectives touristiques du pays malgré un tassement de l'activité à l'échelle internationale. « Si les prévisions de croissance du secteur étaient de 4,5 % au début de l'année, après le Printemps arabe la croissance sera aux alentours de 3,8 % », a avancé David Scowsill, P-DG du WTTC. ■

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 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 - web : www.cati91.fr - Siret 450532239 RCS Evry

Les enjeux actuels des filières vigne-vin

L'agroéquipement pour la vigne et le vin fait l'objet pour 2011 d'une reprise du marché mondial du vin, après une période difficile. Une tendance plutôt positive. Les échanges internationaux montrent une bouteille sur quatre consommée dans le monde est un vin importé.

En collaboration avec Sitevi



2010 a été une année difficile pour le marché de l'agroéquipement, mais l'optimisme revient à l'ordre du jour pour les constructeurs et distributeurs de machines agricoles.

Les matériels pour la vigne et le vin montrent pour cette année 2011 une tendance plutôt positive. Le marché des tracteurs étroits pour vignes et vergers repart à la hausse avec 1 900 immatriculations pour l'année en cours contre 1 603 en 2010. Le marché des tracteurs-enjambeurs est quant à lui toujours complexe, mais il devrait progresser de 10 % cette année, soit 430 unités contre 385 en 2010. Enfin, la production de machines à vendanger a progressé de 23 % en 2010. Les professionnels espèrent rester sur cette tendance pour la prochaine campagne de 2011.

L'agroéquipement, à l'échelle mondiale, représente une production de 58 milliards d'euros et un volume d'échanges internationaux de 40 milliards d'euros à l'export et 35 milliards d'euros à l'import. En 2010, le marché mondial des agro-

équipements progresse grâce à une demande forte des marchés d'Amérique du Sud et d'Asie. Ces pays offrent de réelles opportunités pour les entreprises internationales qui ont traversé des périodes difficiles.

3.000 M L de caisses de 9 bouteilles produites

De son côté, le marché mondial du vin renoue avec la croissance après une période difficile en 2008. Entre 2005 et 2009, la production mondiale annuelle s'est élevée en moyenne à 3,083 milliards de caisses de 9 litres, soit 27,7 milliards de litres. Les perspectives pour 2011 restent au même niveau. Les grands pays producteurs en 2010 sont toujours ceux de l'Europe avec dans l'ordre : la France, l'Italie et l'Espagne. En 2007, la Chine avait fait son entrée dans le Top 10 des producteurs mondiaux. Trois ans plus tard, elle se hisse à la 7^e position et devrait connaître d'ici 2014 la plus forte hausse de production (+77 % entre 2010

et 2014).

En revanche la surface viticole mondiale a reculé de 65 000 ha, dont 12 000 ha en moins pour la France. Selon l'DIV, « l'Espagne, la France et l'Italie se maintiennent en tête des statistiques, mais cèdent du terrain pendant que la Chine, les Etats-Unis et l'Argentine élargissent leurs vignobles ».

Consommation de vin à +4 %

La consommation du vin continue de croître. Le marché vitivinicole peut miser sur les consommateurs. En effet, la consommation mondiale de vin a augmenté de 0,4 % en 2010 pour atteindre 238 millions d'hl stoppant net la tendance à la baisse commencée en 2007, selon l'DIV. Cette tendance à la hausse est présente dans tous les pays de l'Union Européenne producteurs de vin, à l'exception de l'Espagne qui accuse une faible baisse. Les principaux pays qui alimentent cette croissance timide sont les Etats-Unis, l'Allemagne et la Chine.

Certains experts pronostiquent que les Etats-Unis deviendront le premier pays consommateur de vin en 2012, devant l'Italie et la France. Une bouteille sur quatre consommée dans le monde est un vin importé. Depuis 20 ans, les échanges internationaux de vin ont considérablement augmenté pour atteindre environ 80 millions d'hectolitres. La concurrence est devenue plus rude dans les années 2000 avec l'émergence des vins américains, australiens ou chiliens mais aussi le regain de compétitivité à l'export des vins



italiens et espagnols. La croissance du marché vitivinicole s'explique notamment

par la progression des échanges internationaux de vins en 2010 : +6,7 % par rapport à 2009 soit une production mondiale de 40 %. Ce redressement est le fruit des pays européens (Espagne: +16 %, Italie: +7 %, France: +7 %). En 2010, la France garde sa première place d'exportateur mondial de vin en valeur, et l'Italie la première en termes de volume. On estime qu'en 2014, la consommation de vin importé représentera 667 millions de caisses (+5,54 % par rapport à 2010), soit 26,44 % de la consommation mondiale. ■



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



DU 8 AU 11 DÉCEMBRE 2011

CASABLANCA : Centre d'Expositions de l'Office des Changes - Route d'El Jadida

MARRAKECH DU 23 AU 26 FÉVRIER 2012

TANGER DU 21 AU 24 JUIN 2012

Sponsors Seniors :

SEBATOP

King

soles

Milk Products Morocco

E-BM

Sté. Inox Vision

MetroPlast

Partenaires Media

RESAGRO

الأنباء

COURRIER

مغرب اليوم

التجديد

Aujourd'hui

CASA

Partenaires :

AVIS

AGK

PROXEDIT

CREATEUR D'ÉVÉNEMENTS

05 22 86 22 24

proxedit@proxedit.com / www.chrexpo.com

Comment évolue le conditionnement viti-vinicole

Les systèmes de bouchage se renouvellent, d'où la capsule à vis, le bouchon synthétique, par exemple. Caisse-outré, bouteille P.E.T., canette... autant de produits tendance.

En collaboration avec Sitevi

Depuis quelques années, de nouveaux systèmes de bouchage, essentiellement le bouchon synthétique et la capsule à vis sont apparus, proposant une alternative au bouchon de liège. Répondre aux attentes des marchés, proposer des bouchons exempts de TCA, réduire les coûts de revient... autant d'éléments qui ont permis à ces nouveaux systèmes de s'imposer sur un marché jusqu'alors dominé par le liège. Selon les résultats du Wine Trade Monitor 2011 de la Sopexa, la capsule à



vis serait d'ailleurs le format qui aurait le plus de potentiel de développement. Le bouchon synthétique, quant à lui, est né de la nécessité de répondre à une progression de la demande, à la baisse des coûts et à la problématique du goût de bouchon. Le bouchon synthétique progresse sans pour autant s'imposer, d'autant plus qu'une campagne pour promouvoir les qualités du bouchon de liège a été lancée au niveau mondial il y a un an. Le liège revient donc en force et continue à grignoter des parts de marché

aux bouchages alternatifs selon le Cork Quality Council (CQC).

La prise de conscience croissante des avantages écologiques à utiliser du liège joue en faveur de cette tendance. Certains industriels surfent sur cette vague et proposent des systèmes de bouchage liège toujours plus innovants.

La caisse-outré est très pratique au stockage et à l'utilisation. Elle rivalise avec la bouteille et connaît depuis 10 ans un véritable succès auprès des consommateurs. Que ce soit pour la consommation occasionnelle, festive ou nomade, elle répond aujourd'hui aux nouvelles habitudes de vie. Toujours selon le Wine Trade Monitor 2011, la caisse-outré recueille pourtant des scores « très disparates selon les marchés. C'est la distribution spécialisée ou GMS qui se montre la plus attirée



par ce format.

Enfin, selon une étude réalisée par FranceAgrimer, la caisse-outré séduit de plus en plus de consommateurs, qui semblent lui être fidèles. Le taux est en augmentation depuis 2005, et il est plus important sur les vins rosés et les vins rouges. Le vin blanc quant à lui a un taux de réachat inférieur à 50 % et ne suit pas l'augmentation observée. Les formats de caisse-outré les plus vendus sont les 3 et 5 litres qui représentent 70 % des ventes. Enfin, la caisse-outré est une innovation packaging de rupture, car elle en finit avec les habitudes de consommation et requière un temps d'adoption long pouvant aller jusqu'à 20 ans.

Les vins en canettes... pour une personne, compacts ont l'esprit nomade, à partager entre amis déclinés en rouge, blanc.

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

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

Café gourmand, une tendance qui s'affirme

De plus en plus de restaurateurs proposent à la place du dessert et en plus du café, un café gourmand. C'est une façon un peu différente de présenter une fin de repas.

Deux ou trois mini gourmandises ou pâtisseries à côté d'un bon espresso. C'est le dessert de celui qui n'en veut pas ou n'a pas le temps d'en prendre, et c'est le café « étonnant » de celui qui termine son repas.

Du côté des restaurateurs c'est une formule très avantageuse financièrement puisque le café gourmand est plus cher qu'un café ordinaire. Mais il ne pénalise pas pour autant le dessert, affirment ces derniers, car ceux qui n'en veulent pas acceptent généralement le café gourmand pour finir leur repas. De plus en

miniaturisation des douceurs proposées, d'être gourmand sans l'être vraiment « il y a toujours du chocolat et je mange des pâtisseries que je ne commanderais en dessert, c'est une façon de faire attention à ma ligne puisque les quantités sont moindres, je



Les Desserts

Les mini gourmandises sont variées à l'infini chaudes ou froides, croquantes ou fondantes, c'est un moment de dégustation avant tout.

Biscuits ou tartelettes et pourquoi pas pâtes de fruits, macarons ou autre meringues...

Il y a un côté « composition du chef ». La présentation de l'assiette est très importante, car à l'austérité du noir du café ou du thé on ajoute une touche colorée pour plus de gaieté et convivialité



picore et c'est bien, en plus la digestion est moins lourde » nous confie une adepte. Et aussi une façon de déculpabiliser « avec 2 ou 3 mini pâtisseries dont je ne fais qu'une bouchée, je me sens moins coupable d'autant que je ne mets plus de sucre dans mon café... » avoue une autre cliente.

Comment ne pas être tenté

par cette présentation qui donne un air de fête à la tasse de café. C'est le côté « ludique » qui plait tant au client. C'est une autre façon de terminer son repas.

Ce concept qui marche bien dans les restaurants et cafés ne semble pas produire les mêmes effets chez les particuliers, très peu le présentent à la fin d'un repas entre amis. Bien qu'un livre de recette soit sorti récemment, le café gourmand reste le couronnement

d'un repas pris à l'extérieur. ■

La boisson café ou thé

La mise en valeurs des mini desserts se fait d'avantage avec un café moussoux plutôt large et pas trop fort. Contraste saisissant en été avec un café frappé, associé à un dessert chaud tels financier, crème brûlée. On peut aussi proposer du thé gourmand dont la saveur se prête plus volontiers au jeu de la gourmandise.

Les Jardins de Guéliz, à Marrakech

Par Pandore

Bien dans la veine de la nouvelle restauration de crise... voici une adresse valeureuse de Marrakech qui gagne à être « re » connue. Le bonhomme nous arrive tout droit d'un paradis « franco-espagnol », où il avait une affaire qui tenait déjà à l'époque – me dit-on – fichtrement bien la route... Comme quoi !

Après des débuts chaotiques à Marrakech, installé finalement près de la Grande poste à Guéliz, il sut trouver le bon angle d'attaque du marché et se spécialisa avant l'heure dans un ticket moyen au déjeuner à hauteur de 150DH (offre buffet d'entrées, plats du jour et dessert) et en soirée à 180/200DH

! (menu à 130 DH entrée : plat principal, dessert).

La cantine est souvent pleine comme un œuf.

Le patron campe au comptoir et bataille « féroce » afin que les commandes suivent, que les serveuses s'occupent de la clientèle (ni trop, ni trop peu), que la cuisine anticipe les « coups de feu », chacun restant dans son rôle. Voilà encore le parfait exemple d'un patron sur le pont, et une affaire qui, malgré les aléas touristiques nationaux, tient bon le

cap et sauve son épingle du jeu... Pas de secret : pour tenir les prix pratiqués, le propriétaire « quadrille tous les matins les grandes surfaces de la capitale du Sud, à la recherche des promotions, de l'affaire qui permettra de varier le menu buffet ou le menu du soir ! »



Il me revient à l'esprit Le B a Ba des Zagat aux Etats-Unis (les propriétaires du célèbre Guide Zagat).

D'abord, trouver un bon loyer ; ensuite, donner une touche design, être un bon acheteur (pas trop de produits, ni de produits trop chers), avoir un bon chef (sic), faire une cuisine avisée, travailler énormément (acheter tôt le matin, vendre tard le soir)...

C'est dit : certains chefs « la tête dans les étoiles », qui nous arrivent avec l'intention de tout casser, feraient bien d'en

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 / 10 kg
Conteneur : 1000 L

La Sqala, un supplément d'âme

Depuis son implantation sur un site historique de Casablanca, l'établissement La Sqala est plus qu'un simple restaurant-café. Il participe à l'animation culturelle, à l'implication citoyenne.

Dernière initiative en date : le « Café Politis », un vrai succès.

Déjà 10 ans d'existence... créée en 2002 par le groupe Restopro qui possède plusieurs établissements dans le Grand Casablanca, la Sqala s'apprête à fêter dans moins d'un mois ses dix ans.

Ce projet initié en 2001 avait comme vocation le développement, la réalisation d'un café maure et d'un restaurant de brochettes dans un cadre représentatif de la culture et de l'environnement marocain.

Avec le temps, la Sqala est devenue un endroit incontournable, magique où la cuisine traditionnelle s'est unie à une cuisine moderne pour nous offrir des cartes revisitées deux fois par an, par le chef Gad Azran.

La Sqala, c'est aussi un lieu culturel où des artistes marocains (peintres, photographes, créateurs de bijoux ...) ont la possibilité d'exposer dans la galerie. La musique y est aussi à l'honneur avec l'organisation de concert de mu-

sique classique, avec un joueur de luth et de cithare arabe.

La Sqala est disponible pour des opérations de relations publiques. De la conférence de presse à la signature d'un nouvel ouvrage, l'établissement se trans-

forme en «une caisse de résonance de ce que la ville



Avant Rénovation

compte de créativité et d'initiatives ». L'enjeu, pour la direction, est de « renouveler avec un patrimoine culturel et populaire ». « Aujourd'hui, nous expliquelle, il y a nécessité de revaloriser un tel



Après Rénovation

patrimoine et de mettre en valeur un site stratégique à plus d'un titre, point de départ d'une reconquête de la médina et d'un réaménagement du front de mer, allant du port de Casablanca jusqu'à Sidi-Abderrahman, en passant par la grande mosquée Hassan-II et la pointe d'El-Hank. »

Cette initiative lancée par des professionnels est censée également contribuer à redonner à la capitale économique un supplément d'âme. Aux dires des responsables, du fait de l'histoire et de la nature du lieu mais aussi de la volonté de ses promoteurs et de ses partenaires institutionnels et privés, le projet Sqala va au-delà du simple projet à but purement commercial.

Avec la volonté d'être utile, en prise avec la dynamique de mise en valeur de la ville, les animateurs du Projet Sqala mettent ce dernier au



service non seulement de tous les opérateurs économiques casablancais mais également à ceux et celles qui veulent redonner le goût de la politique. C'est ainsi que, sur le site, sont organisés depuis l'été dernier des débats sous l'intitulé global « Politis ». Quelques mois plus tard, le succès est plus qu'évident. L'implication de La Sqala dans la vie de la cité, c'est aussi ne pas laisser tomber le tissu social et humain de la vieille médina. D'où la création de l'Association Sqala, à vocation culturelle et sociale. Sa démarche s'inscrit dans le

cadre du projet de réhabilitation de la médina de Casablanca, avec une volonté de redonner à la médina son rayonnement culturel. De façon directe, le Projet Sqala implique de nombreux artisans pour le réaménagement du site historique, qui était en ruine lors de l'implantation de Restopro et qui continue d'être vulnérable aux fortes intempéries. ■

Un pilier de l'Association Sqala



L'un des membres actifs de l'Association Sqala n'est autre que le directeur d'Exploitation du restaurant La Sqala : Othman Solhi. Autant dire que c'est un pilier de la gestion du lieu depuis 2005. Avant d'en arriver là, ce trentenaire a travaillé dans l'hôtellerie haut de gamme en Espagne et en Grande Bretagne. Son bagage d'études comprend un diplôme de gestion hôtelière – obtenu avec médaille d'argent en 2004 – de la Swiss Hotel Association Hotel Management School Les Roches, à Marbella (Espagne).

Publirédactionnel

« Contribuer à la réputation de l'hôtel et à l'évolution de l'équipe »

Abdellah Achiai est le chef du restaurant de l'hôtel Le Palace d'Anfa. Auparavant, il a exercé au Royal Mansour Méridien et au Sheraton de Casablanca, notamment.

Notre chef du mois a par ailleurs obtenu plusieurs prix.

Propos recueillis par Driss Tayeb



Après, on m'appelé pour participer à l'ouverture d'un hôtel à Tanger, où j'ai été chef de cuisine en 2008.

Après huit mois de travail dans la ville du Détroit, je suis de retour à Casablanca à l'hôtel Le Palace d'Anfa en tant que chef exécutif en 2009.

Les dates clés qui ont changé mon parcours professionnelle sont : le 1er Prix au concours de cuisine-gastronomie 1998 à Casablanca ; le 1er Prix au concours de collectivités en 2007 à Casablanca ; le 1er prix au concours mondial des chefs de la restauration collective en 2008 à Paris ; la gestion d'un festival de gastronomie marocaine au Portugal en 2000. ; un stage de cuisine italienne en Italie en 2005 ; la participation à la réalisa-

tion d'un livre de cuisine marocaine en France : Délice du Maroc.

Si on me demande quelle est ma matière première favorite parmi les produits marocains, je dirais que c'est l'huile d'argan, du fait de sa saveur, unique dans le monde et très appréciée par le client.

D'ailleurs, mon origine n'est pas loin d'Essaouira.

S'il est un conseil que je donnerais à un jeune qui souhaite devenir chef, je lui recommanderais d'être rigoureux, persévérant, et d'avoir en soi la soif d'apprendre à tout âge.

Enfin, mon ambition est de donner une image qualificative à l'hôtel en termes de réputation et aussi de formation et d'évolution de l'équipe. » ■



« Pendant mes études au lycée, j'avais un ami qui était cuisinier dans un hôtel à Casablanca. Alors, quand j'ai fini mon sixième année, j'ai passé le concours du centre de formation à l'hôtellerie de Casablanca.

J'ai réussi et j'ai commencé une carrière de cuisinier en 1986. Après, je suis passé à l'école hôtellerie d'El-Jadida en 1989. Pendant mes études hôtelières, j'ai fait plusieurs stages dans différents hôtels de Casablanca. Mon premier poste de travail, c'était à l'hôtel Royal Mansour Méridien en tant que commis de cuisine en 1991.

Ensuite, j'ai intégré la brigade de l'hôtel Sheraton.

Je peux dire que j'ai franchi "toutes les étapes, du commis au sous-chef-exécutif.

Ma Recette

Pour les lecteurs de *ResAgro*, Abdellah Achiai livre une de ses recettes favorites : « Poitrine d'agneau farci, aux légumes, fine tortilla de pomme de terre et courgettes ».

Ingrédients

Poitrine d'agneau : 0,800 kg
Viande d'agneau (épaule) : 0,250 kg
Carottes : 0,200 kg
Haricot vert : 0,200 kg
Crème fraîche : 0,200 (une boîte)
Sel : 10g
Poivre noire : 10g
L'huile de table : 1dl
Beurre : 0,150
Œuf : 8ps

Pomme de terre : 0,200
Courgette : 0,150
Thym, oignon : 1 boîte de chaque
Fenouil : 0,250

Préparation

Farcir la poitrine d'agneau et mettre à cuire avec une miropoix et quelques os d'agneau pour faire sortir le jus d'agneau à la fin de cuisson.

* cuire au four moyen 30 min en arrosant de temps à autre.

* Faire la fine tortilla avec œuf, pomme de terre émincée très fine et cuite, courgette en dés, cuites avec du sel et du poivre.

* Cuire à la poêle Tefal réservé au chaud

* Couper le cœur de fenouil en branche et faire pocher à l'eau salée, réservé au chaud.

Présentation

Sur assiette chaude, mettre la fine tortilla au centre en forme carrée. Dessus, mettre deux tranches de poitrine d'agneau coupée et une tranche de fenouil sautée à l'huile d'olive, et, autour, du jus d'agneau réduit.



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

Quand la préservation de l'environnement permet le développement économique

La stratégie, qui repose sur un contrôle étroit des entreprises touristiques de la part de l'Etat, permet de protéger efficacement l'environnement remarquable des sites que sont les réserves naturelles ou animalières.

Par  Massolia



Ecotourisme et développement – Si le tourisme constitue une source de revenus importante pour certains pays en développement, il est aussi parfois décrié, lorsqu'il s'agit de tourisme de masse, pour ses conséquences sur les ressources naturelles (eaux, forêts, terres agricoles...) et la vie des populations locales.

L'écotourisme est présenté comme une voie qui permet, au moins de pallier ces inconvénients, sinon de contribuer au développement humain des nations et communautés concernées et de les inciter à mieux protéger leur environnement.

Un article du site forbes.com présente les succès de l'écotourisme à partir de quelques exemples de pays, qui ne sont pas parmi les plus connus (au moins pour le public

francophone).

Tel est le cas de la Dominique, une petite île antillaise plus intéressante pour ses forêts et ses montagnes que pour un littoral auquel il manque les plages de carte postale qui font la renommée de certaines de ses



sœurs ; en conséquence, le pays a été laissé de côté par les grandes enseignes du tourisme organisé et a dû se tourner vers l'écotourisme

à base de randonnées et de séjours en « lodges », en complément d'une économie principalement agricole. L'écotourisme sert aussi à faire émerger une culture de la protection de la nature sur l'île : par exemple pour les tortues de mer qui viennent pondre sur la côte, appréciées des touristes qui peuvent les observer accompagnés de guides locaux. Les prochaines années verront peut-être l'essor de la Dominique parmi les « grandes » destinations éco-touristiques des Amériques (comme le Costa Rica l'est par exemple depuis quelques années).

Bien que le tourisme ne compte, au final, pas pour une grande partie de l'économie du pays, il en résulte que, paradoxalement, l'argent du tourisme va davantage dans les mains de la population locale que dans celles des grandes compagnies hôtelières et touristiques.

Un autre pays, le Botswana, est dans un cas différent : cet Etat parmi les plus développés d'Afrique (notamment en raison de ses mines de diamant et d'une assez bonne gouvernance) a choisi de miser sur le tourisme de luxe dans ses grandes réserves animalières telles que le delta de l'Okavango ou le désert du Kalahari.

La stratégie, qui repose sur un contrôle étroit des entreprises touristiques de la part de l'Etat, permet de protéger efficacement l'environnement remarquable de ces sites ;



si peu de touristes visitent le pays comparativement à d'autres destinations (Kenya, Tanzanie...), la qualité des prestations permet de rapporter des revenus substantiels sans transformer les réserves en parcs d'attractions.

Toutefois cette politique ne peut être transposée à n'importe quel



pays : elle suppose que les richesses naturelles soient assez attractives et que le soutien des autorités publiques soit assez efficace pour que les touristes acceptent de payer le prix fort.

Un troisième cas étudié est celui du Surinam, un des plus petits pays d'Amérique du Sud, proche de la Guyane française, et le seul pays néerlandophone du continent. Ce détail n'est pas sans importance, puisque le pays capte de nombreux touristes originaires des Pays-Bas, dont ils parlent la langue.

En conséquence, et alors même que les infrastructures sont assez peu développées à l'intérieur du pays, le gouvernement du Surinam a institué (avec le soutien des organisations internationales de

protection de la nature) de grandes réserves naturelles, qui fournissent une alternative économique viable à l'exploitation du bois des forêts primaires.

Si ces quelques exemples prouvent que l'efficacité de l'écotourisme est réelle (et ne se résume pas à un concept creux ou un habillage comme le disent ses détracteurs), ils démontrent aussi qu'il n'y a pas UN seul modèle d'éco-tourisme viable, mais bel et bien plusieurs à la disposition des Etats, des entreprises et des sociétés civiles, en fonction des richesses naturelles et culturelles, des infrastructures disponibles, du niveau de développement, de l'efficacité des autorités publiques ou encore de la clientèle ciblée. ■

Comment KFC optimise l'espace

Le KFC du boulevard Mohammed-V est le deuxième restaurant que la chaîne a ouvert à Casablanca après le KFC Corniche. Ce KFC du centre-ville nécessitait une rénovation, avec pour objectif un espace plus attractif et mieux organisé. Le chantier a duré moins d'un mois et demi.

Le réaménagement de l'établissement de restauration rapide de Kentucky Fried Chicken (KFC) sur le boulevard Mohammed-V de Casablanca

binaison entre les tabourets et les chaises modernes, avec des tables en Corian noir et blanc.

La salle de restauration « zone

Dinin' » pour les commandes servies sur place est visible de l'extérieur à travers les vitres transparentes du rez-de-chaussée. à l'entrée, le comptoir est visible par les clients à travers un chemin défini à l'aide de couleurs précises. Le sol de la salle est séparé via des partitions

pour laisser de l'espace et ainsi faire en sorte que les personnes se déplacent aisément.

La zone est séparée par des balustrades en acier inoxydable séparées à leur tour par un design de

produits sont cuits et conservés au chaud pour une durée limitée selon les normes de KFC. Ces cabines se trouvent derrière le comptoir afin de permettre aux équipiers de se procurer facilement des produits commandés.

Une partie du comptoir est réservée à la zone des boissons glacées Krusher qui est visible depuis l'entrée également. Le design du comptoir et du MenuBoard est censé mettre en valeur le menu, élément phare de KFC.

En ce qui concerne la zone inaccessible au public (les locaux professionnels), ce qui est en quelque sorte l'arrière-boutique (*back of house*) est séparée en plusieurs zones. Il s'agit premièrement de la zone pour les machines et équipements – appareils et machines électriques. C'est là que les produits sont préparés et cuits.



carrelage, de meubles et de plafond différent. Du côté de l'espace vente, le comptoir est visible par clientèle depuis l'entrée. Cela permet de choisir le menu à commander en regardant les *display* où les

Deuxièmement : la zone pour le stock (relatif à chaque restaurant) et le froid. Troisièmement : la zone pour le personnel : casiers, tables, etc. Quatrièmement : la zone pour le Manager du restaurant ; le bureau, en fait. Enfin, la zone commandes (*Delivery*) : un matériel informatique pour, notamment, les commandes de livraison à domicile.



L'aménagement et la décoration d'intérieur passent par les types de matériaux choisis et leurs couleurs.

Au sol, le design définit le chemin ainsi que les zones, en faisant appel à deux couleurs : gris clair et gris foncé. Le gris clair est utilisé sur 90 % du sol, tandis que le foncé est l'est pour définir le chemin. La couleur claire permet d'utiliser des couleurs dynamiques sur les murs et le plafond. Outre les carrelages, des carreaux en céramique sont posés. La céramique ressemble à des lamelles de bois, pour définir la zone *Family* et la séparer du reste.

Les murs sont considérés ici comme un moyen de communication à travers des designs utilisant le symbole de l'emballage

KFC et des couleurs vives « énergétiques ». Une partie du mur est couverte de bois massif foncé, à 1m25 à partir du sol. Le reste du mur est peint avec une peinture *glossy*. Une autre partie est couverte de pierres naturelles, comme sur les

côtés des escaliers, l'entrée des toilettes, afin de mettre en exergue la variété des matériaux présents.

Le plafond, en gypse, est peint avec une couleur non brillante. Une couleur neutre est utilisée sur 75 % de la surface. Des couleurs différentes apparaissent sur les 25 % restants, de manière à mettre l'accent sur les zones qui se trouvent en-dessous, comme le rouge

au-dessus du comptoir.

Le mobilier se veut être à la mode, modernes. Il provient de l'Italie. Pas étonnant, à partir de là, que les meubles du comptoir comprennent du marbre, qui a l'avantage de donner un aspect moderne, dur et une qualité accrue.

Les tables sont fixées au sol, ce qui induit une meilleure organisation et une plus grande propreté du restaurant.

Par ailleurs, les spécificités de l'aménagement et de la décoration d'un KFC tiennent au travail sur l'éclairage et l'ambiance ; au soin apporté aux toilettes, habituellement négligées dans les chaînes de restauration rapide. ■

Distributeur Exclusif de :

www.mastroshop.com

ÉQUIPE VOS CUISINES PROFESSIONNELLES CLÉS EN MAIN

Financement de vos projets sur

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

Comment assurer un établissement CHR

Incendie au sein de son établissement d'hébergement touristique, plainte d'un client du restaurant pour cause d'intoxication alimentaire... Comment, alors, faire face et protéger son entreprise ? Existe-t-il une assurance adaptée pour couvrir l'établissement et garantir une meilleure protection à son investissement ?

En collaboration avec Axa Maroc

Que vous soyez propriétaire ou exploitant d'un hôtel 1, 2 ou 3 étoiles, d'une maison d'hôte, d'un riyad, d'une auberge, d'une pension, d'un motel, d'une résidence touristique ou bien d'un village de vacances, les différentes causes qui peuvent porter atteinte à votre établissement sont multiples et imprévisibles, tels que des chambres inondées, une cuisine ravagée par un incendie, des biens volés, etc. Ces différents risques peuvent arriver à n'importe quel moment et vous mettre en grandes difficultés financières, voire condamner la pérennité de votre établissement.

Une assurance multihébergement est une solution à ce type de problématique. Elle vous permet de faire face aux conséquences financières.

Ce type d'assurance vous permet d'avoir une protection pour vos biens, votre bâtiment, votre matériel, vos marchandises, etc. ;

- votre responsabilité civile à l'égard de vos clients et des tiers ;
- les effets appartenant à vos clients ;
- votre perte d'exploitation suite à un



événement majeur d'incendie.

Cette assurance vous protège contre les événements liés à votre activité.

La garantie de base vous permet de vous prémunir contre l'incendie, explosion et risques annexes

- Garanties optionnelles



- Dégâts des eaux
- Vol
- Bris de glace
- Responsabilité civile et RC professionnelle
- Bris de matériaux informatique et bureautique
- Bris de machines
- Perte d'exploitation après un incendie, explosion, dommages électrique et dégâts des eaux explosion avec des extensions offertes sans supplément tels que l'implosion, la chute de la foudre, le du véhicule terrestre identifié...

Avec cette assurance, il vous est possible de souscrire également aux volets suivants : le tremblement de terre, les tempêtes, grêle et la neige, les dommages aux appareils électriques... Sans les conséquences de la responsabilité civile à la suite de dégâts matériels causés à vos voisins ou à d'autres personnes par

un sinistre qui se produit chez vous. En plus de la garantie de base obligatoire, il est proposé une panoplie de garanties optionnelles parmi lesquels vous pouvez choisir au moins 2 :

- La garantie « Dégâts des eaux » avec la possibilité de vous couvrir contre les infiltrations accidentelles à travers les toitures, terrasses et ciels vitrés, le refoulement accidentel des égouts. A travers cette garantie, vous pouvez également couvrir les conséquences de la responsabilité civile faisant suite à un dégât causé aux voisins ou à d'autres personnes...et bien d'autres.
- Vous pouvez également souscrire à la garantie « Vol et actes de vandalisme » avec la possibilité de vous couvrir également contre le détournement de fonds et de valeurs, le transport de ces derniers ou bien le vol des fonds en meuble fermé à clé.
- Il aussi possibilité de souscrire à la garantie « Bris de glaces et enseignes lumineuses », étendue aux aquariums et

sanitaires y compris les dommages aux inscriptions peintes appliquées ou gravées sur les glaces lors de dommages qui coïncident avec un bris de vitrage.

- Grâce à la garantie « Bris du matériel



pouvez couvrir la détérioration, destruction soudaine et accidentelle que pourraient subir vos équipements, bureautiques et informatiques nécessaires à votre profession.

- Grâce à la garantie « Bris de machines », vous pouvez également couvrir vos machines contre les détériorations ou destructions et accidentelles.
- Grâce à la garantie « Responsabilité Civile », vous pouvez vous couvrir contre les conséquences pécuniaires pouvant vous incomber, en tant qu'exploitant ou propriétaire d'établissement d'hébergement touristique, en vertu des textes de loi en vigueur régissant la responsabilité civile, en raison des dommages corporels et matériels et immatériels consécutifs, causés à vos clients ou à d'autres tiers.

• Vous pouvez aussi couvrir les conséquences pécuniaires de votre « responsabilité civile professionnelle » au préjudice de vos clients, du fait des erreurs, fautes, négligences ou commissions professionnelles commises par votre personnel liées aux activités annexes que vous mettez à la disposition de votre clientèle dans l'établissement : salon de coiffure ou de beauté, blanchisserie, buanderie, bain maure et/ou sauna et spa solarium.

• Après un sinistre paralysant votre activité, l'assurance vous permet de faire face à vos dépenses fixes et de compenser la chute de votre bénéfice net après un tel événement. Elle vous permet ainsi d'avoir le moyen de relancer votre établissement et de retrouver une activité normale. C'est la garantie « Pertes d'exploitation après incendie-explosion-dommages électriques et dégâts des eaux ».



Les Solutions e-Achats en entreprise

Les services Achat sont depuis longtemps équipés d'outils informatiques pour référencer leurs fournisseurs, gérer leurs approvisionnements, négocier et suivre leurs contrats de prestations. Pourtant, et malgré l'augmentation des sites e-commerce au Maroc, les acheteurs professionnels semblent encore peu touchés par la vague "e-achat".

Les référentiels fournisseurs comme première étape



Le référentiel fournisseurs est la base du système d'information achat. Côté administratif ou opérationnel, il permet d'identifier les fournisseurs, d'effectuer et de suivre les commandes et règlements. Côté contacts ou suivi, la base fournit les noms des correspondants commerciaux, comptables, logistiques, etc. chez le fournisseur. A ceci s'ajoutent deux autres axes : un axe savoir-faire, permettant d'utiliser de manière adéquate les fournisseurs référencés par familles d'achats ; et un axe performances, comprenant les retours terrain en matière de délais, qualité, risques, etc. Il ne suffit pas de disposer d'une base fournisseurs. Encore faut-il qu'elle soit « propre », c'est-à-dire nettoyée de tous les doublons et autres erreurs, et tenue à jour. Aujourd'hui, la plupart des acheteurs ont une conscience forte de l'import-



tance de bien gérer ce « capital fournisseurs ». Idéalement, il faudrait prévoir une personne ou un petit service pour gérer le référentiel. D'où l'allègement de la charge de travail par la mise à disposition d'une plateforme internet ou d'un extranet permettant aux fournisseurs de mettre à jour les données les concernant.

Le groupement d'achat

L'optimisation des achats passe souvent par le groupement ou la globalisation des achats avec mutualisation

des processus. Ce groupement peut être réalisé au sein de grands groupes internationaux ou d'organismes publics, mais permet aussi à plusieurs entreprises de mutualiser leurs achats. Les avantages de l'achat groupé ne sont plus à démontrer : réduction des coûts par massification, autrement dit, économies d'échelle ; réduction de la charge de travail par automatisation des procédures ; harmonisation des pratiques ; échanges d'information et d'expériences ; capitalisation sur les données



et processus achats ; et surtout professionnalisation de la fonction achat au sein d'une entité dédiée, externe.

A titre d'exemple, Hilton International a réalisé un projet d'e-sourcing européen dans le cadre de l'optimisation des processus de ses coûts d'achats à l'échelle mondiale. Adossée à une plateforme d'e-Achat, le projet a d'abord concerné l'achat de 10 millions de serviettes en papier et 7 millions de sets de table en papier. A l'issue de cette première enchère, une économie de 30% a été réalisée, ce qui a encouragé Hilton International à étendre l'utilisation de la plateforme à l'ensemble des achats européens. Ce projet a aussi démontré les atouts de l'outil e-achat dans la

mutualisation des demandes à travers l'Europe.

De l'e-procurement à la dématérialisation des process Achats

Le format électronique permet d'automatiser le traitement des processus associés. Une autre tendance de l'e-achat est l'ouverture du spectre des fonctionnalités des offres pour couvrir le plus largement des processus de bout en bout, depuis la demande d'achat jusqu'au paiement fournisseur. D'où de nouvelles solutions « Purchase-to-Pay » (de l'achat au paiement) et « Order-to-Cash » (de la commande au recouvrement).

Ces solutions résultent de deux approches différentes. La première consiste

à partir de la dématérialisation des factures fournisseurs, ce qui permet une automatisation de leur traitement. La seconde consiste à partir de l'achat ou de l'approvisionnement et d'intégrer au processus les opérations en aval. Contrairement à cette approche, la seconde est d'emblée un projet BtoB, c'est-à-dire associant les fournisseurs à l'entreprise et impliquant dans un premier temps les acheteurs. Il s'agit de solutions globales, qui peuvent se présenter sous forme de portail pour les acheteurs et les fournisseurs. La mise en place d'outils d'e-achat et d'e-procurement nécessite une organisation dans les entreprises, afin que, au-delà de la phase projet proprement dite, ces outils soient effectivement utilisés et apportent le bénéfice attendu à l'entreprise. Un accompagnement est nécessaire pour les personnes n'ayant jamais utilisé un logiciel d'achat, lors de la prise en main du nouvel outil, mais aussi lors du renouvellement de l'outil, ou même du changement de version. Conseil, formation, assistance au démarrage s'avèrent indispensables. Il faut avant tout que les outils apportent un avantage aux utilisateurs, qu'ils les aident dans leur fonction. A cette condition seulement, les outils obtiendront leur adhésion et une utilisation pérenne. En effet, l'outil doit correspondre à un besoin, il ne faut pas avoir à modifier l'organisation pour s'adapter à l'outil. Sinon il ne sera pas utilisé. ■



Les 03, 04 et 05 novembre prochains aura lieu la première édition du salon e-commerce Expo.

Et, dans ce cadre, s'y déroulera une conférence sur le e-achat en entreprise organisée par Optim Achat.

Hamid Beauséjour, « le sens du service »

Driss Tayeb



une trentaine de personnes. Au départ, Hamid Belkhrouf travaille directement avec son père mais pour parfaire son expérience et développer ses connaissances, il part en stage en Suisse en 1985 pour une année et demi dans le secteur de la restauration. « Ce stage a été d'une grande utilité, car cela m'a permis de me distinguer efficacement sur le territoire marocain dès le retour au pays », raconte-t-il. Les débuts dans le métier s'avèrent



Parmi les enseignes qui s'ancrent de plus en plus au sein de la Ville blanche, on trouve Hamid Beauséjour. Le projet est lancé en 1982 par le père de l'actuel patron, Hamid Belkhrouf. A l'époque, l'enseigne est exclusivement spécialisée dans la pâtisserie-boulangerie. C'est en 2001 que voit le jour la société *Traiteur Hamid Beauséjour*, en continuité avec le projet familial. Aujourd'hui, il y a deux points de vente, l'un dédié à la boulangerie-pâtisserie, au quartier Beauséjour ; et l'autre, siège de la société, au Maârif. Au total, le personnel comprend



être « difficiles, mais, avec le temps et l'expérience, la réussite arrive ». Que cela soit dans le domaine des glaces ou celui de la pâtisserie, toutes les matières premières utilisées sont acheminées directement des grandes surfaces avec, pour référence, leur certification ISO. A la question de savoir ce qui marche avec la clientèle en termes de produits, de prestations de service, Hamid Belkhrouf répond « Environ 95 % de ses clients sont

satisfaits, du service, des commandes, et à la vue du matériel utilisé. » Trois critères sur lesquels il se base pour « satisfaire la clientèle et répondre favorablement à ses attentes ». « Les livraisons, poursuit-il, sont effectuées à temps, et le personnel sait exactement ce qu'il doit faire ». Au niveau sécurité sanitaire des produits alimentaires, Hamid Beauséjour possède des camions, pour le froid et le chaud

Les enseignes proposent les mêmes services, mais ce qui fait la différence est la manière avec laquelle on procède. « Aussi notre force réside-t-elle essentiellement dans la gestion de la société et le rapport à nos salariés, de sorte que nos deux points de vente offrent un service qui nous est propre », affirme Hamid Belkhrouf

Pour se perfectionner, il effectue tous les six mois des voyages aux quatre coins du monde (Allemagne, Chine, Emirats arabes unis, France, Turquie...) pour identifier de nouvelles stratégies ou dénicher de nouveaux services en vue de les « calquer au marché marocain ». Hamid Belkhrouf, 50 ans, compte se retirer bientôt pour prendre sa « retraite avant qu'il ne soit trop tard » et est « satisfait du chemin parcouru ». ■



Force...Innovation

Carrosserie Industrielle adapté à vos besoins



S/R Benne bâchée en Aluminium



S/R Citerne alimentaire basculante



S/R Plateau



S/R Citerne pour aliments de bétail



S/R Benne bâchée en aluminium lisse



Caisse bâchée en aluminium lisse

« ... Alléger et rééchelonner les créances des petits agriculteurs auprès du *Crédit Agricole du Maroc*, et ce suivant des critères objectifs et équitables, tenant compte en particulier des préjudices qu'ils ont subis en raison des effets pervers induits par les changements climatiques »

« ...Laisser à ces petits agriculteurs la latitude de contracter de nouveaux crédits...».

EXTRAIT DE LA LETTRE ROYALE DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI
QUE DIEU LE GLORIFIE À L'OCCASION DES 4^{ÈME}S ASSISES DE L'AGRICULTURE

LE CRÉDIT AGRICOLE DU MAROC LANCE L'OPERATION DE REHABILITATION FINANCIERE DES PETITS AGRICULTEURS

Comportant quatre volets :

- **Un allègement** des créances des petits agriculteurs ayant un encours inférieur ou égal à 100 000 Dhs par un abandon partiel d'un montant global de **765 millions de DH** ;
- **Un rééchelonnement** du reliquat de créance restant après l'abandon partiel ;
- **Un financement volontariste** des petits agriculteurs y compris les bénéficiaires de l'abandon partiel ;
- **Un refinancement** des petits agriculteurs clients du CAM ayant bénéficié d'abandon de créance depuis 2005.



GROUPE CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE