

# RESAGRO

## MAGAZINE DES DÉCIDEURS

www.resagro.com

25 DH - DECEMBRE 2011

N°26

# Le Mall de tous les records



Mars Maroc : L'entreprise du mois

### « FILIÈRE FRUITS & LÉGUMES : UN FORT POTENTIEL D'INVESTISSEMENT ».

Partenaire du Salon International des Fruits et Légumes 2011,  
le Crédit Agricole du Maroc organise, en marge du SIFEL,  
le FORUM CAM sous le thème :

#### « Fruits & Légumes : Filière à Fort Potentiel d'Investissement ».

Ce forum permettra aux professionnels et investisseurs d'échanger  
et d'oeuvrer au développement durable et rentable de la filière Fruits  
et Légumes.

Renseignements et inscription au :  
0537 20 96 22 - 0537 20 96 86

FORUM DE L'INVESTISSEMENT  
ORGANISÉ PAR LE  
CRÉDIT AGRICOLE DU MAROC  
9 DÉCEMBRE 2011



GRUPE CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE

# ovofrais®

Oeuf Liquide Pasteurisé



**Ovofrais** est aujourd'hui leader national dans le secteur de l'œuf liquide pasteurisé. Afin de répondre aux exigences d'un marché 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 produits :

- Oeuf liquide pasteurisé blanc, de 2 à 15 Kg, standard, salé ou sucré
- Oeuf liquide pasteurisé jaune, de 2 à 15 Kg, standard, salé ou sucré
- Oeuf liquide pasteurisé entier, de 2 à 15 Kg, standard, salé ou sucré



*Fraîcheur et qualité*

# Sommaire

Agro'



Distribution



Cahier technique



CHR



• Périscope	4
• L'interview du décideur du mois	
Ibrahim Belkora : Directeur Général d'AJP	12
• Veille	
L'huître est-elle menacée ?	14
Période de fête et prise de poids : comment gérer	16
Le saumon fumé : vertus et procédé	17
• Marché	
Le chocolat : un produit de fête en plein essor	18
• Entreprise du mois	
Mars Incorporated : un leader mondial	20
• Management	
Thami Benboujida :	
Director of Studies chez British Workshop	24
• Focus	
Le Palmier Dattier au Maroc	
Un acteur économique en plein développement	26
• Environnement	
Pollutec Maroc : Le bilan	30
• Solutions	
Cuisines et buanderies industrielles	
Des modélisations intelligentes	33
• Réglementation	
La chasse au Maroc	34
• Salons	36
• Nouveaux produits, Maroc et monde	38
• Calendrier des salons	30
• Distribution	
La Maison du foie gras	40
Saveurs et terroir du Maroc	42
• HQSE	
Le contrôle qualité analytique des analyses laitières	44
• Certification	
ISO 22000 : Pour qui, pourquoi, comment?	46
• Emballage	
La palette plastique	48
• Formulation	
Food Ingredients Europe 2011	50
• Actualités CHR	52
• Evènement	
Morocco Mall : le Mall de tous les records	54
• Restauration	
La brasserie nouvelle génération	56
• Entretien viticole	
Boris Bille : Un passionné et professionnel du vin	58
• Critique gastro'	
La Fabrique et Christine Samet	61
• Portrait d'expert	
Le directeur d'exploitation	62
• Décoration	
Bennis Art	64
Rais Ameublement	65
Le comptoir des porcelaines	66

# ÉDITORIAL



**H**uîtres, saumon, chocolats, dattes, foie gras, gibier, ce numéro de RESAGRO se décline sur le thème des festivités. Festivités également avec l'inauguration du Morocco Mall, le Mall de tous les records. Festivités enfin avec les plaisirs viticoles.

Mais RESAGRO étant avant tout le magazine des décideurs, vous retrouverez des entretiens exclusifs de personnalités importantes et le compte rendu de salons comme Pollutec. Sans oublier les dernières tendances en matière d'emballage, d'environnement, les actualités et tout ce qui gravite autour de l'agro-alimentaire : certification, formulation, expertise, aménagements, ...

Un numéro qui me donne l'occasion de vous souhaiter à tous, fidèles lecteurs, une excellente année 2012, sous les signes de la prospérité et du développement. RESAGRO vous donne rendez-vous en 2012 pour vous faire découvrir, chaque mois, l'univers passionnant des métiers liés à l'alimentaire et au tourisme. ■

**Alexandre DELALONDE**

Alexandre Delalonde, directeur de publication • Claude Vieillard, responsable de rédaction • Yassine Hmoudou, infographiste-maquettiste – • Hind Elbouazzi, Chef de pub • Mohamed Awal Yasso, ingénieur commercial • Karim Fakkar, responsable commercial • Gilles Garnier, directeur Zone France/Europe – e-mail : gilles@resagro.com • Dominique Pereda, correspondante francophone – e-mail: dpereda@resagro.com • Fanny Poun, correspondante anglophone – e-mail : fanny@resagro.com • Laetitia Saint-Maur, correspondante hispanophone – e-mail : laetitia@resagro.com • Youness El Hilali, chef de projet Web • Mohamed El Allali, développeur Web • Imprimerie : Rotogema – tél. 05 22 28 99 29 • 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 Maroc s'invite chez Harrod's

Le Maroc est à l'honneur chez Harrods, célèbre magasin londonien, depuis le 24 octobre dernier. A travers l'exposition "Inspiring Morocco" le pays est présenté sous toutes ses facettes par l'enseigne de luxe. Pour l'occasion un authentique Riad a été reconstruit au troisième étage. L'exposition dévoile également une sélection des meilleurs produits d'art, d'artisanat et de gastronomie marocains. « Inspiring Morocco » est la première manifestation d'une série d'événements culturels qui seront organisés au Royaume Uni en 2012. A voir jusqu'au 18 Décembre

### La fête chez Paul

Paul se met aux couleurs de la féerie et de la fête : blanc, argent et rouge... pour mieux vous servir.

A l'honneur en ces temps de fêtes, l'art de recevoir avec ses mises en bouches, ses fours salés chauds, ses canapés mais aussi ses pains surprises garnis de saumon fumé et d'autres délices et ses coffrets de pistolets qui combleront vos invités.

Le bouquet final de la soirée... une délicieuse bûche de votre choix.

Pour l'occasion, Paul décline tous ses entremets en bûches et bûchettes ... Royal, Blanche neige, Jivara, Charlotte pomme cassis, St Michel... et puis comble de la gourmandise la « Duchesse »; une délicieuse bûche, comme tout droit sortie de nos souvenirs d'enfants: une délicate superposition de génoise nature imbibée au sirop vanille, crème praliné amandes et noisettes et pâte d'amandes le tout renfermant un délicieux nougat craquant.



### Elec expo & EneR Event 2011

Les salons elec expo & EneR Event 2011 ont connu un croissement à deux chiffres. Sur toile de fond d'investissements massifs dans les secteurs marocains et africains de l'énergie, de l'industrie et du bâtiment, la FENELEC – Fédération Nationale de l'Electricité, de l'Electronique et des Energies Renouvelables organisait les salons elec expo & EneR Event en étroite coopération avec l'agence allemande fairtrade Messe.

Ces deux événements bénéficiaient de l'égide et du soutien du Ministère de l'Energie, des Mines, de l'Eau et de l'Environnement, du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies et du Ministère du Commerce Extérieur du Royaume du Maroc. L'ONE – Office National de l'Électricité agit comme Sponsor Platinum du salon.

Plus de 210 leaders marocains et internationaux de 18 pays étaient présents sur plus de 15 200 m2 d'exposition brut.

En comparaison avec l'année 2009 la manifestation grandit à deux chiffres – dans tous les domaines



La maîtrise  
environnementale



☎ 00 33 4 26 72 72 50

☎ 00 33 1 39 51 88 10

contact@fc-conseil.fr

www.fc-conseil.fr

## BUREAU D'ÉTUDES D'INGÉNIEURS FRANÇAIS ET MAROCAINS SPÉCIALISÉS EN ENVIRONNEMENT

Nous intervenons au Maroc pour les industries de l'Agroalimentaire, du traitement de surface, de la mécanique, du recyclage, etc.

Notre savoir-faire :  
La réduction des pollutions dans les eaux de production



Études  
d'impacts

Études  
Technico-économiques

Analyse  
des  
risques

Étude  
Rejet Zéro  
polluant dans  
les eaux

Audits  
environnement

Management  
QHSE

Mise en  
place SME

- ISO 14001
- ISO 9001
- OHSAS 18001

Valorisation  
matières

Organisation et  
gestion

Dossiers  
Autorisation  
d'exploiter

Formations  
professionnelles

Ingénieurs  
experts  
en chimie,  
environnement  
Process  
et Management  
qualité

Conseils



☎ 00 33 1 64 35 15 88



Fax : 00 33 1 64 35 15 89

www.evctechnologie.fr

contact@evctechnologie.fr

### *Deuxième congrès maghrébin sur les toxi-infections alimentaires*

Suite à la tenue du premier congrès maghrébin (Tunisie, Maroc et Algérie avec participation française) sur les toxi-infections alimentaires (TIA) au Maroc (Casablanca les 21 et 22 Octobre 2010), la Tunisie a été choisie pour organiser le 2ème congrès qui se déroulera du 14 et 15 décembre 2011 à l'Hôtel El Méhari, Hammamet Sud.

Le programme proposé pour ce deuxième congrès permettra d'échanger les données des 3 pays en matière de TIA au cours de l'année écoulée et qui sera un point fixe de ces rencontres selon les recommandations du 1er congrès (la capitalisation des données épidémiologiques et le cumul des expériences en matière d'investigation et de surveillance à l'échelle du Maghreb), son thème principal sera la prévention des TIA avec différentes composantes en tant qu'apport à cette approche (le laboratoire, la recherche fondamentale, la recherche appliquée, la législation, l'approche Qualité, la communication, la formation, la gestion des risques, etc.).



### *Nouveauté Miele*

Chez Miele, le goût est une passion qui s'exprime à travers de multiples innovations, de la conservation des aliments à la cuisson. De brevets en exclusivités, la marque Premium de l'électroménager offre le meilleur des techniques professionnelles à la maison. Au fil des collections, elle s'est imposée comme l'expert de la cuisson vapeur, portant cette tradition millénaire héritée d'Asie à un haut degré de perfection et de simplicité. Nec plus ultra de la cuisine d'aujourd'hui, les fours vapeur combinés multifonctions DGC 5080 XL et DGC 5085 XL de Miele allient les fonctionnalités des fours vapeur à celles des fours multifonctions. Ultra-polyvalents, ils laissent libre cours à la créativité et multiplient les talents pour une cuisine saine et savoureuse, de l'entrée au dessert. Avec leur capacité de 48 litres dans une hauteur standard de 45 cm, grâce à leur bandeau lift à ouverture motorisée, ils élargissent l'horizon de la cuisson. Offrir le meilleur de la vapeur et de la cuisson traditionnelle et combiner les modes de cuisson pour des résultats dignes des chefs... tel est le défi relevé par Miele.

### *Nouveauté Tassimo*

Dernière-née des TASSIMO, la machine T55, inspiré du design Styline de Bosch est "LE" cadeau qui satisfera pleinement les gourmands. Avec plus de 20 choix possibles, elle permettra à chacun de préparer en un instant sa boisson préférée. Avec son look année 50, la T55 n'échappe pas au retour du vintage. En rouge ou en noir, son aspect laqué et ses finitions chromées apporteront une touche chic et raffinée à tous les intérieurs. Une nouvelle fonction pré-programmation permet de sélectionner en un simple clic l'intensité désirée avant la préparation des boissons. Celles-ci seront plus ou moins fortes selon les goûts de chacun pour une infinité de saveurs !



## MAROCOTEL et EQUIP'HOTEL Paris

Reed Exhibitions – le leader mondial de l'organisation de salons – associe MAROCOTEL et EQUIP'HOTEL Paris pour proposer le salon MAROCOTEL By EQUIP'HOTEL Paris, « LE » rendez- des métiers de l'hôtellerie, de bouche, de la restauration, du bien-être et des loisirs au Maroc. C'est en associant la compétence, le savoir faire et la notoriété de ces deux marques que la prochaine édition de MAROCOTEL by EQUIP'HOTEL Paris réunira plus de 200 exposants du 7 au 10 mars 2012 à Casablanca. Ce sera l'opportunité pour les 15 000 hôteliers, restaurateurs...attendus de trouver l'inspiration pour aménager ou rénover leurs établissements, refaire leurs cuisines, revoir leurs équipements ou tout simplement développer leur activité en intégrant de nouvelles propositions. Les solutions liées au développement durable seront bien évidemment également au cœur de l'évènement.

Pour Adil Karim, Directeur du Développement Reed Expositions Maroc, MAROCOTEL a toujours eu pour ambition d'accompagner le secteur de l'industrie touristique du pays. « Ce salon est devenu l'évènement de référence pour l'ensemble des acteurs de la profession. Cette nouvelle édition de MAROCOTEL by EQUIP'HOTEL Paris, avec sa dimension internationale, son professionnalisme et ses innovations, ne vise qu'à être un accélérateur pour l'ensemble des participants. Nous croyons fermement aux nombreuses potentialités du Royaume en matière de tourisme, par ailleurs nous nous inscrivons dans une démarche stratégique volontariste pour accompagner les orientations gouvernementales (Plan Azur et Plan Biladi)...».



# DEVCOM

Le Business Forum du Développement Commercial, du Marketing et de la Communication.

MAROC

Inscription gratuite  
 pour Dirigeants et Décideurs  
 Nombre de places limité

LE RENDEZ-VOUS DES DÉCIDEURS DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL, DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

Hôtel Sheraton - Casablanca le 7 - 8 Décembre 2011

Vous êtes un **Décideur Marketing et Communication** à la recherche des dernières **innovations** pour votre **plan d'action 2012**

Inscrivez-vous **gratuitement** sur le site Internet pour avoir votre badge d'accès et **choisir les conférences** qui vous intéressent

Vous êtes **Dirigeant** à la recherche de **solutions efficaces** pour votre **développement commercial** et votre **organisation**

Vous voulez **être à jour** dans votre domaine et rencontrer des **experts nationaux et internationaux**

➤ 15 villes dans le monde  
 ➤ 10 000 décideurs par an

➤ 3500 solutions innovantes  
 ➤ 500 conférences thématiques

250 Speed Démon

36 conférences thématiques

Les 4 Trophées et 2 Prix DEVCOM Maroc

Enregistrement d'émissions TV

Sponsor Officiel

Connects business to business

www.devcom-maroc.com

Tél. : 05 22 35 02 12 - Fax : 05 22 34 03 27  
 15, Avenue Mers Sultan - Casablanca  
 E-mail : devcommaroc@cfcim.org

### 32e édition du World Travel Market (WTM) de Londres : Le Maroc très optimiste

L'année 2011 avec tous les événements rencontrés n'a pas été une année facile pour les marchés marocains. Au niveau touristique le Maroc ne s'en est pourtant pas si mal sorti aux vues des chiffres des neuf premiers mois de 2011 qui témoignent de la situation positive du secteur. On note par exemple à partir de la Grande-Bretagne, marché stratégique pour le Royaume, plus de 385.000 arrivées (hausse de près de 8% par rapport 2010). Oxford Business Group (OBG) a d'ailleurs souligné que le tourisme marocain s'apprête à vivre en 2012 une nouvelle année «exceptionnelle».

Ces performances du marché sont à mettre à l'actif de la politique de communication à la fois agressive et bien ciblée mise en oeuvre par le Maroc au niveau du Royaume-Uni.

A cela s'ajoute le développement d'un produit touristique qui répond aux exigences de la clientèle britannique.

D'autres facteurs sont à prendre en compte dont la



proximité géographique et la disponibilité de vols low cost. Le directeur général de l'ONMT s'est félicité de l'entrée sur le marché marocain de deux prestigieuses compagnies aériennes britanniques, British Airways et British Midlands International.

L'entrée de ces deux grandes compagnies est un signe de confiance.

Le responsable de l'ONMT ajoute néanmoins que l'année 2012 s'annonce difficile en raison de la persistance de la crise financière en Europe et de l'incertitude politique dans certains pays de la région.



### Moussanada Technologies de l'Information

C'est le 22 novembre dernier à l'hôtel Golden Tulip Farah de Casablanca que s'est déroulée une rencontre sur le programme Moussanada Technologies de l'Information sur le thème : « Les systèmes d'information levier d'amélioration de la productivité de votre entreprise ». Le MICNT, l'ANPME et la FENAGRI ont présentés leurs objectifs : promouvoir les programmes d'appui aux entreprises en présentant en détail le programme Moussanada Technologies de l'Information dédié aux entreprises du secteur agro-alimentaire.

La contribution financière du programme Moussanada par entreprise représente 60% du coût global de la prestation et peut atteindre 1 million de dh par entreprise dont 400000 dh sont réservés à Moussanada TI et 600000 dh sont dédiés à Moussanada transverse et Moussanada Agroalimentaire.

### La semaine de l'agroalimentaire

Le salon "La semaine de l'agroalimentaire" se tiendra du 9 au 12 Décembre 2010 au Centre International d'Expositions de l'Office des Changes à Casablanca – Route d'El Jadida.

Conçu par la société PROXEDIT, ce salon réunira les divers opérateurs dynamiques : industrie alimentaire, huilerie, industrie laitière, conserves, industrie avicole, équipements produits et fournitures pour commerce, agriculture, moyen de production emballage et conditionnement, protection industrielle, assurance, organismes de crédit, Formation...etc.

Ce salon offre un espace pour l'optimisation d'échanges exposants/ visiteurs et de ce fait, "La semaine de l'agroalimentaire" est un lieu où les exposants auront la possibilité de faire :

- Des démonstrations
- Des dégustations
- Des sondages et prospections
- Des présentations de nouveaux produits
- De la vente et promotion



# 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](http://www.casio.ma)

**CASIO**  
SYSTÈMES D'ENCAISSEMENT

# 1<sup>er</sup> congrès sur l'arganier : état des lieux et perspectives

Le congrès sur l'arganier aura lieu à Agadir du 15 au 17 décembre 2011.

Organisé par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime en collaboration avec le Haut Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre la Désertification il aura comme objectifs

- Le partage des connaissances scientifiques et techniques entre les spécialistes de la communauté scientifique nationale et internationale, les gestionnaires forestiers, les acteurs économiques et les utilisateurs;
- La contribution à la consolidation du plan d'action visant le développement d'une filière arganier sur des bases scientifiques solides.

Plusieurs thèmes seront abordés avec entre autres



- les derniers acquis sur la biogéographie, l'écologie et la phytoécologie de l'arganier ... ;

- la gestion actuelle de l'écosystème arganier : techniques d'aménagement adaptées à la multifonctionnalité de cette essence, traitements sylvicoles appliqués, exploitation de l'écosystème.

- les techniques de multiplication et de régénération de l'arganier : graine, bouturage, greffage, régénération naturelle, culture in vitro

- la conduite de vergers modernes d'arganier ;

- l'huile d'argane, extraction, variabilité, stabilité, propriétés cosmétiques et nutraceutiques ... ;

- les aspects technologiques, procédés de transformation des produits de l'arganeraie, vers une filière de production intégrée;



les modèles coopératifs et partenariaux (Intégration, coordination, négociation, participation ...) et leur implication pour la gestion durable de l'arganier

- ou le rôle de la femme dans l'exploitation et l'utilisation des ressources de l'arganier

Les buts du congrès sont principalement de partager les connaissances scientifiques et techniques entre les spécialistes de la communauté scientifique nationale et internationale, les gestionnaires forestiers, les acteurs économiques et les utilisateurs ainsi que de contribuer à la consolidation du plan d'action visant le développement d'une filière arganier sur des bases scientifiques solides.

On abordera aussi l'état des recherches et recherche-développement entamées sur l'arganier par les équipes de recherche et les orientations stratégiques de recherche et développement pour une meilleure conservation et développement de l'arganeraie.



**Demande de renseignements :**  
[congresarganier11@gmail.com](mailto:congresarganier11@gmail.com) ou  
 03 57 77 00 49

## Comité d'orientation stratégique Une réussite pour les acteurs du secteur agroalimentaire

La FENAGRI (fédération nationale des industries agro-alimentaires) et le CETIA (centre technique industriel de l'agro-alimentaire) ont réuni une quarantaine de chefs d'entreprise du secteur agro-alimentaire le 26 octobre 2011 au HYATT Regency.

Cette réunion, intitulée « comité d'orientation stratégique », a rassemblé des chefs d'entreprise, leaders d'opinion et porteurs d'une vision prospective de leur secteur.

L'évènement a été co-financé par l'USAID, présent au Maroc depuis 50 ans pour encourager les initiatives qui renforcent les exportations vers les Etats-Unis. Dans son intervention introductive, M Jean-Michel Mas a souligné "la nouvelle dynamique du CETIA et a espéré que cet évènement serait le début d'une collaboration fructueuse avec le CETIA".

L'objectif de cette journée était de réunir des industriels afin de leur permettre d'échanger ensemble sur leur positionnement à 10 ou 15 ans et d'exprimer ce qu'ils attendent de la FENAGRI et du CETIA dans les années à venir.

M<sup>r</sup> Amine Berrada Sounni, président de la FENAGRI et du CETIA a rappelé dans son introduction de la journée les principaux axes de travail actuels de la "feuille de route" de la FENAGRI (fiscalité, accès aux intrants ...) en soulignant qu'il fallait également sortir du



conjuncturel pour préparer le moyen terme.

La vision partagée des industriels à 2025, notamment des enjeux à moyen et long terme identifiés par les opérateurs du secteur, sera prise en compte pour définir les orientations stratégiques futures de la FENAGRI et du



CETIA. La prise en compte des besoins exprimés par les industriels devrait permettre au CETIA, qui a changé



de directeur en avril 2011, de devenir un véritable levier d'actions pour les acteurs du secteur agro-alimentaire.

Ce séminaire a permis aux membres présents de se connaître, à titre personnel et professionnel, d'échanger sur des thématiques transversales et d'exprimer leurs préoccupations et les défis majeurs auxquels ils auraient à faire face d'ici 2025. Une deuxième session sera organisée en mai 2012 afin de valider les synthèses faites sur la base des travaux d'octobre 2011, de poursuivre les discussions sectorielles, et de travailler les thèmes majeurs identifiés.



# Ibrahim Belkora : « Devenir leader incont

Agro Juice Processing (AJP) s'est déjà fait une belle place sur quelques mois une référence avec sa marque de jus Valencia.



**L**ancée en juin 2010, la construction de l'usine a été réalisée en un temps record : 12 mois. S'étalant sur une superficie de trois hectares, l'unité industrielle aura nécessité une enveloppe globale de 220 millions de DH, dont une première tranche de 140 millions. La seconde tranche sera lancée au cours de 2013. A la clé, 140 emplois qualifiés. 200 autres postes seront créés d'ici l'été 2012. « Nous avons noué un véritable partenariat avec le géant mondial Tetra Pack, qui a entièrement équipé l'usine. Ce qui représente un avantage en termes de performance », précise M. Belkora.

**Pourquoi avoir décidé de vous installer sur le marché des jus de fruits ?**

**Que révèlent vos études de marché et vos enquêtes d'opinion ?**

On ne s'installe pas uniquement sur le marché des jus mais sur celui de tous les produits à emballages aseptiques, qui au niveau international représentent 67%. C'est une tendance qui est en constante croissance pour des raisons d'hygiène et d'impact sur l'environnement puisque c'est un emballage recyclable et biodégradable.

Le Maroc a le taux de consommation de jus conditionné le plus faible du Maghreb : 4l / habitant, mais qui visiblement connaît une croissance

fulgurante chaque année atteignant 37% en 2010, et présentant ainsi un très bel avenir à cette industrie. A noter que les jus conditionnés importés sont entrain de perdre des parts de marché en faveur des produits marocains, cette tendance a été profondément accentuée avec l'entrée de Valencia sur le marché.

**Quelle stratégie marketing avez-vous conçue puis mise en oeuvre ?**

AJP a décidé d'investir une enveloppe de 20 millions de DH par an pour l'accompagnement marketing de ce projet. De la réflexion stratégique à la fidélisation des clients, notre entreprise a pu, avec succès, élever le standard marocain en adoptant une culture de communication mûrement innovante. Nos études de notoriété sont là pour le confirmer. Nos consommateurs ont été séduits par cette approche faisant de nous le produit top vente en l'espace de 30 jours après notre lancement. Valencia a su innover dans ses campagnes TV & affichages, elle a été présente dans les plus grands rendez vous de l'année, a sponsorisé le CODM..

Jamais un produit de grande consommation n'a pu pénétrer le marché et se forger un nom aussi rapidement

**Quelle est votre cible?**

Enfants, jeunes et familles sont les trois

segments consommateurs qui ont été étudiés avec des experts nationaux et internationaux jusque dans le moindre détail, afin de mieux appréhender leurs habitudes de consommation et de pouvoir répondre adéquatement à leurs besoins. L'un des points forts qui distingue la stratégie d'AJP est d'avoir adapté ses produits en fonction des âges et des bourses, puisque AJP est aujourd'hui le seul acteur dans le secteur des jus à introduire en exclusivité ses produits en format 125 ml.

**Quelle part de marché visez-vous ?**

Valencia connaît un succès sans précédent auprès des consommateurs. Si aujourd'hui nous avons détrôné, grâce à leur confiance et en quelques mois, des acteurs historiques du secteur, cette confiance nous encourage davantage et anime nos ambitions pour devenir leader incontestable sur le marché des jus.

**Comptez-vous exporter vos produits?**

AJP a mis en place dès le démarrage, une stratégie agressive à l'export vers les pays subsahariens et autres, et compte ainsi servir plusieurs marchés actuellement exploités par des sociétés algériennes, tunisiennes et égyptiennes. Nous comptons reprendre la place qui nous revient de droit vue la vocation agricole de notre pays par

# Directeur Général d'AJP esté dans le marché des jus »

le marché marocain. Démarrée en juin 2011 à Meknès. l'entreprise est devenue en  
Rencontre avec Ibrahim Belkora, le Directeur Général.

rapport à nos voisins. Notre produit est désormais réclamé en Europe et en Afrique notamment pour son rapport qualité prix.

## **De quels types de conditionnement disposez-vous ?**

Nous sommes les seuls à être dotés d'une technologie dernière génération de ligne de conditionnement au Maroc, cette technologie nous permet une impressionnante cadence de production permettant de satisfaire tous les besoins du pays. Nos produits sont



parfaitement adaptables à plus de 7 formats.

## **Quels autres investissements techniques et/ou technologiques avez-vous effectué ?**

- Lignes de conditionnements Tetrapak dernière génération
- Système de distribution 100% pré-vente
- Force de vente équipée en système de gestion commercial haute technologie : coordonnée et facturation GPRS, synchronisation à distance, informations en temps réel, système IT conçu pour AJP...
- Complexe agro-industriel répondant aux normes internationales
- Flotte de distribution propre à AJP

## **Quelle est, concrètement et précisément, la place de la sécurité alimentaire dans tout cela ?**

AJP est d'abord une entreprise éco-

citoyenne. Nous sommes conscients de la fragilité des déséquilibres économiques, environnementaux et de l'urgence de réinventer des modes de consommation compatibles avec la préservation de l'environnement, c'est pourquoi AJP a choisi Tetrapak, le n°1 mondial du conditionnement aseptique, comme partenaire stratégique. Nous travaillons chaque jour pour que nos emballages réalisent l'équilibre nécessaire entre la protection du produit, nos objectifs commerciaux et le respect de l'environnement. Grâce à notre technologie, des produits comme le lait, les jus de fruits, ou les crèmes de légumes peuvent désormais être transformés et emballés tout en conservant leurs propriétés organoleptiques et nutritionnelles initiales. AJP stabilise le produit par voie enzymatique et microbiologique, un processus appelé aussi la flash stérilisation UHT permettant de préserver les vitamines et la qualité des produits.

## **La distribution constitue souvent le talon d'Achille de nombre d'entreprises. Sur ce maillon essentiel de la logistique, comment AJP procède-t-elle ?**

La distribution est l'un des 4 piliers fondamentaux de notre stratégie, AJP compte aujourd'hui 9 agences à travers tout le Royaume pour mieux servir les besoins des marchés régionaux. Nous sommes les seuls acteurs dans le secteur du jus à disposer de notre propre flotte de camions composée de 4 remorques et de 40 semi-remorques avec un système de prévente de 75 préventeurs motorisés. Cela nous permet d'assurer une distribution directe vers nos différents et nombreux points de vente en utilisant un système de vente hautement so-

phistique. Aujourd'hui nous touchons 19 villes en direct, 60 000 clients par mois et 4 villes en indirect, nous disposons aussi d'un département dédié au GMS, puisque nous sommes présents sur toutes les GMS du Royaume.

## **En tant qu'acteur de la fabrication/production de jus de fruits, comment voyez-vous le présent et l'avenir de l'agroalimentaire marocain ?**

Nous sommes très confiants quant à l'avenir de l'agroalimentaire. Notre confiance émane de notre mission principale, qui est de démocratiser les jus au Maroc, en offrant un produit de qualité exceptionnelle dans un emballage sain à un prix imbattable. L'entrée de Valencia sur le marché des jus a mis fin aux préjugés ancrés dans notre société qui dit que tout ce qu'il y a de meilleur doit forcément provenir de l'étranger. Aujourd'hui le meilleur est produit chez nous au Maroc. Nous pensons qu'il n'y a pas de secret ni de formule magique, le consommateur marocain a tranché en faveur de nos produits, justement parce qu'ils répondent aux critères fondamentaux : qualité, prix, distribution.



# L'huître est-elle Le Maroc doit prendre

Les élevages de coquillages (huîtres creuses, huîtres plates et palourdes) sont réalisés dans trois celle de Nador depuis 1986 et la toute dernière celle de Dakhla. Quelques 400 tonnes sont produites



Le terme huître (ou huitre<sup>1</sup>) recouvre un certain nombre de groupes de mollusques marins bivalves qui se développent en mer. Elles ne vivent que dans de l'eau salée (contenant 30 à 32 grammes de sel par litre (g/l), voire moins) et se trouvent dans toutes les mers.

Une récente étude menée sur les récifs d'huîtres à travers le monde, dresse un constat alarmant quant à la situation de ces mollusques menacés. La cueillette excessive des huîtres, mais aussi le développement de maladies, auraient en effet engendré la perte de 85% des récifs les abritant.

La première cause de cette disparition est la surexploitation des huîtres sauvages, en marche depuis plus de cent ans. A ce phénomène sont venues s'ajouter des maladies, exacerbées par l'arrivée d'espèces d'huîtres creuses importées dont la croissance rapide est préférée à celle des huîtres plates, qui ne sont aujourd'hui presque

plus cultivées.

Afin de nous parler de la situation des huîtres à Oualidia nous avons rencontré Monsieur *Pinscloux*, propriétaire du Parc n°7 à Oualidia et des restaurants Ostrea :

**Est ce que cette fin d'année est plutôt moment que marché propice pour les huîtres ?**

Parmi les projets nominés par le jury du 2ème ALM Ecology Trophy dans la catégorie «Management environnemental», figurent les huîtres Pascal Lorcy. Il s'agit d'un projet de développement d'une filière ostréicole dans la région de Dakhla. Ce projet se fixe comme objectifs de développer la filière ostréicole dans la région de Dakhla afin qu'elle devienne une référence dans ce secteur d'activité. Le projet vise également à valoriser l'huître marocaine par rapport à l'Europe et exporter ce produit avec

Oui bien sûr. Ce n'est pas aussi important qu'en France puisque cela ne représente que 20% du chiffre annuel (contre 80% en France) mais c'est une bonne période.

**Quelles huîtres proposez-vous ?**

Ce sont des huîtres creuses japonaises très savoureuses dont les naissains viennent de Vendée en France.

**Qu'est ce que le parc n°7 à Oualidia ?**

Le Parc n°7 a été créé en 1950 par mon père, le numéro 7 était son chiffre fétiche. Je l'ai développé en 1984 et suis passé de 30 tonnes à 150. Mais aujourd'hui le métier est devenu très difficile. On oublie le produit. Les normes européennes sont très sévères et il y a énormément de procédures administratives qui handicapent notre production. Nous souffrons beaucoup. Oualidia surtout. De plus, les travaux sur la lagune ont eu des conséquences dramatiques sur les naissains. Il y a eu beaucoup de mortalité et on a été obligé de tout recommencer à 0.

**Parlez-nous de ces normes européennes ?**

un label d'excellence. Ce qui est de nature à contribuer à promouvoir les investissements dans cette région. De surcroît, développer l'entreprise en adoptant des méthodes et moyens écologiques, protéger la baie de Dakhla contre les industries polluantes, les constructions côtières anarchiques et obtenir un classement de cette zone ostréicole où une faune et une flore riches sont remarquablement adaptées, constitue autant d'objectifs escomptés.

# menacée ? des dispositions

lagunes du Maroc ; la lagune de Oualidia, depuis les années 50, es annuellement et commercialisées entièrement sur le marché local.

Elles sont draconiennes et pas adaptées pour le Maroc. On ne tient pas compte de la réalité du travail.

Le circuit administratif est tellement lourd qu'on finit par ne plus penser à l'huître elle-même. Il ya beaucoup d'études, de réunions, de PV, de modifications, d'abandons de procédures puis de renégociations.

## **Est ce que vous vous en sortez ?**

Nous perdons beaucoup d'argent. Les normes nous ont obligé à réduire les quantités. Nous achetons même des

Pour Rachid Kandy, ostréiculteur à Dakhla le phytoplancton très riche et varié et l'environnement très sain dans la région expliquent la qualité des huîtres produites et sa croissance exceptionnelle. L'huître prend le goût de son environnement c'est pour cette raison que celle de Dakhla a ce parfum particulier. Le seul problème reste la demande qu'il faut encore créer en faisant connaître le produit au maximum.



huîtres à Dakhla pour nous dépaner alors qu'avant c'était le contraire. Heureusement j'ai mes restaurants qui fonctionnent bien.

## **Que faudrait-il faire ?**

Revenir à des normes rationnelles. Notre produit est bon, excellent même. Je suis tout à fait d'accord pour des contrôles rigoureux mais pas pour des procédures qui sont trop longues et ne tiennent pas compte de la réalité du marché au Maroc.

## **Que proposez-vous dans vos restaurants ?**

Fruits de mers, poissons ultra frais, spécialités, le tout dans un cadre unique.



Menace : Une bactérie mutante affecte dangereusement une bonne partie de la production ostréicole au Maroc et des opérateurs s'inquiètent pour la pérennité de la filière. Pour des raisons bizarrement inexplicables, un virus (dit herpes marin), présent dans les coquilles des huîtres, a muté et sa variante s'est révélée plus dangereuse que la souche d'origine. Aujourd'hui, la mutation semble avoir atteint un seuil critique dans l'écosystème de Dakhla.

Oualidia : L'espèce la plus cultivée est la *Grassostrea Gigas* ou l'huître japonaise. Huit parcs ostréicoles et un parc à palourdes sont en activité sur la lagune. Le principal marché reste Casablanca qui absorbe jusqu'à 60% de la production. Le reste est commercialisé vers les établissements touristiques de différentes régions du Royaume. L'huître de Oualidia est en effet vendue à des restaurants d'Agadir, de Rabat ou encore de Tanger. Mais aussi dans les grandes surfaces. La majorité des ventes s'effectue essentiellement durant les mois de décembre et de janvier. Les producteurs se mobilisent surtout pour réussir cette fin d'année, période des bonnes affaires.

Oualidia : La concentration humaine et des exploitations intensives ont contribué à l'aggravation du déséquilibre d'un système déjà très fragile. Cela impose des contraintes énormes pour l'évolution de l'aquaculture au niveau de la lagune. Les observateurs considèrent que les retombées négatives sur l'activité des huîtres influenceront considérablement l'activité touristique à Oualidia.

L'institut national de recherche halieutique INRH, est dédié à la recherche et au développement technologique dans les sciences halieutiques. Il est l'outil indispensable à la prise de décision dans le secteur maritime. L'INRH contribue, par ses programmes et ses expertises à la connaissance des fonds marins et de leur biodiversité. Il veille sur la qualité, la salubrité du milieu marin et du littoral marocain. Il assure l'évaluation continue de l'état des ressources halieutiques.

# Période de fêtes et prise de poids : comment gérer ?

Les périodes de fêtes sont propices à la prise de poids. Nous avons souhaité rencontrer un nutritionniste pour comprendre ce phénomène et y apporter quelques solutions. Rencontre avec le docteur Karim Ouali, Nutritionniste-Phytothérapeute-Homéopathe.



**Les périodes de fêtes sont propices à la prise de poids. Quelles sont les conseils pour éviter cela ?**

Les périodes de fêtes sont effectivement propices à la prise de poids et c'est souvent dû aux multiples excès alimentaires imposés par la convivialité des repas entre famille et amis. Malgré toutes les bonnes résolutions pour la nouvelle année, il y a un laisser aller manifeste qui pèse lourd sur la balance.

**Alors que faire ?**

Il convient simplement de permettre des écarts pondérés tout en gérant surtout la période avant et après les fêtes pour limiter les dégâts et ce par quelques règles simples :

Tout d'abord l'anticipation est le maître mot pour éviter la prise de poids par une petite diète les dix jours précédant la fête, en allégeant les calories et en privilégiant les viandes maigres, les poissons, les légumes et les fruits frais de saison, tels que l'ananas, la mangue ou encore le kiwi. Veillez à ce que le repas du soir soit léger et pensez à consommer beaucoup de potages, surtout la veille du réveillon, pour mettre en repos votre estomac et préparer le système digestif à des repas plus caloriques.

Avant le repas redouté, prenez un

en-cas léger, riche en protéines pour pouvoir résister plus facilement aux apéritifs.

**Si je saute le déjeuner du 31 décembre, puis je manger plus pour le réveillon ?**

Sauter un repas est l'erreur à ne pas faire ; car cela va ralentir le métabolisme et empêcher votre corps de brûler les calories par la suite. Le risque est d'emmagasiner de la graisse plutôt que la brûler. Pour tout repas que vous décidez de sauter, 23% de votre prochain repas seront emmagasinés en tant que graisse. L'idéal donc serait de prendre son déjeuner et de le faire suivre d'un en-cas léger, riche en protéines pour mieux résister aux apéritifs.

**En quoi le nutritionniste peut-il être une aide pour moi ?**

Il faut plutôt considérer son nutritionniste comme un véritable coach qui vous accompagne ; tout d'abord avant les périodes de fête en réajustant et en équilibrant votre régime alimentaire ; pendant cette occasion de partage unique qui revêt un plaisir aussi bien moral que digestif en vous donnant des astuces pour profiter pleinement de tous ces repas de fête sans porter préjudice à votre santé ; et surtout après les périodes de fête en vous proposant une cure Detox à travers l'association d'une alimentation saine, de la pratique d'une activité physique et la consommation de certains produits bios et naturels pour détoxifier votre corps des excès



subit durant cette période.

**Quelle serait votre menu de fête idéal ?**

Il n'existe pas de menu idéal mais plutôt des consignes que chacun adaptera à ses traditions. Il faut allier équilibre et plaisir en optant par exemple pour les fruits de mer (crustacés, huîtres pochées, noix de Saint Jacques). En évitant de consommer trop de pain. En préférant plutôt les légumes que les marrons en accompagnement avec la dinde. Et surtout si vous avez fait quelques excès sur les plats précédents pensez à des dessert plus légers.

Quant à l'apéritif, oubliez les canapés et pensez plutôt à des tomates cerises farcies de fromage frais, des morceaux de carottes trempées dans une sauce au fromage blanc.

Et pour finir contentez-vous d'un verre par repas et consommez une petite sucrerie par jour, de préférence à la fin du repas.

**Dr Karim OUALI**  
133, Bd Moulay Youssef Apt 2  
Casablanca  
(+212) 05 22 20 37 96 -  
drouali@gmail.co

## Le saumon fumé : vertus et procédé

La plupart des gens préfèrent le saumon fumé que frais. Mais comment s'effectue le fumage?

L'Assiette Nordique nous apporte quelques éléments de réponse.

**L**e saumon est un poisson gras aux vertus nutritives importantes. 100 g de saumon apportent 10 g de lipides et 170 calories. Il est aussi très riche en Omega 3 et Omega 6 et apporte des vitamines, notamment A et D. Le saumon contient du magnésium, du fer et du phosphore. A l'image de la société L'Assiette Nordique, implantée à Casablanca depuis 2009, c'est le saumon importé à l'état frais de Norvège qui séduit le plus les gastronomes. Ici, le process de fumage utilisé est artisanal, donc manuel (d'autres sociétés fument industriellement), ce qui permet au poisson de conserver toute sa texture et son goût original. La durée de fumage du poisson est de cinq jours et se déroule en cinq éta-



pes : tout d'abord le filetage qui est un découpage en filets, ensuite, le salage au sel sec pour retirer un maximum d'eau des fibres du poisson avant la troisième étape : le dessalage. Puis le poisson séché est fumé à froid au

bois de hêtre importé directement du Danemark. Pour terminer on procède au tranchage et on désarête le poisson qui est finalement conditionné en bande de 1 ou 1,2 kilo ou en plaquettes de 100 à 250 grammes.

Le procédé utilisé répond aux normes internationales de qualité et d'hygiène, notamment la norme HACCP (système qui identifie, évalue et maîtrise les dangers significatifs au regard de la sécurité des aliments). De plus, certaines sociétés de fumage, et notamment L'Assiette Nordique ont un cahier des charges d'importation très précis qui prévoit le contrôle de l'alimentation, de l'âge des poissons, du taux de matières grasses et de l'indice de coloration.

www.lassiettenordique.com

# Embarquez dans un monde de saveurs

**Poisson fumé Artisanal à l'Ancienne**

À L'Assiette Nordique, nous faisons du saumon de l'Atlantique notre cœur de métier, que nous importons frais des meilleurs élevages norvégiens et que nous offrons, sous différents conditionnements, frais ou fumé dans le respect des normes de qualité et d'hygiène internationales. Et pour mettre ce savoir-faire à votre service, nous proposons également une gamme innovante de poissons pêchés localement tels que l'Espadon, l'Ombrine, le Thon ou l'Anguille, etc...

1, Allée Des Mandariniers, Bd Chefchaouni - Ain Sebaa, Casablanca 20250 - Maroc  
Tél.: + 212 5 22 35 35 88 - Fax: + 212 5 22 66 65 26 - slaouir@lassiettenordique.com

# Chocolat : Un produit de

Avant d'arriver au consommateur, la fève de cacao, élément principal du chocolat, parcourt un chemin complexe et délicates, ce qui justifie son prix élevé. Pourtant, le chocolat est un produit

**A** regarder de plus près les grandes franchises, marocaines ou européennes (Neuhaus, Jeff de Bruges, Leonidas, Valentino, Patchi, Pralinor, Millésime, Château Blanc...) il est indéniable que le chocolat est en pleine croissance au Maroc. Porté par la diversification de l'offre animée par ces franchises et une demande qui croît notamment lors des événements annuels : fin d'année, baptême, mariage, Saint-Valentin..., le chocolat a de beaux jours devant lui. Pourtant, selon les récentes études, le Maroc enregistre une consommation très faible par rapport à d'autres pays. Avec 400 grs par habitant et par an, c'est moitié moins que le Tunisie, 9 fois moins que le Liban et 13 fois moins qu'en France. Si le marché est rentable chez nous, c'est grâce aux sociétés. Afin de fidéliser leur clientèle, les entreprises offrent comme cadeau de fin d'année à leurs clients, partenaires ou collaborateurs, des chocolats présentés dans des plateaux ou coffrets personnalisés, argenterie de luxe, pièces en cristal ou autres. Ainsi les chocolatiers usent de tous les moyens de marketing pour y arriver: catalogues, mails personnalisés, démarchage direct... et on met donc tout en œuvre pour séduire le client : présentation alléchante, décoration des vitrines, ingéniosité des recettes et des contenants. Tout est fait pour plaire aux consommateurs. Certaines enseignes essaient de se démarquer. A La présente d'Or, enseigne marocaine, on du chocolat d'origines belge, française et luxembourgeoise pour diversifier l'offre. Et on met le paquet pour les dates importantes : période de fin d'année, mariages, baptêmes, Saint Valentin, ... L'enseigne, fort de son succès ouvre une nouvelle boutique au Morocco Mall. Chez Jeff de Bruges on imagine sans cesse de nouvelles formes, on revisite les



recettes de toujours en les modernisant, on marie la "gourmandise" du chocolat belge avec le "chic cacaoté" du chocolat français, et surtout on explore des saveurs encore inédites : fruit de la passion, bergamote, thé Earl Grey, cannelle et coriandre, ... Neuhaus de déguster une collection magnifique avec des goûts délicieux comme une exquise crème brûlée, du sabayon, de la tarte tatin, du tiramisu et du moelleux au chocolat... De vrais desserts à part entière...

Pour toutes ces enseignes, le chocolat est classé haut de gamme. Le prix au kilo avoisine parfois les 1000 dirhams. Et, quand il s'agit d'offrir un cadeau de grande valeur, le chiffre peut atteindre 5 000 dirhams, voire des dizaines de milliers de dirhams pour la marque Patchi. Il faut dire que les chocolatiers haut de gamme offrent une infinité de produits, aussi bien en variétés de chocolats que d'emballages et le prix est souvent à la hauteur des attentes. On ne peut pas évoquer la praline sans parler de Pralinor. «C'est le premier chocolatier à avoir introduit les

Enseigne prestigieuse de chocolat artisanal haut de gamme, Millésime présente pour la saison 2011/2012 une diversité de chocolat de qualité, des compositions et des coffrets cadeaux innovants et un service per-



sonnalisés, pour entreprises et particuliers. Représentant exclusif du chocolat français, Daniel Stoffel, le chocolatier Millésime propose également aux passionnés et amateurs de chocolat plus de 34 variétés de chocolat artisanal. Doux, raffinés, croquants et adaptés à tous les goûts, Millésime invite à découvrir des mélanges subtils et inattendus mais aussi des grands classiques tels que les incontournables ganaches, truffes et pralinés amandes. Le chocolatier propose également une variété de produits de confiserie et des produits d'épicerie fine rigoureusement sélectionnés.



**209, Boulevard d'Anfa – Casablanca**  
Tél. : 0522 36 74 80

# fête en plein essor

long chemin et doit être soumise à une série de manipulations qui plaît... Et le Maroc n'échappe pas à cette réalité.



pralines belges au Maroc, depuis 25 ans déjà», rappelle avec fierté Ahmed El Yacoubi, son fondateur. En 1983, Pralinor avait lancé de façon très artisanale ses pralines, appellation belge des chocolats fourrés. Pralinor est doté d'un laboratoire dédié exclusivement à la production artisanale du chocolat belge, sans additifs ni conservateurs. L'enseigne qui compte, outre ses 3 magasins propres, 15 magasins franchisés, a été la première franchise marocaine à s'exporter en Chine. C'est ainsi qu'un premier franchisé Pralinor vient d'ouvrir à Shanghai ! La franchise Pralinor a même prévu une ouverture prochaine à New York. L'enseigne puise son succès dans la qualité de ses matières premières, importées de Belgique, mais également dans la fabrication de son chocolat. Celui-ci est sans

C'est au cœur du prestigieux triangle d'Or de Casablanca qu'Yves Thuriès a choisi d'inaugurer sa première boutique au Maroc. Véritable passionné du chocolat sous toutes ses formes et homme généreux par nature, il vous invite à découvrir des alchimies inédites et gustatives et vous offre une nouvelle dimension du chocolat au cœur de cette adresse imaginée comme un véritable écrin. Une ode au chocolat où la mise en scène joue un rôle essentiel : les boiseries aux reflets d'ébènes se conjuguent aux tonalités orangées pour mieux

additifs, ni produits de conservation, et est commercialisé très rapidement après sa fabrication.

Le business du chocolat est aussi rentable pour les industriels du marché, Aigubelle et Pastor Macao, les 2 leaders du marché. La plus ancienne est Aigubelle. Depuis plus de 68 ans, c'est la seule chocolaterie à produire elle-même son chocolat à partir des fèves de cacao qu'elle importe des pays producteurs, principalement la Côte d'Ivoire. Les deux sociétés ont dû se mettre à niveau et investir beaucoup d'argent pour se positionner sur un marché concurrentiel notamment avec des produits chocolatiers venus de Turquie ou d'Égypte. Et nos industriels en souffrent car la flambée des prix à l'international depuis 2007 du cacao et des fèves de cacao ainsi que les droits d'importation élevés réduisent leurs marges et handicapent leurs mises à niveau.

C'est ainsi qu'en janvier 2011, une hausse de 10% sur les prix du chocolat a été répercuté sur le prix de vente. Ainsi si les Marocains consomment encore peu de chocolat, ils favorisent déjà un chocolat de qualité. Dès lors, soyons sûrs que l'avenir du chocolat au sein du Royaume ne sera pas noir.

éveiller les sens et vous plonger dans une atmosphère chaleureuse.

Les grands classiques Yves Thuriès, des chocolats Macarons en passant par les Truffelines, aux Tablettes aux éclats de Rose, de Violette ou de Menthe, sont présentés le long d'une paroi en verre opaque, une source de lumière tamisée qui met en valeur chacune des créations exclusives du chocolatier.

Variétés de bouchées, dragées, confiserie de luxe et marrons confits viennent compléter la gamme.

Le saviez-vous ?

Jeff de Bruges, en participant au Quality Partner Program (QPP) mis en place par Barry Callebaut son fournisseur de cacao, s'engage de façon durable et responsable auprès de 53 coopératives représentant environ 40 000 planteurs de cacao en Côte d'Ivoire.

Le gastronome du troisième millénaire n'est plus celui des années 1900. L'idée même que l'on se fait des dégustations de praline a changé. Certes, les Manon et Gianduja sont restés des classiques inaltérables, mais de nouveaux saveurs correspondent à de nouvelles attentes. Maître-Chocolatier est un métier où nous devons chaque jour nous remettre en question. L'ouverture au monde, d'un point de vue purement gastronomique, nous a poussés à inventer de nouveaux mélanges, à concilier ce qu'il n'y a pas si longtemps était inconciliable. Fruitée, épicée, douce, forte, amère, sucrée, ... La praline possède désormais mille et une façons de nous émouvoir.

Claude Sénèque, Maître-Chocolatier chez Leonidas

Les pralines Château Blanc sont fabriquées de manière semi-artisanale, des machines autonomes assurant chacune une partie de la production. La décoration des chocolats, toujours faite à la main, est devenue, au fil du temps, la marque de fabrique de Pralibel, lui offrant une grande flexibilité et une diversité dans son travail. « La qualité de nos produits est garantie par l'usage de vrai chocolat », précise-t-on chez Pralibel. « Nous n'avons pas recours à la possibilité d'ajouter au chocolat d'autres matières grasses que le beurre de cacao, car nous estimons que ces additifs influencent négativement la qualité du produit fini. »



# Mars Incorporated

Mars Incorporated est une entreprise familiale, fondée un chiffre d'affaires annuel de plus de

L'entreprise est un leader mondial opérant dans 6 secteurs d'activité : le chocolat, les aliments préparés pour animaux de compagnie, les chewing-gums Wrigley et la confiserie, l'alimentaire, les boissons et Symbioscience. Avec l'acquisition de l'entreprise William J. Wrigley Jr. en 2009, Mars est devenue la plus grande entreprise de confiserie dans le monde et la troisième entreprise mondiale de produits alimentaires. Basée en Egypte, Mars NAL est l'unité de Mars Incorporated responsable de l'activité du groupe Mars en Afrique du Nord et dans la région du Levant. Mars NAL a une usine en Egypte qui produit quelques-unes des marques de chocolat préférées de la région. Mars est un exemple remarquable d'entreprise mondiale, aussi bien en termes de fabrication internationale que de distribution globale. L'entreprise a plus de 65 000 collaborateurs travaillant dans 230 sites, dont 135 usines, dans plus de 68 pays. Pendant plus d'une décennie, Mars a été un investisseur important dans la région AIME (Afrique, Inde et Moyen-Orient).



... Mars s'engage également pour des causes citoyennes et particulièrement la culture durable et la certification du cacao : certification UTZ, en coopération avec l'ONG "Rainforest Alliance" pour aider les agriculteurs producteurs de cacao à installer des pratiques de culture et de préservation de l'environnement. A l'horizon 2020, MARS, Incorporated achètera 100 000 tonnes de cacao certifié par Rainforest Alliance.

## Rencontre avec Loubna Bennis – Country Manager de Mars Maroc

### Pouvez-vous vous présenter en quelques mots?

Loubna Bennis, Country manager de Mars Maroc. Cela fait 10 ans que je suis chez Mars où j'ai occupé plusieurs postes de responsabilité en marketing, dont une mission de deux années à Istanbul, en Turquie avant de revenir au Maroc.

### Mars Incorporated est une société familiale, n'avez-vous jamais cédé à la tentation de vendre à un groupe international?

Mars est une société familiale solidement ancrée sur ses 5 valeurs d'entreprise : la qualité, l'efficacité, la liberté, la mutualité et la responsabilité.

Par ses principes, Mars est très attachée à ses employés, à leur évolution et développement. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle on les nomme "Associés" et non employés, puisqu'ils font partie intégrante du développement de la société.

Par ailleurs, Mars a été en constante expansion depuis sa création. Et son principe même de Liberté dénote de sa volonté de poursuivre cette évolution tout en gardant la pleine autonomie sur ses opérations.

### Le chocolat, la confiserie, les chewing-gum mais aussi l'alimentaire, l'aquariophilie, les aliments préparés pour animaux de compagnie... Comment sélectionnez-vous les produits que vous commercialisez?

Mars est reconnue mondialement pour ses marques et la qualité de ses produits. La qualité est la valeur la plus importante de l'entreprise, de ce fait quelque soit le produit que Mars propose à ses consommateurs, il doit être de qualité. Il doit aussi offrir le meilleur



# : un leader mondial

en 1911, basée à McLean en Virginie, avec 30 milliards de dollars.

équilibre possible entre qualité et valeur pour les consommateurs. Les marques sont les garanties de cette qualité et sont la signature qui est apportée aux consommateurs pour assurer cette relation de confiance établie sur le long terme.

Bien entendu, Mars étant totalement orientée vers la satisfaction de ses consommateurs, est en écoute constante de leurs besoins. Par conséquent, les nouveaux produits que nous lançons sont le fruit de nombreuses études pour garantir une compatibilité maximale entre la demande du consommateur et l'offre Mars.

## **Quelles sont les contraintes d'une entreprise mondiale comme la vôtre?**

Une société comme Mars a des marques de renommée mondiale et qui doivent donc répondre aux mêmes exigences de qualité dans tous les pays où nous opérons. L'homogénéité et la constance en terme de qualité est



donc critique.

Une opération mondiale signifie également la nécessité de jouer au mieux la carte de la synergie pour pouvoir faire bénéficier nos consommateurs des possibles économies d'échelle. Enfin, une société multinationale doit également trouver l'équilibre entre la dimension globale et la dimension locale. C'est un savant dosage qui requiert de l'attention au jour le jour.

## **Le Maroc n'est pas un gros consommateur de chocolat, comment déve-**

### **lopper la demande?**

Le marché marocain a beaucoup évolué, les consommateurs marocains ont développé leur goût et leur intérêt pour le chocolat. Mais en même temps la consommation est relativement faible et donc il existe un fort potentiel de croissance.

Dans sa première phase, Mars a lancé les barres chocolatées qui étaient plus en phase avec les caractéristiques de la demande. Mars propose aujourd'hui sa nouvelle gamme de chocolat sous la marque Galaxy.

L'objectif principal de ce lancement est de développer le marché du chocolat au Maroc. Galaxy offre un produit de grande qualité à un prix accessible. Par ailleurs, ce lancement sera accompagné d'un dispositif global assurant la communication de cette nouvelle marque ainsi que d'un échantillonnage gratuit permettant de faire goûter le produit à 1 million de marocains.

### **Quels sont vos objectifs sur le mar-**

### **ché marocain?**

Depuis son implantation au Maroc, Mars a connu une forte croissance qui s'est traduite sur les 3 dernières années par une croissance à deux chiffres du CA et un doublement des effectifs.

Notre stratégie sur le marché marocain reste la même, c'est à dire une stratégie de présence à long terme. Avec le lancement de Galaxy, nous pensons non seulement contribuer au développement du marché du chocolat mais aussi renforcer notre leadership au sein de ce marché.

### **Comment vous engagez-vous au niveau santé et nutrition?**

En tant que société responsable, Mars prend ce sujet très au sérieux et incite ses consommateurs à consommer ses produits de manière modérée et dans le cadre d'un mode de vie sain. Mars incite les consommateurs à mieux connaître leurs besoins nutritionnels afin de faire les bons choix. C'est la



raison pour laquelle Mars s'est engagée à imprimer au niveau des packaging les valeurs nutritionnelles sur tous ses produits. Par ailleurs, à travers ses marques, Mars fait campagne pour inciter les consommateurs à faire plus d'exercices physiques.

**Vous militez pour la Mutualité? Qu'entendez-vous par Mutualité?**

La mutualité est une des 5 valeurs du groupe qui dicte sa philosophie du business. Le concept est basé sur le principe du WIN - WIN. Dans tous nos échanges et toutes nos transactions, nous mettons en avant la nécessité d'arriver à une situation gagnant - gagnant pour les deux parties. Ce type de relation permet de construire des rela-

tions durables avec nos partenaires. **Quels sont vos projets à court terme, au Maroc et à l'international?** Notre engagement au Maroc est un

engagement à long terme. Sur le court terme, nous nous focaliserons sur les activités directement liées au lancement de Galaxy.



Avec 400 grs de chocolat par an et par personne (contre 3,5 kgs au Liban et plus de 15 kgs en Angleterre), le marché marocain de cette confiserie plaisir n'en est qu'à son balbutiement. C'est pourquoi plus qu'un lancement d'une nouvelle gamme de produits chocolat via la marque Galaxy, Mars Maroc veut développer voire créer un marché du chocolat et satisfaire les consommateurs en leur proposant des produits adaptés à leur goût, d'une qualité parfaite, conjuguant plaisir et besoins nutritionnels. « Ce lancement s'inscrit dans la stratégie de croissance de Mars dans la région et a pour objectif essentiel de développer le marché marocain du chocolat » a affirmé Eric Botta, General Manager pour le Maghreb. Avec Snickers®, Mars®, Twix®, Bounty®, M&M's® la société était déjà présente partout aussi bien dans les petites épiceries que dans les hypermarchés, mais avec Galaxy Mars Maroc veut démocratiser l'achat chocolat en proposant une gamme de grande qualité garantie par la sélection

des meilleurs ingrédients, et un processus de production breveté. Sa recette unique lui confère une douceur extrême qui est devenue sa signature. « Aujourd'hui nous lançons une nouvelle ligne de produits chocolat qui répond aux demandes et aux goûts

ce comme de la soie, qui permet de vivre le moment chocolat parfait » a-t-elle complété. Et pour que les clients aient un choix complet, Galaxy® présente une offre variée qui s'adapte à différentes occasions de consommation. Elle comprend des formats individuels, familiaux ainsi que des produits à offrir et couvre des variétés telles que : chocolat au lait, chocolat noir, chocolat aux noisettes, chocolat au caramel, chocolat au riz soufflé,... « Nous accompagnons ce lancement d'un dispositif global pour rendre la marque accessible au plus grand nombre de Marocains, d'ailleurs nous nous engageons à faire goûter gratuitement nos produits Galaxy® par un million de Marocains dans les mois qui viennent' » a poursuivi Loubna Bennis, Monsieur Botta espère dynamiser tout le secteur pour que les consommateurs puissent



des consommateurs marocains » a commenté Loubna Bennis Country manager pour le Maroc. « Galaxy® offre une expérience unique grâce à son goût crémeux et à sa texture dou-

avoir un large choix qui répond à leurs attentes. D'ailleurs les prix ont été étudiés puisque la barre chocolatée sera vendue 7 dh et 15 dh pour la tablette.



**MAMMOUTH  
INDUSTRIES**

**Force...Innovation**

# Carrosserie Industrielle adaptée à vos besoins



**Caisse bâchée en aluminium lisse**



**S/R Citerne alimentaire basculante**



**S/R Benne bâchée en aluminium lisse**

# Thami Benboujida, Director

L'anglais est aujourd'hui, la langue qui permet de travailler, maîtrise de l'anglais est une sérieuse valeur ajoutée à des postes à responsabilités, vous vous

## **Pour quelle raison le niveau d'anglais doit-il être amélioré au Maroc ?**

L'anglais est devenu la langue commune, le dénominateur commun entre tous les pays. Si un marocain rencontre un chinois, ils parleront anglais. Les multinationales font face aussi à des besoins car leurs employés peuvent venir de différents pays et pour communiquer, c'est l'anglais qui sera utilisé.

L'anglais est également la langue principale usitée dans les conférences, c'est la 1ère langue des courriers électroniques et de la recherche scientifique. Tout est d'abord rédigé en anglais puis plus tard on procède aux traductions... Si on veut connaître toutes les nouveautés, il ne faut pas attendre ces traductions...

## **Quelles sont vos méthodes d'apprentissage ?**

Nous avons un programme très étudié. Pour le secteur touristique par exemple nous enseignons :

- L'accueil & la prise de contact (ex : réception et accueil, informations, formalités, administration, annulations, méthodes de paiement, modifications)
- La prise en charge : marques d'atten-

tion, identifications des besoins (ex : informer, orienter sur les services : in house, spa, restauration ou shopping, répondre aux besoins spécifiques : congrès, conférences, expositions, foires, ...)

- La gestion du séjour : anticiper les demandes, y répondre, orienter (ex : Informations touristiques, bookings, excursions, recommandations, gérer les plaintes, identifier un problème, y apporter une solution, ...)
- Remercier et fidéliser: préparer le départ et remercier

(ex : être sincère, communiquer, s'enquérir, être respectueux, courtois, comment s'adresser à un client privilégié : authenticité, clarté, confiance, ...)

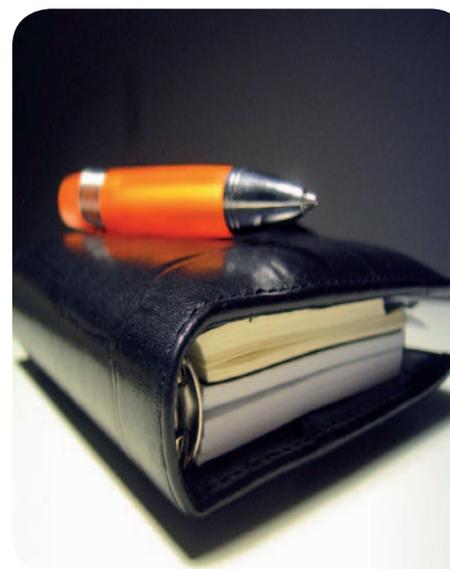
## **Quelle est la formation de vos professeurs ?**

Il sont tous diplômés en littérature d'anglais linguistique et doivent avoir eu une expérience d'enseignant en anglais comme langue étrangère pour que nous soyons sûrs qu'ils ont intégré la pédagogie de l'enseignement. Enfin, chaque professeur est certifié par l'université de Cambridge après un stage théorique et pratique d'un mois.

## **Comment vous démarquez-vous ?**

Nous sommes une société à taille

humaine. Nos clients deviennent nos amis. Nous nous adaptons à chaque cas. Nous sommes capables de répondre à toutes les demandes. Quelques exemples : un directeur, très occupé, veut pratiquer l'anglais pendant 8 heures tout en travaillant, le professeur est mis à sa disposition et le suivra partout dans ses déplacements. Un collaborateur anglais d'une société vient pour une formation, nous pouvons envoyer un traducteur pour la journée. Nous pouvons accompagner



les entreprises pour des négociations de vente ou d'achats et ce, depuis l'aéroport jusqu'à la signature du contrat. Nous avons également des spots téléphoniques de 30 mn (fixe à fixe) de 9h à 21h30 : « English for speaking ». Le client parle en anglais pendant 10 mn et après on le corrige et on lui explique ses erreurs.

## **A qui s'adressent vos cours ?**

A tout le monde : chef d'entreprise, femmes d'affaires, personnel hôtelier, étudiant souhaitant se perfectionner, ...

## **Pour le personnel hôtelier justement, qu'est ce que la maîtrise de l'anglais peut apporter à l'établissement ?**

# of Studies chez British Workshop

voyager et communiquer dans tous les pays du monde. Parce que la sur votre CV et qu'elle vous permettra d'accéder plus facilement devez de parler « British » parfaitement.

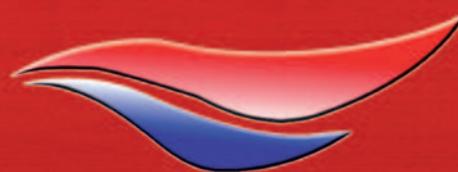
Cela permettra entre autre de communiquer efficacement avec les hôtes, d'apprendre tous les termes d'anglais spécifiques à l'hôtellerie, fournir un service haut de gamme, fidéliser la clientèle... Et tout le personnel devrait savoir parler anglais, pas seulement la réceptionniste : housekeeping, femme de chambre, room service, concierge, hôtesse d'accueil, barman, bagagiste, etc.

**Quelles sociétés vous ont déjà fait confiance ?**

CDG Capital, Michelin, Société Générale, Delassus, Sofitel, Aréva, Lafarges, et bien d'autres...



**Thami Benboujida**  
Director of Studies



**BRITISH WORKSHOP**

BETTER ENGLISH, BETTER FUTURE

**ENGLISH CLASSES**

**STUDY LOCAL AND  
THINK GLOBAL**

9 Rue Aïn Asserdoune Hay Essalam (C.I.L.) Casablanca

Tél/Fax : 05 22 94 77 58 - 05 22 94 51 26

E-mail : [britishworkshop.cil@gmail.com](mailto:britishworkshop.cil@gmail.com)

# Le palmier dattier a Un acteur économique en pl

Après le franc succès de la première édition du Salon International des Dattes et de la pêche maritime a organisé la deuxième édition qui s'est tenue à Erf

**A**vec 100 millions de palmiers dattiers existant dans le monde il faut savoir que 80% du potentiel de production est détenu par le monde arabe. Alors que la production mondiale de dattes est évaluée à 3,7

millions de tonnes dont environ 70% sont générés par les pays arabes, le Maroc, avec 4,8 millions de pieds et 3% de la production moyenne mondiale occupe la 8ème place aussi bien en termes d'effectifs d'arbres que de production de dattes. Actuellement, la culture du palmier dattier s'étend sur une superficie d'environ 48 000 ha correspondant à une densité moyenne de 100 arbres à l'hectare et l'aire géographique de cette culture s'étale sur un vaste ter-

ritoire englobant 13 provinces situées au Sud et Sud-est du Maroc. Alors que la consommation nationale des dattes est estimée à 3 kg par personne et peut atteindre 15 kg au niveau des zones de production, la moyenne de la pro-

duction des dattes du Maroc, sur les 5 dernières années, s'élève à 90.000 t/an, avec un rendement moyen de 19 kg/pied, soit environ 2 t/ha. En matière



millions de tonnes dont environ 70% sont générés par les pays arabes, le Maroc, avec 4,8 millions de pieds et 3% de la production moyenne mondiale occupe la 8ème place aussi bien en termes d'effectifs d'arbres que de production de dattes.

Actuellement, la culture du palmier dattier s'étend sur une superficie d'environ 48 000 ha correspondant à une densité moyenne de 100 arbres à l'hectare et l'aire géographique de cette culture s'étale sur un vaste ter-



Les palmeraies bénéficient d'un intérêt grandissant de la part du gouvernement marocain et des bailleurs de fonds internationaux avec l'initiation de nombreux programmes de développement et de mesures structurantes visant la préservation du patrimoine phoenicicole, tels que:

- La mise en oeuvre, depuis 1986, du Plan National de Restructuration et de Développement de la Palmeraie;
- L'inscription, en 2000, des oasis du Sud marocain dans le Réseau mondial des Réserves de Biosphère de l'UNESCO;
- L'instauration, en 2007, de la Loi 01-06 relative au développement durable des palmeraies et à la protection du palmier dattier ;
- L'intégration des palmeraies dans le cadre du Projet Arboriculture Fruitière du programme MCA 2008-2013 ;
- La création, en novembre 2009, de l'Agence Nationale pour Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier.
- Et enfin, la mise en oeuvre du contrat-programme signé, le 27 avril 2010, entre le Gouvernement et la profession représentée par les deux fédérations existante : la Fédération interprofessionnelle marocaine des dattes (fimadattes) et la Fédération Nationale des producteurs des dattes (fenaprod).

# au Maroc en développement

du Maroc, le ministère de l'agriculture  
du 10 au 13 novembre dernier.



de commercialisation, 50% de la production est mise sur le marché, dont une faible partie est exportée, 30% est destinée à l'autoconsommation et 20% à l'alimentation du bétail. Elle offre, à elle seule, plus de 1,6 millions de journées de travail, soit l'équivalent de 6 400 postes de travail permanents, à raison de 250 journées par an et assure ainsi la vie à une population oasienne dépassant actuellement les 2 millions d'habitants, soit près de 8% de la population nationale. Il est donc clair que tout développement de la filière phoenicicole permettra de stabiliser cette population locale et de contrer l'exode rural massif actuel. Pourtant les quantités importées s'élèvent encore en moyenne à 30 000 tonnes/an, soit environ 1/3 de la production annuelle moyenne. Cela peut être dû

à la prédominance de modes traditionnels de conservation ce qui engendre des pertes importantes aussi bien en quantité qu'en qualité. Cependant, la richesse du patrimoine variétal national (avec l'existence de variétés de renommée mondiale), l'existence d'un savoir-faire local et la disponibilité d'une expertise nationale spécialisée, restent une valeur incontestable du secteur. Cette année le salon international des dattes était composé d'un vaste pôle institutionnel et sponsors, d'un pôle régions très vivant, d'un pôle international avec de nombreux pays invités, d'un important pôle produits, d'un alléchant marché des dattes, d'un instructif pôle agrofournitures et service, d'un très technique pôle machinisme agricole, d'un espace didactique autour des oasis, et d'une très

SM le Roi Mohammed VI, accompagné de SAR le Prince Moulay Rachid, a procédé le jeudi 10 novembre dernier à l'inauguration du laboratoire national de culture des tissus du palmier dattier, réalisé au sein du Centre régional de la recherche agronomique d'Errachidia pour un investissement global de près de 31 millions de dirhams (MDH).

Conclue entre le gouvernement du Maroc et la Caisse Nationale du Crédit Agricole, une convention qui porte sur le financement de 35 000 producteurs agricoles, à la faveur de 737 millions dh, est venue compléter le financement de l'Etat qui est de l'ordre de 35 milliards de dh, répartis sur dix années.

C'est par le biais de sa Fondation pour les Arts et le Patrimoine rural que le Groupe Crédit Agricole du Maroc partenaire officiel du SIDATTES a voulu à travers un concept unique d'exposition muséale et sur 3000m<sup>2</sup> de chapiteau, mettre l'accent sur la biodiversité de l'agriculture oasienne, vulgariser ce modèle parfait de développement durable secoué par de nouveaux déséquilibres et qui reste porteur de nouvelles opportunités.

C'est dans un cadre didactique, sous l'envoûtement d'un chapiteau aménagé en ksour, oasis avec les différentes composantes du système oasien que La Fondation du Groupe Crédit Agricole du Maroc pour les Arts et le Patrimoine Rural a avec une théâtralisation subtile et délicate créée une ambiance féerique et magique.

Créée en 2002, l'Agence Nationale pour le Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier (ANDZOA) est une entité opérationnelle dédiée au service du développement harmonieux et durable des espaces oasien et de l'arganier.

L'agence nationale de développement des zones oasiennes a l'ambitieux programme de procéder à la plantation de 3 millions de plants certifiés de haute qualité de palmier dattier à l'horizon 2020. Pour rappel, les zones oasiennes représentent 15% de la superficie du territoire national, concentrées dans les régions sahariennes et présahariennes du sud-est du Royaume et abritent 1,6 millions d'habitants.



belle exposition culturelle. En marge, des ateliers spécialisés ont permis aux scientifiques d'échanger sur les dernières technologies et innovation avec pour thème la valorisation des dattes et des produits dérivés du palmier dattier.

Les objectifs des organisateurs étaient de 5 ordres : mettre en valeur l'agriculture phoenicicole, développer les secteurs liés à l'écosystème oasien instaurer un espace de dialogue entre les différents opérateurs promouvoir l'agriculture oasienne et insuffler une nouvelle dynamique socio-économique dans la région. Avec plus 180 exposants et plus de 60000 visiteurs, ce salon a sans nul doute eu un franc succès aussi bien au niveau de la population locale que des nombreux visiteurs nationaux et internationaux.

### L'INRA, un acteur majeur dans le programme de mise à niveau de la filière phoenicicole.

La sauvegarde et le développement des palmeraies marocaine est au coeur des problèmes. Comme le stipule le pilier 2 du Plan Maroc Vert, le traitement de la problématique oasienne se base sur 3 dimensions : la conservation des ressources naturelles (biodiversité, eau et sol), l'amélioration de la productivité et la valorisation des produits et sous-produits agricoles. L'INRA s'inscrit parfaitement dans cette vision à travers son programme de recherche moyen terme 2009-2012 en cours d'exécution. Les principaux axes de ce programme sont la gestion des ressources génétiques et la création de nouvelles variétés, la lutte contre

le bayoud (champignon microscopique qui attaque et tue les palmiers), multiplication in vitro, amélioration des techniques de production des dattes, et valorisation du produit. Dès et déjà, l'INRA a élaboré l'inventaire de 453 variétés cultivées dans les différentes palmeraies parmi lesquelles six sont reconnues résistantes au bayoud, a créé une collection de 1130 clones hybrides de bonne qualité des dattes et sélectionné la première variété résistante au bayoud ayant une bonne qualité dattière (la variété najda multipliée et diffusée à plus de 500000 plants auprès des phoeniciculteurs.

### Les Laboratoires Palmagro Biotechnologies.

Créés par des agriculteurs et au service des agriculteurs, ces laboratoires sont nés de la nécessité urgente de renouveler la palmeraie mondiale et répondre à la demande croissante des dattes fraîches. «Le défi que nous avons choisi de relever : mettre à la disposition du plus grand nombre, des plants de palmiers dattiers certifiés, capables d'assurer plus

longtemps au cultivateur un mise à fruit généreuse et de qualité ». Pour se faire, les moyens sont à la mesure du projet avec des partenaires internationaux avec de nombreux instituts, la construction de deux laboratoires, la création d'une pépinière dédiée, ...Les laboratoires sont pilotés par des ingénieurs spécialistes de la multiplication par orga-

nogénèse in vitro du palmier dattier. Seuls les cultivars élites sont sélectionnés : pureté variétale, résistance et productivité sont les maîtres mots. « Pace qu'aucun doute de doit subsister, l'ADN de chaque lot est extrait en fin de processus de multiplication. Il est ensuite comparé avec des marqueurs variétaux cibles afin de garantir l'intégralité parfaite des lignées ».

# PISCINEXP

Maroc

3<sup>ème</sup> Édition

15 ▶ 18  
FÉVRIER  
2012  
CASABLANCA

INFOLINE: +212 669 730 183 / +212 522 263 972  
E-mail: [kamallwed@gmail.com](mailto:kamallwed@gmail.com)  
[www.piscineexpomaroc.com](http://www.piscineexpomaroc.com)

PISCINE.SPA.BIEN-ÊTRE.ESPACES VERTS

# Pollutec Maroc : clôture Après 4 jours de renco

Pollutec Maroc, Salon International des équipements, des technologies  
les portes de sa 3ème édition et confirme sa position de salon



Organisé sous le Haut Patronage De Sa Majesté Le Roi Mohammed VI, en partenariat avec le Secrétariat d'Etat chargé de l'Eau et de l'Environnement et avec le soutien du Ministère du Commerce, de l'Industrie et des Nouvelles Technologies, le Ministère du Commerce Extérieur et le Ministère de l'Habitat, la 3ème édition du salon a bénéficié d'une forte mobilisation des acteurs institutionnels du Royaume.

Durant 4 jours, Pollutec Maroc a réuni 412 exposants marocains (40%) et internationaux (60%) et plus de 6 800 visiteurs. Légèrement en baisse par rapport à 2010, le visitorat de cette édition 2011 a incontestablement confirmé sa grande qualité avec un taux de revivite de 17% illustrant le vif intérêt des professionnels à l'égard des produits, expertises et projets présentés sur le salon.

Les premières analyses du profil des visiteurs révèlent d'ores et déjà la grande qualité des professionnels ve-

nus à la rencontre des exposants avec près de la moitié d'entre eux identifiés comme des prescripteurs (ingénieur, chef de projet, consultant, etc..) et près d'un tiers comme des décideurs (PDG, chef de service, élu, etc..) du secteur. Cette première tendance a également été corroborée par les commentaires recueillis auprès de nombreux expo-

sants qui ont salué le très bon profil des visiteurs porteurs de projets et à la recherche de nouvelles technologies.

Le salon a également été le lieu de nombreux échanges et débats, pour la plupart très animés, grâce à un riche programme de conférences et ateliers techniques très fréquentés par près de 1 300 congressistes.

Cette année encore, Pollutec Maroc a réuni, sur plus de 11 000 m2, tous les éco-acteurs du secteur (dont 60% d'internationaux issus de 15 pays).

Le secteur public et institutionnel était une nouvelle fois largement représenté particulièrement par le Secrétariat d'Etat chargé de l'Eau et de l'Environnement, le Ministère de l'Intérieur, l'ADE-REE (Agence de Développement des Energies Renouvelables et Economies d'Energies), l'ONEP (Office National de l'Eau Potable), la CGEM (Confédération Générale des Entreprises Marocaines, le CMPP (Centre Marocain de Production Propre). Les régions de Beni Mellal, d'El Jadida et d'Oujda étaient également présentes, pour la



# de la 3ème édition ntres fructueuses

et des services de l'environnement, vient de fermer  
référentiel pour les professionnels du secteur.

## Nouveau débitmètre portable de FLEXIM

Avec le nouveau débitmètre à ultrasons FLUXUS® F601, FLEXIM présente le successeur du ADM 6725, un classique de la débitmétrie connu pour sa haute fiabilité et sa polyvalence et ayant fait ses preuves dans d'innombrables applications. Le F601 est le fruit des évolutions initiées par nos clients les plus exigeants dans les domaines nucléaire, aéronautique, chimique, pétrochimique et pharmaceutique.

Débitmètre industriel portable par excellence car non-intrusif, il est idéal pour les mesures sur terrain dans les domaines les plus divers.

Le design ergonomique du F601 est optimisé pour une utilisation quotidienne sur le terrain. Encore plus robuste que son prédécesseur, il est parfaitement adapté à l'utilisation en environnements industriels sévères: les capteurs PEEK avec boîtier tout inox et câble serti gainé inox assurent une résistance mécanique et chimique inégalée, les connecteurs LEMO® issus de l'industrie aéronautique offrent une robustesse et une fiabilité hors normes, et l'unité électronique IP65 et la valise de transport IP67 ne craignent ni l'eau ni la poussière.

Comme son prédécesseur, F601 il vous offre haute précision et traçabilité grâce à la technologie dual- $\mu$ P avec processeurs de signal numériques ainsi qu'aux capteurs appairés et calibrés sur banc d'étalonnage. Le nouveau mode de mesure HybridTrek permet une haute sécurité d'exploitation lors de la mesure sur les fluides à contenu élevé en particules solides. Des algorithmes sophistiqués de corrections des échos de paroi et des erreurs de positionnement augmentent la précision de la mesure en conditions difficiles.

La mise en œuvre est rapide et des résultats fiables sont obtenus en moins de 5 minutes. Les batteries Li-Ion high tech permettant plus de 14 heures de mesure autonome et l'affichage de l'état de charge et de la capacité restante permettent une bonne planification des campagnes de mesure.

En plus de la version standard, une version multifonctionnelle équipée d'entrées et sorties supplémentaires est disponible. La version énergie avec ses sondes de températures de haute précision permet une mesure de bilan thermique non-invasive.

Anne Lessard



Pour sa première édition au Maroc, Forum Labo Maghreb a choisi Pollutec Maroc pour présenter aux professionnels marocains l'offre des fournisseurs du laboratoire. Sur un espace dédié de 1000m<sup>2</sup>, une cinquantaine d'exposants ont présenté leurs solutions en équipements et analyses pour les secteurs de l'environnement, la recherche, l'industrie et la santé à près de 1 000 visiteurs.

Prochaine édition de Pollutec Maroc :  
3 – 6 octobre 2012 – Casablanca  
Directrice Marketing & Communication  
fatima.lijji@agenceforum7.com  
lijji.f@gmail.com

La 3ème édition du salon a vu son offre internationale se développer sensiblement avec la présence de 15 pays (Algérie, Allemagne, Autriche, Belgique, Chine, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, France, Maroc, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Turquie et Suède) par le biais de pavillons collectifs officiels ou de stands individuels.

Optimisation des ressources, lutte contre le changement climatique et préservation de la santé, Pollutec Horizons joue plus que jamais son rôle de catalyseur des grandes tendances de l'environnement et du développement durable. Du 29 novembre au 2 décembre 2011, à Paris Nord Villepinte, le salon présente une offre unique de solutions innovantes, de nombreuses opportunités de rencontres et un vaste programme de conférences, échanges et débats pour faire le point sur les enjeux environnementaux et énergétiques actuels dont le management des pollutions, les cleantech et le green business, la performance énergétique et le développement durable.

Rendez-vous mondial unique des écosolutions, Pollutec Horizons attend 1400 exposants dont 30% du monde entier, aussi bien en participation individuelle que sur des pavillons territoriaux français ou internationaux. Ces derniers sont eux-aussi caractérisés par la nouveauté, avec de nombreux nouveaux venus comme l'Argentine, la Chine (200 m<sup>2</sup>), la Finlande, l'Italie, la Pologne ou encore la Russie.

première fois, sur stand pour présenter leurs projets en cours et à venir. Enfin, le salon a regroupé un grand nombre d'éco-industriels nationaux permettant de nombreuses PME de côtoyer les grands leaders des secteurs de l'eau et de l'assainissement, des déchets, recyclage et valorisation, des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique, de l'air, des sites et sols, des risques et du développement durable

2011 a incontestablement confirmé sa grande qualité avec un taux de revisite de 17% illustrant le vif intérêt des professionnels à l'égard des produits, expertises et projets présentés sur le salon.

Les premières analyses du profil des visiteurs révèlent d'ores et déjà la grande qualité des professionnels venus à la rencontre des exposants avec près de la moitié d'entre eux identifiés comme des prescripteurs (ingénieur, chef de projet, consultant, etc..) et près d'un tiers comme des décideurs (PDG, chef de service, élu, etc..) du secteur. Cette première tendance a également été corroborée par les commentaires

recueillis auprès de nombreux exposants qui ont salué le très bon profil des visiteurs porteurs de projets et à la recherche de nouvelles technologies.

Le salon a également été le lieu de nombreux échanges et débats, pour la plupart très animés, grâce à un riche programme de conférences et ateliers techniques très fréquentés par près de 1 300 congressistes.

Cette année encore, Pollutec Maroc a réuni, sur plus de 11 000 m<sup>2</sup>, tous les éco-acteurs du secteur (dont 60% d'internationaux issus de 15 pays).

Le secteur public et institutionnel était une nouvelle fois largement représenté particulièrement par le Secrétariat d'Etat chargé de l'Eau et de l'Environnement, le Ministère de l'Intérieur, l'ADEREE (Agence de Développement des Energies Renouvelables et Economies d'Energies), l'ONEP (Office National de l'Eau Potable), la CGEM (Confédération Générale des Entreprises Marocaines), le CMPP (Centre Marocain de Production Propre). Les régions de Beni Mellal, d'El Jadida et d'Oujda étaient également présentes, pour la première fois, sur stand pour

présenter leurs projets en cours et à venir. Enfin, le salon a regroupé un grand nombre d'éco-industriels nationaux permettant de nombreuses PME de côtoyer les grands leaders des secteurs de l'eau et de l'assainissement, des déchets, recyclage et valorisation, des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique, de l'air, des sites et sols, des risques et du développement durable



### Bureau d'études Altereo et G2C Environnement

Fondé en 1989 par Christian Laplaud, Président Directeur Général, Altereo est un bureau d'études français, basé à Venelles, au nord de Marseille, et dont le métier d'origine est l'amélioration des performances des réseaux de distribution d'eau potable et de collecte des eaux usées. Progressivement, les activités et les compétences de G2C Environnement, le nom d'origine de cette PME, se sont étoffées pour devenir une référence en matière d'expertise technique et de savoir-faire, forte de nombreuses implantations en France et dans le monde (Maroc, Vietnam, Colombie).

G2C Environnement regroupe des experts reconnus en matière d'amélioration de rendement de réseau d'eau potable, de schémas directeurs

d'eau potable ou d'assainissement, de maîtrise d'oeuvre (réservoirs, stations d'épuration, station de potabilisation,...), de gestion de la biodiversité. De nombreux clients nous ont déjà fait confiance en France et dans le monde entier (Maroc, Algérie, Cameroun, Ethiopie, Afrique du Sud, Colombie, Moyen-Orient, Europe centrale et Europe de l'Est, Asie Mineure, Vietnam,...).

G2C Environnement fait désormais partie du groupe Altereo, également fondé par Christian Laplaud. Pour plus de proximité avec ses clients marocains, le groupe possède depuis plusieurs années maintenant, une filiale marocaine GISMED, basé à Rabat, en charge, notamment, du développement des SIG pour la gestion de

leurs réseaux d'eau potable, d'eaux usées et d'électricité de la LYDEC, à Casablanca, et de la RADEEMA, à Marrakech; ou encore de l'audit du programme d'amélioration du rendement du réseau d'eau potable de la RADEEF, à Fès. Possédant la flexibilité, l'adaptabilité et la réactivité d'une petite structure, l'expertise, les références et les méthodes des groupes mondialement reconnus, Altereo propose une oreille attentive et une approche collaborative à ses clients, collectivités publiques comme entreprises privées, pour le développement mutuel des compétences. Altereo se veut un éveilléur d'intelligences environnementales !

# Cuisines et buanderies industrielles

## Des modélisations intelligentes

Aujourd'hui, les cuisines et buanderies industrielles sont modélisées de manière intelligente afin d'en simplifier la conception, puis la réalisation. Rencontre avec Philippe Mares d'Oger International Maroc, société à la pointe de la technique de conception de cuisines et buanderies industrielles.

### **Pouvez-vous nous parler de vos Modèles Intelligents du Bâtiment (MIB) ?**

Lors de sa conception, un bâtiment modélisé de manière intelligente per-

en trois dimensions permet à l'utilisateur final du bâtiment de se projeter dans le bâtiment conçu, en choisissant ses vues. Un film est même réa-

rie. Grâce à ces différentes mises en forme, il est ainsi possible de répondre de manière plus pertinente aux besoins des clients, utilisateurs des locaux.

Dans la mesure où le bâtiment est modélisé en 3 dimensions, il n'y a plus de plans d'implantation du matériel réalisés en parallèle de plans de réseaux fluides, mais un seul modèle sur lequel tous les dessinateurs travaillent : les espaces disponibles pour acheminer des réseaux apparaissent dès la conception et seront moins remis en question. De même, les chemins de réseaux seront optimisés de manière numérique pour en réduire la longueur. Les dimensionnements des tubes ou câbles peuvent également être assistés de manière numérique...

La vérification que chacun des équipements soient bien raccordés au réseau est également assistée de manière numérique, retirant ainsi un risque d'erreur.

### **Ce système joue-t-il sur l'impact environnemental ?**

Du fait que le concepteur puisse visualiser directement sur le modèle les contraintes qu'il génère, ce dernier aura tendance à mieux adapter ses systèmes pour réduire son impact sur le bâtiment en général. Ensuite, la réalisation d'un bilan de puissance plus en amont du projet permet de mieux cerner les besoins du nouveau bâtiment, et donc de concevoir des bâtiments encore plus respectueux de l'environnement par la détermination des cibles les plus influentes. De plus, l'assistance et la précision numérique permettent de réduire les marges d'erreur et ainsi d'éviter certains surdimensionnements inutiles.



met de générer un bâtiment numérique en 3 dimensions, avec l'intégration des matériels, de leurs besoins en eau, en électricité ou autres ainsi qu'une simulation des flux dans le bâtiment. Le modèle est capable rapidement de générer une liste des matériels présents dans le bâtiment, ainsi que les besoins fluides et les types d'attentes pour chacun des équipements. Ainsi, la conception « orientée objet » rapproche le concepteur d'une réalité constructive et d'une connaissance métier que le 2D avait fait perdre de vue.

Par ailleurs, la conception intelligente permet à chacun de ses intervenants d'avoir conscience des contraintes qu'il apporte dans le modèle.

### **Quels sont les avantages de la 3D à ce niveau ?**

Le développement de la modélisation

lisible, simulant le déplacement d'une caméra dans la cuisine ou la buande-



# La chasse au Maroc : une

La chasse a toujours été ancrée dans nos traditions profondes.  
40 000 chasseurs nationaux et près de 3 000

Le droit de chasse appartient à l'État qui peut en déléguer l'exercice sous certaines conditions. La chasse dominante est celle pratiquée dans les territoires ouverts à tous les chasseurs : la chasse banale. Elle rassemble quelques 30 000 chasseurs. Les dispositions législatives et réglementaires régissant la chasse sont basées sur le principe de la domanialité du droit de son exercice sur tous les terrains et immeubles ruraux quelle qu'en soit la nature juridique. La législation de la chasse est régie par des textes permanents et des arrêtés annuels. Les textes permanents fixent les grands principes de l'exercice de la chasse et les arrêtés an-



nuels fixent pour chaque saison, les dates d'ouvertures et de clôture pour chaque espèce, les modes de chasse, les espèces chassables ou interdites à la chasse et le prélèvement maximum autorisé (PMA) par chasseur et par jour. Parmi les modes de chasse pratiqués, celui de la chasse à tir devant soi, au chien d'arrêt, est le plus courant. Cependant la chasse au sanglier se pratique en battue avec des

rabatteurs, aidés par des chiens. Les chasses traditionnelles occupent une place importante dans les coutumes



## Les principales espèces de gibier au Maroc :

Le Sanglier est la seule espèce de la grande faune qui a le statut de gibier au Maroc. Le sanglier fréquente principalement les forêts denses. Son aire de répartition au Maroc s'étend du Rif à l'Anti-Atlas. Principalement nocturne, il s'active dès le crépuscule. Il vit en harde ou en groupes familiaux. La chasse du sanglier débute en octobre et ferme fin février.

La Perdrix Gambra est la principale espèce qui constitue le fond des chasses marocaines. On la rencontre presque dans tout le territoire national dans les milieux aussi variés que les forêts claires, les plaines agricoles, les steppes

semi-arides et les oasis en plein Sahara. C'est une espèce commune et nicheuse.

Les lièvres deviennent rares au Maroc. Ils se maintiennent dans les zones montagneuses, ainsi que dans les massifs forestiers. Le biotope idéal du lièvre se trouve constitué par alternan-



ce de régions de culture et de prairie ainsi que de petites surfaces boisées. Le lièvre est un animal solitaire plus actif la nuit que le jour.

Répandu dans toutes les régions de la partie nord du Maroc, le lapin de garennes préfère les terrains secs en bordure des cultures et des remblais assez meubles pour y creuser les terriers.

La tourterelle des bois est un oiseau migrateur qui niche dans les pays de l'Afrique du Nord et dans la majeure partie de l'Europe et hiverne en Afrique saharienne et tropicale. Durant son séjour au Maroc, elle recherche les lisières des forêts, les haies, les



# tradition séculaire

Elle rassemble actuellement, environ touristes étrangers.

orangeraias, les oliviers et brise-vent à proximité des zones cultivées. La chasse à la tourterelle est ouverte en juin-juillet dans la région du Souss Massa-Draa, en juillet-août pour la région du Nord et en juin-août pour le reste du pays.

La caille des blés est un oiseau migrateur nicheur dont une partie (10% des populations) hiverne au Maroc. Elle hiverne au Sahara et en Afrique de l'Ouest. Au printemps, elle couvre tout le pays. On la rencontre dans les périmètres irrigués, principalement dans la plaine de Tadla et dans le Haouz et les provinces du littoral.

Le colvert est le canard qui a la plus large aire de répartition au monde. C'est un migrateur partiel qui comprend des

populations sédentaires, erratiques ou migratrices au long cours. Au Maroc, le colvert est présent dans toutes les zones humides (marais profondes, grandes merjas, petites mares enserées dans la végétation, lacs naturels, grandes retenues de barrages...).

Les bécassines des marais arrivent au Maroc dès la fin du mois de septembre mais ce n'est qu'à partir de la mi-octobre qu'on peut observer de fortes concentrations dans les marais du Tangérois, du Loukkos et d'Arbaoua, ainsi que dans la lagune de Moulay Bouselham et dans les rizières du Gharb.

Elles hivernent au Maroc et repartent à la fin de l'hiver pour rejoindre leurs lieux de reproduction.

PERIODES ET JOURS DE CHASSE AUTORISES (Saison 2011/2012)

ESPECES GIBIER	DATES D'OUVERTURE	DATES DE FERMETURE (au coucher du soleil)	JOURS DE CHASSE AUTORISES	OBSERVATIONS
*PERDREAU *LIEVRE *LAPIN	02/10/2011	01/01/2012	Dim et jours de fêtes nationales	- La chasse du perdreau issu de l'élevage peut être pratiquée en battue dans les lots de chasse touristique sur la base d'une autorisation délivrée par le DPEFLCD.
*GIBIER D'EAU ET DE PASSAGE (1) (Sauf la tourterelle)	02/10/2011	26/02/2012	Dim et jours de fêtes nationales	
*ANIMAUX OCCASIONNELLEMENT NUISIBLES (2)	02/10/2011	26/02/2012		- La chasse à la Bécassine dans les lots amodiés est autorisée quatre jours par semaine selon un calendrier préalablement approuvé par le DPEFLCD. La chasse de cette espèce est autorisée en battue.
*GRIVE *CALANDRES ET *GAILLARDIS *PIGEON BISET *PALOMBE	02/10/2011	26/02/2012	- Dim et jours de fêtes nationales pour les nationaux et étrangers résidents. - Quatre jours dans la semaine suivant un calendrier arrêté de concert avec le DPEFLCD dans les lots amodiés aux organisateurs de chasse touristique.	
*CAILLE DES BLES	Ouverture générale 02/10/2011	En dehors des forêts : 09/01/2012	- Dim et jours de fêtes nationales pour les nationaux et étrangers résidents.	- La date de fermeture à l'intérieur des forêts est fixée au 01/01/2012.
	Provinces du Littoral et du nord telles que décrites en (3) 02/10/2011	En dehors des forêts : 05/03/2012	- Vend, Sam, Dim et Lundi dans les lots amodiés aux organisateurs de chasse touristique.	- La chasse n'est permise aux touristes qu'à l'intérieur des lots amodiés aux organisateurs de chasse touristique.
	Centre (4) 02/10/2011	En dehors des forêts : 13/02/2012		
*SANGLIER	02/10/2011	26/02/2012	Tous les jours sauf le vendredi pour les nationaux et étrangers résidents.	La chasse du sanglier ne peut être pratiquée qu'en battue
*TOURTERELLES	Région du Souss Massa Draa 23/06/2012	06/08/2012	- Sam, Dim et jours de fêtes nationales pour les nationaux et étrangers résidents.	- La chasse n'est permise qu'au poste fixe.
*PALOMBE	Centre (5) 07/07/2012	27/08/2012		- La chasse est interdite aussi bien avec chien qu'à l'intérieur de la forêt (7)
*PIGEON BISET	Nord (6) 21/07/2012	27/08/2012	- Vend, Sam, Dim et Lun dans les lots amodiés aux organisateurs de chasse touristique.	- La chasse n'est permise aux touristes qu'à l'intérieur des lots amodiés aux organisateurs de chasse touristique.

- (1) Le gibier d'eau et de passage dont la chasse est autorisée est énuméré ci-après: Bécasse, Bécassines, Chevaliers, Foulques, Merles, Macreuses, Canards (sauf les Tadornes), Sarcelles (sauf la Sarcelle marbrée), Fuligues (sauf Fuligule nyroca), Fregesons, Gravelots, Fluviers, Fulmars, Batges et Vanneaux.
- (2) Les animaux occasionnellement nuisibles sont: le Chacal, le Renard, les Etourneaux, les Moineaux, la Fie Bavarde et la Mangouste.
- (3) Régions de Tanger-Tétouan, Gharb-Chrarda-Beni-Hssen, le Grand Casablanca, Doukkala-Abda, Sous-Massa-Draa (sauf les provinces d'Ouarzazate, Zagouara et Tinghir) et les provinces de Benslimane et Essaouira.
- (4) Régions de Tadla-Azilal, Marrakech-Tensift-Al Haouz (sauf la province d'Essaouira), Meknès-Tafilalet, Rabat-Salé-Zemmour-Zaer et Fès-Boulemane et les provinces de Settat et Khouribga.
- (5) Régions de Tadla-Azilal, Chaouia-Ouardigha, Marrakech-Tensift-Al Haouz, Meknès-Tafilalet, Rabat-Salé-Zemmour-Zaer, Fès-Boulemane, le grand Casablanca et Doukkala-Abda.
- (6) Régions de Tanger-Tétouan, Gharb-Chrarda-Beni-Hssen, l'Oriental et Taza-Al Hoceima-Taounate.
- (7) A l'exception de l'arganeraie de la plaine du Souss où la chasse est permise.

Le 14/11, le Haut Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre la Désertification a procédé à une opération de marquage d'ibis chauve, au Parc National de Souss Massa, soutenue par des membres de la Société Espagnole d'Ornithologie (SEO/BirdLife), la Fondation Prince et Albert II de Monaco et le Zoo de Dublin, assistée par des experts de capture et baguage des oiseaux du Ministère de l'Environnement espagnol.

Le 31 octobre dernier, le Haut Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte contre la Désertification organisait un atelier Interrégional en partenariat avec l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO), sous le thème «Aménagement intégré des Bassins Versants pour la promotion du développement local durable : cas des bassins versants d'Oued Outat au Maroc, d'Oued Barbara en Mauritanie et de Rio en Équateur», à Midelt.

Cette rencontre a eu pour objectif la présentation du bilan des réalisations de la première phase dudit projet qui consiste entre autres en la stabilisation et la régulation du réseau hydrographique d'Oued Outat et ses affluents (l'aménagement du bassin versant de Tatiouine (commune rural : Ait Izdeg; Khénifra) sur une superficie de 20 000 ha, la lutte contre l'envasement à l'aval de 400 000 t/an, soit un gain de volume de stockage de 500 000 m3 d'eau/an ainsi que la protection des infrastructures de base de la ville de Midelt.

Le Haut Commissaire aux Eaux et Forêts et à la Lutte contre la Désertification, Dr. Abdeladim LHAFI a présidé le 25 octobre 2011, à Rabat, l'ouverture de l'atelier relatif au renforcement de la coopération en matière de systèmes d'informations sur les feux de forêts entre les Etats membres de l'UE et les pays du MENA (Algérie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie et Turquie) », organisé avec la FAO (Silva mediteranéa) et la Coopération allemande (GIZ), avec l'appui de l'Union Européenne. L'objectif de cet atelier était d'étudier les possibilités d'extension du Système d'Information Européen sur les Feux de Forêts (EFFIS), établi par le Centre Commun de Recherche et la Direction générale pour l'environnement de la Commission européenne, aux pays de la région MENA, pour capitaliser sur les acquis de chaque pays et en mutualisant les données.

# Calendrier des salons



**INDE**

**INDIA PACKAGING SHOW 2011**

Salon indien de l'emballage recouvrant sept salons spécialisés

**Du 07 au 10 déc. 2011**

à NEW DELHI



**MAROC**

**CHR EXPO 2011**

Salon des professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et des commerces

**Du 08 au 11 déc. 2011**

à CASABLANCA



**MAROC**

**SIFEL MAROC 2011**

Salon international de la filière fruits & légumes

**Du 08 au 11 déc. 2011**

à AGADIR



**CHINE**

**SIFSE 2011**

Salon international de la pêche et des produits de la mer

**Du 08 au 10 déc. 2011**

à SHANGHAI



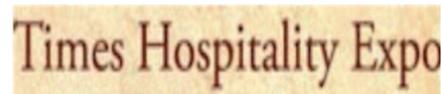
**INDE**

**INTER SOLAR INDIA 2011**

Intersolar est un des plus grands salons professionnels au monde consacrés aux technologies solaires.

**Du 14 au 16 déc. 2011**

à BOMBAY



**INDE**

**TIMES HOSPITALITY EXPO - DELHI 2011**

Salon de l'hôtellerie

**Du 16 au 18 déc. 2011**

à NEW DELHI

**ome eco**

**Le Salon International de l'Agencement, l'Ameublement et la Décoration**

**14 > 18 décembre 2011**  
 Centre d'Expositions de l'Office des Changes - Route d'El Jadida - Casablanca

**Infoline 0522 94 04 56**  
[www.home-deco.ma](http://www.home-deco.ma)

Partenaire institutionnel



Radio officielle



Les partenaires média



Partenaire professionnel



Partenaire Média Web



Partenaire télécom



ORGANISATEUR: **stirnevent**

## Le Salon « Solaire Expo » « Une nécessité de renforcer l'engagement au solaire »

Annoncée il y a une année, la 1ère édition du Salon International de l'Énergie Solaire baptisé «Solaire Expo» amorce la dernière ligne droite de sa préparation.

Plateforme internationale de l'énergie solaire, «Solaire Expo» initié par l'Agence Internationale de Communication Évènementiel AICOM EVENTS, suscite un engouement fort au regard du nombre de participants inscrits à ce jour. Ce salon, rappelons-le, encourage l'exploitation de l'énergie solaire dans un Maroc résolument engagé dans un ambitieux programme énergétique. La garantie d'un ensoleillement d'excellente qualité la majeure partie de l'année au Maroc est un atout économique qu'il importe d'exploiter, surtout au regard de la flambée effrénée du pétrole. L'énergie solaire est un passage obligé pour un Maroc émergent. Elle joue un rôle crucial dans la maîtrise des coûts, dans le développement économique,

mais aussi et donc dans l'épanouissement des populations. « L'importance d'un tel salon, c'est de renforcer le discours par l'acte en conscientisant les acteurs - autorités et civils – concernant la flambée du pétrole, le tarissement et à la rationalisation des exploitations et productions pétrolières, mais aussi aux questions de développement durable », souligne Rachid Bouguern, Initiateur et Directeur de «Solaire Expo». « L'heure est grave et pourtant la solution à portée de main », conscientise-t-il, bien que se réjouissant de « la volonté d'agir commence à se faire sentir ». Sa majesté le Roi Mohammed VI a posé les jalons d'une nouvelle orientations énergétique du Maroc. « Il reste aux Marocains de prendre le projet à

bras le corps pour exploiter convenablement cette richesse inépuisable que constitue l'énergie solaire qui existe sous notre barbe », ajoute-t-il « Solaire Expo » fait du Maroc le centre névralgique de la question de l'énergie solaire dans les pays du sud. Unique en son genre, il est parti pour réussir un pari à forte valeur ajoutée pour les sociétés actuelles et futures. Le Salon cible les sociétés de production, les fabricants d'équipements, les installateurs, les bureaux d'études, les architectes, les institutions de l'énergie et de développement durable, les développeurs, les distributeurs, les grossistes

**Du 09-12 février 2012 à Marrakech**



# SOLAIRE EXPO 2012



## Le Salon International de l'Énergie Solaire

### 09 ► 12 Février 2012

### Palais des Congrès - MARRAKECH

**Sponsors Seniors**



**Organisateur**



**Infoline : 05 22 94 65 25  
06 61 64 94 25**

E-mail : [aicom.events1@gmail.com](mailto:aicom.events1@gmail.com)  
Site Web : [www.solaireexpomaroc.com](http://www.solaireexpomaroc.com)

**PARTENAIRES MEDIAS :**



**PARTENAIRES :**





### La Hollandaise cheddar

Fromage au goût de cheddar  
Fabriquant : Margafrique  
Composition : eau, fromages (cheddar),  
beurre, poudre de lait, sels de fonte  
(E450, E341, E452).  
Prix : 9,95<sup>DH</sup>



### Cube de bouillon Idéal

Fabriquant : Somafaco  
Sel, exhausteurs de goût : monosodium glutamate  
(E621), inosinate et guanylate disodique (E631 et  
E627), huile de palme hydrogénée, farine de blé,  
huile d'olive, extrait de levure, épices ( curcuma,  
poivre, fenugrec), oignon, persil, origan, arôme  
viande de bœuf, arômes huile et herbes aroma-  
tiques identiques aux naturels.  
Poids net : 76g  
Prix : 7.25<sup>DH</sup>



### Les plaisirs de Chergui

Chergui innove de nouveau en lançant le premier yaourt sur lit de fruits au Maroc.  
Les plaisirs de Chergui c'est toute l'onctuosité et la douceur d'un yaourt nature brassé au lait entier sur une couche de fruits délicieux  
Parfum : Fraise et Abricot, deux variétés pour satisfaire les plus gourmands. Comme tous les produits Chergui, cette nouvelle gamme, Les Plaisirs de Chergui, est produite à base de lait frais du jour des fermes de Chergui.

Poids : 2 fois 125 grs



### C'BON 0 %

Boisson Instantanée sans sucre  
Fabriquant : Inducafé  
gomme arabique (E412), phosphore tricalcique (E341),  
dioxydes de silicium (E551), aspartame (E951), cyclamate de  
sodium (E952), citrate sodium (E331), acide citrique (E 330).  
Colorants : jaune orangé (E110), tartrazine (E102), dioxyde  
de titane (E171) (161g)  
Arômes : arôme d'orange  
Vitamines : Vitamine A et Vitamine C.  
Poids : 12.5 g  
Prix de vente : 2<sup>DH</sup>

### Finesse de Chergui



Finesse de Chergui, est le premier yaourt brassé au Maroc à l'extrait de la plante Stevia Rebaudiana.  
Sans aspartame, sans matières grasses, sans conservateurs  
Découvrez la nouveauté de la gamme Finesse : cerise

France

**d'aucy**

La marque offre le meilleur du légume avec des ingrédients croquants dont le goût rivalise avec celui des légumes frais.  
 Ingrédients : Betteraves rouges, jus composé d'eau, vinaigre, sucre, sel.  
 Existe aussi avec lentilles ou macédoine  
 Conditionnement : sachet souple 200 g  
 Prix : 1,15 euros



France

**Galbani**

"Mini" de Galbani : mozzarella en petites billes. Format de 20 billes (150g) dans un sachet très pratique, qui tient debout et conserve mieux la mozzarella après ouverture.  
 A conserver entre +4°C et +6°C  
 Ingrédients : Lait, sel, pré-sure, ferments lactiques.  
 Prix : 2,18 euros



# Ensemble, réussir.



- CORRECTEURS**  
DE MEUNERIE
- AMÉLIORANTS**  
DE PANIFICATION
- PRÉMIX**  
PAINS SPÉCIAUX  
VIENNOISERIE - CONCEPTS
- INGRÉDIENTS**  
TECHNOLOGIQUES ET  
DE PERSONNALISATION
- SERVICES**  
ET ACCOMPAGNEMENT  
CLIENT

**EUROGERM MAROC** propose également pour les moulins, les silos et les semouleries :

- **Matériel de laboratoire :**
  - Agréage des céréales
  - Contrôle et analyse des farines
  - Service de maintenance et calibration
  - Distributeur exclusif Chopin
  - Colorimètre et spectromètre Konica Minolta
- **Equipements spécialisés :**
  - Sécuritreuil de visite
  - Microdoseurs Esteve (correcteur / vitamines)
  - Tamiseurs
  - Appareil et Produits pour désinsectisation des locaux et des céréales
  - Manches télescopiques...

EUROGERM MAROC - 22 rue Ibnou Koutia - Lot. Att Taoufik - ZI Oukacha - Ain Sebaa - 20250 CASABLANCA - MAROC - Tél. +212 (0)5 22 35 18 71 - Fax +212 (0)5 35 19 62 - E-mail : info@eurogerm-maroc.com  
 Filiale d'EUROGERM SA - Parc d'activités bois Guillaume - 2 rue champ doré - 21850 SAINT-APOLLINAIRE - FRANCE - Tél. +33 (0)3 80 730 777 - Fax +33 (0)3 80 730 770 - E-mail : export@eurogerm.com

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

## La maison du foie gras : de l'élevage à la commercialisation

La Maison du Foie Gras a été créée en 1989 par Monsieur Benhamida, ingénieur agronome diplômé de l'ENSA de Toulouse en France.

**A**moureux de la région toulousaine et de son patrimoine culinaire, M. Benhamida décide de se lancer dans l'aventure du foie gras au Maroc grâce à un crédit jeune entrepreneur.

« Nous procédons à l'élevage, le gavage, l'abattage et la commercialisation du foie gras. Tout est fait au Maroc, seuls les canetons viennent de France à l'âge d'un jour » nous confie Monsieur Benhamida.

Côté distribution elle se fait sur tout le Maroc et à l'export pour certains pays arabes comme la Tunisie, les Emirats, le Koweït ou encore le Qatar.

« Nous commercialisons notre foie gras à travers le réseau GMS (grandes et moyennes surfaces) et nous adressons également aux particuliers comme les hôteliers, restaurateurs et traiteurs ».

Avec 50000 canards par an, le marché est peu important et s'adresse à une clientèle de connaisseurs. « Après quelques années de marché en évolution, nous assistons à une stagnation

depuis 2 ans. Cela est dû au produit lui-même qui s'adresse à une clientèle aisée, à la capacité d'offre limitée et également à la conjoncture écono-



mique défavorable. De toute façon le foie gras ne sera jamais un produit de consommation courante, il est comme le saumon par exemple un produit de luxe ». Côté produits la Maison du Foie Gras propose également de la mousse de canard, des terrines, des torchons, du foie gras cru. « Nous essayons de

toucher une clientèle plus diversifiée avec des produits moins chers que le bloc de foie gras, nous élaborons également de la charcuterie haut de gamme de canard comme les pâtés, la charcuterie. Bien sûr tous nos produits sont halal, de l'abattage à la consommation, c'est très important de le signaler. » Côté méthode et législation enfin, le matériel et la technique de gavage sont français. « Nous sommes toujours à l'affût des nouvelles technologies françaises pour être plus compétitif et travailler dans les meilleures conditions ». La législation répond aux normes des services vétérinaires officielles sur les volailles et charcuteries. « Les normes marocaines sont très proches des normes européennes, ce qui garantit un produit sûr. D'ailleurs nous sommes en cours de certification ISO ». Avec ce mois de décembre qui correspond à 2,5 fois (en vente) le chiffre des autres mois de l'année, gageons que le foie gras fera partie de vos mets de cette fin d'année. Bon appétit !



Un Savoir-faire Depuis 1989



**Casablanca**

La Maison du Foie Gras

Km 15, Route Côtière d'Azemmour B.P 53

Dar Bouazza - 20 200 Casablanca - Morocco

Tél. : (+212) 522 29 03 64 - Fax : (+212) 522 29 01 83

E-mail : foiegras@wanadoo.ma

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

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

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

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

# ENSEMBLE

POUR LA PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Restaurants **Golden Beach** bénéficient du service de collecte des huiles alimentaires usagées de **KILIMANJARO ENVIRONNEMENT**.

**POURQUOI PAS VOUS ?**



**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 USAGÉE 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 apt. N° 1D Quartier des hôpitaux  
Casablanca - Maroc  
Tél : +212 522 224 184 - Fax : +212 522 224 177  
E-mail : [youssef.chaqor@kilimanjaroconseil.com](mailto:youssef.chaqor@kilimanjaroconseil.com)



## Nous irons tous au bois ... « Saveurs et Terroirs du Maroc » Une belle histoire de pugnacité !!!

Quoi de plus sympathique qu'une entreprise familiale spécialisée dans la cueillette des champignons de bois !

**E**n réalité un vrai travail de « bénédictin », il faut tout d'abord repérer les zones au cul du bled, collecter, trier, conditionner toutes sortes de petits champignons, ensuite trouver les marchés ou les susciter au



Maroc, en Europe, et même aux USA! Ces produits subissent évidemment les aléas météorologiques, tributaires des sécheresses, cherguis, et autres coups de froid ! Les gérants français originaires de Périgueux cherchent



depuis 2005 à développer des cultures de champignons de Paris. De tradition ce type de culture se faisait du côté de Immouzer du Kandar / Ifrane. Saveurs et Terroirs du Maroc s'active donc désormais avec « pugnacité » dans un milieu agricole qui fut longtemps la chasse gardée de grands groupes familiaux ou nationaux (mais qui faute de rendements immédiats et - hollywoodiens - laissaient bien souvent ces terrains agricoles en jachère)! La « Sogea » bien souvent gérant le « désert des tartares » ... Depuis



quelques temps, sous réserve de clauses et autres obligations presque « levantines » à voir la longueur des procédures avant d'obtenir un permis d'exploitation et même certaines réticences constatées en interne ! Au final, cet organisme étatique lâche du lest et le « particulier étranger Investisseur » peut de nouveau avoir accès aux terrains dépendant de la Sogea. Saveurs et Terroirs du Maroc viennent de prendre en gestion un terrain domanial de 20 à 25 hectares dans la région d'El Haje. Au menu l'aménagement ou la construction de six bâtiments de 250 m<sup>2</sup> en salle paramétrée (température, hygrométrie etc.) ainsi qu'une petite unité de condi-

tionnement. Cerise sur le gâteau pour nos amis « BoBo Ecolos » la réalisation d'un « jardin de plantes aromatiques et anciennes ». Mais surtout création d'un îlot de chênes truffiers (la célèbre truffe noire *Mélanosporum*), et en prime la sensibilisation des populations locales et montagnardes aux techniques de cueillette respectueuse de l'environnement ... Rayon emploi : dix emplois fixes à l'année, et en période hivernale dix emplois saisonniers ! Investissement prévisionnel sur 5 ans : 4.000.000 Dhs.

**« Saveurs et Terroirs du Maroc »  
BP 305 Meknès Principal**

# ENSEMBLE

**POUR LA PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT**

Restaurants **SODEXO** bénéficient du service de collecte des huiles alimentaires usagées de **KILIMANJARO ENVIRONNEMENT**.

**POURQUOI PAS VOUS ?**



**sodexo**

*Faire de chaque jour un jour meilleur*

11, rue Chatila (ex Velasquez),  
Quartier Palmier  
Casablanca  
www.sodexo.ma  
Tél : 05 22 99 00 51  
Fax : 05 22 98 27 75  
communication.ma@sodexo.com



**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 USAGÉE POLLUE 1 MILLION DE LITRES D'EAU  
1 TONNE DE BIODIESEL PRODUITE ECONOMISE 2.6 TONNES DE CO2**



**KILIMANJARO**  
environnement

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

# Le contrôle qualité analytique

Partie 1 : les essais interlaboratoires

**D**ifférents outils sont aujourd'hui disponibles pour les laboratoires afin d'assurer la fiabilité de leurs analyses. Il s'agit en particulier des essais interlaboratoires d'aptitude et des matériaux de référence. Nous

tats obtenus à l'organisateur qui va traiter statistiquement les résultats de tous les laboratoires participants afin d'évaluer la performance de ces derniers.

A titre d'exemple, Actilait propose ces

lait® en intégrant tout un ensemble de critères chimiques de composition (matière sèche, matière grasse, azote, urée, etc.), microbiologiques (flore banale et présumée pathogène) et biologiques (antibiotiques), ceci, sur différentes matrices laitières (lait, lait sec, crème, fromage, beurre).

Les essais sont constitués de 5 à 10 échantillons de façon à assurer une évaluation complète sur toute la gamme de mesure et à accroître la pertinence de l'évaluation. Ils sont programmés de 1 à 4 fois par an suivant les essais.



avons interrogé Philippe Trossat, référent analytique à Actilait est responsable de l'activité réalisée sous la marque Cecalait® (660 laboratoires clients, dont 230 à l'international provenant de 47 pays). Il est aussi membre des Comités permanents de la FIL et de l'ISO, et Président de la commission AFNOR V04A « Méthodes d'analyse - lait et produits laitiers ».

Cet article traite des essais d'aptitude. Le prochain numéro abordera les matériaux de référence et la complémentarité des outils, pour la mise en place d'un plan de contrôle analytique par essai.

Les essais interlaboratoires d'aptitude sont des outils de contrôle externe dont le but est d'évaluer la performance des laboratoires sur des méthodes qu'ils pratiquent. Le principe de l'essai d'aptitude est l'analyse par un laboratoire d'une série d'échantillons « en aveugle », le renvoi des résultats

obtenus à l'organisateur qui va traiter statistiquement les résultats de tous les laboratoires participants afin d'évaluer la performance de ces derniers.



## Le processus de l'essai d'aptitude :

### 1- Préparation des échantillons :

Les échantillons sont préparés par Actilait, soit à partir de lait et produits laitiers (lait de producteurs, crème, produits secs ...), soit de produits laitiers achetés (GMS) et préparés dans les laboratoires de production selon des procédures développées en interne.

Les échantillons de lait sont préservés avec un conservateur pour les essais en chimie et additionnés de bactériostatique pour les essais en microbiologie. Ils sont conservés à 4°C jusqu'au moment de l'envoi aux laboratoires.

Afin d'assurer la qualité des échantillons envoyés aux laboratoires participants, deux contrôles sont effectués :

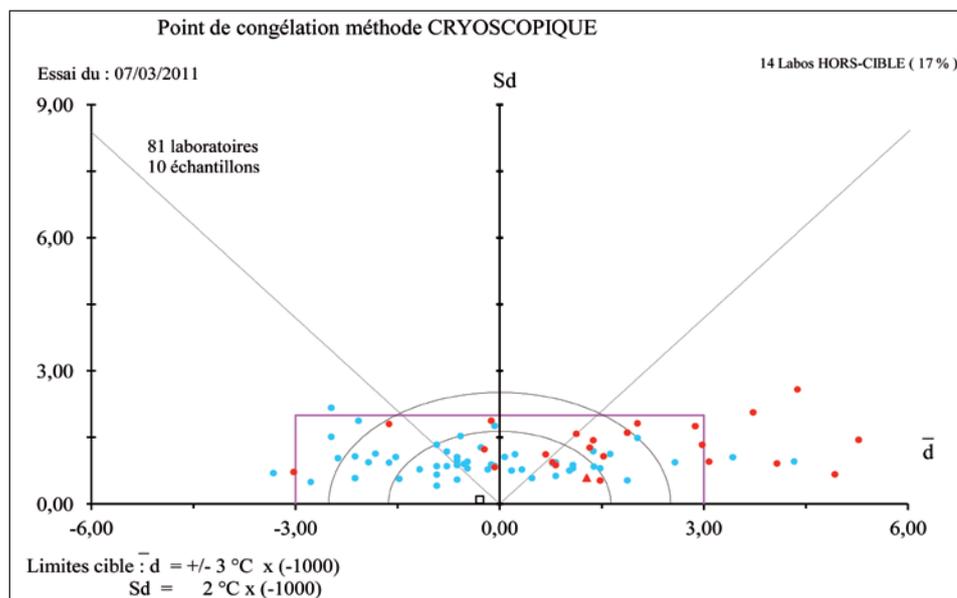
- une vérification de l'homogénéité des lots :

Ce contrôle est réalisé sur tous les lots d'échantillons produits à l'aide de méthodes instrumentales à raison de 10 échantillons par lot produit (selon les préconisations de la norme ISO 13528 traitant des essais d'aptitude).

- une vérification de la stabilité des

# Technique des analyses laitières

Centres de laboratoires d'aptitude  
En collaboration avec 



Le triangle rouge situe les résultats du laboratoire participant dans un rectangle violet qui représente les valeurs limites en moyennes (axe des abscisses) et en écart-types (axe des ordonnées) par rapport à la référence. Dans cet exemple, le laboratoire présente une performance de justesse satisfaisante.

échantillons :

La stabilité des échantillons est vérifiée systématiquement sur chaque lot (sur le critère le plus variant) par des essais au premier jour et au dernier jour autorisé de la période d'analyse par les laboratoires.

## 2 - Envoi des échantillons :

Les échantillons sont envoyés en cartons à température ambiante ou en glacières munies de glace (suivant les essais et les produits) par transporteur express pour la France (avant 12 h ou avant 10 h pour la microbiologie) et pour l'export.

## 3- Analyse par les laboratoires participants :

Les laboratoires analysent les échantillons suivant les prescriptions (méthode, date d'analyse...) et retournent leurs résultats à Actilait pour évaluation de la répétabilité (optionnel) et de la justesse de leurs déterminations.

## 4 - Traitement statistique

La première phase de l'évaluation consiste en un calcul d'une valeur as-

signée (référence) pour chaque échantillon composant l'essai d'une manière consensuelle (utilisation de l'algorithme A de la norme ISO 13528 basé sur les médianes après élimination des résultats aberrants par le test de Grubbs). Ensuite, pour chaque échantillon, les résultats de chaque laboratoire sont comparés à la valeur de référence, se-



lon les statistiques suivantes :

- un écart moyen à la référence (ou moyenne des écarts) :  $\bar{d}$
- un écart-type des écarts à la référence :  $S_d$

Ces valeurs sont ensuite positionnées dans une cible de conformité dont les limites sont calculées à partir des performances de la méthode utilisée pour l'essai (répétabilité et reproductibilité normalisées).

## 5 - Rapport du traitement

A l'issue du traitement statistique et dans une limite de 20 à 35 jours après envoi des échantillons (suivant les essais), les laboratoires participants reçoivent un rapport complet de leurs performances sur l'essai d'aptitude considéré comprenant :

- une feuille personnalisée avec l'évaluation de leurs résultats au regard des valeurs limites établies sur les statistiques de performance (cf. figure 1),
- une situation de leurs performances par rapport à celles des autres laboratoires participants (distribution de l'écart type de répétabilité et de la moyenne des écarts des laboratoires).

## 6- L'utilisation et l'interprétation des résultats :

En cas de dépassement de l'une ou l'autre des limites, le laboratoire peut, sur la base du rapport personnalisé, procéder au diagnostic technique complet du « défaut » (écart systématique, défaut sur un échantillon, influence du niveau de l'analyte sur la justesse ...). Une recherche des causes potentielles peut être menée pour identifier les composantes de la méthode (processus de mesure, réactifs, matériels ...) liées à ce défaut de justesse.

Sur cette base, des actions curatives pour corriger le problème et correctives pour empêcher sa répétition peuvent ensuite, être mises en place dans le laboratoire.

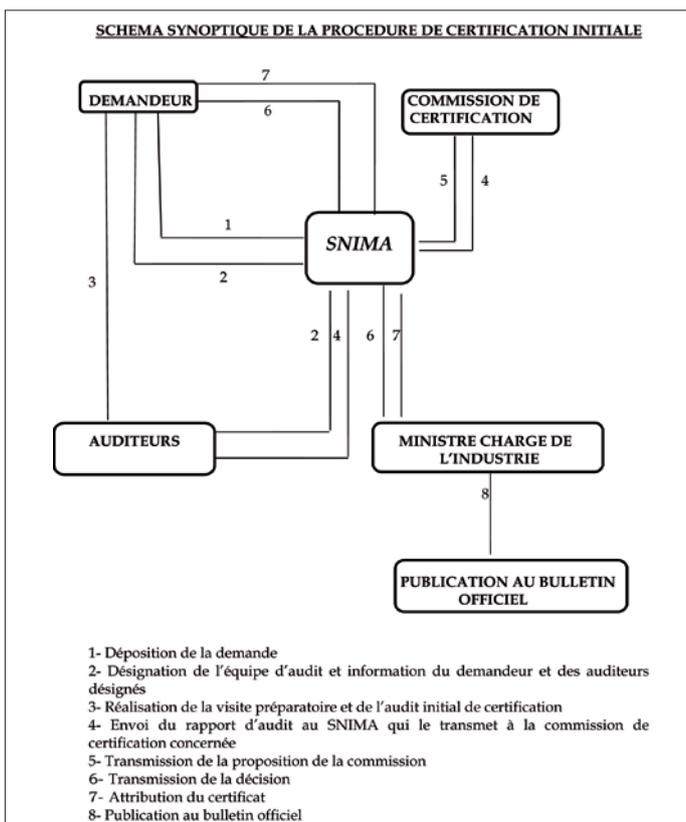
# La certification ISO 22000 : Pour qui, pourquoi, comment ?

L'hygiène et la sécurité des denrées alimentaires sont des exigences impératives et font l'objet de nombreux débats. Aujourd'hui, avec la crise de confiance majeure qui touche le secteur alimentaire et inquiète l'opinion publique, la maîtrise de la sécurité alimentaire est plus que jamais un enjeu essentiel.

**E**n 2005, après 3 ans de travail, une certification ISO 22000 fut créée pour permettre une approche de la sécurité des denrées alimentaires adaptable à tous les seg-



ments de la chaîne alimentaire. Près de 45 pays ont participé à son élaboration dont les plus influents au niveau du commerce international de l'agroalimentaire, marquant la naissance d'une solution véritablement mondiale. Elle est le fruit d'une démarche collective ayant rassemblé les différentes catégories d'acteurs, privés et publics. La norme ISO 22000 concerne vraiment tous les acteurs de la chaîne alimentaire, de l'agriculteur au distributeur : producteurs d'aliments pour animaux, producteurs d'aliments primaires, fabricants de produits alimentaires, opérateurs de transport et de stockage,



La certification NM ISO 22000 présente de nombreux avantages dont l'assurance apportée aux différents acteurs de la chaîne alimentaire d'une maîtrise plus efficace et plus dynamique des dangers liés à la sécurité des aliments, l'aptitude à fournir en permanence des produits finis sûrs satisfaisant à la fois les exigences des clients et les exigences réglementaires en matière d'hygiène et de sécurité des aliments, l'assurance apportée aux parties intéressées de la transparence dans sa communication orga-

détaillants et opérateurs de services alimentaires, ainsi que les organismes associés comme les fabricants d'équipements, de matériaux d'emballage, de produits de nettoyage, d'additifs et d'ingrédients.

nisée et ciblée entre les partenaires, la mise en œuvre d'une démarche structurée qui implique l'ensemble du personnel dans un processus d'amélioration continue.

## Quel est le processus de certification NM ISO 22000?

1. Soumission de la demande par l'organisme demandeur (modèle à remplir plus questionnaire)
2. Examen de la recevabilité de la demande par le SNIMA
3. Désignation de l'équipe d'audit
4. Visite préparatoire à l'audit et analyse des documents de l'organisme demandeur : analyse documentaire, évaluation des lieux, revue de l'état du

- demandeur et de sa compréhension des exigences de la norme, validation du questionnaire d'identification, revue de l'affectation des ressources, planification de l'audit de certification initial, vérification de la planification et de la réalisation des audits internes
5. Réalisation de l'audit. L'organisme doit définir les réponses qu'elle compte apporter aux écarts détectés, ainsi

- que le délai de leur mise en œuvre
6. Examen du rapport d'audit
7. Décision de certification. Si la décision est favorable, un certificat de conformité NM ISO 22000, signé par le Ministre chargé de l'Industrie, est remis au demandeur, et la décision de certification est publiée au bulletin officiel.

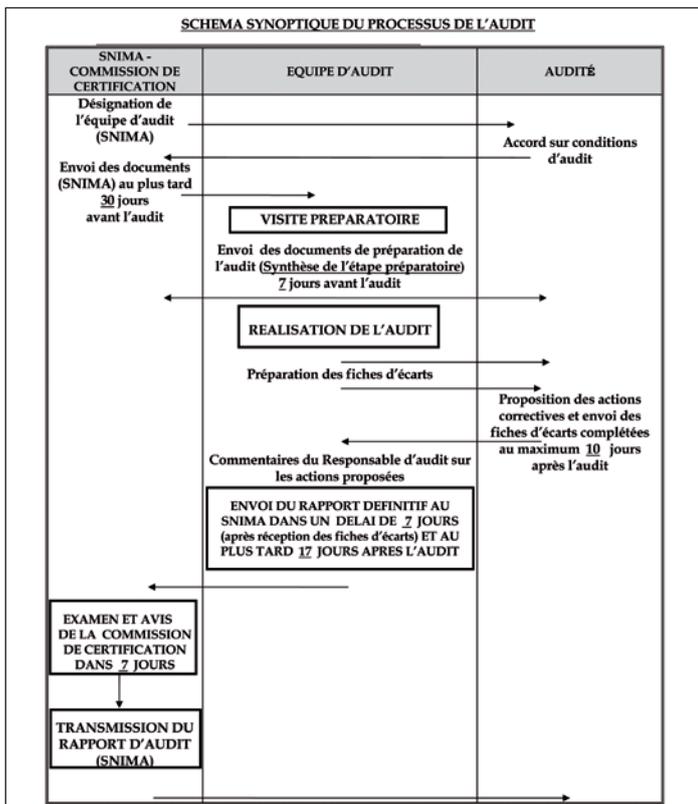
## Intervenants dans le processus de certification

Les différents intervenants dans le processus de certification sont :

- Le Ministère chargé de l'Industrie (MCI) en tant qu'organisme certificateur ;
- Le Comité des systèmes de management institué par arrêté du Ministre chargé de l'Industrie. Il est désigné ci-après par "le comité" ;
- La Commission de certification agroalimentaire issue du comité des systèmes de management institué par arrêté du Ministre chargé de l'Industrie. Elle est désignée ci-après par "la commission" (voir article 8) ;
- Le SNIMA (Service de Normalisation Industrielle Marocaine) :

Institué auprès de la Direction de la Normalisation et de la Promotion de la qualité du MCI, il assure la gestion du système de certification NM ISO 22000 ;

- Des auditeurs qualifiés.



ISO 22000 a été élaborée par des experts en sécurité des denrées alimentaires des pays suivants : Allemagne, Australie, Belgique, Canada, Danemark, États-Unis, France, Grèce, Irlande, Japon, Pays-Bas, Pologne, Suède, Suisse, Royaume-Uni, Thaïlande, Venezuela, Vietnam. Ont également participé des organismes en liaison comme la Confédération des industries agroalimentaires de l'Union européenne (CIAA) et d'autres organismes.

# HYDROPLUS

## TRAITEMENT DES EAUX

### PISCINES PRIVÉES, MUNICIPALES ET OLYMPIQUES

**Etude - Equipement - Distribution - Réalisation**  
**Importateur Distributeur exclusif**



Pompe filtration Piscine



Pompe SPA/JACCUZI



Régulateur Chlore -pH-



Chaudière à Gaz Hayward



Électrolyseur au sel et regulateur pH



Poêle Sauna



Kit de Filtration



Projecteur Colorlogic

Filtre à Sable

Filtre à Diatomée

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

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



285, Lot. Lina - Quartier Industriel - Sidi Maârouf - Casablanca  
 Tél : 05 22 97 29 86 à 88 - Fax : 05 22 97 29 93  
 E-: hydroplussa@menara.ma - www.hydroplusmorocco.maroc

# La palette plastique

Historiquement, la palette est née aux Etats-Unis au début des années 1940. Elle consiste en une plate-forme basse en bois sur laquelle on peut empiler des marchandises pour en faciliter la manutention, le stockage et le transport.

Unité de transport de la fabrique au lieu de distribution ou de vente, la palette plastique est considérée comme un emballage tertiaire, par différenciation avec les emballages secondaires, contenant eux-mêmes des emballages primaires en contact direct avec le produit.

Aujourd'hui, la palette bois représente une part importante du marché annuel des palettes. Mais à l'heure où l'environnement fait partie intégrante de nos préoccupations et où l'application d'un développement durable s'instaure, il est primordial de considérer la concurrence. Principalement portée par la palette plastique, on constate également à une échelle très réduite, l'appa-

rition des palettes métalliques en tôle d'acier.

## Les avantages de la palette plastique.

Plus récente, elle est commercialisée en dimensions diverses : Palette Europe aux dimensions 800 x 1200 mm., 1000 x 1200 mm., ou dimensions spéciales 600 x 800 mm., 1100 x 1200 mm., et 1100 x 1300 mm. Ensuite, elle a une plus grande légèreté et un poids constant. Robuste, elle résiste aux chocs et se montre insensible à l'humidité, aux insectes et aux moisissures. En outre, elle plaide en faveur de la sécurité des utilisateurs puisqu'elle n'a ni clou, ni échardes, ni coins coupants. Les palettes plastiques, fabriquées



## J.François Ehrmann, co.directeur de Kone-Plastic-Jig, nous présente sa toute nouvelle palette

Fort de nos expériences, nous présentons une toute nouvelle gamme exclusive au Maroc: les plateaux plastique à bouteilles.

Ces plateaux sont pourvus d'alvéoles de stockage qui facilitent la préhension et manipulation des bouteilles. Spécifiquement étudiés pour intégrer aussi bien des chaînes de conditionnement manuel qu'automatique, ces plateaux acceptent, le conditionnement de 1/2 bouteilles (0,375 l), les bouteilles "à col" ou "classique" (0,75 l), mais également les magnums (1,5 l).

Au nombre de 28 à 44 alvéoles par plateaux et de hauteur, diamètres et encoches différents selon les références, le conditionnement des bouteilles de vins (bordeaux, bourgogne...), champagne, mousseux ou tout autre type de bouteilles (Huile par exemple) devient évident.

Les taux de casse dus aux manipulation et aux transport s'en trouve



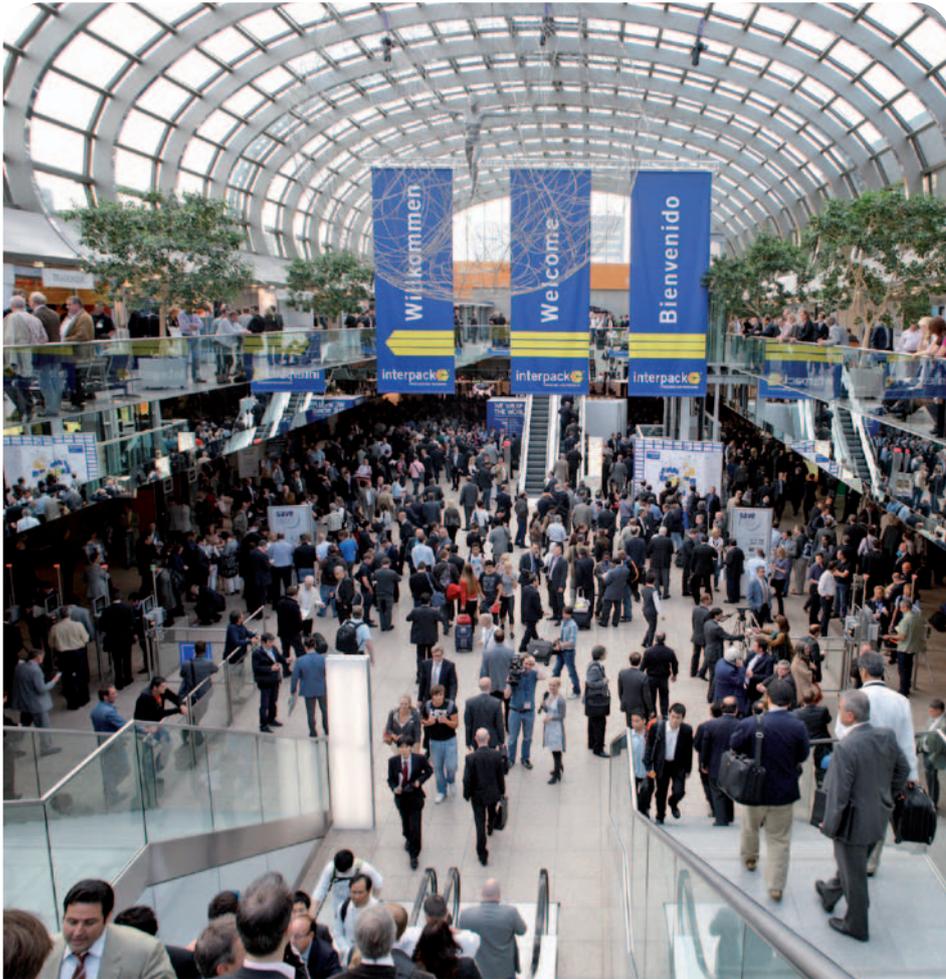
quasiment éradiqués grâce, notamment à la possibilité de pratiquer un

gerbage de 03 palettes de 20 plateaux chacune.

Les dimensions présentées en 800 x 1200 ou 1000 x 1200 intègrent parfaitement les standards internationaux. Ces produits ont été élaborés en collaboration avec des cavistes, négociants en vins, revendeurs grossiste en viticulture et certaines coopératives.

Présentés à Mr J.Luc Pouteau (Meilleur sommelier du monde en 2003 et référent international) lors du salon de la gastronomie et des vins à Saint Brieuc (Les 4,5 et 6 novembre dernier), ces plateaux ont reçus un accueil des plus enthousiastes de la part des professionnels français et étrangers présents sur place.

Nous vous invitons à visiter le site ([www.plastic-jig.com](http://www.plastic-jig.com)) où vous découvrirez 02 vidéos très explicatives sur le bien fondé et les avantages indéniables de ce produit novateur.



en polyéthylène, résistent aux acides, graisses, produits chimiques. Les palettes plastiques supportent également un nettoyage vapeur ou par fumigation et sont adaptées à la congélation, voire surcongélation (Plage d'utilisation thermique: de - 50°C à + 105°C). Enfin, elles sont fabriquées à partir de matières recyclées, s'inscrivant ainsi dans la préservation environnementale.

### Les variantes.

Pour des besoins spécifiques, la palette plastique se décline en plusieurs variantes : standard, emboitable, palette d'expédition, agroalimentaire, industrielle... avec des formats spéciaux sur mesure.

- Le modèle emboitable est particulièrement avantageux dans les retours à vide d'un camion.
- Légère, la palette d'expédition convient parfaitement pour le fret aérien

- La palette agroalimentaire, hygiénique par nature se conforme aux normes de l'institut Européen du commerce.

- La palette EURO H (H1, H2 et H3) a d'abord été utilisée dans l'industrie de la viande. Elle existe en version pleine ou ajourée et résistent à des températures extrêmes. Dérivée de la palette EURO H1, standards de l'industrie des produits carnés, la palette HF1 est conçue pour le transport des bacs à poissons Euronorm (600 x 400 x 200 de 40L. Réf. JIG E 6420-11). Elle permet le transport des piles de bacs empilés à vide ou empilés plein.

- La palette multi-usage "CR1", convient aux charges lourdes en milieu industriels. Elle peut être munie de transpondeurs (Puces de mémoire assorties d'une antenne afin de faciliter l'identification et la traçabilité de la marchandise transportée).

Rapport final: interpack 2011 : du succès comme jamais auparavant

Le salon interpack 2011, organisé au Parc des expositions de Düsseldorf, s'avère être l'une des manifestations ayant connu le plus grand succès depuis les 53 ans que totalise le plus grand salon de la branche internationale de l'emballage et de l'industrie des process apparentés.

La première de l'initiative Save Food, qui mobilise contre les pertes internationales de denrées alimentaires et a été organisée par la Messe Düsseldorf en coopération avec la FAO (l'organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). Les représentants de la chaîne de création de valeurs alimentaire, c'est-à-dire les producteurs, l'industrie de l'emballage et le commerce ainsi que des représentants du monde politique, de la société et d'organisations non gouvernementales, ont beaucoup apprécié cette possibilité de dialogue critique.

L'initiative Save Food n'a pas été la seule à attirer l'attention des visiteurs de l'interpack ; d'autres thèmes spéciaux comme Innovationparc Packaging et Metal Packaging Plaza ont soulevé un vif intérêt.

Placé sous la devise « Quality of Life », Innovationparc Packaging a réuni des entreprises de l'ensemble de la chaîne de création de valeurs dans ses cinq différents shops consacrés aux thèmes Santé, Sens, Esthétique, Simplicité et Identité. La présentation a porté sur les Best Practices et les visions de demain élaborées auparavant en équipe et spécialement mises au point pour l'exposition spéciale.



# Food Ingredients Europe 2011

## De nouvelles tendances alimentaires à découvrir.

Les grandes tendances de l'industrie agroalimentaire mondiale ont été mises à l'honneur à l'occasion du salon Food Ingredients Europe 2011.

Petit résumé des grandes tendances qui ont dominé le salon.

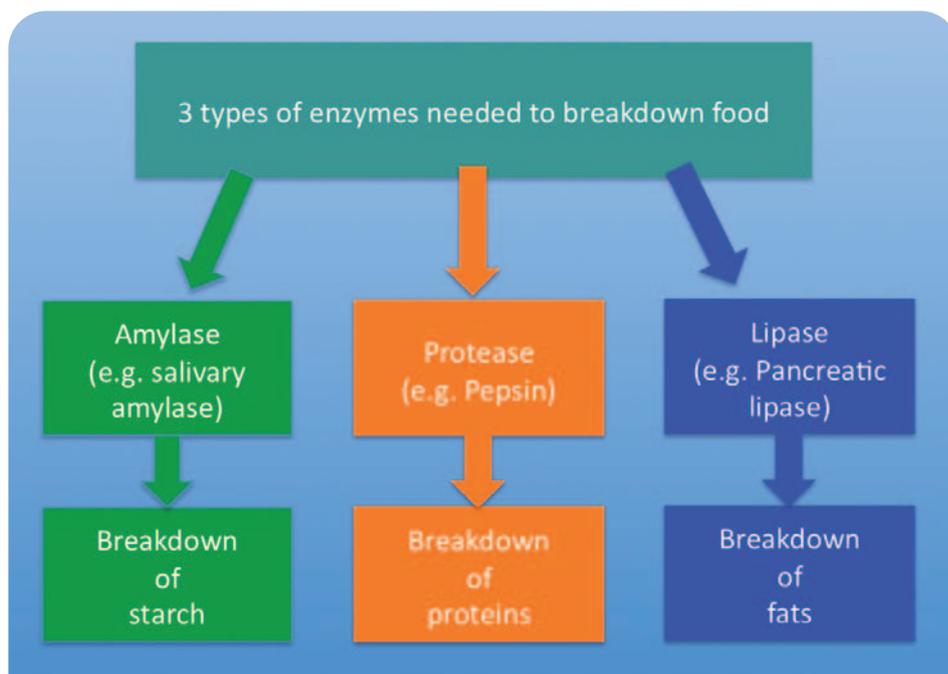
**T**out d'abord, notons la santé digestive avec les prébiotiques, probiotiques et autres-fibres,

reconnues pour avoir un caractère préventif sur le système digestif. Ces probiotiques, grâce à la technologie de micro-encapsulation, sont inclus dans de nombreux produits alimentaires, tels que le chocolat, les glaces, les confiseries ou encore les jus de fruits. Les industriels sont déjà séduits. Cependant, l'Autorité européenne de sécurité des aliments, l'EFSA, pourrait bien refroidir leurs ardeurs, si l'on considère l'ensemble des demandes d'allégations santé faites par les industriels et qui ont été rejetées.

Les prébiotiques, eux, ont pour vocation de nourrir les « bonnes » bactéries de notre système digestif. Par rapport aux probiotiques, ils offrent de nombreux avantages : plus facilement incorporables aux formulations, plus résistantes aux processus, mieux assimilables par l'organisme. De nombreuses applications sont à noter dans les produits laitiers, céréaliers, les boissons, la confiserie ou même le baby-food.

Enfin, les fibres, les enzymes et certains extraits végétaux sont appréciés pour leur influence positive sur le transit digestif. Les pouvoirs publics et les nutritionnistes ont par ailleurs tendance à recommander leur consommation.

Sur le salon, on a également beaucoup parlé de produits naturels : selon la réglementation européenne, un produit « naturel » ne peut être considéré comme tel que s'il se trouve en l'état dans la nature, ou après une transformation mécanique qui ne le modifie pas profondément. On attend pour 2012, pour ce marché mondial des produits dits



naturels, un chiffre d'affaires de 155 milliards d'euros ! Plusieurs tendances



là aussi...

Les produits « sans », ou « coop free from », sont mis en valeur par ce qu'ils ne contiennent pas ! Venue du monde des allergènes (sans gluten, lait, œufs, etc.), cette tendance touche désormais les additifs, ceux que l'on appelle « clean label » et s'étend peu à peu vers des éléments nutritionnels (acides gras trans, sucre, sel, etc.) ou environnementaux (OGM, pesticides, huile de

palme, etc.) indésirables.

Autre tendance, le « enrichi en nature ». Comprenez par là l'incorporation de produits naturels dans les formulations, avec des inclusions de fruits, légumes, céréales, algues, tous de préférence sous forme brute (sucre de canne non raffiné, graines et noix grossières) pour donner une impression de naturel renforcée.

Et également « Back to basics », qui consiste à simplifier la liste d'éléments nécessaires à l'élaboration d'un produit pour rassurer le consommateur. Les ingrédients sont tous connus du consommateur et à portée de sa main. Autre tendance importante : les nouvelles expériences sensorielles liées à l'alimentation. Particulièrement efficace chez les jeunes, cette mode consiste à croiser les textures, les goûts et les arômes pour créer des sensations gustatives nouvelles. On les appelle extra spicy, crunchy, cool, etc.



# DANS LE PHYTOSANITAIRE

**JIL EMBALLAGES** consolide son positionnement dans le secteur de la distribution d'emballages en développant un partenariat exclusif avec la société **ALCION PLASTICOS** , leader européen de l'emballages COEX et PEHD (polyéthylène Haute Densité) à destination des professionnels de l'agrochimie et de l'alimentation vétérinaire animale.

Les bouteilles et bidons multicouches en plastique pour produits Agrochimiques et Industriels intègre une couche barrière EVOH ou Polyamide idéals et nécessaires pour les produits corrosifs.

Cette gamme de produits d'emballages s'accompagne de :

- \* Bouchons dégazeurs (inviolable et induction) ;
- \* Verres mesureurs plastiques avec échelle, adaptables aux cols des bouchons ;

Notre site internet **[www.jil-emballages.com](http://www.jil-emballages.com)** met à disposition de nos clients et prospects un catalogue dynamique avec images, fiches techniques et spécificités sectorielles. Notre webligne répond aux compléments d'informations et des tests produits et de résistance mécanique peuvent être effectués.

**JIL EMBALLAGES** se positionne désormais sur toutes les filières de l'agriculture et de l'agroalimentaire, et met à disposition des produits d'emballage de l'amont vers l'aval de l'agrobusiness (bouteilles et conserves métal, verres et plastique pour les produits du terroir)



*Au service du packaging*



Bouteilles avec bouchons dégazeurs à induction de 1L à 250 ml



Flacons avec bouchons inviolables de 250ml à 15ml



Bidons de 10L et 5L

**JIL EMBALLAGES**

*Distributeur d'emballages Métal, Plastique et Verre*

39-41 rue de Bergerac La Gironde 20500 Casablanca MAROC - Tel : +212 522 30 67 11 / 05 22 31 29 58 – Fax : +212 522 30 67 12

Email : [commercial@jil-emballages.com](mailto:commercial@jil-emballages.com) - [www.jil-emballages.com](http://www.jil-emballages.com)



### *Un 1er Ibis Budget à Tanger*

Le groupe hôtelier français Accor a décidé d'ouvrir à Tanger son premier hôtel (121 chambre) sous enseigne ibis budget. La marque Ibis devient plus que jamais la marque économique d'Accor avec un regroupement de ses

enseignes à petits prix pour proposer 2 catégories : ibis budget (Etap Hotel - 2 étoiles) pour les moins chères et ibis styles (all seasons 3 étoiles) pour les établissements non standardisés.



### *Lycée hôtelier de Fès*

Une délégation du lycée hôtelier de l'Institution française Robin s'est rendue à Fès, à l'Institut hôtelier de la ville avec laquelle elle est jumelée depuis l'an dernier. Au cours de la première journée, Louis Lacombe Directeur Général et Arnaud Lemarchand Directeur du lycée hôtelier accompagnés de deux professeurs ont pu visiter l'établissement. Cette première prise de contact a aussi été

l'occasion de deux réunions avec la direction de l'établissement de Fès, puis avec les élèves. En fin de semaine, la délégation a visité de nombreux complexes hôtelier de Fès et Rabat afin de discuter de la possibilité de terrain de stage pour les étudiants. Des rencontres qui ont aussi permis d'ouvrir des projets pour des initiatives en France.

### *Un hôtel d'artistes*

L'hôtel à vocation culturelle le Felah vient d'ouvrir à Marrakech. Il fait partie de la chaîne The Small Luxury Hotel of the World.

Avec 69 chambres (dont 7 suites), un restaurant, une piscine et un centre de massage Wat Po, l'hôtel se distingue surtout par un centre international de résidences pour artistes et traducteurs littéraires, le 'Dar Al'Ma'mûn'.



### *Taameer conquiert le Maroc*

Le groupe koweïtien «Taameer» via sa filiale, Taameer Hospitality Morocco, a annoncé son intention d'ouvrir, durant les cinq années à venir, entre 8 et 12 hôtels de luxe sous l'enseigne «Ramada», dans les grandes villes, notamment Casablanca, Fès, Marrakech, Tanger, Agadir et Rabat. Le but est d'assurer le développement de la marque et de se positionner en bonne place sur le marché marocain afin d'être parmi les leaders de l'hôtellerie moyen et haut de gamme. En 2009, le groupe avait déjà acquis l'ancien Crown Palace Fès.



### Le secteur touristique résiste bien au Maroc

Malgré la crise internationale et les tensions politiques dans le monde arabe, le secteur touristique résiste très bien. Un sondage réalisé en France auprès des distributeurs révèle que le Maroc est bien demandé et que les arrivées continuent de progresser en dépit d'une situation économique et politique internationale perturbée. En analysant les neuf premiers mois de l'année que le ministère du tourisme vient de publier on remarque que la situation n'est pas aussi catastrophique qu'on pouvait le penser. Le nombre d'arrivées de touristes aux postes frontières a atteint 7,3 millions (+ 2% et même +3% pour les touristes étrangers et +1% pour les MRE) par rapport à la même période de 2010. Les nuitées ont en revanche fléchi de 4,5%, s'établissant à 13,164 millions contre 13,8 millions en 2010. Le Maroc « vend donc bien », contrairement à la Tunisie et à l'Egypte.

## Cash Systèmes Industrie

Terminaux Point de Vente

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



### Mac Do et les jeux olympiques

Si les athlètes qui participeront aux Jeux Olympiques de 2012 sont astreints à un régime alimentaire draconien afin d'optimiser leurs performances, il n'en va pas de même pour le public. En effet, sur les 14 millions de repas prévus au cours des deux semaines des Jeux, environ 2,8 millions devraient provenir de McDonalds, par ailleurs l'un des principaux sponsors de cet événement sportif. La chaîne de fast-food américaine disposera d'un restaurant sur chacun des sites olympiques, y compris le village des athlètes.



### 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 **OUIJDA**  
Tél: 05 36 51 15 04 / 36 51 14 92 • Fax: 05 3651 12 64



# Morocco Mall : Le M

Le Morocco Mall sera officiellement inauguré le 5 décembre avec



**A**vec ce projet grandiose, le Royaume abritera l'un des plus beaux malls du monde à l'instar du Moyen-Orient ou de l'Amérique du Nord. Cette réalisation ambitieuse a vu le jour grâce au Groupe Aksal, au Groupe Al Jedaie, et à l'architecte Davide Padoa du cabinet Design International UK. Tout a été dit ou presque sur ce paquebot de la mode, de la culture, de la restauration et les loisirs. Petit tour d'horizon à travers des chiffres qui parlent d'eux-mêmes.



- 1** : 1 aquarium géant traversé par un ascenseur panoramique
- 3** : la 3ème plus grande fontaine musicale au monde
- 4** : nombre d'années pour la création du Morocco Mall
- 5** : le lieu est classé dans le top 5 mondial de sa catégorie
- 10** : le Morocco Mall s'étend sur 10 hectares
- 45** : nombre de restaurants
- 98** : 98 % de sa surface est déjà commercialisée (alors que la moyenne mondiale ne dépasse pas les 80 %)
- 350** : 350 enseignes
- 600** : 600 marques d'univers variés dès l'ouverture
- 3 318,92** : Avec le Morocco Mall, le magasin des Galeries Lafayette est désormais inscrit au Guinness World Record™ comme ayant «la plus grande façade de magasin au monde érigée dans un Mall avec une superficie totale de 3 381.92 m<sup>2</sup>. Cette façade s'érige



- sur les trois étages des Galeries Lafayette. Cette façade de 14 mètres de haut est une véritable splendeur architecturale : rétro-éclairage, aluminium bronze, elle reprend les motifs de la célèbre coupole du magasin parisien
- 5 000** : création de 5 000 emplois directs
- 14 000** : 14 000 m<sup>2</sup> de jardins paysagés
- 21 000** : création de 21 000 emplois indirects
- 30 000** : 30 000 m<sup>2</sup> d'espaces extérieurs
- 70 000** : m<sup>2</sup> de surface commerciale
- 100 000** : 100 000 employés ont tra-

# Mall de tous les records

un programme de festivités le soir du 1er décembre.



## 2 Starbucks Coffee au Morocco Mall

Starbucks Coffee, la plus grande chaîne multinationale de cafés, s'installe pour la première fois au Maghreb. Et c'est le Maroc qui a été choisi par la célèbre firme pour sa première implantation. La marque a ouvert 2 Starbucks Coffee en décembre au Morocco Mall à Casablanca. Cette société américaine qui possède déjà 15 000 cafés à travers le monde, commence donc à combler son absence en Afrique. L'opération a vu le jour grâce à un partenariat signé entre Starbucks Coffee Company et Alshaya Maroc S.A.S, le revendeur leader au Moyen-Orient. D'autres cafés devraient suivre dans tout le Maroc.

vaillé sur le projet en 4 ans

**250 000** : 250 000 m<sup>2</sup> de surface construite, il est ainsi le plus grand centre commercial d'Afrique

**15 000 000** : nombre de visiteurs attendus par an (prévisions)

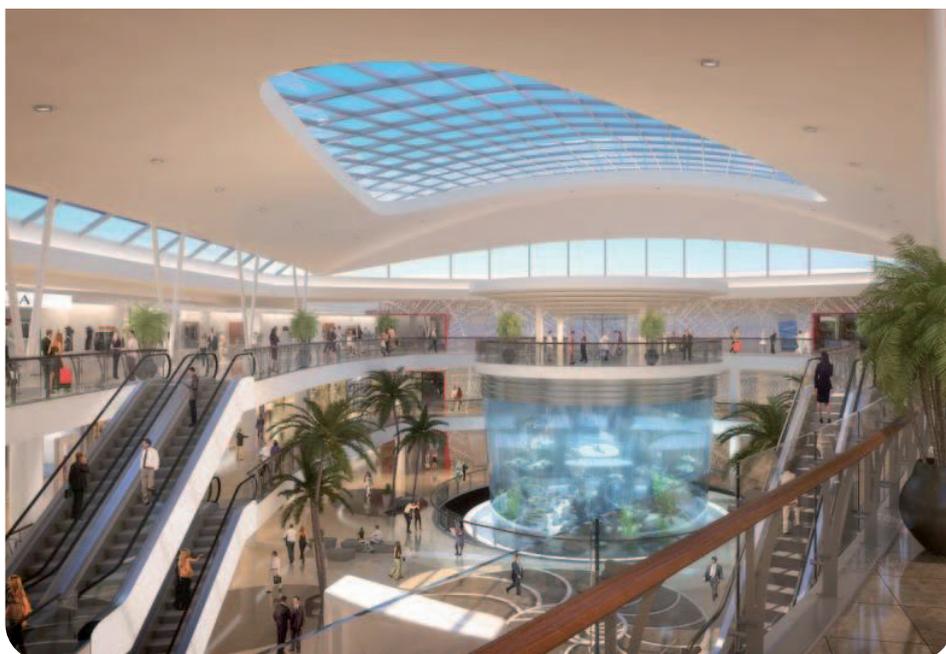
**175 000 000** : 175 millions d'euros d'investissement

**5 000 000 000** : chiffre d'affaires en dirhams généré (prévisions)

Le Morocco Mall verra aussi de prestigieuses marques faire leur entrée sur le continent. Outre les Galerie Lafayette, notons entre autres la Fnac, Gap, Starbucks et Imax qui équipera la plus grande salle de cinéma en Afrique... un autre record !

Dolphin Show, fun park, Adventureland, patinoire, bowling, fitness center, spa, ... et même un Morocco Souk, qui réinterprète les souks traditionnels de Fès et de Marrakech... jamais l'Afrique du Nord n'avait bénéficié d'une offre de loisirs aussi complète en un seul lieu.

Le Morocco Mall a doré et déjà reçu le « Architecture Award Morocco by Design International » et s'est également vu distingué au Prix d'Afrique de l'Immobilier Commercial dans la catégorie Développement commercial lors de la cérémonie organisée par l'Organisation du Prix International de l'Immobilier Commercial qui s'est déroulée à Dubaï les 16 et 17 novembre dernier.



## Imax et la plus grande salle de cinéma en Afrique

Imax Corporation, leader mondial de la technologie numérique spécialisée dans l'image cinématographique mettra en place sa technologie Imax en 2D et 3D. Cette technologie qui permettra la projection des films convertis et les productions originales Imax en 2D et 3D, offre une image parfaite. Avec cette ouverture le Morocco Mall accueillera la plus grande salle cinématographique d'Afrique.



# La Brasserie nou

Restaurant historique de Casablanca, La Bavaroise est une vraie « Brasserie ». L'équipe, qui a su donner un nou



La décoration, classique et raffinée, a récemment été repensée et l'accueil, chaleureux et attentionné, vous permet de mêler bonne chère et convivialité en toute quiétude.

Côté gastronomie, les grands classiques de la cuisine traditionnelle française sont fidèlement représentés, ce qui n'exclut pas une carte de plats revisités très créatifs et originaux. De plus, tout au long de l'année, des menus gastronomiques à thèmes sont organisés, dans un cadre repensé pour l'occasion : menu spécial "Saint Valentin", assortiments de carpaccios,

menus italiens ou méditerranéens ou encore menu spécial champignons ou légumes....

Et pour le plus grand plaisir des amateurs et connaisseurs de bons crus français, une sélection est proposée à partir du très sélect « Club des Vins ». D'ailleurs, le restaurant bénéficie d'une cave tempérée unique à Casablanca.

### Mais La Bavaroise a aussi ses spécificités :

- \* La terrasse tout d'abord avec sa capacité d'accueil de 50 pax
- \* Une salle privatisable ensuite, pour organiser séminaires, conférences,



# ouvelle génération !

erie à la Française » et ce, depuis 1974. Une ambiance préservée par toute  
veau souffle à ce lieu mythique.



déjeuners d'affaires, baptêmes...

\* Puis la possibilité de compositions de menus sur demande avec un grand choix de plats et autres spécialités

\* Enfin, La Bavaroise met à votre disposition des équipements informatiques et de projections derniers cris pour animer vos manifestations.

Une nouvelle carte est proposée à partir du 1<sup>er</sup> décembre 2011 avec des semaines spécifiques :

Du 10 au 15 décembre 2011: desserts tout chocolat.

Du 13 au 18 décembre 2011: poularde de Bresse et chasse aux champignons.



Et enfin, n'oublions pas le menu du 31 décembre. L'occasion de fêter la Saint Sylvestre et de titiller vos papilles gustatives.

#### Amuse-bouche

Tartare d'huîtres, Saint-Jacques et saumon marinés au citron vert et au gingembre rose

#### Entrée

Escalope de foie gras poêlé, éclat de

marron confit, caramel d'épices

#### Mer :

Pavée de bar de ligne rôti au beurre de demi-sel, cannellonis de blette et asperges vertes, émulsion de petits pois à l'huile de truffe blanche

#### Trou Gascon :

Sorbet passion et armagnac

#### Terre :

Croustillant d'agneau de 10 heures

au miel de sapin et pistaches, mousseline de carotte et jus de braisage à la cardamome

#### Douceur :

Fraîcheur de givara lacté au pamplemousse, craquant et sorbet d'agrumes

#### Mignardises :

Truffe au chocolat, mini tarte framboise, diamant.

Publirédactionnel

# Entretien avec un passionné et

Régulièrement, l'arrivée de nouveaux domaines, la plantation de nouveaux vignobles, la redécouverte en mieux maîtrisée, l'introduction de nouveaux cépages, la maîtrise des technologies du froid, en mieux travaillé en accord avec les conditions climatiques du Maroc, une prise de consci



## Peux tu nous parler de ton parcours en quelques mots?

Je suis né dans une famille passionnée de bonne chair et de bons vins, mes deux grands-pères produisaient l'un pour son hobby du vin dans la région nantaise, l'autre du cognac, Les cognacs Mignot, les mercredis et les vacances chez mes grands-parents sont emplis d'odeurs de cuisine, de longs repas et de veillées ou je m'endormais à table entre les récits de chasse et les recettes échangées. J'ai encore l'odeur des brioches, des beurres blancs, des quiches aux crabes.... de mes grand-mères et les saveurs des huîtres produites par mon grand-père à l'île de Ré. Jeune je voulais être cuisinier et c'est lors d'un déjeuner avec Joël Robuchon, Michel Guérard, Olympe, Alain Sandereus et Didier Macoin en Août 1985 au contact notamment d'un Bollinger RD 1976 que j'ai découvert La Sommellerie, C'est naturellement que je me suis dirigé vers ce métier passionnant après mes études. J'ai eu de la chance de faire de grandes rencontres avec des sommeliers merveilleux Philippe Bourguignon, Jean-Luc Pouteau, Antoine Zocchetto qui m'ont fait confian-

ce, des emplois dans de prestigieuses maisons étoilées Le Duc d'Enghein, Chez Laurent, Le Pavillon Elysée, l'Hôtel Meurice, mon service militaire effectué dans la cave du ministère de La Défense sous les Invalides.... Dans toutes ses belles maisons j'ai goûté les meilleurs vin du monde, des millésimes mythiques et rencontré des vigneron extraordinaires, d'ailleurs j'ai gardé et expose quelque unes ces étiquettes au bar de A La Bazenne. J'ai pris ensuite les destinés d'une des caves de restaurant les plus prestigieuses de Paris Le Relais d'Auteuil dans le XVI<sup>ème</sup> arrondissement et c'est la rencontre avec mon épouse au milieu des années 90 qui m'a poussé vers Le Maroc. Ce fut d'abord le restaurant A Ma Bretagne



avec André Halbert, puis Le Groupe Ebertec-Thalvin, l'Aventure La Ferme Rouge et maintenant mon resto-bistrot de vin A La Bazenne.

## Où en est le marché du vin au Maroc?

Le marché du vin se porte bien, côté production, il suffit de voir l'évolution depuis le début des années 2000, de nouvelles cuvées apparaissent régulièrement, l'arrivée de nouveaux domaines, la plantation de nouveaux vignobles, la redécouverte de nouveaux terroirs, l'élevage en fûts de chêne de mieux en mieux maîtrisée, l'introduction de nouveaux cépages, la maîtrise

des technologies du froid, un viticole respectueux de son environnement et surtout de mieux en mieux travaillé en accord avec les conditions climatiques du Maroc, une prise de conscience générale du potentiel viti-vinicole du Maroc.

Côté importation tout a changé depuis 7 à 8 ans, j'y suis pour beaucoup, aujourd'hui les plus grands vigneron sont vendus au Maroc, Alain Graillot, Aubert de Villaine, Alain Brumont, Comte Lafond, La Famille Perrin, Marc Krendenweiss.....

Maintenant ce qu'il manque c'est de la formation dans les écoles, les hôtels et les restaurants au métier de la sommellerie, des vrais cavistes, plus de place dans la presse professionnelle agro ou de restauration à l'information sur le vin.

## Quels sont les principaux vins dont tu as la charge?

J'interviens sur la Ferme Rouge pour le Marketing, l'export, Jacques et Amine sont des amis et l'aventure Ferme Rouge est passionnante.

## Pour toi qu'est ce qu'un bon vin?

Un bon vin c'est comme un bon ami, c'est le moment et le plaisir que l'on a de passer avec lui.

Un bon vin, c'est la rencontre entre un terroir, un cépage, un vigneron et c'est cet équilibre qui crée l'alchimie du plaisir du vin autour d'une table, en bonne compagnie. Un bon vin ce partage, ce déguste passionné, ce redécouvre, un bon vin procure des sensations exclusives et un bon vin c'est des souvenirs, des histoires, la vie tout simplement.

## Qu'est ce que le domaine viticole de la ferme rouge?

La Ferme Rouge est un domaine familial à vocation agricole tourné vers le viticole, situé sur le plateau des Zaërs,

# professionnel du vin

ouverte de nouveaux terroirs, l'élevage en fûts de chêne de mieux un viticole respectueux de son environnement et surtout de mieux en ce qui concerne le potentiel viti-vinicole du Maroc. » Boris Bille



domaine familial, c'est le seul et dernier né des vins de vigneron au Maroc.

Petite propriété, développée par des passionnés Amine Sourelah, Jacques Poulain et Alain Terras, ils s'attachent à développer une viticulture raisonnée et en harmonie avec la nature donc proche de la viticulture organique.

C'est le seul A.O.G Zaër produit au Maroc, c'est le seul vin de la région de Rabat.

Les vins ont été lancés sur le marché le 13 Avril 2010, il s'agit donc de la récolte 2009 et 2010 mais il y a beaucoup de belles surprises sur le millésime 2011.

**Tu as ouvert le restaurant A la Bazenne... Peux tu nous en parler?**

L'esprit A La Bazenne au cœur de La Maison des Provinces de France c'est une table toute simple, où le pur et le vrai se livrent en gourmandise sur des tables habillées de gris, d'objets vintages, un vrai bistrot de vin revisité tendance design cabane de l'île de Ré. L'ambiance est chaleureuse, on s'y sent comme à la maison... et on se laisserait presque aller à se lever pour couper son pain ou attraper une bonne

bouteille de vin, l'hiver café digestif devant la cheminée.

Côté assiette, je propose une cuisine gourmande mais surtout sans superflu, qui fait la part belle aux produits de saison exemple les 1er cépes cette semaine, une carte renouvelée chaque jour ou presque avec "ses incontournables" de Famille. Au piano Franck mon beau-frère passé par l'école exigeante des étoilés comme La Grange à Royan, Le Crocodile à Courchevel, Le Crocodile à Strasbourg et connu des amoureux du bon pain et de la pâtisserie à Casablanca compose une cuisine alléchante avec des recettes élaborées dans une esthétique simple. Les habitués craquent pour la Mouclade de Mamé, un céleri rémoulade et son tartare de pétoncle, une pièce de bœuf juste marquée et ses échalotes comme à Saint-Emilion, sans oublier les assiettes à partager pour un plaisir seul ou à plusieurs, planche de terrines de sanglier, de lapin, boudin noir à l'oignon, cloche de fromage, carpachaud de foie gras....

Côté verre, comme pour les plats, les

Le Crédit Agricole d'Aquitaine organisait à Bordeaux, en novembre dernier une matinée thématique : « Le Maroc, un pays en mouvement : Opportunités d'affaires pour les entreprises françaises », avec la participation de l'office des changes et du Crédit du Maroc. Au programme :

- Les atouts du Maroc : Indicateurs macro économique, les grands projets, la stabilité politique, les infrastructures par M. Jaouad Hamri, Directeur Général de l'Office des Changes

- Les clés de la réglementation marocaine : Sécurisation des transactions & des paiements ; spécificités de la gestion des dividendes par M. Aïssa El Maniani, Secrétaire Général de l'Office des Changes.

- La proposition d'accompagnement du Crédit du Maroc : conseil, assistance et continuité de services au Maroc, bancaire et para-bancaire par M Aziz Jerani, Directeur du Développement des Entreprises et des Relations Externes.

La société Drinks a célébré une dégustation du vin de France Jean Berteau au Tahiti Beach de Casablanca le 16 novembre dernier. L'occasion de découvrir ce vin de cépage moderne et fruité et notamment le Jean Berteau Merlot avec sa cuvée pourpre intense, son nez puissant de fruits rouges, sa bouche élégante et soyeuse qui se révèle tout aussi fruitée.

Le Domaine des Ouled Thaleb de Benslimane, à 50 Km au nord-est de Casablanca, est la plus ancienne cave viticole encore en activité du Royaume du Maroc.

1923 : Année de plantation des vignes et de construction de la cave.

1927 : Date des premières vendanges.

A la création de Thalvin en 1968, le domaine des Ouled Thaleb était une exploitation d'environ 450 hectares complantés uniquement en cépages nobles d'origine française.

Depuis lors, avec le dynamisme et l'amour du travail des vignerons, une poignée d'hommes s'efforce d'élaborer des vins de qualité, avec la traditionnelle gamme "Cuvée du Président" qui existe depuis 50 ans.



vins laissent parfois leur place à d'autres afin de permettre de visiter un maximum de nos terroirs marocains, mais aussi de découvrir d'autres talents venus d'ailleurs et de faire la part belle aux vins des copains vignerons.

Niché au milieu des arbres, avec sa grande terrasse protégée, du mardi au dimanche La Bazenne est un rendez-vous pour partager des moments de vie et de bonheur, pour se ressourcer.

#### Quel avenir pour le vin au Maroc?

Radieux, c'est une histoire qui dure depuis + de 2000 ans, avec des hauts et des bas, l'avenir appartient aux vignerons et aux vins du Maroc, la méditerranée est le berceau de la viticulture et le Maroc en est un des acteurs en devenir, l'Afrique du nord est le dernier Eldorado pour les vins.

**A La Bazenne**

**Tél. Réservation :**

**064 415 0015 ou 0661110516**



La 25ème édition du SITEVI, salon de référence mondiale pour les matériels, équipements, et services des filières vigne-vin et fruits-légumes sera du 29 novembre au 1er décembre à Montpellier en France, le rendez-vous incontournable de tous les professionnels du secteur. Le salon fait le plein et s'affiche à la croisée des chemins de toutes les viticultures (viticulture traditionnelle, raisonnée et biologique, biodynamie, conditionnement en vrac, en bouteilles, export, ...) Perspective prometteuses avec également la présence des leaders mondiaux et la plus grande offre de machines à vendanger. Pour le secteur viticulture, la partie greffage, taille, entretien et palissage est en augmentation avec la présence de nouveaux exposants venus des 4 coins du d'Europe. Vinification-œnologie, tonnellerie, emballages, manutention et logistique, ils y a des réponses pour chaque interrogation ou renseignement.



En raison d'une demande encore en hausse des exposants de tous les pays viticoles importants du monde, ProWein, le salon majeur de la filière internationale des vins et spiritueux, va ouvrir l'an prochain, du 4 au 6 mars, un hall supplémentaire sur le parc des expositions de Düsseldorf. À ce sujet, Hans Werner Reinhard, directeur général adjoint de Messe Düsseldorf : « la hausse de la demande souligne de façon impressionnante la position de salon majeur qu'occupe ProWein : la filière internationale des vins et spiritueux veut y être présente aussi largement que possible car ce n'est que sur ProWein que les décideurs du monde entier se retrouvent pour faire des affaires à l'échelle planétaire ». Avec plus de 3.700 exposants attendus, ProWein 2012 est, une fois encore et de manière originale, le reflet général du marché mondial des vins et spiritueux.

## La Fabrique : Chef de cuisine Christine Samet ...

Quantité	Libellé	P.U.	TOTAL
1	Escargots de Bourgogne	70	
1	Cuisse de canard confit	130	
1	Soufflé glacé	70	
2	Verre vin blanc	60	
1	Verre vin rouge	offerts	
TOTAL			330-

Parfois une adresse vous laisse perplexe par sa décoration : un certain air de douche glacée à l'arrivée, la Chef(fe) de cuisine défile en salle de temps à autre (superbe dans sa solitude, pas un bonjour ... Passons ), et

puis la situation géographique n'est pas évidente dans une rue à sens unique desservant le « Grand Socco » à deux doigts du Club de Tennis en plein centre de Tanger ! Vous allez aussi tiquer sur des tas de petits détails, mais parfois il faut oublier les « tocs » de la restauration actuelle : la déstructuration décorative, la défragmentation !!! Houp ... Sonorisation épouvantable, murs bruts de décoffrage, un escalier abrupt qui vous délivre au premier étage une grande salle triste comme un jour sans pain. Et alors ? Avec un bon coup de fourchette on parvient à localiser un sentiment à travers cette carte qui n'a quasiment pas changé depuis l'ouverture, puis il surgit dans un ( vrai ) plat comme le Filet « Rossini » ne répondant pas parfaitement aux canons de sa recette originale mais excellent avec sa « minuscule » escalope de foie gras poêlé sur un filet de bœuf de grande qualité ( 240 dh tout de même ) ... Un bel alignement de cinq noix de

St Jacques parfaitement traitée, légèrement résistante en bouche (190 dhs ) ... Une belle et toute « bête » cuisse de canard à la peau croustillante, réclamez l'excellente tarte aux oignons (une spécialités alsacienne ) . Tâtez rayon dessert un formidable et pas courant « soufflé glacé », mais aussi le Café Gourmand déclinant en petite quantité les vedettes de la carte Dessert , une belle réussite aussi ... Ah j'oubliais, réclamez en apéritif un muscat dit « Baumes de Venise » délicieusement suranné. Carte des vins basiques et ce soir là un Volubilia Blanc parfait ! Service correc , pas pesant, commande prise par le Propriétaire (en fait le mari de la Cheffe ) ... Encore une table régulière et sérieuse qui ouvre désormais au déjeuner – que demande le bon peuple - ?

Comptez 400/500 Dh par personne  
**La Fabrique - restaurant à Tanger - Rue d'Angleterre**  
[www.pandore-maroc.net](http://www.pandore-maroc.net)

**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

# Métier d'experts : le d

## Définition du poste

Gère et dirige un établissement dans le cadre du budget et des directives définies par le(s) propriétaire(s) ou la Direction générale.

En assure son développement.

Dépend hiérarchiquement de la Direction générale.

## Description des tâches

Assure la bonne marche de l'établissement

Contrôle l'ensemble de l'activité

Analyse les états budgétaires, de gestion et de fonctionnement  
Anime son équipe d'encadrement.

Donne toutes les directives qu'il juge utiles au bon fonctionnement de l'établissement, pour atteindre les objectifs qui lui sont fixés.

S'assure des bonnes relations avec la clientèle, les fournisseurs et les autorités locales.

Est responsable et le garant de l'application des réglementations et de la sécurité.

Rend compte du développement et des marges.



formation, les restaurants, le budget existant, l'hygiène, gérer les fournisseurs, connaître ses clients ... En fait c'est le patron de l'établissement, il est le lien entre les actionnaires, les propriétaires des lieux à qui il doit rendre des comptes et les employés qu'il doit manager.

**Quel est le plus gros problème que vous avez rencontré ?**

Au Maroc, le principal problème est la formation du personnel. Les employés sont souvent très fiables mais n'ont

me à ce que j'attends d'eux. Par exemple, en cuisine, il faut leur apprendre l'hygiène et la propreté qui ne sont pas intégrées au quotidien : être rasé, se laver les mains à chaque nouvelle activité, ... Surveiller et manager le personnel est un des plus gros travail du directeur d'exploitation. Généralement il est épaulé par un DRH qui a un poste clé pour toute ce qui est rapport avec les employés.

**Et les autres postes clés ?**

En restauration par exemple, le direc-

**P**our en savoir plus nous avons rencontré Bruno Ollard, directeur d'exploitation depuis de nombreuses années.

## Quel est votre parcours professionnel ?

J'ai débuté ma carrière comme comptable en Suisse puis directeur financier et je suis rentré de plein gré dans le métier de la restauration qui me correspondait plus. C'est donc par la petite porte et en gravissant les échelons que je suis devenu directeur d'exploitation, dans l'hôtellerie de luxe tout d'abord puis sur un des plus beaux sites touristiques de Casablanca.

En quoi consiste le métier de directeur d'exploitation ?

C'est gérer un site de A à Z avec une vision globale de tous les secteurs; aussi bien le personnel avec une par-



pas de formation. Aujourd'hui, si on veut un restaurant ou des structures d'excellentes factures, il faut un personnel irréprochable. Généralement je prends des jeunes issus de l'école Suisse d'hôtellerie et ensuite je les for-

teur d'exploitation doit faire respecter des budgets dispatchés par secteur : entretien, personnel, formation, ... Il doit également gérer l'administratif, tout ce qui est papiers et c'est très lourd. Le budget bien sûr qui après

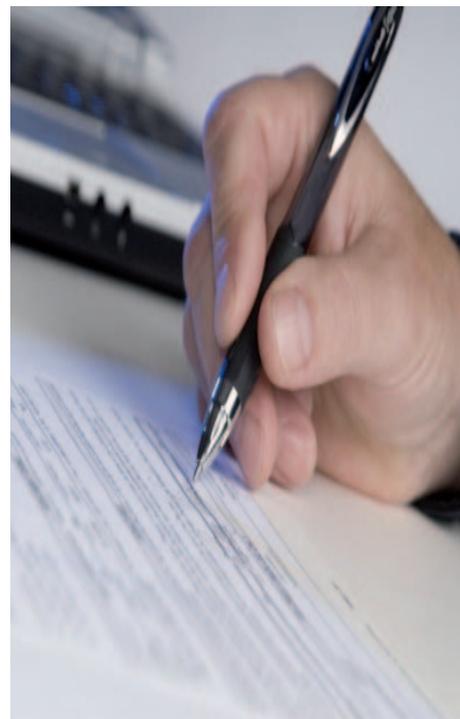
# Directeur d'exploitation



bonnes connaissances de langues étrangères.

Après, avec l'expérience, un directeur d'exploitation peut gérer n'importe quel site peu importe le genre d'activité.

**Pour contacter Monsieur Ollard :**  
**[brunoollard@aol.com](mailto:brunoollard@aol.com)**



validation doit être respecté et parfois modulé par rapport aux événements, à l'urgence ; il peut prendre de l'argent sur un poste pour le réinjecter ailleurs en gardant toujours en tête le montant final à ne pas dépasser.

Il a aussi un rôle à jouer avec les fournisseurs pour entretenir de bonnes relations et bien sûr un rapport direct avec la clientèle pour la satisfaire au maximum.

**Quelles sont les principales qualités qu'il faut avoir ?**

Etre rigoureux, droit, franc et surtout consciencieux. Il faut se faire respecter tout en étant respectueux. Il faut aussi savoir bien s'entourer et mettre les bonnes personnes aux postes primordiaux. Il faut toujours savoir ce qui se passe et être présent le plus possible... On ne compte pas ses heures.

**Quelle est la formation pour être directeur d'exploitation ?**

La meilleure formation est un Bac pro Supérieur avec gestion commerciale, développement/marketing et



# Bennis Art

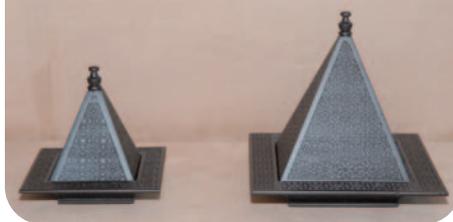
## Fabricant créateur de salons marocains

Bennis Art est né en 2007 de l'imagination de Monsieur Bennis. Son objectif est de proposer des salons marocains adaptés à notre époque.



« Les marocains sont très attachés aux traditions, ils ont tous des souvenirs des salons de leurs parents ou grands parents mais aujourd'hui, ils veulent plus de modernité. De plus, les tailles des maisons ou appartements ont changé et il faut adapter le mobilier. » Nous confie Monsieur Bennis. En effet les espaces ne sont plus les mêmes, les salons et salles à manger sont plus petits. Ainsi Bennis Art propose des solutions sur mesure pour que votre mobilier soit en parfaite adéquation avec la surface de vos pièces. Pour réaliser ce travail, la société innove et travaille en combinant des moyens technologiques et informatiques avec le travail des meilleurs maîtres ébénistes. Chaque artisan est une référence dans son domaine et permet de trouver des solutions à chaque cas, il est également le garant d'une qualité de travail : « Dans notre usine de 1500 m<sup>2</sup>, nous

sommes capables de produire également certains exemplaires de salons en grande quantité mais nous gardons toujours la touche de l'artisan et maîtrisons parfaitement la qualité. » Le choix des matériaux, lui aussi est étudié. « Nous travaillons à la demande le cèdre, le hêtre et l'acajou, des bois nobles et très résistants. » L'activité de Bennis Art regroupe 3 secteurs : Les salons marocains, d'extraordinaires faux plafonds richement décorés et la



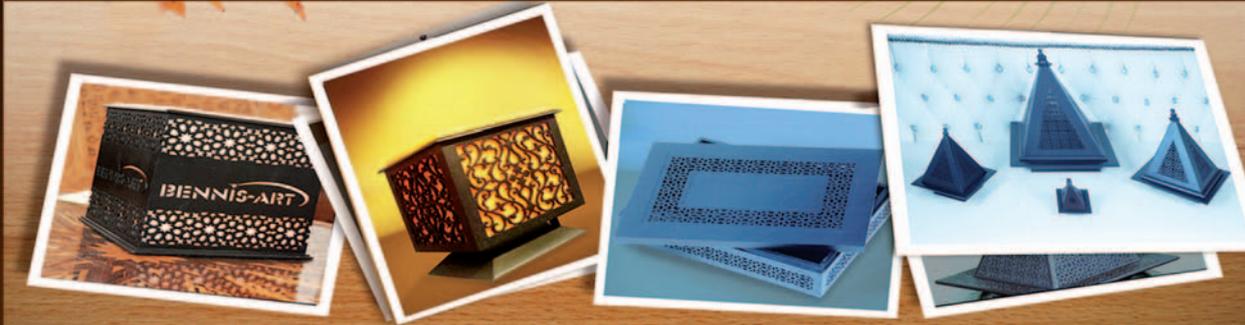
petite décoration. « Pour la petite décoration nous sommes capables de produire des objets personnalisés, ce qui est très intéressant pour les sociétés qui peuvent ainsi apposer leurs logos et offrir ce présent comme cadeaux de fin d'année à leurs clients. » Bien sûr les particuliers sont aussi invités à découvrir les photophores, téfors, petits luminaires mais aussi paravents, etc. Toutes les créations sont originales

et gardent toujours ce côté artisanal, même lorsque les motifs sont très contemporains. Pour les photophores par exemple, les modèles dentelés de motifs zelliges côtoient des créations aux lignes très modernes. L'habillage ajouré permet, lorsque la bougie est éclairée, de découvrir des jeux de lumières d'une rare beauté. « De plus, en commandant ces objets chez nous, vous offrez un cadeau citoyen, fabriqué 100% au Maroc à des prix très compétitifs. Et contrairement aux produits chinois par exemple, vous avez vraiment un artisanat d'art, une création originale de grande qualité que vous ne retrouverez pas partout. » « De plus, nous participons au développement de l'artisanat au Maroc en lui apportant une incomparable richesse humaine, artistique, technologique et organisationnelle. » Respect des délais, prix étudiés, garantie d'un travail soigné jusque dans les plus petites finitions, telles sont les valeurs ajoutées de Bennis Art. Alors pour cette fin d'année, que vous ayez besoin d'un salon ou d'un objet de décoration, une seule adresse : Bennis-Art votre fabricant créateur.



**BIENNIS-ART**  
DECO

- Articles de fin d'année
- Photophores personnalisés
- Boîtes et Téfors pour chocolats, produits de terroir, ...
- Et bien d'autres articles.



Tél : 06 60 15 22 03 - Fax : 05 22 23 85 17 - E-mail : [bennisart@gmail.com](mailto:bennisart@gmail.com)

 **Bennis Art Déco**

# Rais Ameublement

## Touchez du doigt la perfection !

Rais Ameublement est une société d'ameublement et d'agencement créée par Monsieur Rais en 1993. Cet homme surdoué, créatif et talentueux a commencé par exercer son apprentissage d'ébéniste à Fez, chez des maîtres renommés.



**E**n 1974 Monsieur Rais s'installe à Casablanca où il travaille pour la célèbre Maison Boury, spécialisée dans les faux-plafonds. Ebéniste, créateur de mobilier d'ébénisterie, designer de meubles, il est aujourd'hui un acteur incontournable du mobilier très haut de gamme. Chez Rais Ameublement, chaque meuble est unique... et pour cause, il est réalisé à la main par les meilleurs ébénistes de la région. Salons marocains ou européens, chambres, salles à manger, mais aussi miroirs, portes, faux plafonds sont réalisés sur demande dans des bois très variés, façonnés jusqu'au moindre détail. Vous rêvez d'un meuble spécifique? Rais le réalise et va même au-delà de vos espérances. Bien sûr, toutes les tapisseries, tous les styles et couleurs de cuir de meilleures qualités

sont disponibles, vous pouvez même venir avec vos propres choix de tissus. Comme tout est fait à la main et que les finitions sont au-delà de l'imaginable, le coût est assez élevé mais pas vraiment plus important que des grandes



enseignes de meubles en série. Il faudra bien sûr être un peu patient car tout travail artisanal, avec une haute technicité comme celle-ci, demande du temps ; aussi nous vous conseillons de vous y prendre à l'avance pour être certain que votre meuble sera livré à votre convenance.

Côté agencement, laissez vos clés, Rais s'occupe de tout, du moyen-œuvre jusqu'à la dernière touche dé-

corative en passant par l'électricité et les lustres, la plomberie et la robinetterie, la climatisation, l'électroménager, les rideaux, carrelages, peintures, tapis et bien sûr meubles. Pour cela une équipe spécialisée dans chaque domaine est à votre service.

Le succès de Rais Ameublement est unique en son genre... Peu de publicité, peu d'articles dans la presse mais un bouche à oreille exceptionnel : « Nos clients deviennent nos amis » nous confie Monsieur Rais, « Il n'est pas rare que je dîne avec eux et ils sont ici chez eux ». Rançon de la gloire, les modèles originaux sont régulièrement copiés, mais ne sont jamais réalisés avec la même qualité d'exécution. D'ailleurs, la Maison a un secret de fabrication, un verni spécial, exclusivité Rais Ameublement, qui donne un rendu et une finition de qualité exceptionnelle.

De luxueuses créations 100% marocaines associées à un savoir-faire unique, voilà ce qui caractérise cette société toujours à l'écoute de ses clients et soucieuse de leur apporter entière satisfaction.

## RAIS AMEUBLEMENT

& AGENCEMENT D'INTERIEUR

infos@rais-ameublement.com



- Menuiserie - Bois
- Ebénisterie
- Tapisserie
- Décoration Intérieure

Showroom (Casablanca)  
33 Bis, Rue Imam el Aloussi - Racine Ext

Usine (Bouskoura)  
Route 1029 Sidi Maarouf

Mobile: 06 61 13 39 52  
06 63 54 30 44

Tél : 05 22 20 06 78  
Fax: 05 22 20 06 49

# L'art de recevoir passe par l'art de la table

**L**e comptoir des porcelaines met à votre disposition une véritable porcelaine blanche de Limoges. À noter que la « porcelaine de Limoges » est née, entre 1765 et 1770, de la

laines est une structure qui importe de la véritable porcelaine de Limoges et qui est installée depuis 2 ans sur Marrakech » nous explique Hichem Harmal, directeur du Comptoir des Porcelaines.

toutes les attentes avec le souci de satisfaire au mieux la clientèle. De plus, tous les produits peuvent être décorés ou personnalisés avec vos propres logos. « Nous pouvons personnaliser



découverte de kaolin à proximité de Limoges, matériau indispensable à la production de cette céramique dure et translucide. « Le Comptoir des Porce-

Cette société s'est très vite imposé pour combler les besoins professionnels en art de la table. Spécialisée en hôtellerie et restauration, elle répond à

notre vaisselle avec logo de la société, cela consiste par exemple à ce qu'un hôtel souhaite sigler sa vaisselle avec son logo et un filet afin qu'il puisse se démarquer des autres établissements. Où aussi pouvoir personnaliser des événements comme des cadeaux de fin d'année... » De plus, vous trouverez également une large gamme de coffrets-cadeaux pour personnaliser vos événements. « Pour cette fin d'année, nous proposons des coffrets-cadeaux avec des tasses, des vides poches, des verres beldi avec des scènes de vie Marrakchi. » À chaque demande, le Comptoir des Porcelaines, met à votre disposition une équipe de professionnels qui sauront vous conseiller.



**Renseignements :**  
[www.comptoirdesporcelaines.com](http://www.comptoirdesporcelaines.com)



# POSIMAT



*Redresseur de bouteilles en plastique, d'une grande simplicité de fonctionnement, efficace, et qui ne nécessite pratiquement aucun entretien. Convient à une grande variété de formes et de tailles de bouteilles. Changement de format simplement en branchant et débranchant les nouveaux sélecteurs/ entonnoirs du format à positionner, sans recourir à des outils (sans outillages ni réglages). Ces changements de format peuvent être réalisés facilement par un opérateur de ligne en peu de temps.*

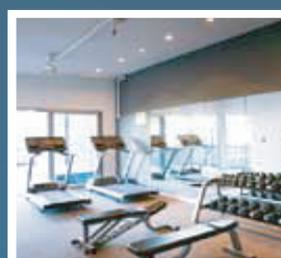
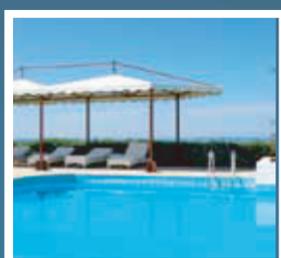
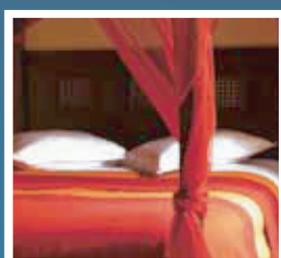
28, Bd. Al Massira Al Khadra, 2ème étage, appt n° 6 - 20100 - Casablanca  
Tél : + 212 05 22 36 57 26 / 36 57 68 - Fax : +212 05 22 39 77 87  
Site web : [www.sopri.co.ma](http://www.sopri.co.ma) - E-mail [sopri@sopri.co.ma](mailto:sopri@sopri.co.ma)

Salon International de l'Équipement  
 Professionnel pour l'Hôtellerie,  
 la Restauration, les Métiers de bouche,  
 le Bien-être et les Loisirs.

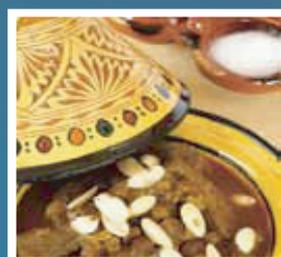


# MAROCOTEL

by EQUIP'HOTEL PARIS



**7 - 10**  
**mars 2012**  
**CASABLANCA**  
 12<sup>e</sup> édition



Office des Foires et Expositions de Casablanca

*Votre vecteur de développement !*

Adil KARIM  
 Directeur du Salon  
[adil.karim@reedexpo.fr](mailto:adil.karim@reedexpo.fr)

Organisateur :

 Reed Exhibitions Morocco

Abdellatif BENBIGA  
 Responsable Commercial  
[abdellatif.benbiga@reedexpo.fr](mailto:abdellatif.benbiga@reedexpo.fr)

Tél: 0522 46 54 52 / GSM: 0661 42 93 64 / Fax: 0522 27 43 39

Forum Bab Abdelaziz. 62 bd d'Anfa - 6<sup>ème</sup> étage Apt 61 - Casablanca - Maroc

Partenaire Officiel :

**Simmons**  
 N°1 MONDIAL

Partenaires Senior :



Partenaires Média :



Partenaire Info :

