

FOCUS SUR LES ARÔMES ALIMENTAIRES

Février 2014

25MAD / 5€ / 6\$

N° 47

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

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



ANP : LES PROGRAMMES D'INVESTISSEMENT



Huile d'olive
Le défi qualitatif



Fromage
Un produit en devenir au Maroc



Tendance
Quel chocolat pour demain?

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

Votre badge d'accès sur :
www.marocotel.org
Code : PRM



MAROCOTEL
by EQUIP'HOTEL PARIS

Du 12 au 15 mars 2014
Office des Foires et Expositions
de Casablanca

Organisateur



Sous l'égide
du Ministère
du Tourisme

Partenaire Officiel



Partenaires Seniors



Partenaires Institutionnels



Partenaires Medias



Partenaire Info



Partenaire Recrutement



Alexandre Delalonde
Directeur de publication

Claude Vieillard
Responsable de rédaction

Yves Hazette
Directeur Commercial
E-mail : yves.resagro@gmail.com
(+212) 672 70 42 08

Safia Ouakil
Directrice administrative et financière

Mohamed El Allali
Infographiste-maquettiste / Chef de projets web

Service commercial
contact@resagro.com
(+212) 522 24 95 97

Hanane Jabel
Assistante commerciale
E-mail : hanane@resagro.com

Dominique Pereda
Correspondante francophone
E-mail : dpereda@resagro.com
pereda.resagro@gmail.com

Fanny Poun
Correspondante anglophone
E-mail : fanny@resagro.com

Laetitia Saint-Maur
Correspondante hispanophone
E-mail : laetitia@resagro.com

Imprimeur
Imprimeur Idéale, Casablanca
Tél : (+212) 522 60 05 57
Imprimé au Maroc - Printed in Morocco.

Compad, agence de communication
BP 20028 Hay Essalam
C.P - 20203 - Casablanca
E-mail : contact@groupecompad.com
Tél. : (+212) 522 24 95 97
Fax : (+212) 522 24 02 69
E-mail : contact@groupecompad.com
Site Internet : www.groupecompad.com

RC :185273 - IF: 1109149
ISSN du périodique 2028 - 0157
Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009
Dépôt légal : 0008/2009
Tous droits réservés.
Reproduction interdite sauf accord de l'éditeur.
Tirage : 10 000 exemplaires

Edito



Le secteur agro-alimentaire doit s'adapter pour se développer car il est sans cesse confronté à des enjeux importants, nombreux et variés. Tout d'abord l'internationalisation croissante des échanges alimentaires ; le Maroc doit développer non seulement ses exports mais aussi la demande nationale croissante. Les variations de la demande alimentaire nationale et mondiale sont déterminantes pour l'évolution du secteur agro-alimentaire. Ensuite, il faut s'adapter aux nouvelles technologies qui auront dans un futur proche, un impact capital sur le devenir du secteur ; on peut citer entre autres les biotechnologies, les technologies de l'information et de la communication, ... Le dernier enjeu, et non des moindres est celui de la sécurité sanitaire, de la qualité alimentaire et de l'environnement. Dans les années qui viennent, elles seront capitales. En ne prenant pas en compte ces enjeux, le secteur agro-alimentaire marocain risque de ne pas être en mesure de bien se positionner sur le marché international et de ne pas être compétitif face aux deux tendances à venir : la libéralisation croissante des échanges dans le domaine alimentaire et l'augmentation de la demande alimentaire mondiale.

Resagro suivra bien sûr les évolutions du secteur. En attendant nous vous proposons dans ce numéro plusieurs articles de fond : les différents arômes alimentaires; le défi qualitatif de l'huile d'olive; les différents fromages que l'on trouve au Maroc et leurs textes de loi et bien d'autres à découvrir.

Côté HoReCa, nous nous sommes intéressés entre autres aux Trophées Européen Innovation 2014, au salon Marocotel (présentation, interviews et nouveautés), à la cuisine moléculaire et aux hôtels Marriott.

Bonne lecture.

Alexandre DELALONDE

Sommaire

RESAGRO Février 2014
Le mensuel des décideurs



26

Périscope

Agroalimentaire

Nouveaux produits	14
Les arômes alimentaires (1ère partie)	16
Le fromage au Maroc	20
CFIA 2014	24
L'huile d'olive : le défi qualitatif	26



16



20

Solutions

Nouveaux matériels	30
Quel chocolat pour demain?	32
Le marché des machines agroalimentaires	34
Les assortiments complémentaires	36
ANP : programme d'investissement 2014/2018	38



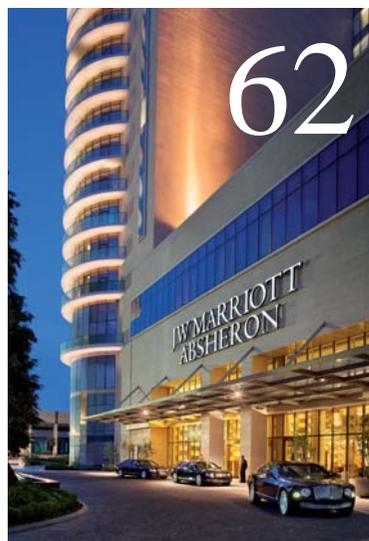
24

Salons

40



2 RECETTES SELON MAILLE	42
LES NEWS	44
CFIA2014	48
MAROCOTEL : INTERVIEW Adil KARIM	50
MAROCOTEL ; INTERVIEW HICHAM LAHLOU	52
LA CUISINE MOLÉCULAIRE	56
LE 25 CASABLANCA	60
LES HÔTELS MARRIOTT	62
L.A. FUEL ENERGY	58



62



60



50



SNI réalise la phase 2 de la cession du contrôle de Cosumar

Suite à la cession d'un bloc de 1 027 490 actions au prix unitaire de 1900 dirhams réalisé le 22 janvier 2014 au profit d'un large nombre d'investisseurs institutionnels (Axa Assurances, CNIA Saada, RMA Watanya, SCR, Wafa Assurances, MAMDA, MCMA, CDG, CMR, RCAR, Wafa Gestion, CFG ainsi qu'un gestionnaire de fonds sud-africain), SNI a franchi successivement à la baisse les seuils de 33,33 %, de 20 % et de 10% dans le capital de la société. SNI détient suite à cette opération 9,11 % du capital de la société, qu'elle a l'intention de céder ultérieurement sur le marché boursier de Casablanca.

SNI avait conclu le 15 avril 2013 un accord stratégique visant l'adossement de Cosumar à un partenaire industriel de référence, le 1^{er} groupe agroalimentaire asiatique Wilmar International, au terme duquel elle a cédé 27,5 % du capital de la société à ce Groupe et avait annoncé son intention de constituer un large consortium d'investisseurs institutionnels marocains qui s'adosseront à Wilmar pour former le nouveau noyau majoritaire de Cosumar.

Dans le sillage de l'opération, certains investisseurs institutionnels se sont alliés à Wilmar International pour former un bloc de contrôle de 54,0 % du capital et des droits de vote de la société. Ce bloc de contrôle sera régi par un pacte d'actionnaires qui aura pour objectif d'instaurer une gouvernance partagée entre Wilmar International et les investisseurs institutionnels marocains. Cette opération est intervenue après autorisation des autorités gouvernementales obtenue le 2 décembre 2013.

Cette cession du contrôle ouvre de nouveaux horizons pour la société, qui bénéficiera à la fois de l'expertise d'un opérateur métier leader et du soutien des actionnaires marocains. SNI passe donc le relais de sa présence dans le capital de cette société, qui a réussi à devenir un acteur de référence au service du développement de la filière locale, et disposant d'un modèle économique pertinent et résilient ayant permis d'attirer des investissements étrangers de qualité.

Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'opération de réorganisation annoncée par SNI en mars 2010 qui prévoit le changement de vocation du groupe ONA/SNI : d'un conglomérat opérationnel multi-métiers gérant au jour le jour ses participations, à une société d'investissement et de portefeuille investissant sur le long terme.

Contact

SNI : Karim CHBANI • Téléphone +212 633 29 90 83 • e-mail contact@sni.ma

TRANSPORT

OPDR ETABLIT SON PROPRE RESEAU AU MAROC



Après plus de 120 ans de relations commerciales proches avec le Maroc, la compagnie spécialisée dans le transport maritime de courte distance et de logistique, Oldenburg-Portugiesische Dampfschiffs-Rhederei (OPDR) installe sa première filiale marocaine, « OPDR Maroc Sarlau » à Casablanca. Les nouveaux locaux et les employés sont opérationnels depuis le 15 Janvier 2014. OPDR propose jusqu'à trois services réguliers par semaine à destination et en provenance du Maroc ainsi qu'un service hebdomadaire direct reliant les ports d'Europe du Nord de Hambourg, Tilbury, Rotterdam et Anvers avec Casablanca et ce dans les plus brefs délais de transit disponibles sur le marché. Un second service OPDR fournit un lien complémentaire et direct entre Hambourg, Rotterdam, Tilbury et Casablanca via les îles Canaries ainsi qu'entre Casablanca et les différents ports de la Péninsule Ibérique. Les liaisons rapides entre le Maroc, le Portugal et les régions Scandinave et Balte, font également partie du service de OPDR. Les conteneurs 40 'Pallet Wide High Cube et 40' High Cube Reefer sont disponibles sur tous les services.

opdr.com

EMBALLAGE

2014 ANNÉE PORTEUSE

63 % des acheteurs d'emballages oeuvrant dans l'agro-alimentaire (hors liquides) envisagent des perspectives de production à la hausse pour 2014. Voilà un des enseignements positifs de l'Observatoire de l'Emballage réalisé en amont du salon Emballage qui se tiendra du 17 au 20 novembre 2014 à Paris. Ceci replace le secteur de l'agro-alimentaire en tête des perspectives de croissance devant la santé/pharmacie et la cosmétique, après avoir décroché pendant quelques années. Les fabricants d'emballages, eux-mêmes, confirment l'optimisme de leurs clients industriels puisque 52 % envisagent une croissance de leur activité et 32 % une stabilité.

Salon Emballage - Du 17 au 20 novembre 2014 - Paris



ELECTION

APEBI



L'APEBI - Fédération des Technologies de l'Information, des Télécommunications et de l'Offshoring a tenu son Assemblée Générale Ordinaire Élective le mercredi 8 Janvier 2014. L'Assemblée a élu son Bureau pour le mandat 2014-2015, avec M. Amine Mounir Alaoui pour Président et M. Mohamed Chakib Rifi pour Vice-président Général. Le nouveau Bureau est constitué aussi des membres suivants : Madame Samira Gourroum (Maroc Télécommerce) et Messieurs Ali El Azzouzi (Dataprotect), Lotfi Riffi (Omnidata), Gregory Desmot (Sage), Mohcine Benachir (Prestige Informatique), Mehdi Alaoui (Media Mobility), Mehdi Kettani (Inwi) et Touhami Rabii (Gemadec).

apebi.org.ma

REGLEMENTATION
AROME DE FUMÉE



Le règlement d'exécution (UE) N° 1321/2013 de la Commission européenne datant du 10 décembre 2013 établit la liste des produits primaires d'arômes de fumée autorisés dans l'Union pour une utilisation en l'état dans ou sur des denrées alimentaires et/ou pour la production d'arômes de fumée dérivés.

REGLEMENTATION
HUILE D'OLIVE



Le Règlement d'exécution (UE) n°1335/2013 de la commission européenne du 13 décembre 2013 modifie le règlement d'exécution (UE) n°29/2012 relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive.

Ecologie et économie, hygiène et performances !

Liebherr : la dynamique de l'innovation...

Liebherr s'engage toujours plus dans le respect de l'environnement : choix de matériaux, durabilité des appareils, fluides réfrigérants écologiques, efficacité énergétique optimale... Ces efforts ont abouti à l'obtention de plusieurs prix qui classent nos appareils comme les meilleurs de leur catégorie.

La nouvelle génération d'armoires gastronomiques Liebherr s'inscrit dans cette dynamique et répond à tous vos besoins en vous proposant un vrai concentré de technologie... à découvrir et redécouvrir sans plus attendre !



Fluide frigorigène propre R-290.



Jusqu'à 80% d'économie d'énergie !



Chargement direct de bacs GN, 150 cm de hauteur de chargement utile !

La maîtrise du froid :

Gastronomie, Boulangerie, Stockage, Boissons, Glaciers, Caves à vin...



L'induction professionnelle : La haute technologie au service de la gastronomie



LA CUISINE PRO-MOBILE !

SHOW COOKING VISIO TECNOX,
un concept innovant haute technologie

L'équipement tout induction modulable et haute technologie permet de cuire, frire et griller tous les produits sans mélange de saveurs. Plaque de cuisson simple ou double, wok et plancha, tout est à l'induction pour une parfaite maîtrise de la cuisson.

Le système de ventilation-filtration intégré permet un confort d'utilisation exceptionnel en toutes circonstances.

Les meubles de cuisson de la gamme professionnelle SHOW COOKING VISIO sont à la fois robustes, modulables, totalement mobiles et dotés d'une parfaite ergonomie dans leur conception. Du sur mesure à chaque service !

TECNOX

Découvrez l'étonnant concept
SHOW COOKING VISIO



ECONOMIE

OPA SUR COSUMAR



L'opération de cession de 24,5% du capital de Cosumar vient d'être réalisée à la bourse de Casablanca en

faveur d'une dizaine d'investisseurs financiers et institutionnels. Une première cession de 27,5% du sucrier avait été réalisée en avril 2013 par son ancien actionnaire majoritaire la SNI en faveur du groupe singapourien Wilmar. A noter que la SNI s'est également lancée dans de nouveaux secteurs comme les télécoms (Inwi) ou l'énergie avec la société Nareva qui mène d'importants projets dans les énergies renouvelables ou le charbon.

cosumar.co.ma

SOMMET DE L'UA

LANCEMENT DE « DO AGRIC »



A la veille du 22ème sommet de l'Union africaine, The ONE Campaign (<http://www.one.org>) lance une nouvelle campagne et un rapport pour inciter les gouvernements africains à consacrer au moins 10% de leurs budgets nationaux à des investissements agricoles

efficaces, à travers des budgets transparents et responsables. La campagne DoAgric. L'agriculture, ça paye appelle les dirigeants à adopter de meilleures politiques qui stimuleront la productivité, accroîtront les revenus et aideront des millions d'Africains à sortir de l'extrême pauvreté. Ce rapport liste un ensemble des recommandations politiques élaboré au terme d'un long processus consultatif avec les agriculteurs africains et les associations d'agriculteurs de tout le continent.

[Plus de détails sur one.org](http://www.one.org)

OLÉAGINEUX

JOURNÉE DE TRAVAIL DE LA FOLEA



La Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux (FOLEA) a organisé une journée de travail pour lancer la première campagne des cultures oléagineuses, qui fait suite au contrat programme signé avec le Gouvernement

en avril 2013. Le travail développé depuis près de dix mois par la Fédération et ses partenaires a permis de mettre à la disposition des agriculteurs tout un dispositif multipartite incluant l'ensemble des facteurs de production nécessaires à la filière. En ce qui concerne le financement, le Crédit Agricole a accordé des crédits à conditions avantageuses. Côté assurance, l'engagement de la MAMDA est en cours de finalisation pour mettre en place les assurances climatiques. Une importante remise à hauteur de 40% sur les prix des semences hybrides a également été négociée auprès des semenciers européens afin d'assurer une disponibilité rapide de graines hautement qualitatives. Par ailleurs, tel que prévu par le contrat programme, les agriculteurs ont reçu un engagement de rachat de leur récolte à prix garanti par l'ANIOM, l'association des industriels de la filière formée par la société Lesieur Cristal et le Groupe Belhassan. La rencontre a également permis la création d'une commission chargée de la Recherche et Développement, qui constituait un engagement pris dans le cadre du contrat programme.

AGRICULTURE

REGION LAÛYOUNE-BOUJDOUR-SAKIA EL HAMRA



Le Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, M. Aziz Akhannouch, a tenu fin janvier une rencontre avec un groupe de parlementaires des deux chambres ainsi que du président du conseil régional de la Région Laâyoune-Boujdour-Sakia El Hamra. Cette rencontre a eu pour objectif de rapprocher et partager les visions des professionnels et du ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime autour des perspectives de développement des secteurs agricole et halieutique dans la région. Cette rencontre a mis l'accent sur l'intensification et la valorisation des produits camelins et caprins et des produits laitiers bovins, le développement de la filière animale et a visé l'augmentation importante de la Valeur ajoutée agricole ainsi que l'augmentation des postes de travail dans le secteur.

HALAL

L'ASMEX LANCE LE CLUB HALAL EXPORT



L'Association Marocaine des Exportateurs a tenu en novembre dernier, sous la présidence de M.Hassan Sentissi El Idrissi, la séance constitutive du Club Halal Export, annoncé en septembre dernier à Meknès, en marge de l'Expo Halal International.

A travers le Club Halal Export, l'ASMEX a pour ambition de créer un espace de formation, d'information, de promotion et de création de valeur pour les entreprises exportatrices certifiées Halal et celles désireuses d'accéder à la Norme Halal Maroc. Le Club Halal Export offre ainsi aux adhérents de l'ASMEX, une plateforme d'échange

d'expérience et d'expertise entre les opérateurs privés, les organismes publics spécialisés, les organismes de promotion des exportations et les experts en certification Halal afin de leur ouvrir les portes d'un nouveau marché à forte valeur ajoutée.

asmex.org

SALON

LE MAROC A BERLIN



Le Maroc était présent à la 79ème édition de la Semaine verte internationale de Berlin qui s'est tenue du 17 au 26 janvier. Ce grand salon agroalimentaire a accueilli des coopératives qui ont exposé leurs différents produits agricoles : clémentines, huiles d'olive et d'argan, safran, ... De bonnes opportunités de commercialisation ont été enregistrées grâce notamment aux rencontres entre le ministère de l'agriculture et de la pêche maritime et les responsables allemands dans le but de renforcer la coopération dans le domaine agricole.

ABDL INDUSTRIE

Tél. : 05 22 35 92 91 / 35 88 06 - Fax : 0522 35 94 18 - E-mail : info@abdlinindustrie.com - www.abdlinindustrie.com

**EMBALLAGE
EUROPAC A TANGER**



Le fabricant d'emballages Europac va créer une nouvelle usine sur le site de la zone franche de Tanger Automotive City, au Maroc. Construite sur un terrain de 30 000 m², l'usine, qui produira du carton ondulé, ouvrira au premier semestre 2015. Elle emploiera 120 personnes. A noter que le groupe espagnol dispose depuis le début de l'année 2013 d'une première unité de production au Maroc. Le montant de son investissement dans le pays s'élève à 30 M€.

europacgroup.com

**MATÉRIEL
AMB-PROCESS PREND LA CARTE ENERCON**



La Société Marocaine AMB-PROCESS, installée à Casablanca, et qui distribue déjà au Maroc les marques : AFINOMAQ, ALBAGNAC, AROL, BEDI, CONPART, COSTRAL, ESPERA, ES TECHNOLOGY, FUBO, FT SYSTEM, KBA METRONIC, KORTHO, LOMA, TECNIMODERN, STONE INDUSTRIE, vient de prendre la carte ENERCON (USA) leader mondial du Thermoscellage par induction. Les joints créés lors de l'encapsulage par induction fournissent les preuves de manipulation, améliorent la fraîcheur du produit et empêchent les fuites coûteuses. Pour assurer l'application correcte des joints, ENERCON offre un choix étendu de scelleurs de capsule. Que vous ayez besoins d'un système rapide, d'un système semi-automatique ou d'un de nos scelleurs non capsulés, AMB-PROCESS sera à même de vous donner la meilleure solution.

amb-process.com

JUS DE FRUITS



PRET BERD POUR CITRUMA

La Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement (BERD) va accorder un prêt de 3,6 millions d'euros au producteur marocain de jus de fruits Citruma pour développer son outil industriel situé à Kénitra. La société est surtout connue pour sa marque emblématique Marrakech.

**CHAMPAGNE
RECU DES VENTES**



Info Reuters : Selon le Comité interprofessionnel des vins de Champagne, les ventes de champagne ont baissé de 1,5% en volume et de 2,5% en valeur en 2013, plombées par un recul en France et en Europe.

**ALIMENTATION
LE PROJET VEGEGO ! DE BONDUELLE**



En 2012, Bonduelle a initié une nouvelle phase de son développement pour définir ce que sera le groupe en 2025. Une démarche impliquant d'une part les actionnaires familiaux, et d'autre part les membres du Comité Exécutif, 300 managers et des experts extérieurs au groupe, a abouti fin 2012 au lancement du projet VegeGo! Programme visionnaire et fédérateur, VegeGo! a pour ambition de

faire du groupe Bonduelle « Le référent mondial qui assure le bien-vivre par l'alimentation végétale », assumant pleinement ses responsabilités vis-à-vis de ses actionnaires, collaborateurs, partenaires et clients et de l'environnement.

bonduelle.com

BISCUITERIE

NOUVELLE LIGNE DE BISCUIT LU



La biscuiterie Lu (Mondelez France Biscuits Production SAS), à La Haye-Fouassière, près de Nantes (Loire-Atlantique), va installer une ligne ultrarapide de production en lieu et place de trois lignes existantes, lesquelles produisent actuellement les biscuits Petit Brun, Petit Beurre et Thé. Cette nouvelle ligne, polyvalente travaillera 24 heures/24. lulechampdespossibles.fr

PÉNURIE

FROMAGE DE CHÈVRE



Au Royaume-Uni, une pénurie de fromages de chèvre dure depuis plusieurs mois. La demande en hausse et la réduction des approvisionnements en provenance d'Europe expliquent ce phénomène. La collecte de lait de chèvre est en baisse sur le continent, d'où sont importés en majorité les fromages de chèvre. Cela devrait se poursuivre au moins jusqu'en avril.

FROMAGE

CŒUR DE LION SE CUISINE



Marque emblématique de la tradition fromagère française, le Camembert Cœur de Lion figure aujourd'hui parmi les fromages préférés des Français. En plus de 20 ans, il est devenu un incontournable des plateaux de fromages. Aujourd'hui, ce Camembert s'invite en cuisine et dévoile de nouvelles façons de le déguster. Au four, en gratin, fondu, toasté, soufflé, seul ou accompagné... Le Camembert Cœur de Lion s'est associé aux chefs Flora Mikula et Yoni Saada pour imaginer mille et une façons de le cuisiner pour le plus grand plaisir de tous les palais !

coeurdelion.com



CEYLACOR
Mélanges d'épices et herbes pour la décoration.



CEYLAMIK
Pour l'élaboration, l'aromatization et la conservation de vos saucisses et merguez.



CEYLAN
Épices et herbes naturelles hygiénisées, entières et moulues.



CEYSONING
Assaisonnements et mélanges d'épices végétales.



PRESTIGRILL & MIXAGRILL
Marinades liquides et en poudre.



CEYLAROM
Saveurs pour l'industrie alimentaire.



BASES CULINAIRES
Bases, fonds et sauces pour l'élaboration d'aliments précuisinés.



PURESMOKE
Formules pour donner de l'arôme et de la couleur. Plats cuisinés et mijotés.

CEYLAN

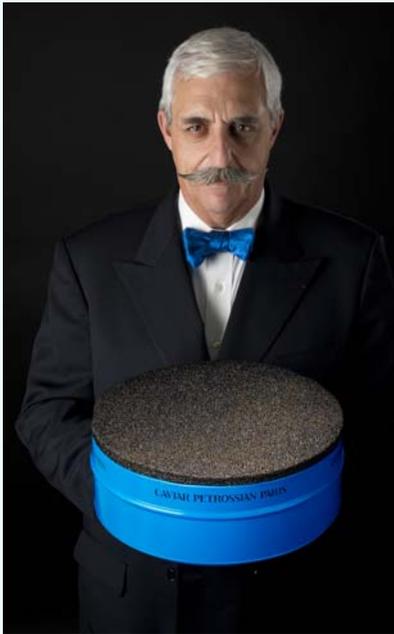
Traginers, 6 - Pol. Vara de Quart
46014 - Valencia (Spain)
Tel. 96 379 88 00 - Fax. 96 379 95 70
www.ceylan.es

Distributeur Exclusif CEYLAN au Maroc
SARL LACASEM
86, rue Mamoun Ahmed, Maârif
CASABLANCA.
Tel : 05 22 23 09 00
Fax : 05 22 98 65 32
E-mail : lacasemsarl@menara.ma



RECORD

PETROSSIAN ET LA PLUS GROSSE BOITE DE CAVIAR



Les plus grosses boîtes de caviar (10 kg) jamais imaginées (une première mondiale), qui d'autre qu'Armen Petrossian pouvait les inventer ? Baptisées «Terrible Ivan[®]», «Grande Catherine[®]», «Juste Alexandre[®] » en clin d'œil aux plus emblématiques Tsars de Russie, ce sont des présentations grandioses issues d'une conception unique de la fête, de la réception, une démesure toute slave. La table de fête est un théâtre où l'on met en scène les meilleurs mets

pour de grands événements de la vie. Il manquait au caviar des écrans fastueux, ils viennent d'être créés par Armen Petrossian. Confectionnées à la main en tirage limité, lithographiées, numérotées, ces présentations sont réalisées sur commande spéciale, avec un caviar d'exception, le « Tsar impérial[®] ».

petrossian.fr

PERNOD RICARD

LE BAR A COCKTAIL DOMESTIQUE CONNECTÉ



Un bar à spiritueux intelligent qui vous suggère des recettes de cocktails et vous alerte quand il manque un ingrédient ? C'est ce qu'a présenté le groupe Pernod Ricard en avant première mondiale lors de l'Innovation Day du groupe le 28 janvier à Paris. Ce nouveau concept, baptisé Gutenberg du nom de l'inventeur de l'imprimerie, se présente sous la forme d'une petite bibliothèque composée de plusieurs «livres», contenant différentes boissons alcoolisées du groupe (Havana Club, Absolut Vodka, Jameson, Beefeater...). Elle peut être installée sur n'importe quelle table chez soi. Chaque «livre» est posé sur une tablette qui reconnaît, via une puce NFC, les contenants et calcule le niveau d'alcool restant.

pernod-ricard.fr

HOTTES

FALMEC : 30 ANS D'EXPÉRIENCE

Cette année, Falmec impulse « un nouveau souffle » à sa marque sur le Web ! En effet, le spécialiste des hottes de cuisine design et novatrices dévoile www.falmec.ma, un espace en ligne dédié aux particuliers et aux distributeurs. Entre graphisme épuré et navigation aisée, la page d'accueil donne le ton. Ergonomique, l'interface offre clarté, accessibilité et simplicité d'accès à l'information. Les fonctionnalités modernes, intuitives, téléchargeables, offrent toutes les entrées vers l'information recherchée: présentation produits, innovations technologiques, service d'assistance, actualités... accès à une photothèque, aux catalogues.

« Falmec est le spécialiste de la Hotte Design en Europe depuis 30 ans. L'usine, située dans le nord de l'Italie a été créée et est dirigée par un ingénieur passionné d'innovation M Poser. Les hottes Falmec sont reconnaissables par leur design très tendance mais également grâce à la qualité de finition due à un process industriel très élaboré. Inventeur du NRS (Noise Reducing System) permettant de diminuer de façon considérable le bruit du moteur et de l'aspiration : entre 50% et 86% selon les modèles mais également du E.ion System (Ionisation Bipolaire Controlée) permettant d'éliminer au minimum 70% des odeurs sans conduit d'évacuation ni de filtre à charbon; Falmec est vraiment la référence dans la fabrication des hottes d'aspiration. » Pierre Caligaris, Directeur Commercial Export chez Eberhardt Frères.

www.falmec.ma



**PRIX NATIONAL
AGRO-FOOD INDUSTRIE**



L'entreprise de Marrakech, Agro-Food Industrie, qui produit et commercialise des produits d'alimentation bébé sous la Marque Vitameal Baby, représentée par Monsieur Abdelaziz Jouad, directeur Industriel et Madame Amal Charbaoui, responsable Qualité, a été récompensée au Prix National de la Qualité 2013 (Catégorie PMI) du Certificat d'encouragement à la Qualité. Pour rappel, Agro-Food Industrie est le 1er fabricant mondial dans la production de petits pots pour bébés 100% HALAL, sous la marque Vitameal Baby, avec plus de 50 références de légumes, viandes, poissons, volailles, compotes de fruits, boissons et céréales lactées disponible chez Marjane, Acima, Carrefour, Aswak Assalam...et dans de très nombreuses supérettes et épiceries du royaume. De nouvelles recettes seront lancées en 2014.

baby-nutrition.com

**SALON
LE MAROC PRESENT A BIOFACH**



Après une première participation en 2011, le Maroc prend part pour la deuxième fois au salon international des produits agricoles Bio «BioFach» qui se déroule du 12 au 15 février 2014 à Nuremberg au sud de l'Allemagne. Ciblent prioritairement le marché germanique, la participation marocaine ambitionne également de toucher l'ensemble du marché européen de produits agricoles bios. La délégation marocaine disposera d'un pavillon de 130 m² et sera composée de treize entreprises dont trois exposants de produits frais

biofach.de

α ALPHA INOX MAROC

LE PARTENAIRE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES, PHARMACEUTIQUE ET COSMETIQUE



Inox
Tôle
Raccord
Tube
Robinetterie
Visserie
Quincaillerie
Outillage
Fournitures
Industrielles

10, Avenue Tizi Ousli Aïn Sebaâ - Casablanca - Tél.: 05 22 34 17 03 / 09 - 05 22 34 16 44
Fax : 05 22 34 17 16 / 05 22 34 17 22 - E-mail : info@alpha-inox.com - Site web : www.alpha-inox.com

BAKER MELANGE POTAGER

Bäker Mélange Potager enrichit la panoplie de saveurs à disposition des professionnels du pain et de la restauration. Incorporé directement à la pâte en fin de pétrissage, il permet d'offrir aux consommateurs des produits variés à partir d'une même pétrissée. Aide culinaire inédite, simple d'utilisation et rapide à mettre en œuvre, elle inspire également les Chefs, apportant saveurs et couleurs dans ses multiples applications.



Bäker Mélange Potager est disponible sous forme d'inclusion à incorporer directement à la pétrissée, mais également sous forme de prémix 15% et mix 100% prêt à l'emploi.

Une création
de Millbäker
millbaker.com

DES FRUITS EN BARRES

Aussi bien destiné aux enfants qu'aux adultes, ce petit biberon est siroté discrètement à la cour de récré mais aussi au bureau ou dans le train quand on a une petite faim. C'est sans sucre ajouté, c'est discret, ce n'est pas salissant et ça se conserve même si on l'oublie. Mélanges variés: Pomme-Myrtille -Grenade, Rhubarbe-Cranberry, Pêche-Passion.



UN DESSERT POUR DIRE JE T'AIME

Pour que la gourmandise se pare des plus beaux sentiments, Ladurée a habillé ses entremets en forme de cœurs afin qu'ils brûlent de désirs savoureux ! Le Cœur Casanova est une magnifique offrande de deux biscuits macaron chocolat, avec à l'intérieur une confiture de framboise et un crémeux chocolat Madagascar ainsi que des framboises fraîches.



Morocco Mall – Casablanca

CREPES CHOCOLATÉES



Francine profite de la Chandeleur pour élargir sa gamme dédiée à la fabrication de crêpes avec une préparation pour pâte à crêpes chocolatée. Elle s'ajoute aux recettes pour crêpes nature, pour pancakes et gaufres.

francine.com

NOUVEAUX CROCOS



Haribo, le leader de la confiserie en sachet relance ses célèbres crocodiles gélifiés avec deux nouvelles couleurs : bleu et orange. Au passage, le vert gagne en éclat.

haribo.com



MONSTER LIGHT

La marque d'energy drink distribuée par Coca-Cola Entreprise, Monster, lance une version light, garantie sans sucre et sans calorie, dans une canette de 500 ml. Cette boisson énergisante, dans le Top 10 aux Etats-Unis, a été lancée voici quatre ans en France.

Coca-Cola Entreprise

PURÉE SANS HUILE DE PALME



Panzani Plus a concocté une nouvelle recette de purée micro-granulée sans huile de palme. Purée testée en cuisine collective selon les critères suivants : la couleur (un beau jaune), l'odeur (une bonne odeur de pommes de terre), le goût (un bon goût de pommes de terre assez neutre et qui peut être assaisonné au gré des envies) et la texture (onctueuse avec la présence de micro-granules qui permettent de détendre ou épaissir la purée en ajoutant ou diminuant la quantité de liquide).

Conditionnée en sac aluminium de 5 kg en boîte carton.

panzanifoodservice.com

TERRES SAUVAGES

Développée par La Ferme Rouge pour Pernod Ricard Maroc, la gamme Terres Sauvages est l'expression de la richesse du terroir Marocain et du savoir faire de Vignerons d'exception.



Décliné en qualités rouge, blanc et rosé, ce vin élégant et de caractère contribue à enrichir l'offre des grands vins du Maroc.

Prix de vente conseillé :
145 Dhs.



Le Légume fraîchement préparé

FrêLug, la solution du prêt à l'emploi avec des légumes frais, lavés, épluchés et découpés.

Lot 121 – RDC- Zone Industrielle de dar Bouazza
Tel : 0522 96 52 12 / Fax : 0522 96 51 16 - Site web : www.frelug.com



AROMES

Ces parfums alimentaires (1ère partie)



Depuis le début du XXème siècle, les acteurs de l'industrie agroalimentaire s'intéressent de plus en plus à créer toutes sortes d'arômes naturels ou synthétiques afin de rendre leurs produits plus attractifs pour le consommateur.

Par Claude Vieillard

POURQUOI AJOUTER DES ARÔMES AUX ALIMENTS ?

- Pour compenser les pertes ou manques aromatiques dus aux procédés de fabrication
- Pour intensifier la saveur d'un produit
- Pour diminuer le coût de fabrication d'un produit en réduisant l'ingrédient principal
- Pour créer une nouvelle saveur

LES TYPES D'ARÔMES

- Les arômes naturels : Cette catégorie concerne les arômes qui contiennent uniquement des substances aromatiques naturelles. Il s'agit des matières aromatisantes d'origine végétale ou animale, et obtenues par un procédé culinaire usuel (cuisson, fermentation..) ou par des procédés physiques, microbiologiques ou enzymatiques. Les arômes naturels sont les plus chers et les plus sollicités.
- Les arômes identiques aux naturels : ce



La composition d'un arôme commercial est presque toujours un secret jalousement gardé par son fabricant. La principale raison est qu'en définitive, les arômes sont les responsables des différences qui existent entre les marques.



Créateur Fabricant d'Arômes

Arômes identiques naturels sans alcools, sans allergènes, sans ogm's (halal et kosher)

Gamme Arômes fruits secs pour applications diverses : laitiers, glaces, fourrages et desserts

- Amande amère, douce, à la fleur d'oranger
- Noisette grillée, crémeuse, toffee,
- Pistache grillée, crémeuse,
- Cocktails de fruits secs avec noix, amande, raisins secs, noisette, nata, miel, fleur d'oranger
- Mazapan : amande douce, coco, caramel, chocolat
- Praliné : amande, noisette, beurre-caramel
- Nougatine : noix, nata, caramel, fleur d'oranger
- Note fruits secs type beldi à l'eau de rose et/ou fleur d'oranger
- Miel noix à la fleur d'oranger

Gamme de préparations naturelles :
Caramel, montelimart Nougat, Pâte de noisette grillé, Toffee caramel, chocolat noir caramel, Amlou Cacahuettes ou amande à l'huile d'argan.

Contactez nous pour tout développement spécifique

43, Bd Gandhi, résidence Alami - 20200 Casablanca - Tél/Fax : 0522 944 617
Gsm : 0661 189 031 - Email : contact@aromes-co.com - Siteweb : www.aromes-co.com

Le saviez-vous ?

L'arôme naturel se divise en 3 catégories :

- Les arômes naturels qui proviennent d'un produit naturel comme la fraise, le poivre... et qui contiennent au moins 95% de la source aromatique mentionnée.
- Les arômes naturels (sans qualificatif) : c'est un arôme 100% naturel qui peut être constitué de plusieurs sources, toutes naturelles.
- Les arômes naturels qui ont le goût de la source naturelle et qui ne sont pas obligatoirement extraits de la matière première dont ils ont le goût. On a l'exemple de l'arôme pêche qui peut être extrait du fruit (la pêche) mais aussi à partir d'huile de ricin



sont des arômes obtenus par synthèse mais dont la composition chimique est identique à celle des arômes naturels.

- Les arômes artificiels : Ce sont des arômes préparés par synthèse mais dont la composition chimique diffère de tout produit naturel.

Ces deux dernières catégories constituent ce qu'on appelle « les arômes de synthèse ». Elles sont des molécules organiques dont les structures moléculaires sont différentes. Pourtant, elles se rencontrent dans les différentes classes fonctionnelles de la chimie organique. On distingue également différentes caractéristiques :

- Les arômes liquides : Aromatisation de crèmes, glaces, garnitures et crèmes pâtisseries
- les arômes en pâtes : Crèmes pâtisseries, garnitures et glaces.
- les arômes en poudre : Application

uniquement dans les procédés industriels.

LE CAS DES ARÔMES NATURELS

Comme nous vous le précisons plus haut, cette catégorie concerne les arômes qui contiennent uniquement des substances aromatiques naturelles. Pourtant, il est souvent difficile de s'y retrouver. Prenons l'exemple de l'arôme fraise. Nous pouvons trouver :

Arôme naturel de fraise : Dans ce cas, 95% des aromatisants doivent être issus de la fraise. Les 5% d'aromatisants naturels restants ne doivent que typer le bouquet aromatique du produit et ne pas dominer le cœur du produit.

Arôme naturel de fraise avec autres arômes naturels : Ici, les aromatisants naturels issus de la fraise représentent moins de 95%. Cependant, ils restent présents et identifiables au niveau aromatique.

Le gingembre a le vent en poupe !

Si, par le passé, la racine à saveur fruitée et piquante a surtout été utilisée dans la cuisine chinoise, on la trouve aujourd'hui sur les rayons des supermarchés du monde entier. En répondant à cette tendance du « piquant », Döhler a développé un large portefeuille d'arômes au gingembre. Les arômes donnent un goût unique à toutes les boissons et tous les aliments que l'on peut imaginer.

Arôme naturel goût fraise qui a le goût de la source naturelle et qui n'est pas obligatoirement extraits de la matière première dont il a le goût. L'arôme de fraise peut ainsi être extrait à partir de copeaux de bois australiens.

Ainsi l'appellation arôme naturel peut être utilisée dans plusieurs cas de figure. Soit dans le cas précédent où la source est présente mais plus identifiable ou dans le cas où il s'agit d'une composition aromatique naturelle ne faisant pas appel au produit lui-même. Ce qu'il est important de retenir, c'est que le terme « naturel » ne peut être utilisé que lorsque la partie aromatisante de l'arôme est complètement naturelle. Le terme « arôme » ou « arôme fraise » définit un arôme de synthèse.



Dossier à suivre dans Resagro 48

metarom GROUP

PARTENAIRE DU GOÛT

Ingrédient à part entière dans les produits alimentaires sucrés et salés, l'arôme est un vecteur de plaisir. Il participe à la signature gustative du produit fini en prenant en compte les préférences des consommateurs et en répondant aux contraintes des procédés de fabrication industriels.

Implantée à Benslimane, notre équipe locale, METAROM UMA, est disponible pour répondre en direct aux besoins spécifiques du marché marocain. Elle s'appuie sur le savoir-faire de l'entreprise familiale française METAROM Group pour fournir des produits de qualité adaptés aux préférences locales.

METAROM Group développe et fabrique des solutions aromatiques pour l'industrie alimentaire depuis plus de 60 ans. Une équipe d'aromatiseurs créatifs développe de multiples saveurs : notes fruitées, notes chaudes et gourmandes, notes épicées, cuisinées ou encore laitières... toute une palette de goûts, des plus traditionnels aux plus surprenants ! Elle offre



des arômes sucrés et salés pour toutes sortes d'applications comme la biscuiterie, la boulangerie, les produits laitiers, les glaces, les boissons ou encore les conserves et les snacks. Elle propose aussi bien des solutions naturelles que synthétiques sous forme liquide, poudre ou émulsion et peut intégrer certains aspects techniques comme des colorants et des stabilisants.

Sur le terrain, l'équipe METAROM UMA accompagne les industriels marocains tout au long de leur processus de développement afin de leur garantir un produit qui correspondra précisément à leurs demandes (Pour tout renseignement, service commercial : 06 61 24 53 89).



metarom GROUP

ARÔMES & CARAMELS



CRÉATEUR DE SOLUTIONS AROMATIQUES

Arômes sucrés et salés, solutions fonctionnelles.



CRÉATEUR DE CARAMELS

Caramels aromatiques, fourrages, nappages et colorants.

RCS 397 546 840 000 29 - POINT-VIRGULE - 03 44 23 48 48

METAROM UMA

Zone Industrielle Bloc 1 n°6 - Benslimane, Marocco
Tél. : +212 546 15 32 65 - Fax : +212 523 29 80 28
Mail : contact@metarom.ma - www.metarom.com



LE FROMAGE AU MAROC

Un produit en devenir

Par Claude Vieillard

Pendant longtemps, on ne consommait au Maroc que les fromages produits par les petites unités fromagères. Il s'agissait surtout de fromages frais bruts, comme le traditionnel Jben qui se retrouve dans toutes les cuisines marocaines. Puis, le fromage fondu est arrivé et a remporté tous les suffrages avec des consommations record. Aujourd'hui, les habitudes de consommations changent et une plus grande variété de fromages trouve désormais sa place sur les étals.

Le fromage, au Maroc, provient à la fois des unités industrielles fromagères à capacité de production relativement élevée et des petites unités fermières produisant essentiellement du fromage frais. La production de ces petites unités fermières (non comprise dans le calcul de la production totale), représente une part importante de la consommation nationale en fromage. D'ailleurs, depuis quelques années, les producteurs s'intéressent de plus en plus aux multiples déclinaisons de ce produit

laitier. De Chefchaouen à Essaouira en passant par Meknès, des fromageries artisanales et des coopératives ont vu le jour et développent une gamme toujours plus étendue de fromages savoureux et de caractère.

L'INDUSTRIE FROMAGÈRE

Tout d'abord, il faut distinguer les fromages frais à la texture et au goût légers, les fromages affinés au goût plus prononcé et les fromages à pâte molle, dure, fleurie... Chaque fromage a

Les grandes familles de fromages que l'on trouve au Maroc.

- Le fromage à pâte pressée cuite: Gruyère, Emmental
- Le fromage à pâte pressée demi cuite: Saint Paulin, Gouda
- Le fromage à pâte molle: Camembert
- Le fromage à pâte persillée: Bleu, Roquefort
- Le fromage fondu: issu d'autres fromages et d'autres produits laitiers.

La belle histoire

Il était une fois... une jolie crèmière Marocaine qui eu un véritable coup de cœur lorsqu'elle a visité les régions de France et dégusté leurs fromages. De cette rencontre émotionnelle qu'elle évoque avec passion, est née l'idée savoureusement originale d'ouvrir à El Hanchane, une fromagerie du cru. Afin de sublimer les produits de la crèmerie, elle décide de créer en ces lieux, saveur et création fromagère. Elle peut ainsi proposer de vous faire découvrir et de redécouvrir l'alliance des produits laitiers fermiers et les spécialités fromagères à base de bon lait cru et selon la saison. Ainsi naquit voici près d'un an, un établissement dans l'esprit d'une synergie producteur-revendeur.

La fromagerie du coquelicot -
fromage-maroc.com

sa recette de fabrication et son public. Et pour faire un bon fromage, il faut une industrie de qualité, qui, est de plus en plus présente dans le paysage du Royaume. Elle travaille à la production de gammes de fromages de plus en plus variés et qualitatifs. Afin d'obtenir les meilleurs produits en termes de goût, mais aussi d'hygiène, elles optent souvent pour des techniques traditionnelles alliées aux dernières techniques de pointe des plus grands fromagers d'Europe. Il est à noter que la liste des fromages produits au Maroc est chaque jour plus longue et que le « fromage rouge », connu de tous, qui doit son nom à la pellicule rouge qui l'entoure, n'est pas le seul à être apprécié. Ce dernier reste cependant le plus consommé au Maroc derrière le fromage fondu en portion. Mais les goûts des consommateurs évoluent,



la tendance est à la diversité et à la découverte de nouvelles saveurs, preuve en est le très bon accueil réservé au bleu, apprécié pour son caractère fort. Un signe des plus prometteurs pour l'industrie fromagère.

La production nationale n'étant pas suffisante, le Maroc importe une quantité importante de pâtes de fromage particulièrement des pays de la CEE comme matière première pour la fabrication industrielle du fromage. Côté importations, les fromages représentaient 458 MDH en 2011 contre 355,3 MDH il y a 5 ans, soit une progression de 29% pour près de 30.000 tonnes de production. La production fromagère est surtout dominée par le fromage frais et le fromage à tartiner. La grande partie du fromage affiné est importée. On compte près de 11.000 tonnes de fromages importées par an ce qui représentent près de 5% des importations totales en produits laitiers.

LES LÉGISLATIONS

Il faut savoir que la dénomination « fromage » est réservée au produit fermenté ou non, frais ou affiné, solide ou semi-solide, obtenu par la coagulation du lait entier, lait écrémé, lait partiellement écrémé, crème, crème de lactosérum ou babeurre, seul ou en combinaison et par égouttage partiel du lactosérum résultant de cette coagulation, additionné ou non des colorants et aromates autorisés. La teneur en matière sèche du produit ainsi défini doit être de 23 grammes pour 100 grammes de fromage.

D'AUTRES PRÉCISIONS SONT À RETENIR

- fromage blanc : est réservée à un fromage non affiné qui, lorsqu'il est fermenté, n'a pas subi d'autres fermentations que la fermentation lactique ;

- fromage frais : c'est du fromage blanc qui doit renfermer une flore vivante au moment de la vente au consommateur, sa teneur en matière sèche peut être abaissée à l'exception du demi-sel et du petit suisse jusqu'à 15 g ou 10 g pour 100 grammes de fromage selon que sa teneur en matière grasse est supérieure à 20 g ou au plus égale à 20 g pour 100 g de fromage, après complète



dessiccation ;

- fromage bleu : la dénomination bleu est réservée à un fromage affiné à pâte légèrement salée, malaxée et persillée en raison de la présence de moisissures internes de couleur bleue.

- fromage fondu : est réservée au produit de la fonte du fromage et d'un mélange de fromages, additionné éventuellement d'autres produits laitiers, présentant une teneur minimale sèche de 43 g pour 100 grammes de produit fini et une teneur minimale en matière grasse de 40 g pour 100 grammes de produit, après complète dessiccation ;

- fromage fondu allégé : est réservée au produit issu de la fonte du fromage et d'un mélange de fromages, additionné éventuellement d'autres produits laitiers, présentant une teneur minimale en matière sèche de 31 grammes pour 100 grammes de produit fini et renfermant de 20 à moins de 30 grammes de matière grasse pour 100 grammes de produit, après complète dessiccation ;

Le Jben (fromage blanc) est un produit laitier connu et consommé au Maroc depuis fort longtemps aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain. C'est un produit exclusivement marocain très populaire et très apprécié à l'échelle nationale.

Un fromage de chamelle nommé Ajban Dakhla!

Une coopérative féminine située au sud du Maroc, à Dakhla, produit un fromage obtenu exclusivement à partir de lait de chammelles. Ce fromage tient son caractère spécial du fait de la difficulté à transformer sa matière première : le lait de chammelles ... lequel ne donne en effet pas de beurre ou de fromage à partir des procédés conventionnels utilisés pour le lait des autres animaux de ferme. Il a donc fallu tout le talent des chercheurs de l'Institut agronomique et vétérinaire (IAV) Hassan II, et un bureau d'études spécialisé, pour mettre en place un procédé avancé ayant abouti à la production de ce fromage par une coopérative féminine locale, qui en assure aussi la distribution.

Disponible sur les étalages du marché de Dakhla, vendu à 25 dirhams les 100 grammes.

- fromage de chèvre : est réservée aux fromages de forme et de poids variables, préparés exclusivement avec du lait de chèvre. Ces fromages doivent contenir au moins 45 grammes de matière grasse pour 100 grammes de fromage après complète dessiccation.

- fromage mi-chèvre est réservée au fromage préparé avec un mélange du lait de chèvre et du lait de vache ou de brebis, et contenant au minimum 50 % du lait de chèvre. Ce fromage doit contenir au moins 45 grammes de matière grasse pour 100 grammes de fromage après complète dessiccation.

LE FROMAGE DE CHÈVRE

Nombreux sont ceux qui ont choisi de maîtriser totalement la chaîne de production, de l'élevage à la traite, en passant même par l'alimentation des chèvres, seule façon, selon eux de contrôler le goût final de leurs fromages. L'alimentation des animaux joue en effet un rôle essentiel et permet de jouer sur la finesse gustative des produits. Il y a même des « saisons » dans les fromages et un terroir, comme pour le vin. Les marques de fromages de chèvre en vente changent d'une région à l'autre du Maroc, et parfois même d'un point de vente à l'autre au sein de la même ville. Les grandes surfaces disposent d'une plus grande variété de



fromages de chèvre nationaux ou de marques importées. Les premiers sont vendus moins cher que les seconds plus taxés.

FOCUS SUR MARGAFRIQUE ET LE FROMAGE FONDU

Le fromage fondu est le produit-phare des fromages au Maroc. Il nous semblait important d'en savoir un peu plus. C'est pourquoi nous avons rencontré l'équipe Margafrique qui a fait du fromage fondu une de ses spécialités.

Pouvez-vous nous parler de Margafrique ?

Margafrique, créé en 1985, fait partie du Groupe El Eulj, un des fleurons de l'industrie marocaine, qui détient sur son marché une position de leadership, constitué de plusieurs domaines d'activité.

Dès 1958, le Groupe El Eulj s'est construit autour d'un positionnement porteur de sens : participer au développement économique national en offrant à ses consommateurs le meilleur de l'agriculture marocaine à travers des produits transformés de très haute qualité.

Margafrique s'est bien sûr totalement inspiré de ce positionnement pour devenir une entreprise majeure.

Quels sont les produits que Margafrique commercialise ?

L'activité principale de Margafrique est la fabrication de margarine sous toutes ses formes, touchant la grande consommation comme les professionnels. Suite logique de sa politique de diversification, Margafrique a également su s'imposer dans la fabrication et la distribution du fromage fondu ainsi que la distribution de jus de fruits, concentrés de tomates et



confitures et devenir un véritable leader dans le secteur agroalimentaire.

Les marques produites et distribuées par Margafrique sont nombreuses et surtout très reconnues par les consommateurs : La Prairie, La Hollandaise, Vital, Al Boustane (fabriqué par une société sœur et distribuée par Margafrique) Atlas, Mamati, Cheezy, Milkid. Autant de marques qui revendiquent leur marocanité, leur modernité et leur qualité.

Avec La Hollandaise, vous êtes devenu une des références du fromage fondu. Pourquoi avoir souhaité travailler particulièrement ce produit ?

Afin de comprendre la volonté de Margafrique d'investir dans le segment des fromages fondu nous devons faire une rétrospective de l'orientation stratégique de la société que nous pouvons résumer ainsi :

Devenir une société leader dans la fabrication et la distribution des produits de grande consommation en offrant aux marocains des produits de grande qualité. Avec La Hollandaise, nous œuvrons au quotidien pour respecter ce crédo. Mais plus encore, à travers une politique croissante d'innovation, nous souhaitons devancer le marché et créer de nouvelles habitudes qui feront de notre marque de fromage fondu une référence toujours plus appréciée et

IGP

Le fromage de chèvre de Chefchaouen a obtenu la mention « Indication géographique protégée » (IGP) qui permet d'identifier un produit comme étant originaire d'un territoire lorsqu'une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée dudit produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

K'lila

La K'lila est un fromage qui vient du sud-est du Maroc, dans la région d'Oujda et Figuig. Il est fabriqué par les femmes à partir du petit lait de chèvre, mais surtout de la chamelle, qui est caillé et séché. Ce fromage a une pâte dure, et il est très apprécié, dégusté avec des dattes, comme le veut la tradition marocaine. La K'lila peut être la base même d'un repas, avec des dattes, ou incorporée dans des recettes berbères et marocaines.

toujours plus renommée.

Quelles sont les règles pour fabriquer un bon fromage fondu?

Il y a d'abord des règles de base, comme dans tout travail industriel lié à l'agroalimentaire : l'hygiène, avec les contrôles les plus stricts à tous les stades de la fabrication et la qualité des produits intrants. Tout à l'heure nous parlions de prendre le meilleur de l'agriculture marocaine. Dès le départ, les produits que nous achetons nécessaires à la fabrication doivent correspondre aux exigences de nos critères qualité. Ensuite, nous avons développé des process à tous les niveaux pour faire de Margafrique une entreprise aux

normes du début à la fin de la chaîne. Et finalement ce sont nos employés, qui dans leur travail quotidien, favorisent le respect des règles par leur attention et leur professionnalisme.

Quelles démarches garantes-vous aux consommateurs?

Nous avons entamé un effort sans précédent pour améliorer la qualité de manière pérenne et renforcer les certifications.

Plusieurs axes sont développés pour assurer une qualité irréprochable, d'ailleurs Margafrique est certifié ISO9001 qui définit une série d'exigence concernant la mise en place d'un système de qualité orienté satisfaction client.

Plusieurs procédures sont mises en place afin d'assurer cette démarche qualité, notamment des panels interne set externes ainsi que la mise en place d'une procédure assurant le traitement des réclamations clients.

Comprenez bien que pour nous, ces exigences ne sont que du bonheur, dans le sens où elles valoriseront notre savoir-faire et apporteront aux consommateurs encore plus de garanties et de confiance pour nos produits.

Quelles variétés proposez-vous?

Il y a d'abord La Hollandaise nature, la seule du marché à offrir 3 Vitamines et du calcium, mais aussi La Hollandaise

cheddar, la seule mega-portion du marché au goût prononcé en fromage, la Hollandaise light avec seulement 9% de matières grasses et puis La Hollandaise au goût charcuterie fumé et au goût de cheddar qui font partie de la gamme Les Délices.

Mais bien plus que des variétés en terme de goût, Margafrique offre une variété de consommation entre les portions, les carrés et les pots.

Tout ça pour donner aux consommateurs plus de choix et de satisfactions.

Combien de temps de recherches et de développement faut-il avant de sortir un nouveau produit?

Nous respectons les normes de l'industrie en général, mais plus que cela, ce qui est intéressant est la part croissante que notre entreprise consacre à la Recherche et Développement. Nous sommes convaincus, et depuis longtemps, il faut rappeler que nous faisons partie des pionniers en la matière, que l'innovation sous toutes ses formes permettra de mieux répondre aux attentes des consommateurs qui sont de plus en plus friands de nouveauté.

D'autre part, les nombreux exemples de sociétés similaires dans le monde nous ont montré que la Recherche et le Développement sont finalement le point clé de la réussite d'une entreprise aujourd'hui.

La législation sur les fromages fondus est-elle suffisante au Maroc?

Il y a encore des efforts à fournir. Nous, nous sommes très exigeants sur ce point. Nous nous mettons à la disposition des législateurs pour faire avancer les règles et protéger les consommateurs.

lahollandaise.co.ma



Maroc Plan Vert

Compte tenu de la demande croissante du consommateur marocain en produits caprins (fromage frais et viande), la nouvelle stratégie du Plan Maroc Vert est venue consolider les actions déjà entreprises en accordant une place importante au développement de la filière caprine, notamment dans le cadre de son Pilier II. Ainsi, le Plan Maroc Vert prévoit plusieurs projets dans les zones où le caprin est important, notamment par le développement de la production du lait au Nord, la production de viande dans le Moyen et le Haut Atlas et dans les zones de l'Arganier, la production mixte de lait et viande dans les régions des oasis, la valorisation du lait de chèvres en fromage dans les élevages intensifs spécialisés, la labellisation des produits caprins dans certains terroirs, et la programmation de la recherche & développement comme composante essentielle pour l'accompagnement et le développement durable de la filière caprine.



CFIA RENNES 2014

Plus grande usine agroalimentaire de France



Véritables concentrés de compétences répartis sur trois pôles (Ingrédients & PAI, Equipements & Procédés, Emballages & Conditionnements), le salon CFIA s'impose comme un outil majeur au service des IAA et du dialogue entre industriels et fournisseurs.

Les 11, 12 et 13 février 2014, 1 300 exposants, dont près de 200 nouveaux spécialistes, présenteront leurs nouveautés sur 37 000 m² aux 15 000 visiteurs venus faire le plein d'idées ! Depuis 1997, le CFIA met en valeur les talents et fédère les forces pour contribuer au développement des IAA. Parallèlement, de nombreuses animations feront du CFIA 2014 un rendez-vous convivial et en lien avec l'actualité des IAA.

LES ANIMATIONS PHARES

Table ronde : « La situation de l'agroalimentaire breton, entre la fourche et la fourchette ! » - Mardi 11 février, de 15h à 18h - Salle de conférences hall 2 - En partenariat avec le cluster agro de Breizh Conseil, Xerfi et l'Adria Développement, la table ronde sera animée par Patrick Jourdain, pilote du cluster agro de Breizh Conseil et consultant en développement marketing et commercial auprès des IAA bretonnes.

Nouveauté : « Les Coulisses des Produits » - Passage halls 7/8 - En partenariat avec le Centre Culinaire Contemporain et le Manager de l'Alimentaire, une vitrine présentera 50 produits finis dans 5 catégories : « Frais, Ultra-frais, Surgelé, Epicerie sucrée et Epicerie salée ». Les industriels sélectionneront 5 produits dans chaque catégorie en amont du salon, puis les visiteurs détermineront sur place LE produit fini le plus innovant de l'année.

« Work in Agro » - Passage halls 5/9 - Sur un espace dédié, l'IFRIA (Institut de Formation Régional des Industries Alimentaires) et l'ABEA (Association Bretonne des Entreprises

Agroalimentaires) organiseront des rencontres entre étudiants à la recherche d'un emploi et grands groupes agroalimentaires (Bigard, Lactalis, Cité Marine, Panavi, Claude Léger, Farmor, Salaisons celtiques, Cooperl, Lait...).

« L'Innovation Tour » - Inscription gratuite : clubpai@wanadoo.fr - Organisé par le Club PAI, « L'Innovation Tour » permettra aux visiteurs de découvrir un bel échantillon de l'offre ingrédients PAI et les dernières tendances en matière de consommation alimentaire. Le mardi (14h30 - 16h) et le mercredi (10h - 11h30 et 14h30 - 16h), l'Innovation Tour permet aux visiteurs, accompagnés, de découvrir les principales innovations présentées sur les stands.

« L'usine agroalimentaire du futur » - Hall 10 Stand A29/B32 - Proposée par Bretagne Développement Innovation et Valorial, l'animation aura pour thème « La réalité virtuelle au service de l'excellence industrielle agroalimentaire ». Munis de leurs lunettes 3D, les visiteurs découvriront une ligne de production dans le cube « Usine agroalimentaire du futur » de 3m³. Une imprimante 3D fera également la démonstration des applications possibles à l'activité industrielle.

« Acteurs du numérique » - Hall 10 Stand B29/C32 - Capteurs, logiciels, simulations, interfaces, systèmes d'information et de communication... la MEITO regroupera 7 entreprises du numérique de l'ouest qui présenteront leurs solutions ingénieuses. A travers des démonstrations concrètes, elles prouveront que l'investissement dans des technologies innovantes permet de mieux anticiper l'avenir.

LES TROPHÉES DE L'INNOVATION

Depuis 17 ans, les Trophées du CFIA Rennes récompensent les meilleures innovations dans 4 catégories : Ingrédients & PAI ; Equipements & Procédés ; Emballages & Conditionnements ; Qualité, Hygiène, Services. Parmi les 86 participants, 3 ont été nominés dans chaque catégorie par un jury d'experts. Les lauréats 2014 seront dévoilés le mardi 11 février 2014 lors de la soirée de gala. En attendant, l'espace Innovation présentera sous forme de vidéos les 12 produits encore en compétition.

Parc Expo Rennes Aéroport
11-13 février 2014
www.cfiaexpo.com



Sous l'égide du



Ministère de l'Enseignement Supérieur,
de la Recherche Scientifique et
de la Formation des cadres



Ministère de l'habitat et de la politique
de la ville



SOLAIRE
EXPO
2014

SALON INTERNATIONAL DE L'ENERGIE
SOLAIRE & L'EFFICACITE ENERGETIQUE

3^{ème}
Édition

Exposition Professionnelle

Forum Scientifique & Technologique
International (FSTI)

Ateliers d'Initiation pour
la Formation Pratique

Concours Universitaire pour
la recherche & l'Innovation



26 Février 2014
01 Mars 2014
Au Parc des Expositions
de l'Office des Changes
Route d'El Jadida, Casablanca

+212 522 99 45 85 / +212 661 64 94 25

contact@solaireexpomaroc.com
aicom.events1@gmail.com

www.solaireexpomaroc.com

/solaireexpomaroc

@solaireexpo

Sponsor Premium

Sponsor Gold

Sponsor Silver

Partenaires

Partenaires Médias





L'HUILE D'OLIVE

Le défi qualitatif

La filière oléicole contribue à hauteur de 5% au PIB agricole national. S'étendant sur une superficie de 784.000 hectares, les exploitations nationales totalisent une production de l'ordre de 1.500.000 tonnes d'olives. Le pays produit 160.000 tonnes d'huile d'olive dont 17.000 tonnes pour l'exportation. Mais la qualité de notre huile d'olive reste encore en deçà de ce qu'elle pourrait être.

Par Fanny Poun

UNE FILIÈRE PRIORITAIRE

L'huile d'olive est une des filières prioritaires du Plan Maroc Vert, de fait les investissements qui lui sont consacrés sont conséquents. Ainsi, le contrat-programmes Etat-profession de cette filière est financé à hauteur de 28% par les fonds publics. En termes d'objectifs d'exportations, le PMV s'est fixé un volume de près de 0,12 millions de tonnes d'exportation d'huile d'olive à l'horizon 2020, ce qui donne un TCAM de près de 18,3%. De ce fait, l'objectif pour l'année 2011 est de près de 26.478 tonnes.

Cependant, l'année 2011 a enregistré des exportations d'huile d'olive de près de 24.649 tonnes, soit environ 93% de l'objectif fixé. Malgré ce taux relativement élevé, il est à signaler que les réalisations à l'export de cette filière demeurent très fluctuantes d'une

La consommation d'huile d'olive reste encore faible au Maroc avec une quantité qui ne dépasse pas 2,5 Kg d'huile/personne/an contre 26,4 kg en Grèce, 15,8 kg en Espagne, 12,8kg en Italie et 5 kg en Syrie.



année à l'autre et restent concentrées sur deux principaux marchés à savoir l'Union européenne et les Etats-Unis.

UN DÉFI QUALITATIF

Sur le marché international de l'huile d'olive, le Maroc doit se démarquer pour devenir un des acteurs principaux du secteur. Ces dernières années, les exportations ont enregistré une évolution annuelle moyenne négative sur les deux dernières décennies, avec un rythme de près de -1,4%.

Dans la même période, d'autres pays comme la Turquie et la Syrie ont vu leurs exportations grimper considérablement, respectivement 8,8% et 30,5%. Pourquoi ? Premièrement parce que la filière fait face à quelques insuffisances qui handicapent ses performances et la rendent moins compétitive sur le marché international à cause de la faiblesse des technologies employées et la dépréciation de la qualité de la matière première. La production d'huiles est ainsi non conforme aux standards internationaux. Deuxièmement, les unités de transformation ne sont pas accompagnées d'un bon contrôle de la qualité ce qui rend la qualité des huiles produites moins bonne que celles de nos concurrents.

Il faut donc que le Maroc mette en œuvre un programme pour que la production d'huile d'olive se fasse dans de meilleures conditions et que l'écoulement à l'export de l'huile d'olive marocaine soit contrôlé. Aujourd'hui, elle se fait encore en vrac. D'ailleurs, plusieurs pays exportateurs utilisent souvent à la base l'huile d'olive marocaine, notamment l'Espagne et l'Italie.

LES POINTS FORTS

Au Maroc, la trituration des olives



Objectifs du Plan Maroc Vert à l'horizon 2020

Superficie (Ha)	1 220 000
Production totale en olives (T)	2 500 000
- Huile d'olive	330 000
Consommation interne (Kg/habitant/an)	4
- Huile d'olive	
Exportation (T)	120 000
- Huile d'olive	

Principaux axes du contrat-programme

- Réalisation de 510 projets intégrés pour l'amélioration de la productivité et de la qualité
- Développement d'une valorisation forte et pérenne;
- Mise en place de deux oléopôles pour le renforcement de la recherche au niveau de Marrakech et Meknès.
- Promotion et diversification des exportations.
- Renforcement des programmes d'encadrement et de recherche appliquée

est réalisée par un secteur moderne composé d'unités industrielles et semi-industrielles et par un secteur traditionnel constitué d'unités artisanales (les maâsras). Le secteur moderne compte plus de 345 unités industrielles ou semi-industrielles avec une capacité de transformation de près de 420.000 tonnes. L'activité de la trituration traditionnelle compte plus de 16.000 unités pour une capacité annuelle totale d'environ 170.000 tonnes par an. Ce système traditionnel produit en moyenne près de 42% de la



production nationale de l'huile d'olive. Cette filière présente des points forts consistant, essentiellement, dans les incitations importantes à l'investissement, le potentiel du marché intérieur du fait de l'évolution du modèle de consommation et de la couverture insuffisante des besoins du pays, la croissance de la demande mondiale, ainsi que les accords de libre-échange avec les USA et l'UE permettant un accès libre de l'huile d'olive sans limite contingentaire à ces marchés.

RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT

Le Royaume dispose d'une diversité restreinte à trois variétés d'olives : la Haouzia, la Ménara et la Picholine, qui présentent une sensibilité à la verticilliose, fragilisant les plantations

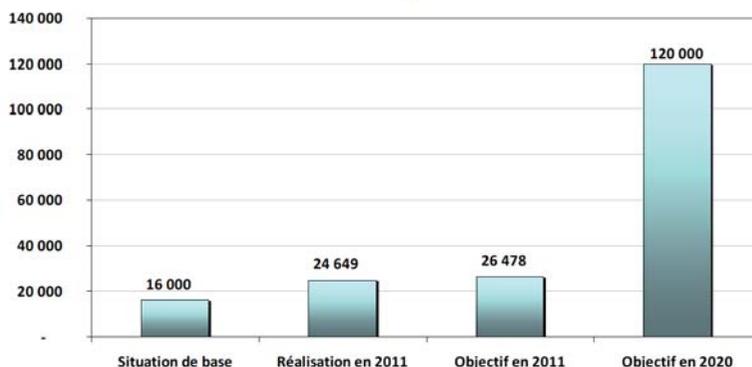


L'huile d'olive marocaine est appréciée à l'international. Le pays est d'ailleurs, en 2010, le sixième fournisseur mondial.

nationales. C'est pourquoi la clé de voûte du développement du secteur reste intimement liée au soutien de la recherche nationale en génie génétique afin de découvrir les plants les plus adéquats et les mieux adaptés aux différents types de sols existant au Maroc. Cela devrait également avoir pour avantage de doter le pays d'une plus grande autonomie vis-à-vis des importations et prémunir le patrimoine local contre tout risque de contamination nocive extérieure.

Ainsi, près de 1.600 génotypes ont été développés par l'Inra via des croisements. Ils ont été installés au Domaine Tassaout (région de Marrakech) relevant du Centre régional de la recherche agronomique en 1999 pour leur évaluation. Au terme des études, cinq variétés ont donné de

Réalisations à l'export de l'huile d'olives dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)



Source : MAPM et Office des changes

Malgré une baisse de 15% de sa production lors de la saison 2012/2013, l'oléiculture reste une filière qui témoigne de l'élan pris par les secteurs agricoles depuis le lancement du Plan Maroc Vert.

bons résultats à la dixième année de plantation. Il s'agit des variétés Tassaout, Mechkat, Braka, Agdal et Dalia.

L'AGRO-PÔLE OLIVIER

L'Agro-pôle Olivier a été créé et initié en 2005 grâce à un partenariat signé, sous l'égide du Ministère de l'Agriculture, entre l'Ecole Nationale d'Agriculture de Meknès, la profession agro-industrielle de la Région Meknès-Tafilalet avec l'appui du Conseil de la Région Meknès-Tafilalet et d'organismes publics et privés nationaux et internationaux. Le projet Agro-pôle Olivier est l'un des maillons du «Projet Intégré de Développement de la Filière Oléicole de la Région Meknès-Tafilalet».

L'Agro-pôle Olivier est un pôle de compétence et d'innovation pour le transfert de technologie, le développement et la promotion de la filière oléicole régionale et nationale. Grâce à l'appui de ses partenaires, l'Agro-pôle fonctionne comme un groupement d'intérêt public.

Implanté dans la Région de Meknès-Tafilalet, berceau de l'Olivier au Maroc, l'Agro-pôle Olivier met à la disposition de la filière oléicole un package scientifique, technique et relationnel. Il a pour ambition d'être un carrefour privilégié d'échanges d'informations et de partage des progrès techniques et technologiques eu égard à l'évolution de la filière oléicole de plus en plus orientée vers l'innovation, l'amélioration de la qualité du produit et le développement durable.

EN RÉSUMÉ

Le marché international est demandeur en huile d'olive. L'irrégularité quantitative et qualitative de la production doit être atténuée pour fidéliser les parts de marché en huile d'olive marocaine. De ce fait, il est nécessaire :

- De s'intéresser à de nouvelles variétés et s'assurer de leur acclimatation avec la réalité marocaine.
- D'améliorer les techniques de trituration de l'huile et de sa manutention afin d'avoir une huile de qualité conforme aux standards nationaux.

Les principales régions de productions couvrent presque la totalité du territoire national, à l'exception de la bande côtière Atlantique. La principale variété produite est la «picholine marocaine» à hauteur de 96 % des plantations. Mais on retrouve maintenant d'autres variétés comme celle de Picholine de Languedoc, Manzanilla, Picual, Hojiblanca, Arbequina, Ascolana Dura, Frontoio, Gordal, etc.



- Sensibiliser les opérateurs à conditionner l'huile d'olive afin d'améliorer sa valeur ajoutée et ne pas l'exporter en vrac et la commercialiser sous des labels étrangers.

6ème édition des Journées Méditerranéennes de l'Olivier à Meknès les 27-28 février et 1er mars 2013 à Meknès Complexe Administratif et Culturel des Habous, près de la Wilaya.



Laboratoire Agréé
en Microbiologie
Alimentaire et Hydrique

**Laboratoire Agréé en Analyses
d'Histamine et d'ABV**

Laboratoire Accrédité en Microbiologie et
Physico Chimie Alimentaires et Hydriques.

Pour une meilleure Sécurité Sanitaire
des Aliments.

Large gamme de services dans le
domaine alimentaire :

- ✓ Analyses
- ✓ Conseils
- ✓ Audit
- ✓ Formation



Tel : 0537 754080 / 0537759500

Email : aam@menara.ma

19, rue Zyaydah, Aviation, Rabat. Maroc

Nouveaux matériels

CRÊPIÈRE RED CERAMIC OK

Pour réussir les crêpes avec très peu de matière grasse, Bialetti propose pour la Chandeleur son modèle de crêpière alliant esthétique et technicité : la ligne Ceramic ok déclinée en rouge. La finition extérieure en vernis silicôn rouge brillant résiste aux abrasions pendant que la finition blanche intérieure est vernie de 5 couches 100% céramique.

- résistante à des températures au-dessus de 400° sans aucune altération.
- cuisson saine sans ajout de matière grasse
- poignée en bakélite, à l'effet "soft touch",
- La crêpière tolère tous les feux sauf l'induction.
- compatible avec le lave-vaisselle.
- garantie 10 ans.



PLATEFORME DE PESÉE

Plate forme avec indicateur déporté, solide très résistante. Plateau en inox. • 4 capteurs

- Structure peinte epoxy et plateau en acier inoxydable.
- Écran LCD rétro-éclairé très lumineux.
- Connexion pour imprimante (optionnel).
- Afficheur sans fil à distance RD3-W optionnel.
- Fonction auto hold pour peser de grosses pièces.
- Fonction de pesage par seuil (inférieur / bon / supérieur) avec indicateur visuel et sonore.
- Possibilité de classement par poids.
- Mémorisation jusqu'à 100 produits pour le comptage de pièces.
- Mémorisation de pesée.

La plateforme de pesée GRAM K3 est faite pour le pesage industriel et commercial.



SUPER SEAL TOUCH INDUCTION SEALER

Le tout nouveau « Super Seal Touch Induction Sealer » à écran tactile fournit 20% de plus de puissance d'étanchéité, une inspection entièrement intégrée, plus de productivité et la connectivité réseau. De conception portable pour une polyvalence maximale, il est préprogrammé pour une mise en place rapide.

amb-process.com



LELY ASTRONAUT A4 SYSTÈME DE TRAITE ROBOTISÉ

L'Astronaut propulse la production laitière vers de nouveaux sommets tout en rationalisant l'activité laitière.

- Conception respectueuse de la vache.
- Gobelets trayeurs rangés en toute sécurité dans le bras.
- Nettoyage et stimulation plus efficaces.
- Détection plus rapide des trayons.
- Traite sur mesure grâce à un système de pulsation dynamique.
- Traite en toute sérénité, avec moins de mouvements du bras.
- Mesures précises de la qualité du lait au coeur de l'action.
- Aucun contact des gobelets trayeurs avec le sol.
- Économies d'énergie grâce à la réduction du nombre de mouvements.
- Construction robuste et matériaux durables.

lely.com/fr



Nouveaux matériels

LE R211 XL L'ALLIÉ AU QUOTIDIEN DU CUISINIER

Depuis son lancement en janvier, ce matériel rencontre un large succès auprès des acteurs de la petite restauration et du snacking. Spécialement conçu pour les petits établissements servant entre 10 et 30 couverts, ce robot est l'allié quotidien du cuisinier : tartes salées ou sucrées, légumes du plat du jour, garnitures pour sandwiches, salades de fruits ou de légumes ou encore les pâtes pour les quiches. Fort d'une grande goulotte extra-large associée à 4 disques en inox, le R211 XL peut couper en un instant jusqu'à 6 tomates avec une éjection en continue. La polyvalence du cutter permet de hacher des herbes, monter une mayonnaise, réaliser une mousse de thon, préparer un crumble voire ramollir du beurre pour les sandwiches. A noter que le R211 XL est très facile à nettoyer et à ranger.

robot-coupe.com ou
[contacter france@robot-coupe.fr](mailto:france@robot-coupe.fr)



LE KODIAK NOUVEAU BATTEUR MÉLANGEUR VARIMIXER

Enodis présente le Kodiak, un nouveau batteur mélangeur Varimixer ergonomique et facile d'utilisation. Imaginé grâce aux avis et conseils d'utilisateurs issus des secteurs de la restauration et de la collectivité, le Kodiak dispose de nombreux atouts. Hauteur ergonomique, écran de sécurité amovible breveté, large cuve, tableau de commande incliné...

Il présente également des pieds réglables pour une meilleure stabilité, et un châssis ainsi que des outils en acier inox, pour un niveau d'hygiène optimal.

enodis.fr



CAPSULEUSE AUTOMATIQUE LINEAIRE

Machine automatique pour fermer des récipients en verre avec capsules type twist-off. Modèle C150 avec alimentateur magnétique.

Potentialité: 15.000 jph

Puissance installée: kW 3,2

Longueur: 3.000 mm

Largueur: 1.000 mm

stvmachinery.it



A . PSV DIFFUSION

ar
Racking



SOLUTIONS GLOBALES POUR
ENTREPÔTS INDUSTRIELS

+212 522 981 922

www.apsv.ma

www.ar-storage.com



QUEL CHOCOLAT POUR DEMAIN ?

Quel rôle ? Quelle forme ? Quels parfums ? Quel emballage ?

Le chocolat fascine et inspire. Les nouvelles tendances du secteur, éphémères ou durables, participent à cet émerveillement et à ce renouveau créatif. Le chocolat qu'on dévorait s'est mis à nous dévorer à chaque instant. Mais au fait, quel chocolat pourrons-nous déguster demain ?

LA RARETÉ

Les membres de ChocoTrends sont unanimes : le concept de luxe et de quotidien restera primordial. L'axe de rareté doit être maintenu à travers des notions comme l'artisanal, le cru, le millésime, le terroir...

LA PERSONNALISATION

Le chocolat de demain sera un chocolat à son image, selon ses envies, ses humeurs, les différentes heures de la journée, ou pourquoi pas, en fonction des changements de saisons. Et d'imaginer

un chocolat à la campagne, à la plage, le « chocolat nouveau » du printemps ou bien encore un chocolat qui réponde à tel ou tel plaisir de fonctionnalité, selon tel ou tel sens sollicité dans telle ou telle situation.

La tendance va vers la personnalisation alimentaire : chacun a des sensations, des envies, et aussi un métabolisme différent. Les recherches vont aujourd'hui, en plus de l'aspect psychoaffectif, vers la génétique et les microbactéries intestinales, notre

deuxième cerveau ! Pourquoi alors ne pas analyser nos filtres perceptifs, et aussi mieux se connaître, sur le plan sensoriel



et physiologique, pour choisir tel ou tel chocolat pour tel ou tel moment ?

L'INSPIRATION EN PROVENANCE D'AUTRES CULTURES

Déjà, le chocolat inspire le « melting pot » emmenant le consommateur dans l'univers des curiosités... de l'aventure gustative ! Ainsi, la saga Kit Kat japonaise qui décline une gamme avec de l'aloë vera, du fromage, du thé vert et fleur de cerisier ou du wasabi... répondant ainsi aux différentes envies de la journée. Mais aussi les « Choco Nuggets », qui proposent un doux mélange de poulet et de pépites aux jeunes Malaisiens. Sans compter cette tablette de chocolat au wasabi distribuée en Allemagne, qui fait aussi référence au Japon avec ses baguettes sur l'emballage. Ou encore le chocolat suisse Stella aux fruits de baobab. Le métissage se retrouve aussi dans des expériences alimentaires éphémères (conçues un peu comme une série limitée, une expérience qu'il faut vivre immédiatement). Ainsi, la soupe mexicaine avec 1,5% de chocolat noir vendu par Sainsbury's au Royaume-Uni ou le Chef Tony's, ce pop corn au parmesan et chocolat blanc en Malaisie.

UN NOUVEAU DESIGN ET PACKAGING

Au Japon le packaging est aussi important que le chocolat qu'on offre. La France suivra-t-elle cette voie ?

Le chocolat est un luxe que l'on offre à d'autres. Mais c'est parfois aussi un cadeau que l'on se fait à soi-même. Et dans ces deux cas, le contenant fait autant rêver que le contenu. Le Raw Organic Chocolate en est un parfait exemple.

Sur le thème du primitif, il invite à plusieurs expériences. Ainsi avec Fearless (Etats-Unis), son packaging plutôt « roots » invite à « croquer l'authentique » ou à remonter aux origines du produit.

En design, tout est très ritualisé, mais le chocolat s'auto-suffit. Sa dimension d'effeuillage - voilé/dévoilé - est une

évoquant de la rareté.

UNE NOUVELLE CONSISTANCE ET DE NOUVELLES FORMES, POUR RÉPONDRE AUX ADDICTIONS

Les chocolats de demain pourront être maltraités, ils ne fondront pas, on pourra les malaxer et s'octroyer tous les droits, jusqu'à une dimension fusionnelle qui permettra de mettre les doigts dedans. Des formes totalement inédites pourront également faire leur apparition après le Whif, cet inhalateur de saveurs, le chocolat en intra-veineuse ou « l'Emergency chocolate », lancé par Bloomsberry dont l'accroche est explicite : « En cas de stress, de manque ou de grande faim, il suffit de briser la tablette. Si les symptômes persistent, retournez chez votre revendeur ». Alors à quand la « poche rhésus chocolat » ?

UN ESSOR DE LA CHOCOSMÉTIQUE

Le chocolat a investi l'univers des cosmétiques. Instituts de beauté et grandes marques de cosmétiques y vont de leur grain de cacao, proposant soins, massages, enveloppements, gels douche au chocolat, savons, baumes à lèvres, crèmes pour le corps, etc. Ce « craquage sans croquage » autour de produits de beauté et de soins gourmands a de beaux jours devant lui : il est voluptueux et propose l'acte gourmand sans les centimètres qui gâchent tout.

On notera déjà le lancement au Etats-Unis du Bochox, un chocolat « anti-rides et anti-pattes d'oie ».

D'AUTRES CLIENTÈLES

Il serait également intéressant de se pencher demain sur les seniors et l'effet que le chocolat peut avoir sur leurs papilles gustatives ou sur leur libido Les consommateurs du troisième âge, dont on sait qu'ils perdent parfois l'envie de manger et les sens, sont pourtant très attentifs à préserver leur énergie... libidinale (dans le sens large du terme plaisir). Le chocolat valorisé par tous les sens, permettrait de booster leurs envies et de les euphoriser. Un phénomène qui vaut pour toutes les couches de la population d'ailleurs ! Certains s'intéressent déjà aux diabétiques en inventant des chocolats « rien que pour eux » se focalisant ainsi sur la notion de gourmandise déculpabilisée.



DE NOUVEAUX USAGES

Le nomadisme est l'une des grandes tendances de notre société. Dans le prolongement de cette tendance, on pourra mettre au point un chocolat « ultra-urbain », objet compagnon dans le sac, nomade et énergisant en permanence. Également un « chocolat week-en », avec une « trousse chocolat », comme les trousse de voyage dans lesquelles il y a des produits miniatures, pratiques et attirants.

DE NOUVEAUX RITUELS

Le chocolat de demain pourra également être ludique : le chocolat sera source de jeu, de rencontres, d'échanges, on pourra le fabriquer, participer à des ateliers, s'amuser à inventer d'autres utilisations, d'autres présentations...

Le chocolat deviendra peut-être aussi un rituel pour les jeunes et, pourquoi pas, se substituera aux comportements alcoolisés en groupes ou de certains, notamment le samedi soir.

Remerciement aux organisateurs et aux intervenant du Salon du Chocolat, à INFLUENCIA, et à ChocoTrends





MACHINES POUR L'AGRO-ALIMENTAIRE ET LES EMBALLAGES : Un marché en expansion

L'industrie mondiale agro-alimentaire et des boissons est un marché en expansion très dynamique et les dépenses pour les boissons et les aliments ne vont cesser d'augmenter sur toute la planète. C'est pourquoi la demande mondiale en machines pour l'agro-alimentaire et de machines pour l'emballage s'accroît continuellement.

LA DEMANDE EN EMBALLAGES MODERNES AUGMENTE DANS LE MONDE ENTIER

Dans notre société moderne, les produits sans emballage sont presque impensables. Les emballages novateurs sont donc très demandés à travers le monde. L'industrie de l'emballage est un facteur économique important sur le plan mondial. Le volume du commerce mondial est estimé à plus de 500 milliards d'euros en 2012. L'industrie agro-alimentaire est la plus

grande consommatrice d'emballages au monde. Plus de 45 % de tous les emballages vendus étaient destinés à cette industrie. L'industrie des boissons en a absorbé 26 % de plus.

Le plastique est la matière la plus employée dans le monde pour les emballages : près de 70 % de tous les emballages sont en plastique. La demande vient essentiellement de l'agro-alimentaire. Depuis des années, le PET occupe la position de tête dans les emballages pour les boissons. Surtout

l'eau et les boissons rafraîchissantes et gazeuses sont emballées dans des bouteilles en PET.

Pour les boissons alcooliques, comme la bière en particulier, le verre est le principal matériau. Dans 64 % de tous les emballages en verre coule ainsi de l'alcool à l'échelle planétaire et dans 21%, des boissons sans alcool. 16% sont utilisés comme contenant par l'industrie agro-alimentaire.

Le marché des emballages carton est un marché très concurrenté partout dans le



monde. Notamment, en ce qui concerne les emballages primaires, le carton est refoulé de plus en plus au profit d'emballages souples et plus légers.

Les emballages métalliques sont destinés à près de 90 % à l'industrie agro-alimentaire et des boissons. Près de 70% de tous les emballages métalliques sont des canettes, 17% servent de récipients pour y mettre des denrées alimentaires (les boîtes de conserve). Dans l'agro-alimentaire, les emballages métalliques sont de plus en plus remplacés par des emballages plastiques.

LES MEGA-TENDANCES DOMINENT LES MARCHÉS

Les innovations jouent un rôle déterminant pour pouvoir rester compétitifs face à la concurrence nationale et internationale. Que ce soient chez les fabricants de l'agro-alimentaire ou de boissons, les équipementiers ou les prestataires de service – malgré toute la diversité dans les différents secteurs –, des tendances générales se dessinent qui sont d'une grande actualité et importantes pour tous : l'efficacité des ressources, la sécurité et la flexibilité.

L'EFFICACITÉ DES RESSOURCES

Des process lors de la fabrication des denrées alimentaires et des boissons comme par exemple les procédés pour chauffer, cuire, tempérer, tenir au froid, etc... consomment énormément d'énergie. On utilise aussi beaucoup d'eau pour fabriquer et traiter les aliments et les boissons – tant pour le process en lui-même que pour le nettoyage.

L'éco-responsabilité concernant l'usage des ressources devient pour les entreprises un avantage compétitif qui prend de plus en plus de poids car les consommateurs qui achètent à

travers le monde en fonction de critères écologiques et se décident pour ou contre une marque, sont toujours plus nombreux.

Les constructeurs de machines proposent ici les solutions idoines : dans tous les secteurs de la technologie de l'agro-alimentaire et des boissons il y a eu de gros efforts de faits ces dernières années avec comme objectif l'utilisation des ressources : une plus faible consommation d'énergie lors de la fabrication du chocolat au moment de le tempérer, l'utilisation des rejets thermiques dans l'industrie de la boulangerie, une consommation moindre d'eau lors de la fabrication de boissons.

QUALITÉ ET SÉCURITÉ

Une autre grande tendance et un sujet toujours actuel, c'est la sécurité et l'hygiène. Il est primordial que les produits soient fabriqués en toute sécurité et avec toute l'hygiène voulue afin de ne pas porter atteinte à la santé des consommateurs. Un des éléments les plus importants pour la sécurité du produit est d'équiper les machines et les installations selon le design hygiénique. Chaque composant de l'installation doit être monté de telle sorte que les restes de produits, la poussière, les micro-organismes ne puissent pas adhérer ou bien alors, se nettoyer facilement. Ce n'est que comme cela que les risques microbiologiques peuvent être écartés. La traçabilité d'un produit, que ce soit dans l'agro-alimentaire ou les boissons doit pouvoir se faire à tout instant tout au long de la chaîne. Avec des systèmes Track&Trace très efficaces comme par exemple la RFID ou les codes-barres en 2D (DataMatrix-Code), on peut suivre les produits sur toute la chaîne de distribution.

DIVERSITÉ ET FLEXIBILITÉ

Les habitudes et les préférences sont tout aussi différentes que les humains dès qu'il s'agit d'aliments et de boissons. La diversité des variantes est immense et dans le même temps, le cycle de vie d'un produit, bien souvent, n'est que de courte durée.

Pour les entreprises de l'agro-alimentaire et des boissons, la capacité



à innover et une bonne réactivité face à la versatilité des modes de consommation est déterminante pour rester compétitifs. Ceci ne vaut pas seulement pour les recettes mais aussi pour les formes et les tailles des emballages.

Pour la technique, cela signifie qu'elle doit être réactive, adaptable. La flexibilité est un must, ceci notamment dans le domaine de l'emballage, pour pouvoir répondre aux besoins du marché qui exige des tailles les plus diverses – de la portion à l'emballage familial –. Et il faut arriver à faire tout cela sur une machine.

INTERPACK – POINT DE DÉPART DES INNOVATIONS

Une variété des produits, des cycles d'innovation rapides, de nouveaux emballages fonctionnels, le maintien des standards d'hygiène les plus élevés en production et pour les emballages, une production et un transport écoresponsables, tels sont les facteurs de réussite et les défis des fabricants de l'agro-alimentaire et de boissons.

Concrétiser des idées de produit demande un dialogue étroit entre les clients et les constructeurs de machines. Interpack, qui se tiendra à Düsseldorf du 8 au 14 mai 2014, offre la plateforme parfaite.

Interpack - Düsseldorf
Du 8 au 14 mai 2014





APPOINTS ATTRAYANTS CHEZ LES COMMERÇANTS

Ou comment réussir avec les assortiments complémentaires

Par Safia Ouakil

Une étude de Messe Frankfurt à l'occasion d'Ambiente 2014 souligne l'importance croissante des assortiments complémentaires pour le commerce.

Des montres et des bijoux dans les magasins de verrerie et de porcelaine, des poêles, des casseroles et de la vaisselle dans les magasins de meubles, du thé et du chocolat dans les librairies, les appoints deviennent peu à peu indispensables pour une composition moderne des assortiments dans le commerce stationnaire. C'est la raison pour laquelle Messe Frankfurt consacre sa nouvelle étude au thème « Des appoints attrayants – réussir avec les assortiments complémentaires ». L'étude sera publiée juste à temps

pour la foire internationale des biens de consommation Ambiente en février 2014.

Elle montre comment les assortiments complémentaires ont évolué au cours des dix dernières années dans le secteur de la maison et de l'intérieur et donne des conseils, suggérant des articles complémentaires potentiels. Les commerçants comme les fabricants y trouvent les réponses à diverses questions. Où les détaillants spécialisés peuvent-ils s'informer sur des assortiments d'appoint adéquats?

Comment le chiffre d'affaires global évolue-t-il avec des produits complémentaires ? Ou, encore, cette offre nouvelle induit-elle une structure différente de la clientèle ?

L'étude s'appuie pour cela sur les indices de l'évolution du marché, sur un sondage réalisé auprès des détaillants par l'Institut de recherche sur le commerce IFH à Cologne, ainsi que sur des interviews approfondies dans toute l'Allemagne de détaillants qui misent depuis des années et avec succès sur les assortiments complémentaires

dans leurs magasins.

Nous vous ferons part des résultats de cette étude.

Autre solution, créer un restaurant, snack ou pause-déjeuner pour amener du trafic et de l'expérience.

Proposez à vos clients des encas, des boissons, un coin détente, de la musique et des pâtisseries, tout cela avec un service payant bien sûr, peut vous permettre non seulement de créer de la fidélité, de la convivialité mais aussi des revenus supplémentaires. Il suffit de voir ce que les grands groupes de l'industrie ont réalisés pour comprendre que cela marche ! Par exemple la marque ultrabranchée de mode féminine Urban Outfitters (les magasins proposent des vêtements destinés aux jeunes, voire aux jeunes professionnels à la recherche de vêtements confortables et surtout à la mode. On peut s'y habiller de la tête aux pieds) vient d'annoncer la création en Pennsylvanie d'un village avec café

Le moteur : se différencier du web

Le shopping par internet pousse les acteurs du commerce à trouver des solutions et à transformer leurs points de vente en concept stores où le client peut vivre des expériences différentes, passer un bon moment, tester les produits dans un cadre sensoriel et propice... C'est tout cela qui peut apporter une plus-value au commerce, sinon à quoi bon se déplacer ? Les grands magasins américains le font déjà depuis quelques années : ABC la référence de la décoration new yorkaise ne propose pas moins de 3 restaurants dont 2 signés par le chef Jean George Vongerichten. Saks 5ème avenue à New York, grand magasin connu mondialement, a ouvert son fameux restaurant du 6ème étage ... Un succès sans précédent !



décontracté, restaurant raffiné et un hôtel. Club Monaco une autre marque de textile veut, pour se différencier de ses concurrents, amener la culture jusqu'à ses clients : café ultra-sélectionné et librairie et journaux à disposition. Une réinterprétation des cafés-littéraires. D'autres exemples sont à citer comme le géant de la distribution Wal-Mart qui ouvre des drive in avec la marque de burgers Checkers. ou l'excellent « Look Mum No Hands » à Londres qui associe café et vente de vélos.

Convaincues de ce phénomène à moyen terme, bon nombre de marques repensent le design, l'architecture et l'atmosphère de leurs magasins pour en faire des espaces de vie.

RÉINVENTER LA PROXIMITÉ

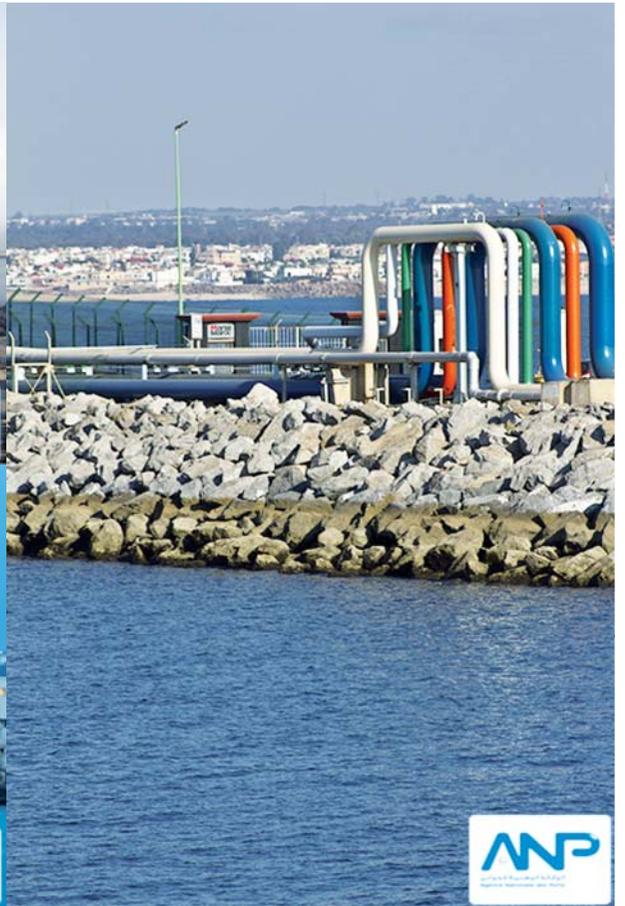


C'est le leitmotiv du moment chez les acteurs du commerce (grand ou petit), le mot à la mode : « proximité ». Se rapprocher du consommateur, le comprendre, lui offrir les meilleurs services, le fidéliser... Internet a pris beaucoup de part de marché et les enseignes souhaitent revenir à cette proximité mais tout est à réinventer. Si les boulangeries l'ont compris en installant des points repas ou en vendant d'autres produits, les autres secteurs en sont au balbutiement : un magasin de meuble en Angleterre vend également des jouets et invite

les enfants à s'amuser intelligemment pendant que les parents font leurs achats, une boutique de porcelaine en Espagne propose toute une série de montres extravagantes, l'occasion d'entamer la conversation avec les clients sur certains modèles insolites, un marchand de fleur à Berlin vous propose des bijoux fantaisies, histoire d'offrir 2 présents au lieu d'un à la personne que vous aimez. Côté grandes enseignes, c'est devenu une évidence. À la fois leader et acteur de référence sur le marché de la proximité, le groupe Casino inscrit cette valeur au cœur de sa stratégie d'offre. Fort de son savoir-faire historique dans ce domaine, Casino a su, depuis les années 2000, anticiper et accompagner les attentes émergentes auxquelles répond la proximité : gain de temps, convivialité et contact humain, authenticité, plaisir d'acheter, maîtrise budgétaire... Les Galeries Lafayette de Paris, outre un restaurant, proposent des objets de décoration singuliers, des salons beautés, spas, etc. Quant à Harrod's, à Londres, il a développé des services aéroports, une banque, des coffres pour déposer vos achats, et même une agence immobilière, ...

Le commerce n'est plus un endroit impersonnel, il devient un lieu de vie à part entière, histoire que vous y restiez plus longtemps et que vous en gardiez un excellent souvenir !





L'AGENCE NATIONALE DES PORTS

Programmes d'investissement 2014-2018

Avec un investissement de plus de 6 milliards de dirhams au cours de la période 2014-2018, dont 1,8 milliards pour l'année 2014, l'Agence Nationale des Ports poursuit le développement de l'offre portuaire nationale à travers le lancement de grands projets structurants permettant au secteur portuaire d'accompagner les mutations du transport maritime et le développement des échanges extérieurs.

PORT DE CASABLANCA

Les grands travaux en cours au port de Casablanca répondent au double objectif d'un développement continu de ses activités et d'une intégration harmonieuse dans l'environnement urbain. Une meilleure connectivité, à travers l'intensification des liens entre les terminaux portuaires et les plates-formes logistiques du pays, et des trafics portuaires à rotation rapide (conteneurs et roulier), y contribuent de

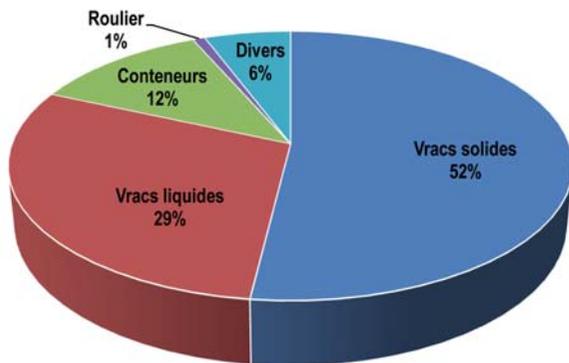
manière décisive.

La construction du nouveau terminal à conteneurs TC3, qui portera la capacité annuelle totale à 1.600.000 EVP est le projet phare du port de Casablanca. La réhabilitation et le dédoublement du viaduc d'accès au port ainsi que l'extension de la desserte Nord contribuent à améliorer la fluidité des différents trafics dans le port et son environnement urbain immédiat.

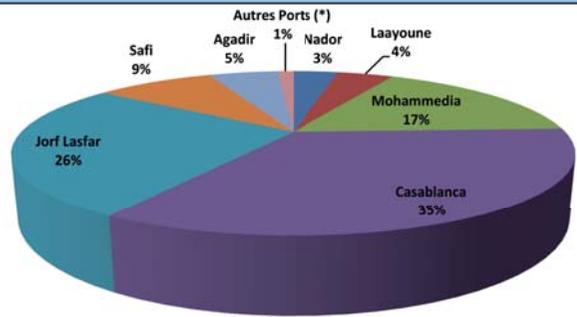
PORT DE MOHAMMEDIA

Le port de Mohammédia est ciblé sur le trafic énergétique (proximité de la raffinerie SAMIR) et chimique (proximité des industries de transformation). Les travaux au poste A du terminal pétrolier vont améliorer la qualité de l'offre, en permettant notamment la réception des tankers dont la longueur est comprise entre 140 et 180m, la réduction de la vulnérabilité des systèmes d'accostage au poste A et d'amarrage aux postes A &

TRAFIC VENTILE PAR CONDITIONNEMENT



PART DE CHAQUE PORT DANS LE TRAFIC GLOBAL



B du terminal pétrolier, ainsi que l'amélioration de la sécurité des navires accostant au poste A

PORT DE JORF LASFAR

Le port de Jorf Lasfar, du pôle Abda Doukkala, est le port d'un hinterland industriel tourné vers la chimie (phosphates et dérivés), la sidérurgie et l'énergie. Dans ce contexte, les extensions programmées des postes à quai charbonniers et phosphatiers permettront de traiter la demande à long terme. Le trafic global du port pourra atteindre 54 MT à l'horizon 2030.

PORT DE SIDI IFNI

Le port de Sidi Ifni a pour vocation la pêche artisanale et industrielle. Il a fait l'objet de nombreuses extensions dont la plus importante s'est achevée en 2002. La réalisation d'un épi d'arrêt de sable, le confortement des ouvrages de protection et le dragage massif ont vocation à en faciliter l'accès et à améliorer la sécurité de navigation.

Travaux de dragage et de dévasage
 Objectif : assurer la navigation en toute sécurité dans les chenaux d'accès et les bassins des ports et maintenir les cotes d'exploitation dans les ports.
 Travaux

- Nettoyage des fonds ;
- Raccordement aux fonds naturels ;
- Rejet des produits de dragage et de dévasage en mer.



COMPLEXE PORTUAIRE DE KENITRA MEHDIA

Dans un contexte marqué par des évolutions notables de l'environnement portuaire, et compte tenu des contraintes propres au complexe de Kenitra Mehdiya, l'Agence Nationale des Ports mène des études visant à le repositionner et à créer une nouvelle dynamique économique, valorisant le patrimoine portuaire et les réserves foncières avoisinantes. Les travaux de réparation du musoir et de mise à niveau des ouvrages de protection participent de la rénovation des installations et des équipements du port.

Remerciements à l'Agence Nationale des Ports
www.anp.org.ma



Mr Chnider Ahmed
 Tél. : 0522 24 29 19
 Gsm : 0606 18 18 19
 06 97 30 29 38
imextrans.na@outlook.fr
imextrans.ma@gmail.com

Import ou export, grâce à nos agents sur les 5 continents, nous proposons le service transport maritime, routier ainsi que le fret aérien.



AGENDA DES SALONS

FIMA AGRICOLA



FIMA
AGRICOLA

Agriculture - Machines agricoles
Agro-alimentaire
du 11 au 15 fév. 2014

à Saragosse (Espagne - Europe)
Tél. 34976764700
Fax : 34976330649
Site : www.feriazaragoza.com
Mail : info@feriazaragoza.com

CFIA METZ



Carrefour des fournisseurs
de l'industrie agroalimentaire

Agro-alimentaire Métiers de
l'hôtellerie et de la restauration
du 11 au 13 fév. 2014
à Metz (France - Europe)
Tél. +33 (0)1 44 315 315
Fax : +33 (0)1 44 315 400

Site : www.gl-events-exhibitions.com
Mail : info@gl-events.com

FOOD SHOW ISTANBUL



Agro-alimentaire Métiers de
l'hôtellerie et de la restauration
Emballage
du 13 au 16 fév. 2014
à Istanbul (Turquie - Europe)
Tél. +90 (212) 867 11 00
Fax : +90 (212) 886 93 99

Site : www.tuyap.com.tr
Mail : sales@tuyap.com.tr

SALON BIO



Alimentation biologique Agro-
alimentaire Vin et spiritueux - Vi-
tiviniculture & œnologie - Bière
Maison individuelle Tourisme -
Voyages Artisanat Décoration, Ameublement, Luminaire
du 14 au 16 fév. 2014 à La Rochelle (France - Europe)
Tél. +33 (0)2 41 38 60 00
Fax : +33 (0)2 41 38 60 60
Site : www.l-e-o.fr
Mail : exposer@l-e-o.fr

SALON DES VINS DE FRANCE - ORLÉANS



Vin et spiritueux - Vitivini-
culture & œnologie - Bière
Agro-alimentaire Métiers de
l'hôtellerie et de la restau-
ration
du 14 au 16 fév. 2014
à Orléans (France - Europe)

Tél. +33 (0)4 73 17 19 22
Fax : +33 (0)4 73 17 17 54
Site : www.centrefrance-evenements.com
Mail : evenements@centrefrance.com

AQUAMED



Pêche - Pisciculture
Protection de l'environnement
le 18 fév. 2014
à Milan (Italie-Europe)
Tél. 390266306866
Fax : 390266305510
Site : www.artenergy.it

Mail : artenergy@zeroemission.eu

TIER & TECHNIK



Agriculture - Ma-
chines agricoles
Agro-alimentaire
Elevage

du 20 au 23 fév. 2014
à Saint-Gall (Suisse - Europe)
Tél. +41 071 242 01 01
Fax : +41 071 242 01 03
Site : www.olma-messen.ch
Mail : info@olma-messen.ch

FRUTITEC / HORTITEC



Agro-alimentaire
Arboriculture - Hor-
ticulture
du 20 au 23 fév. 2014
à Batalha (Portugal
- Europe)

Tél. 351244769480
Fax : 351244767489
Site : www.exposalao.pt
Mail : info@exposalao.pt

WWM BARCELONA



Vin et spiritueux
- Vitiviniculture & œnologie - Bière
Agro-alimentaire
du 20 au 23 fév.

2014

à Barcelone (Espagne - Europe)

Tél. +33 (0)1 41 86 41 86

Fax : +33 (0)1 41 86 49 82

Site : www.adhes.com

Mail : info@adhes.com

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE



Agriculture - Machines agricoles
Agro-alimentaire Elevage
du 22 fév. au 02 mars 2014
à Paris (France - Europe)
Tél. +33 (0)1 76 77 11 11
Fax : +33 (0)1 76 77 12 12

Site : www.comexposium.com

Mail : infos@exposium.fr

GULFOOD EXHIBITION



Emballage Agro-alimentaire Métiers
de l'hôtellerie et de la restauration
du 23 au 27 fév. 2014
à Dubaï (Émirats Arabes Unis -

Afrique - Moyen-Orient)

Tél. +971 (4) 332 1000

Fax : +971 (4) 3312173

Site : www.dwtc.com

Mail : info@dwtc.com

SALON DU FROMAGE ET DES PRODUITS LAI TIERS



Agro-alimentaire Métiers de
l'hôtellerie et de la restauration
du 23 au 26 fév. 2014

à Paris (France - Europe)

Tél. +33 (0)1 76 77 11 11

Fax : +33 (0)1 76 77 12 12

Site : www.comexposium.com

Mail : infos@exposium.fr



DJAZAGRO

LE CARREFOUR DES FILIÈRES AGROALIMENTAIRES

21-24 AVRIL 2014 / ALGER - ALGÉRIE

PALAIS DES EXPOSITIONS DE LA SAFEX



UN SALON EXPERT :
VOTRE SOLUTION EXPORT !



LE RENDEZ-VOUS ANNUEL DE TOUTE UNE FILIÈRE !

524

EXPOSANTS DE 28 PAYS

+21%

vs 2012

UNE VITRINE COMPLÈTE POUR LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE :

- Ingrédients, arômes,
- Boulangerie, pâtisserie, restauration,
- Procédés, conditionnement, emballage,
- Produits alimentaires et boissons.

18 412

ENTRÉES PROFESSIONNELLES

+30%

vs 2012

DES VISITEURS QUALIFIÉS :

- Industriels agro-alimentaires,
- Distributeurs, importateurs d'équipements,
- Boulangers, pâtisseries,
- Restaurateurs, traiteurs, collectivités,
- Importateurs, grossistes de produits,
- Commerçants, détaillants.

DJAZAGRO@COMEXPOSIUM.COM

WWW.DJAZAGRO.COM

un événement
comexposium
The place to be



LES RECETTES DU MOIS

selon Maille

Brisures de truffe noire parfumée d'huile d'amande douce

Ingrédients pour 4 personnes

- 6 gros oeufs bio
- 2 cuillères à café de moutarde à la truffe
- 10 g de brisure de truffe
- 15 cl d'huile d'amande douce
- 10 g d'amande effilée
- 10 g de beurre
- 5 cl de crème liquide
- 5 g de sel fin (une pincée)
- 1 g de piment d'Espelette (une pointe)
- 50 g de pain de campagne



Préparation

Un jour avant (une heure au minimum) : casser les oeufs dans un saladier, ajouter les brisures de truffe, les mélanger avec les oeufs pour qu'elles infusent et réserver au réfrigérateur dans un récipient fermé hermétiquement.

Battre les oeufs, les assaisonner avec le sel fin et le piment d'Espelette, ajouter l'huile d'amande douce, la moutarde et le jus de truffe.

Griller les amandes dans une poêle anti-adhésive pour qu'elles blondissent, puis les hacher un tout petit peu. Mettre le beurre dans une casserole à fondre, ajouter les oeufs, cuire doucement en remuant avec une spatule en bois ou une cuillère pour éviter que les oeufs collent au fond de la casserole, arrêter la cuisson avec la crème liquide dès que les oeufs sont brouillés, puis ajouter les amandes hachées.

Dorer les mouillettes de pain de campagne dans une poêle anti-adhésive avec de l'huile d'amande douce. Enduire légèrement de moutarde et parsemer de brisures de truffe.

Millefeuille d'émincé de veau et tomates vertes, crème de moutarde sur lit de pousse d'épinards

Ingrédients pour 4 personnes

- 200 gr de filet de veau coupés en très fines tranches par votre boucher.
- 4 tomates vertes
- 8 minis carottes
- 50 gr de pousses d'épinards
- 1 cuillère à soupe de crème fraîche
- 4 peluches de cerfeuil
- 3 cuillères à soupe de moutarde Maille au Sainte-Maure de Touraine et pointe de Tomate séchée
- 2 cuillères à soupe d'huile d'olive
- Fleurs sel de Guérande et poivre



Préparation

Laver les pousses d'épinards puis les sécher, couper ensuite les tomates en très fines tranches.

Blanchir les minis carottes et les couper en 2 dans leur longueur.

Monter les mille feuilles:

Huiler le fond d'un plat allant au four, poser 4 tranches de veau au fond et tartiner d'un peu de moutarde.

Déposer 2 rondelles de tomates par tranche et saler.

Renouveler l'opération 3 fois en finissant avec le veau.

Disposer les carottes sur les mille feuilles, arroser du reste d'huile d'olive, saler et poivrer.

Enfourner à four chaud th 6 / 210°C pendant 15 minutes.

Dégeler le fond plat avec la crème fraîche et le reste de moutarde.

Servir sur un lit d'épinard accompagné de crème moutardée et d'une peluche de cerfeuil.

Suggestion

Vous pouvez utiliser des tomates olivettes à la place. Selon l'appétit de vos convives n'hésitez pas à servir 2 petits mille feuilles par personne.

Le cahier

HORECA

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

HÔTELS MARRIOTT UNE TOUR «TWISTÉE» À CASABLANCA

Interview Marocotel
Adil Karim et Hicham Lahlou

Tendance
La cuisine moléculaire

Restaurant
Le 25 Casablanca

HÔTELS

MARRIOTT DOMINE NEW-YORK



Mariott International et G. Holdings ouvrent un complexe hôtelier dans le centre-ville de Manhattan, à New York. Ce projet de 320 millions de dollars compte un hôtel Courtyard de 378 chambres et un hôtel Residence Inn de 261 suites. L'impressionnant bâtiment de 68 étages (le plus haut d'Amérique du Nord, allie le design contemporain des

nouveaux hôtels dont la vue est à couper le souffle, et la notoriété de deux marques. Ce complexe est un véritable ambassadeur pour la ville de New York, l'une des destinations de voyage les plus prisées au monde avec près de 54,3 millions de visiteurs en 2013. L'hôtel offre un service voiturier, 6000 m² d'espaces dédiés aux congrès, une salle de fitness située au 35ème étage avec terrasse extérieure. Quelques chambres disposent également de vues spectaculaires sur Central Park, Times Square et l'Hudson River.

marriott.com

CAFÉ

LES FAVORIS DE L'HIVER BY STARBUCKS

Starbucks propose ses boissons les plus appréciées de l'hiver: Macchiato Caramel et Chocolat Chaud qui offrent une sensation de chaleur inestimable, tandis que les amateurs les plus exigeants seront satisfaits par le retour du café Guatemala Casi Cielo.



Le Macchiato Caramel est une boisson originale de Starbucks préparée avec du lait chaud, un sirop au goût de vanille et une sauce caramel, le tout plongés dans l'intensité remarquable d'un espresso. Starbucks offre également à ses clients l'une de ses boissons les plus vendues au monde, le Chocolat Chaud concoctée ici avec du lait chaud, un sirop aromatisé de moka et de vanille, l'ensemble arrosé avec une onctueuse crème fouettée et un filet de chocolat au goût intense. Enfin, café merveilleux en provenance d'Amérique latine, à la saveur riche et au corps velouté, le café Guatemala Casi Cielo contient quatre cafés de la vallée Antigua. Il possède également des notes florales avec une acidité légèrement citronnée, des saveurs complexes et une évocation finale qui rappelle le cacao.

starbucks.fr

RESTAURANT

NOUVELLES CARTES AU SETAI



The Setai, Miami Beach, nommé «Meilleur Hôtel de Miami» par les lecteurs de Condé Nast Traveler, vient de lancer les nouveaux menus de saison de ses deux restaurants signature : The Restaurant at The Setai et The Setai Grill. Dirigés par le jeune chef français Mathias Gervais (biographie et entretien), ancien de chez Joël Robuchon

et de Roger Vergé, les deux restaurants proposent des menus entièrement renouvelés : une « cuisine du soleil » méditerranéenne pour The Restaurant, tandis que The Setai Grill offre des mets d'inspiration asiatique en plus de sa sélection habituelle de viandes de toute première qualité.

RÉNOVATION

LE TAJ SAMUDRA DE COLOMBO



Le Taj Samudra à Colombo, accueille à nouveau ses clients après de spectaculaires travaux de rénovation d'un montant de 20 millions de dollars. L'hôtel, qui surplombe le Galle Face Green, offre une vue panoramique sur l'océan Indien. L'hôtel propose désormais de nouvelles chambres Taj Club, ainsi que des suites minutieusement rénovées, dont une toute nouvelle suite présidentielle.

M. Rohit Khosla, Directeur Général du Taj Samudra, commente la réouverture de son établissement en ces termes : « Il aura fallu un an de travaux pour que le Taj Samudra redevienne l'un des hôtels les plus spectaculaires de Colombo. Nous sommes fiers d'accueillir à nouveau une clientèle locale et internationale et de lui permettre de profiter de l'hospitalité légendaire de Taj. »

tajhotels.com

ANNIVERSAIRE

SOFITEL A 50 ANS EN 2014



Sofitel fête son 50e anniversaire en 2014. Cette année toute particulière marque un demi-siècle de savant mélange entre le meilleur de l'art de vivre français et le raffinement de la culture local, qui se

révèle dans plus de 120 adresses de luxe situées dans 40 pays aux quatre coins du globe. L'année anniversaire de Sofitel rend un hommage à la fois à son histoire et ses traditions tout en ouvrant la voie à l'avenir, avec plus de 30 ouvertures d'hôtels prévues dans le monde entier d'ici 2015. De ce fait, Sofitel dévoilera, tout au long de l'année 2014, les 50 « magnifiques moments » emblématiques de son approche unique de l'élégance française et illustrant les trois thématiques clés de Sofitel : le design, la gastronomie et la culture.

sofitel.com

ACQUISITION

NEWREST DÉVELOPPE SON ACTIVITÉ AU MAROC



Newrest a récemment fait l'acquisition du groupe Atasa, filiale marocaine du groupe espagnol Areas. Avec un CA de près de 10 millions d'euros et 250 salariés, Atasa est présent dans la restauration collective, mais également le catering aérien et les concessions aéroportuaires. Le rachat est signé Newrest Rahal Maroc, le leader de la restauration collective gérant administrations et grands corps d'Etats, écoles, lycées, hôpitaux et cliniques mais également des banques, industries et autres mines. Joint-venture entre Newrest et le groupe Rahal, Newrest Rahal Maroc dispose d'un CA de 43 millions d'euros pour 2100 salariés.

Photo : Olivier Sadran,
Co-Président du Groupe Newrest - newrest.eu

L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE



BWT PERMO MAROC
Route de Zenata Km 11,5 (à côté Toyota) Ain Sebaa
Casablanca
Tél. : 0522 666 552 - Fax : 0522 666 423
E-mail : permo.maroc@bwt.fr

PERMO, la solution pour vos eaux de process

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



permo
BEST WATER TECHNOLOGY
BWT GROUP

**OUVERTURE
WALDORF ASTORIA**



Waldorf Astoria Hotels & Resorts, la marque de luxe de Hilton Worldwide, a annoncé aujourd'hui l'ouverture du Waldorf Astoria Dubai Palm Jumeirah, poursuivant l'expansion de la marque à l'échelle mondiale. Offrant un panorama à couper le souffle sur la côte du golfe Arabo-persique et sur quelques-uns des haut-lieux de Dubaï, les 319 chambres du Waldorf Astoria Dubai Palm Jumeirah dégagent un vrai luxe, avec les équipements de classe mondiale et la sophistication qui font la renommée de la marque.

waldorfnewyork.com

**TRANSPORT
TAXE SUR LES BILLETS D'AVION**



Le Parlement marocain a approuvé la mise en place d'une nouvelle redevance voyage pour les transports aériens au départ du Royaume. Fixée à 100 dirhams en classe économique

et 400 dirhams en première classe ou en classe affaire, la taxe s'appliquera sur tous les déplacements depuis le Maroc, qu'il s'agisse de vols aller ou retour. L'Office national marocain du tourisme et le Fonds d'appui à la cohésion sociale bénéficieront de ces recettes à parts égales. La taxation s'appliquera dès le 1er avril 2014.



**NOMINATION
JANE MACKIE CHEZ FAIRMONT**

Jane Mackie rejoint le groupe FRHI Hotels & Resorts en tant que vice-présidente de la marque Fairmont Hotels & Resorts. Elle sera en charge de son développement et de sa stratégie dans le but de continuer à positionner Fairmont sur le marché très compétitif de l'hôtellerie de luxe.

fairmont.com

**HÔTEL
HILTON VOIT GRAND**



Le groupe Hilton a ouvert les portes de l'hôtel Hilton Istanbul Bomonti Hotel & Conference Center le 6 janvier dernier. Simplement le plus grand établissement de la ville, avec pas moins de 829 chambres et des infrastructures XXL pour accueillir les événements MICE. Hilton débute l'année 2014 sur les chapeaux de roues, en ouvrant au public sa nouvelle vitrine turque : le Hilton Istanbul Bomonti Hotel & Conference Center. Implanté sur la rive européenne de la métropole soubouliote, dans le quartier de Sisli, les 34 étages de l'hôtel misent sur la démesure avec ses 829 chambres et ses 12 000 m² d'espaces événementiels dont une gigantesque sa salle de réception capable d'accueillir jusqu'à 6 350. Démesure, toujours, dans le domaine du bien-être, puisque le Spa du Hilton Istanbul Bomonti Hotel & Conference Center totalise 3300 m² et quatorze salles de soins. Le groupe Hilton, présent depuis six décennies en Turquie, compte 24 hôtels sur le marché.

placeshilton.com/bomonti

**DISTINCTION
LE GEORGE V A PARIS**



Le célèbre guide anglais «Gallivanter's Guide» vient de publier ses classements des meilleurs hôtels du monde pour l'année qui vient de s'achever. Les résultats pour 2013 distinguent une nouvelle fois le Four Seasons Hotel George V dans deux catégories différentes : « Meilleur Hôtel dans le Monde » et « Meilleur Hôtel en Europe ».

fourseasons.com/fr/paris

**HÔTELLERIE
DU NOUVEAU AU SOFITEL ESSAOUIRA**



Grâce à leur concept novateur, les établissements So Lounge sont devenus des adresses incontournables des nuits marrakchias et gadirias, mais aussi le rendez-vous de tous les événements d'exception. Le 31 décembre dernier, le Sofitel Essaouira Mogador Golf & Spa a ainsi créé l'événement et ouvert les portes de son So Lounge, qui deviendra sans aucun doute rapidement le nouvel univers festif à la mode de la jolie ville d'Essaouira. Les So Lounge peuvent en effet compter sur une marque de fabrique simple et ayant déjà fait ses preuves: l'élégance et le raffinement.

Réservations : 05 244 79 400
H7145@sofitel.com

**ACQUISITION
NEWREST RAHAL MAROC ACQUIERT 100% D'ATASA**



Dans le cadre de son développement au Maroc, le Groupe Newrest acquiert 100% d'ATASA, filiale marocaine du Groupe espagnol Areas, présente dans les concessions aéroportuaires - bars et restaurants d'aéroports, principalement à Casablanca, Marrakech, Tanger, Rabat et Agadir - la restauration collective et le catering aérien, servant majoritairement des compagnies internationales de premier rang européennes et du Moyen-Orient. Son chiffre d'affaires est proche des 10 millions d'euros et emploie 250 salariés. Cette acquisition permettra à Newrest de se renforcer au sein du Royaume et d'élargir son périmètre d'activités au catering aérien, cœur de métier du Groupe Newrest.

newrest.eu

Bulletin d'abonnement

A compléter et envoyer, accompagné du règlement par chèque ou de la copie du virement bancaire, sous enveloppe affranchie à :
COMPAD – BP 20 028 Hay Essalam – CP 20203 Casablanca – MAROC

1 abonnement d'un an :
11 numéros RESAGRO Magazine
+ 11 Newsletters RESAGRO e-Magazine
+ Code accès abonné www.resagro.com

USA & Canada : 120 \$
Europe : 90 €
Maroc : 250 DH

2 abonnements d'un an :
11 numéros RESAGRO Magazine
+ 11 Newsletters RESAGRO e-Magazine
+ Code accès abonné www.resagro.com

USA & Canada : 180 \$
Europe : 135 €
Maroc : 375 DH

Veuillez trouver ci – joint mon règlement à l'ordre de RESAGRO par chèque ou virement

1^{er} abonnement :
Société : _____
Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____
E-mail : _____ @ _____
Adresse complète : _____
Code postal : _____ Ville : _____
Pays : _____

2^{ème} abonnement :
Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____
E-mail : _____ @ _____

Modalité de paiement : chèque ou virement à l'ordre de COMPAD
Compte N° 013 780 01098 000092 001 01 48 MAD
Etranger : Code Swift : BMCI . MA . MC



Tél : (+212) 522 24 95 97 - Fax : (+212) 522 24 02 69 - E-mail : contact@resagro.com - www.resagro.com

LES TROPHÉES EUROPAIN INNOVATION 2014

Europain nous dévoile en exclusivité les 15 nominés aux Trophées Européen Innovation 2014. Le comité de sélection, composé de professionnels du secteur (équipement, ingrédients, techniques, produits, process), de représentants de la presse et présidé par Yannick Mazette, a sélectionné les produits se distinguant par leur pertinence. Les lauréats seront dévoilés sur le salon le 8 mars et exposés sur l'espace Innovations et Nouveautés, dans le hall 5. Nous vous présentons ici 5 premiers nominés. Les autres seront exposés dans les prochains numéros de Resagro.

Catégorie : Equipement - Matériel de production

PANEM INTERNATIONAL - GACHES ELECTRIQUES SURGELATEURS/ CONSERVATEURS (Stand : 4 F2o)



La nouvelle gamme de surgélateurs / conserveurs 600x800 est équipée de gâches électriques permettant une ouverture de porte par simple effleurement. Plus aucune pièce apparente en mouvement, son positionnement

garantit une vraie protection contre les chocs extérieurs. De plus, la facilité de nettoyage des façades des portillons a encore été améliorée.

Contact : Serge VALADOU - Président
+ 33(0)5 49 25 50 04 - serge.valadou@panem.fr

VMI - CRISTAL (Stand : 4 F6o)



Le principe du projet CRISTAL (pétrin continu sous vide) est un mélangeur à double arbres tournant dans des corps

équipés de doubles enveloppes. Ce pétrin s'adresse aux industriels de la boulangerie qui souhaitent maîtriser en continu la technique du pétrissage de leur pâte et garantir une qualité constante de leurs produits (pain de mie, viennoiseries, baguettes...). Le savoir-faire VMI conduit à utiliser, en amont du mélangeur, un pré-mélangeur monovis afin de séparer les deux phases importantes : l'homogénéisation des ingrédients et le mélange (structuration et aération). L'utilisation d'une technologie double arbre permet un excellent mélange tout en réduisant les en-cours. Un en-cours réduit permet d'augmenter le flux d'énergie apporté par unité de pâte, tout en conservant une puissance installée raisonnable. Il permet également d'obtenir des vitesses périphériques élevées, paramètre important dans l'aération des mélanges.

Contact : Claire AUFFREDOU - Responsable Marketing
+ 33 (0)2 51 45 35 35 - cauffredou@vmi.fr

RONDO SARL - MIDOS (Stand : 4 B52)



RONDO a développé sa gamme industrielle avec MIDOS, nouveau formeur de bande de pâte de la gamme ASTEC (Advanced Sanitary Technology). Les lignes ASTEC combinent les avantages du savoir-faire RONDO avec un design moderne pour un entretien facilité. Le formeur de bande de pâte MIDOS (Multiple Industrial Dough System) permet de travailler tous types de pâtes sans farine et sans huile. MIDOS dispose de son propre système d'auto-nettoyage.

Contact : Joerg SONNABEND - Responsable Marketing
+ 0041 34 420 81 07

Catégorie : Equipement-Procédé de fabrication

SCARITECH - POSTE DE TRANCHAGE SANDWICHS

(Stand : 5 K28)



Poste de travail complet, modulable et mobile, pour la maîtrise et l'optimisation du tranchage des pains à sandwichs avec ouverture en «portefeuille» avec ou sans charnière.

Contact :
Gérard REICHERT
Président
+ 33 (0)3 84 21 83 40
gerard@scaritech.com

REVENT INTERNATIONAL - FOUR CYLINDRIQUE

(Stand : 4 B30 et 4 D30)



Ce four est révolutionnaire aussi bien dans sa forme que dans ses caractéristiques techniques. En créant une chambre cylindrique, le four a été affiné, tout en améliorant sa puissance. Il offre les meilleurs résultats non seulement en termes de qualité de cuisson, de dimension et d'économie d'énergie, mais aussi de par sa visibilité, son ergonomie, sa maniabilité, sa flexibilité, sa rentabilité, sa

durabilité et sa facilité d'installation et de maintenance. La chambre cylindrique et sa porte triple vitrage, des ponts thermiques moins importants et une isolation moderne réduisent au minimum la perte d'énergie. Ce système utilise moins d'eau et consomme moins d'énergie durant son cycle de vie, grâce à l'utilisation limitée de pièces, de matériaux et à l'allègement du poids total. Les processus de recyclage et de transport s'en trouvent simplifiés.

Contact : Tobias WESTLUND
Marketing Coordinator
+46 8590 00 605 - tw@revent.se

Europain & Intersuc
Paris-Nord Villepinte - France

8-12 mars 2014
www.europain.com

Technic pâte jaune

L'AMÉLIORANT QUI SIMPLIFIE ET SÉCURISE VOS RECETTES

Améliorant **multi applications** :
cake, génoise,
muffin, madeleine

Garantie de produits **réguliers** :
volume, texture,
réduction de la friabilité

Apport de **moelleux**
et de fraîcheur
jusqu'à 12 mois

Réduction du nombre de matières premières :
optimisation
des coûts



TOUTES NOS
SOLUTIONS
POUR LES
INDUSTRIELS

• Améliorants
et correcteurs
• Mixes et concentrés

• Ingrédients technologiques
• Ingrédients céréaliers
• Ingrédients nutritionnels

ait
ingrédients

7, quai de l'Apport Paris
91100 Corbeil-Essonnes
Tél : +33 (0)1 60 90 05 12
Fax : +33 (0)1 60 90 05 01

www.ait-ingredients.com





MAROCOTEL BY EQUIP'HÔTEL

Un salon toujours très attendu !

Par Claude Vieillard

Sous l'égide du Ministère du Tourisme du Maroc, et en partenariat avec les principales fédérations professionnelles du secteur, la 13ème édition de Marocotel By Equip'Hôtel Paris, ouvrira ses portes à l'Office des Foires et Expositions de Casablanca, le 12 mars 2014. Depuis son lancement en 1988 et à travers ses 12 éditions, Marocotel a toujours eu pour ambition d'accompagner le secteur de l'industrie touristique au Maroc et d'être l'événement référence pour l'ensemble des acteurs des métiers de l'Hôtellerie, du Tourisme, de la Restauration, des Métiers de bouche, du Bien-être et des Loisirs.

Rencontre avec Adil Karim Directeur Business Unit chez Reed Exhibitions Morocco.

DANS QUEL CONTEXTE ÉCONOMIQUE DU SECTEUR VA S'OUVRIR MAROCOTEL ?

Comme tout salon dans le monde, Marocotel dépend naturellement de la conjoncture économique et touristique du pays et surtout des investissements en cours et à venir que ce soit en rénovation ou en ouverture.

En dépit d'un climat économique mondial morose, le tourisme et ses activités connexes au Maroc affichent une bonne santé. L'année 2013 s'est soldée par le dépassement de la barre des 10 millions de touristes, un chiffre que la stratégie gouvernementale s'était fixée. De ce fait Marocotel 2014 sera également un bon cru pour les exposants et les visiteurs.

SELON VOUS, À QUOI EST DU LE SUCCÈS DE CE SALON ?

Depuis son lancement en 1988 et à

La nouvelle édition de Marocotel By Equip'Hôtel est signée « Développement Durable ». Elle sera marquée par une judicieuse segmentation sectorielle qui permettra aux exposants de toucher un visitorat ciblé et en adéquation avec leur secteur d'activité.



métiers de l'Hôtellerie, du Tourisme, de la Restauration, des Métiers de bouche, du Bien-être et des Loisirs.

L'alliance stratégique des deux marques ; Marocotel et Equip'Hôtel Paris a prouvé, lors de la dernière édition toute son efficacité à travers un taux de satisfaction exposants qui a atteint les 94%.

L'engagement de Marocotel By Equip'Hôtel à être à l'écoute de ses exposants et visiteurs, s'inscrit et s'inscrira toujours dans une démarche de développement durable tout en renforçant sa position de plateforme de contenu à forte valeur ajoutée à résonance internationale.

Placé depuis 2012 sous l'égide du Ministère du Tourisme du Maroc, et en partenariat avec les principales fédérations professionnelles du secteur, Marocotel devient de facto l'outil idoine pour l'accompagnement de la Vision 2020.

QUELLES SERONT LES NOUVEAUTÉS 2014?

Premièrement, Marocotel By Equip'Hôtel 2014 sera signé

travers ses 13 éditions à Casablanca et ses deux éditions régionales à Marrakech, Marocotel a toujours eu pour ambition d'accompagner le secteur de l'industrie touristique au Maroc et d'être l'événement référence pour l'ensemble des acteurs des

Marocotel By Equip'Hôtel 2014 proposera, à plus de 20.000 visiteurs professionnels décisionnaires d'envergure nationale et internationale dans les métiers de l'hôtellerie, de la restauration, des métiers de bouche, du bien-être et des loisirs, une offre d'équipement complète, diversifiée et de qualité, préparées spécialement pour l'occasion afin d'améliorer la performance de leurs établissements ou anticiper leurs démarches de développement.

«Développement Durable». Cette édition sera marquée par une judicieuse segmentation sectorielle qui permettra aux exposants de toucher un visitariat très ciblé et en adéquation avec leur secteur d'activité et leurs besoins. De ce fait, la 13^{ème} édition abritera cinq univers distincts :

Accueillir et Relaxer, Concevoir et Décorer, Cuisiner et Servir, Gérer et Connecter, Nettoyer et Entretenir.





Qualité, Design et Innovation

Ecologie et économie, hygiène et performances !

Liebherr : la dynamique de l'innovation...

Liebherr s'engage toujours plus dans le respect de l'environnement : choix de matériaux, durabilité des appareils, fluides réfrigérants écologiques, efficacité énergétique optimale... Ces efforts ont abouti à l'obtention de plusieurs prix qui cassent nos appareils comme les meilleurs de leur catégorie.

La nouvelle génération d'armoires gastronomiques Liebherr s'inscrit dans cette dynamique et répond à tous vos besoins en vous proposant un vrai concentré de technologie... à découvrir et redécouvrir sans plus attendre !



Fluide frigorigène propre R-290.



Jusqu'à 80% d'économie d'énergie !



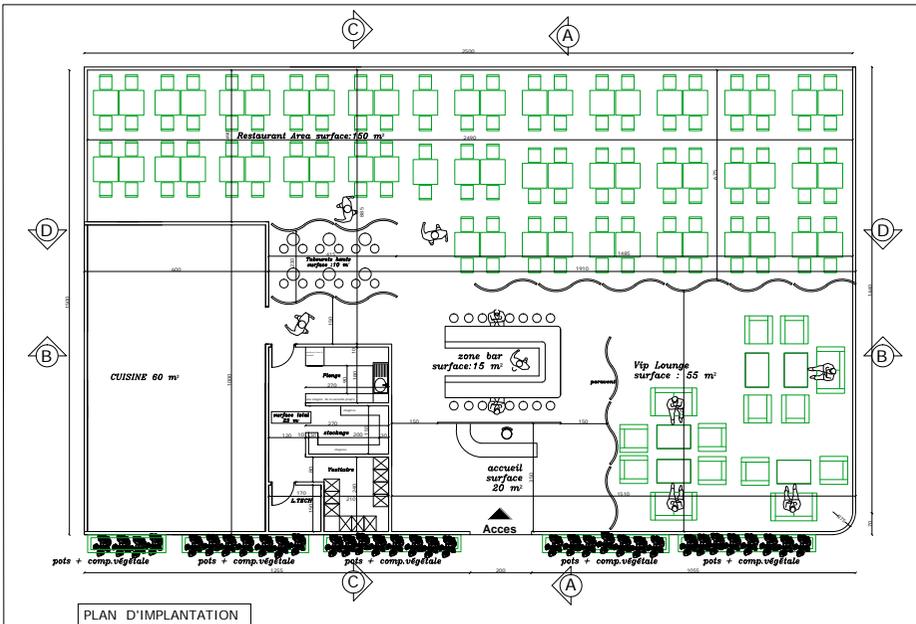
Chargement direct de bacs GN, 150 cm de hauteur de chargement utile !

La maîtrise du froid :
Gastronomie, Boulangerie, Stockage, Boissons, Glaciers, Caves à vin...





LE SPECIALISTE DU MATERIEL FROID GRANDE CUISINE
EBERHARDT FRÈRES MAROC • Résidence Assilm 2 • 40 Avenue Ain Taoujtate • Quartier Bourgogne
MA - 20050 CASABLANCA • Téléphone : +212 (0)5 22 27 90 16 • Fax : +212 (0)5 22 27 90 33



PLAN D'IMPLANTATION

	1852&Co by Hicham lahlou Designer - Agence de Design	
	Resto des Chefs / Marocotel By Equip'hôtel 2014	Echelle : 1/50ème
	PLAN D'IMPLANTATION	le: 09-01-14
		PL: 1



Hicham Lahlou est un des premiers designers en Afrique à avoir été édité par de grandes marques internationales. Sa PME 1852&Co est reconnu par le guide européen du design.

Deuxièmement, Le Resto des Chefs signé par le talentueux Hicham Lahlou, élu meilleur designer espoir 2012, Ce restaurant éphémère, construit pour une durée de quatre jours, mettra en valeur toute une panoplie de savoir-faire alliant design, décoration, art de la table, service et gastronomie. Chaque jour un grand chef de renom sera aux commandes de la cuisine professionnelle du restaurant. Il s'agit respectivement de Issam Rhachi (chef du Fouquet's Marrakech), de Gilles Choukroun (étoilé Michelin), de Rachida Sahnoun et Isabelle Aubry du Riad Monceau, de Jean-Pierre Vigato (2 étoiles Michelin) accompagné de deux chefs de la Mamounia. Ces invités de marque auront pour mission de préparer des menus gastronomiques pour 150 couverts et d'initier nos jeunes gastronomes marocains à l'art de la haute gastronomie.

Troisièmement, Marocotel By Equip'Hôtel mettra en place des espaces de coaching et de formation qui traiteront de diverses thématiques telles que l'ECO label, la gestion de Spa, la réservation et le paiement

Le Resto des Chefs

C'est le restaurant gastronomique du salon. Il sera designé par Hicham Lahlou, meilleur designer espoir 2012, spécialement pour Marocotel et sera géré par quatre chefs étoilés nationaux et internationaux qui auront pour mission de préparer des menus gastronomiques pour 150 couverts avec l'assistance de jeunes talents marocains. Rencontre avec le designer.

QU'ELLE SERA TON RÔLE AU SEIN DU SALON MAROCOTEL?

A l'instar d'Equip'hôtel à Paris, Marocotel By Equip'Hôtel à Casablanca a souhaité mettre en place le resto des chefs et on a fait appel à moi pour

designer et valoriser cet espace de 350 m2 avec 60 m2 de cuisine vitrée. Le tout a été réalisé dans un souci de développement durable et d'éco-design.

POURQUOI AVOIR ACCEPTÉ CE PROJET?

C'est un honneur pour moi d'avoir été choisi. Je suis ambassadeur depuis 2012 d'Equip'Hôtel avec 15 autres grandes signatures et lorsqu'on m'a demandé de réfléchir à ce projet et d'apposer mon nom sur cette réalisation, j'ai bien sûr aussitôt accepté. C'est un espace très attendu par tous les exposants qui y invitent leurs clients pour déguster des plats de chefs étoilés.



AU SUJET DE LA BOUTEILLE AIN SOLTANE, QUI A FAIT APPEL À TOI ?

Ma rencontre avec Monsieur Chaabi remonte à plusieurs années et il m'avait déjà fait part à l'époque de son souhait de me voir designer une bouteille d'eau. Je dis bien designer et non pas habillé. Cette bouteille d'Ain Soltane n'existait pas avant. C'est une création originale. Ça a été un gros travail. Il a fallu réfléchir sur le contenant avec ses aspects techniques comme sa teneur, sa stabilité, son point de gravité, les contraintes de friction, la dimension du culot, etc. Puis sa forme et son habillage. Il y a eu beaucoup de réunions pour en parler, de briefs, de discussions. Ensuite, il a fallu tenir compte de l'aspect industriel quant à la réalisation : un prototype a été fabriqué puis un moule. Ça a vraiment été un travail d'équipe.

QU'EST CE QUI T'A SÉDUIT DANS CE PROJET ?

Ce qui m'a séduit c'est tout d'abord qu'on fasse appel à un designer marocain. C'est un projet ultra-novateur et j'espère ouvrir la voie à

d'autres groupes marocains et faire comprendre aux jeunes designers qu'il est possible de réaliser de belles choses au Maroc. Car si Monsieur Chaabi a fait appel à moi, c'est que le Maroc est en mesure de relever tous les défis au niveau design mais aussi architecture ou décoration. Cela va à contre-courant de ce qui se passe au Maroc où on fait trop souvent appel à des étrangers pour réaliser tel ou tel projet.

OÙ PEUT-ON VOIR CETTE BOUTEILLE ?

Le prototype a été présenté à mon exposition Play Design organisé par la CDG à Rabat et la bouteille finale sera justement présentée à Marocotel.

TU AS CRÉÉ UNE CHAMBRE D'HÔTEL CLÉ EN MAIN. D'OÙ T'ES VENUE CETTE IDÉE ?

C'est la rencontre avec un industriel marocain, Itqane, qui m'a fait confiance et a accepté de financer et réaliser cette suite de 54m2 toute équipée et destinée aux hôtels. C'est la vitrine d'un savoir-faire 100% Marocain. Ce concept a été créé pour montrer la capacité que nous avons à allier design et industrie.

TU AS DES PROJETS D'HÔTELS ?

Oui, un hôtel signature à St Barth et un autre en Afrique. Je suis également en train de réaliser des villas pilotes et des appartements et travaille sur la rénovation d'un autre hôtel.

Plus de 250 exposants nationaux et internationaux seront présents à Marocotel, sur plus de 20.000 m² d'exposition et d'animation. A cet effet, Marocotel By Equip'Hôtel 2014 se veut un point de rencontre biennal entre les leaders et les acteurs majeurs concernés par un secteur en pleine expansion.



Marocotel By
Equip'Hôtel Paris
13ème édition
du 12 au 15 /03 2014
A l'Office des Foires
et Expositions de
Casablanca



L'induction professionnelle : La haute technologie au service de la gastronomie



LA CUISINE PRO-MOBILE !

SHOW COOKING VISIO TECNOX,
un concept innovant haute technologie.

L'équipement tout induction modulable et haute technologie permet de cuire, frire et griller tous les produits sans mélange de saveurs. Plaque de cuisson simple ou double, wok et plancha, tout est à induction pour une parfaite maîtrise de la cuisson.

Le système de ventilation-filtration intégré permet un confort d'utilisation exceptionnel en toutes circonstances.

Les meubles de cuisson de la gamme professionnelle SHOW COOKING VISIO sont à la fois robustes, modulables, totalement mobiles et dotés d'une parfaite ergonomie dans leur conception. Du sur mesure à chaque service !

TECNOX

Découvrez l'étonnant concept
SHOW COOKING VISIO



LE SPECIALISTE DU MATERIEL FROID GRANDE CUISINE

EBERHARDT FRÈRES MAROC • Résidence Assilm 2 • 40 Avenue Ain Taoujtate • Quartier Bourgogne
MA - 20050 CASABLANCA • Téléphone : +212 (0)5 22 27 90 16 • Fax : +212 (0)5 22 27 90 33

Liebherr présent en force à Marocotel

Toujours plus innovante et plus respectueuse de l'environnement, la marque Liebherr, leader mondial du froid, sera présente en force au salon Marocotel 2014 sur un stand de 72m2 avec plus d'une trentaine de produits les mieux classés de leur catégorie !

Nous avons rencontré Pierre Caligaris, Directeur Commercial Export chez Eberhardt Frères.

COMMENT SE PORTE LIEBHERR MAROC ?

L'année 2013 a été une bonne année pour la marque Liebherr au Maroc. Notre progression est à deux chiffres sur l'ensemble de nos marchés : EM , FGC et SX. Il est clair que les habitudes d'achat sont en train de changer au Maroc et que les consommateurs ou utilisateurs sont de plus en plus sensibles aux produits de qualité et très attentifs aux consommations électriques. Un acheteur de Liebherr est un client satisfait qui naturellement nous envoie d'autres acheteurs en vantant les mérites de nos produits et de notre service à son entourage.

QUELLES SERONT VOS NOUVEAUTÉS POUR MAROCOTEL 2014 ?

Marocotel va nous permettre de présenter une large gamme d'appareils Liebherr soit 22 modèles aux utilisateurs potentiels qui pour la plupart n'ont pas eu la chance pour l'instant d'avoir un contact direct avec un appareil de la marque. Ainsi ils pourront apprécier leur robustesse mais également leur ergonomie capitale dans une utilisation professionnelle et leurs faibles consommations électriques. Une nouvelle gamme d'armoire de restauration et de collectivité sera dévoilée pour la première fois. De taille moyenne, 365L à 544L net, les appareils de cette gamme ont toutes



les qualités faisant la renommée de la marque Liebherr : fabrication allemande, épaisseur des tôles, isolant haute densité, porte inox, froid ventilé, gaz écologique, faible consommation pour un prix agressif vis à vis des appareils de la concurrence.

Nous aurons également sur le stand le nouveau show cooking : le Visio qui sera en démonstration. A l'occasion un chef français fera le déplacement pour faire des démonstrations.

Enfin nous trouverons également d'autres grandes marques européennes sur notre stand qui vous seront dévoilées à l'occasion. Elles sont toutes des partenaires historiques d'Eberhardt Frères en France et nous ont accordé leur confiance pour les distribuer au Maroc.

POURQUOI AVOIR DÉCIDÉ DE LANCER DES SITES INTERNET MAROCAINS ?

Pour nous il était très important de se rapprocher des consommateurs marocains pour deux raisons. Premièrement afin de pouvoir leur apporter un maximum d'information sur nos produits, nos technologies et les sensibiliser par des textes mais également par des vidéos des bénéfiques qu'ils peuvent leur procurer. Deuxièmement cela va nous permettre de pouvoir dialoguer avec eux grâce à leur rubrique contact; de connaître leurs attentes et répondre à leurs questions.

Armoires réfrigérées, coffres, congélateurs, caves à vins, caves à cigares... mais aussi une gamme professionnelle : boulangerie-pâtisserie, gastronomie, stockage, boissons, glaciers, caves à vin... une gamme complète, un froid de qualité et une constance des critères très importants pour les professionnels: choix des matériaux, durabilité des appareils, fluides écologiques, efficacité énergétique optimale, recyclabilité, ... Petit tour d'horizon.

- Les réfrigérateurs ProfiLine Gastronomique offrent tout ce que demandent les professionnels de la cuisine sur le plan du froid. L'alliance de l'électronique moderne et de composants de froid optimisés,



donne à ces appareils une capacité de prestation maximale. Même sous une température ambiante de +43°C, il est possible de régler la température, au choix, entre - 2°C et +15°C. L'électronique claire, conforme aux normes HACCP, comporte une interface sérielle et un contact sans potentiel, pour l'enregistrement de températures. Les habillages, en inox nickel chrome, de qualité, s'entretiennent sans problème et garantissent l'hygiène, si importante pour la gastronomie.

- Les congélateurs ProfiLine Gastronomique Premium, quant à eux, offrent pour la conservation des produits congelés, d'excellentes performances de froid. Ils ont été conçus pour pouvoir fonctionner, sous une température ambiante de +43°C,

Rendez-vous au Stand Allée C, îlot 18, N°1

Vous y découvrirez les marques prestigieuses européennes présentées, la démonstration sur un show-cooking dernière génération effectuée par un grand chef français, la présentation des nouveaux fours dédiés aux besoins spécifiques des professionnels... Et également une nouvelle gamme d'armoire de restauration et de collectivité dévoilée pour la première fois. De taille moyenne, 365L à 544L net, les appareils de cette gamme ont toutes les qualités ayant fait la renommée de la marque Liebherr : fabrication allemande, épaisseur des tôles, isolant haute densité, porte inox, froid ventilé, gaz écologique, faible consommation pour un prix agressif vis à vis des appareils de la concurrence.

dans une plage très étendue, allant de -10°C à -35°C . L'électronique claire, conforme aux normes HACCP, comporte une interface sérielle et un contact sans potentiel, pour l'enregistrement de températures. Avec sa pédale, ses portes à fermeture automatique et ses grilles en inox nickel chrome capables de supporter jusqu'à 60 kg, font du congélateur ProfiLine l'assistant idéal de toute cuisine professionnelle.

- Pour la boulangerie-pâtisserie, les armoires négatives et congélateurs de la série ProfiLine, spécialement conçus dans le respect de la norme boulangerie, offrent un maximum de rentabilité et de fiabilité. Ils se distinguent par leurs réserves de capacité élevées, leur qualité robuste et durable qui répond aux exigences professionnelles les plus sévères. Leur système frigorifique assure une température constante dans tout l'espace intérieur. La température est réglable de -10°C à -35°C . Les appareils BGP sont la solution idéale pour le stockage des pâtisseries, la série BGPv convient pour un travail intensif avec ouverture de porte fréquente et à la congélation.



- Les caves à vins de vieillissement, multi-températures et de dégustation... Chaque cave offre un véritable cocon protecteur pour les meilleurs crus, grâce à un climat conforme aux prescriptions des maîtres de chais, et fondé sur des valeurs essentielles. A noter que la gamme Vinidor réunit à la perfection les



avantages des caves de vieillissement et des armoires de mise en température en un seul appareil. Elle propose deux ou trois compartiments conservateurs de vins, dont la température peut être réglée indépendamment, au degré près. Il est ainsi possible de conserver du vin rouge et du vin blanc dans un même appareil, chacun à sa température de consommation. Mais ces appareils vous permettent aussi de conserver, dans des conditions idéales, de grandes quantités de vin sur une longue période.

- L'armoire à cigare Humidor, en inox vitrée traitée anti-UV, permet de stocker les cigares dans les conditions idéales : filtre à charbons actifs, bac à eau, tablettes en cèdre espagnol, serrure intégrée, porte vitrée anti-UV. L'affichage digital permet de faire des réglages précis de température



et d'hygrométrie. L'affichage LCD MagicEye permet un contrôle précis et efficace des températures sélectionnées. L'utilisation du bandeau de commandes est facilitée par un agencement intuitif des touches.

L'équipe Eberhardt Frères France et Maroc, outre les produits Liebherr, vous attend également pour vous présenter d'autres nouveautés dont elle a

l'exclusivité :

- Exposition de toutes les gammes pour l'équipement des cuisines professionnelles signées des plus grandes marques;
- Démonstrations de « la cuisine pro-mobile » avec de la gamme show cooking par un Chef renommé tout au long du salon Marocotel ;
- Présentation des nouveaux fours dédiés aux besoins spécifiques des professionnels...

INNOVATIONS AVEC LE SHOW-COOKING VISIO

La gamme show-cooking de Tecnox, proposée par Eberhardt Frères évolue: Le show-cooking Visio, véritable cuisine pro-mobile, dont la spécificité



est le système de ventilation-filtration qui lui permet de garantir un confort d'utilisation exceptionnel, est dorénavant disponible avec un vitrage qui permet de protéger et de garantir la visibilité de votre cuisine spectacle. Le Show Cooking Vision Tecnox est un concept innovant haute technologie. L'équipement tout induction modulable et haute technologie permet de cuire, frire et griller tous les produits sans mélange de saveurs. Plaque de cuisson simple ou double, wok et plancha, tout est à induction pour une parfaite maîtrise de la cuisson. Le système de ventilation-filtration intégré permet un confort d'utilisation exceptionnel en toutes circonstances.

Les meubles de cuisson sont à la fois robustes, modulables, totalement mobiles et dotés d'une parfaite ergonomie dans leur conception. Du sur mesure à chaque service !

Showroom Eberhardt Frères Maroc
Résidence Assilm 2 - 40 avenue
Aïn Taoujtate - Quartier Bourgogne
Casablanca - 05 22 279 016



CUISINE MOLÉCULAIRE

Par Dominique Pereda

La cuisine moléculaire est une façon moderne de cuisiner au croisement de la science et de l'art culinaire. Elle fait le plus souvent appel à des agents texturants naturels permettant de déconstruire plats et cocktails.

UN PEU D'HISTOIRE

Le terme a été inventé par Nicholas Kurti, physicien d'Oxford, et Hervé This, chimiste français. La cuisine moléculaire mêle la science au repas, utilise de nouveaux ingrédients pour préparer des plats avec des agents gélifiants et de l'azote liquide... ce qui donne naissance à de nouvelles recettes comme les cannellonis translucides aux fraises, la crème anglaise sans œuf, les perles de vinaigre balsamique ou les spaghettis de chocolat mais aussi les bulles de mojito et autres martini en bouchées utilisées pour des recettes de cocktails.

LES INGRÉDIENTS

Certains ingrédients dit « innovants » sont associés à la cuisine moléculaire, citons par exemple les gélifiants comme

l'agar-agar et les carraghénanes, les épaississants comme la gomme de guar, de tara, de caroube, ainsi que la gomme xanthane, les émulsifiants comme la lécithine ou des sucres comme le xylitol ou le sucre pétillant. Ces ingrédients sont déjà largement utilisés dans l'industrie agro-alimentaire mais font leur entrée dans la cuisine à domicile et chez les restaurateurs.

LES TECHNIQUES

Voici les différentes techniques utilisées dans la cuisine moléculaire

La sphérification est une technique de gastronomie moléculaire qui consiste à mettre une préparation liquide sous forme de sphères dont l'intérieur est liquide et les parois gélifiées. Il existe 3 méthodes de sphérification:

- Sphérification de base

Hervé This affirme qu'élaborer une crème anglaise sans œuf pourrait réduire la prévalence des toxi-infections contractées dans les restaurants. Elle permet aussi d'éviter les allergies aux oeufs en substituant l'allergène par un autre composé de même propriété.



Vent de betteraves



PRÉPARATION : 15 minutes
CATÉGORIE : Airs et mousses

INGRÉDIENTS :

- 475 ml de betteraves en boîte dans leur jus

ADDITIFS :

- Lécithine de soja 1 sachet (2 g)

ÉTAPES :

- Réduire les betteraves en purée au mélangeur.
- Extraire le jus en pressant la purée de betterave dans un coton fromage.
- Dissoudre la lécithine de soja dans le jus de betterave à l'aide d'un mélangeur à main ou d'un batteur à œufs et faire mousser.
- Recueillir la mousse à l'aide d'une cuillère et la déposer sur la préparation choisie. Faire mousser le jus de nouveau pour obtenir davantage de mousse.

L'air de betterave est à la fois délicieux et très joli.

- Sphérification inverse
- Sphérification inverse congelée

Additifs utilisés:

- Alginate de sodium
- Sels de calcium

La gélification est le procédé culinaire qui permet de transformer un liquide en un gel plus ou moins ferme ou élastique, mou ou cassant, etc, selon l'additif alimentaire utilisé.

Additifs utilisés:

- Agar-agar
- Carraghénine
- Gélatine

- Gomme gellan

L'émulsification est la technique qui permet de transformer un liquide en une mousse légère et aérée. On parle ainsi d'«airs» ou de «vents» pour désigner ces mousses.

Additifs utilisés:

- Lécithine de soja

A noter : La pressurisation au siphon alimentaire se distingue de l'émulsification en ce qu'elle permet de réaliser des mousses sans l'aide d'un agent émulsifiant. Le produit résultant de la pressurisation au siphon porte habituellement le nom d'espuma, tiré de l'espagnol pour « mousse ».

L'épaississement est le procédé par lequel on augmente la viscosité d'une préparation pour la rendre plus onctueuse sans en changer le goût.

Additifs utilisés:

- Gomme xanthane

L'effervescence est l'échappement de gaz d'un corps et la formation de bulles qui en découle, comme par exemple, dans les boissons gazeuses.

Additifs utilisés:

- Sucre pétillant

La transformation existe sous plusieurs formes. Par exemple, la maltodextrine est un sucre grâce auquel on peut transformer un liquide gras (huile, graisse de bacon, chocolat fondu...) en une poudre au goût intensifié. La transglutaminase elle, est une enzyme utilisée comme agent de liaison en présence de protéines (souvent appelée «colle à viande»). La gomme xanthane est souvent utilisée en substitution du gras dans les préparations pour sa capacité à reproduire une texture onctueuse. Cet apport d'onctuosité s'explique par les liens que tissent entre elles les molécules de la gomme, permettant la formation d'un réseau qui emprisonne l'air dans la préparation liquide.

Additifs utilisés:

- Maltodextrine
- Transglutaminase
- Xanthane

LE CAS DE LA SURGÉLATION

L'azote liquide est depuis longtemps de toutes les démonstrations de



L'institut national de la recherche agronomique (INRA) donne des cours et des ateliers ouverts à tous pour découvrir la cuisine moléculaire, et le contenu varie chaque année en fonction des axes de recherche et des types de public.

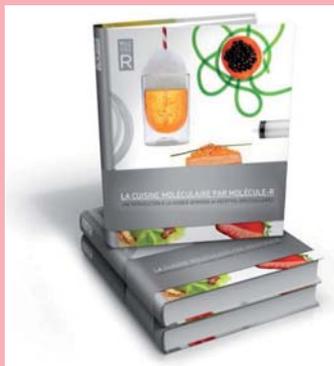
cuisine moléculaire et l'instantanéité et l'impressionnant nuage de vapeur qui résultent de la condensation de l'air ambiant y sont certainement pour quelque chose.

En cuisine, l'azote liquide sert d'agent de refroidissement. Il n'entre pas dans la préparation des recettes en tant qu'ingrédient, et n'est donc jamais ingéré; il refroidit l'aliment, puis s'évapore. Ce n'est qu'après l'évaporation complète de l'azote liquide que l'aliment peut être ingéré. Les aliments refroidis à l'azote liquide, ayant été mis en contact avec cette substance cryogénique sont –extrêmement froids et doivent donc réchauffer avant d'être touchés et ingérés. Le parallèle peut être fait avec un aliment plongé dans de l'huile bouillante qui doit refroidir avant d'être touché. Plus un aliment est dense, plus il sera froid, et plus il sera long à réchauffer. C'est pourquoi les chefs utilisent généralement l'azote liquide pour réaliser des meringues ou des mousses glacées, c'est-à-dire qu'ils y plongent des confectons très peu denses.



Saveurs MOLECULE-R lance son premier livre de recettes

Avec l'arrivée en magasin du livre « La cuisine moléculaire par MOLÉCULE-R », ceux pour qui les innovations de la gastronomie moléculaire étaient demeurées jusqu'à aujourd'hui inaccessibles pourraient bien changer d'avis. En publiant son tout premier livre de recettes, Saveurs MOLÉCULE-R présente 40 recettes spectaculaires, expliquées et illustrées avec l'intelligence et l'élégante simplicité caractéristiques de la marque. L'entreprise propose également de nombreux kit pour réaliser facilement la cuisine moléculaire.



La température de manipulation extrêmement basse de l'azote liquide en rend toutefois l'utilisation potentiellement dangereuse. Il est recommandé de suivre une formation pour bien en comprendre la réactivité et les risques de brûlures associés.

LES CHEFS

Certains grands chefs s'inspirent des travaux de la gastronomie moléculaire, parmi eux, Pierre Gagnaire, Thierry Marx, Denis Martin.

Entrer dans « La Sphère de Thierry Marx », c'est passer la frontière des énigmes



de la création gastronomique et goûter aux plaisirs gustatifs et visuels d'une expérience inattendue. En 2008, le chef s'est attaché à réinventer l'esprit de la table, en accord avec les dernières avancées de la science des particules microscopiques, développée par le scientifique Jérôme Bibette.

Comment créer des billes dont l'enveloppe est aussi légère qu'une bulle de savon et dont l'explosion en bouche révèle toute la saveur unique d'un aliment ou d'un plat ?

Comment déstructurer un produit pour le reconstruire dans une forme contemporaine qui libère en une bouchée la saveur d'une recette ?

De cette collaboration art/science entre Thierry Marx et Jérôme Bibette sont nées de nouvelles recettes et sensations.

Il officie actuellement au Mandarin Oriental de Paris

Pierre Gagnaire propose dans ses restaurants une cuisine novatrice qui fait notamment appel à la cuisine moléculaire. A ce titre il collabore régulièrement avec Hervé This, physicien et chimiste à l'Institut National de la Recherche Agronomique INRA, pour élaborer de nouvelles recettes basées sur la gastronomie moléculaire. L'idée de Pierre Gagnaire est de proposer une cuisine mêlant art et science.

6 rue Balzac - Paris 8 et d'autres restaurants dans le monde (Londres, Las Vegas, Moscou, Tokyo, Hong-Kong, Dubaï, ...)

Denis Martin, est quant à lui passé maître dans l'art d'utiliser les techniques de cuisine moléculaire, sans s'éloigner de l'essentiel, le goût et toujours le goût.

Rue du Château 2 - Vevey - Suisse

Spaghetti de roquette



PRÉPARATION : 15 minutes

CATÉGORIE : Gélification

Spaghetti de roquette utilisant de l'agar-agar, à servir en accompagnement.
Spaghetti de roquette

INGRÉDIENTS :

- 175 ml d'eau
- 475 ml de roquette hachée

ADDITIFS :

- Agar-agar 1 sachet (2 g)

ÉTAPES :

- Liquéfier la roquette avec l'eau au mélangeur.
- Dans une casserole, porter le liquide et l'agar-agar à ébullition en remuant.
- Transvider le liquide dans un bol et en emplir la seringue de cuisine.
- Fixer le tuyau à la seringue et presser pour y faire entrer la roquette liquide.
- Placer le tuyau empli de roquette dans un bol d'eau froide pendant environ trois minutes.
- Fixer le tuyau à la seringue de nouveau et, grâce à l'air qui y est contenue, extraire le spaghetti du tuyau.



www.ekipotel.net

LE GUIDE



Collectivités



Hôtellerie



Restauration



LES FOURNISSEURS

4.000 entreprises - 2.000 rubriques

www.kerix.net

350.000

visiteurs professionnels par mois

vous avez certainement
quelque chose à leur dire!



kerix.net
Leader du BtoB au Maroc

www.kerix.net
L'annuaire des entreprises
du Maroc.

ekipotel

www.ekipotel.net
Le guide d'achats :
Collectivités - CHR

EUROPAGES
L'annuaire international des affaires

www.europages.com
Pour vos relations
d'affaires internationales.

Keriximmo

www.keriximmo.net
Les grands programmes
immobiliers.

EXPO.ma
Maroc

www.expomaroc.ma
Le 1er portail des salons
professionnels au Maroc.

Maroc 1000

www.maroc1000.net
Les 1000 premières
entreprises du Maroc.



LE 25 CASABLANCA

La brasserie chic et glamour

Par Yves Hazette

Le 25 Casablanca, Restaurant bar lounge, a ouvert ses portes le 1er Janvier 2014. Anciennement Maison Blanche, le restaurant a été repris par Thierry Hernandez et son équipe de professionnels venus de Paris. Le lieu est voué à être la Brasserie Chic et Glamour du tout Casablanca.

Maitre dans l'art de la mixologie, Thierry a fait la renommée de lieux cultes par ses créations insolites et séduisantes comme les fameux cocktails en sorbets ou en spray, ou encore les soirées thématiques exceptionnelles à Londres, New York, Tokyo ou Las Vegas.... où tous les beautiful people se retrouvent.

Des lieux chics et cosy, une ambiance branchée, des cartes culinaires savoureuses et raffinées sont les commandements de ce professionnel reconnu dans le cercle très fermé des palaces internationaux.





Le 25 Casablanca proposera une cuisine méditerranéenne revisitée par le chef parisien, savoureuse et recherchée et toujours à base de produits nobles.

Côté décoration, le lieu est magique avec un blanc immaculé rehaussé de lumière colorées, de grands bouquets de fleurs, de miroirs fumés sur les murs, colonnes et plafond... Les couverts, les assiettes, les verres sont à l'image du restaurant, raffinés et designs. Le mobilier est dans l'air du temps, confortable et stylé. L'immense bar en marbre est à lui seul une vraie attraction, c'est le cœur du restaurant, c'est l'endroit où l'on papote, où l'on peut dîner ou juste prendre un verre dans une ambiance décontractée.

Atmosphère chic et exclusive mais néanmoins cosy et détendue, vous trouverez au 25 Casablanca un accueil et un service professionnel et discret pour vos repas d'affaires ou vos sorties entre amis.

THIERRY HERNANDEZ

Après ses débuts au bar d'un grand palace parisien suivis d'une expérience dans tous les services de la restauration au Gleneagles Hotel, membre des Leading Hotels en Ecosse,



Thierry Hernandez entre à l'Hôtel Plaza Athénée en tant que commis de bar. C'est en 2001, lors de la création du Bar designé par Patrick Jouin, ancien collaborateur de Philippe Stark, que Thierry Hernandez en devient le Directeur.

Il n'aura alors de cesse d'innover et de créer, pour être en parfaite harmonie avec ce Bar élégant, mêlant un décor contemporain avec les boiseries XVIIIème classées.

Ainsi c'est au Bar du Plaza que l'on peut découvrir les cocktails les plus

audacieux et créatifs, servis par Thierry Hernandez et son équipe, garants du légendaire service Plaza Athénée.

L'emblématique Directeur du Bar du Plaza contribue à la réputation de ce lieu d'exception, qui depuis plus de 5 ans reçoit toute la clientèle jet-set et fashion de la planète.

Le 25 Casablanca
1, Rue Med Abdou, Casablanca
Réervations : 05 22 276 476



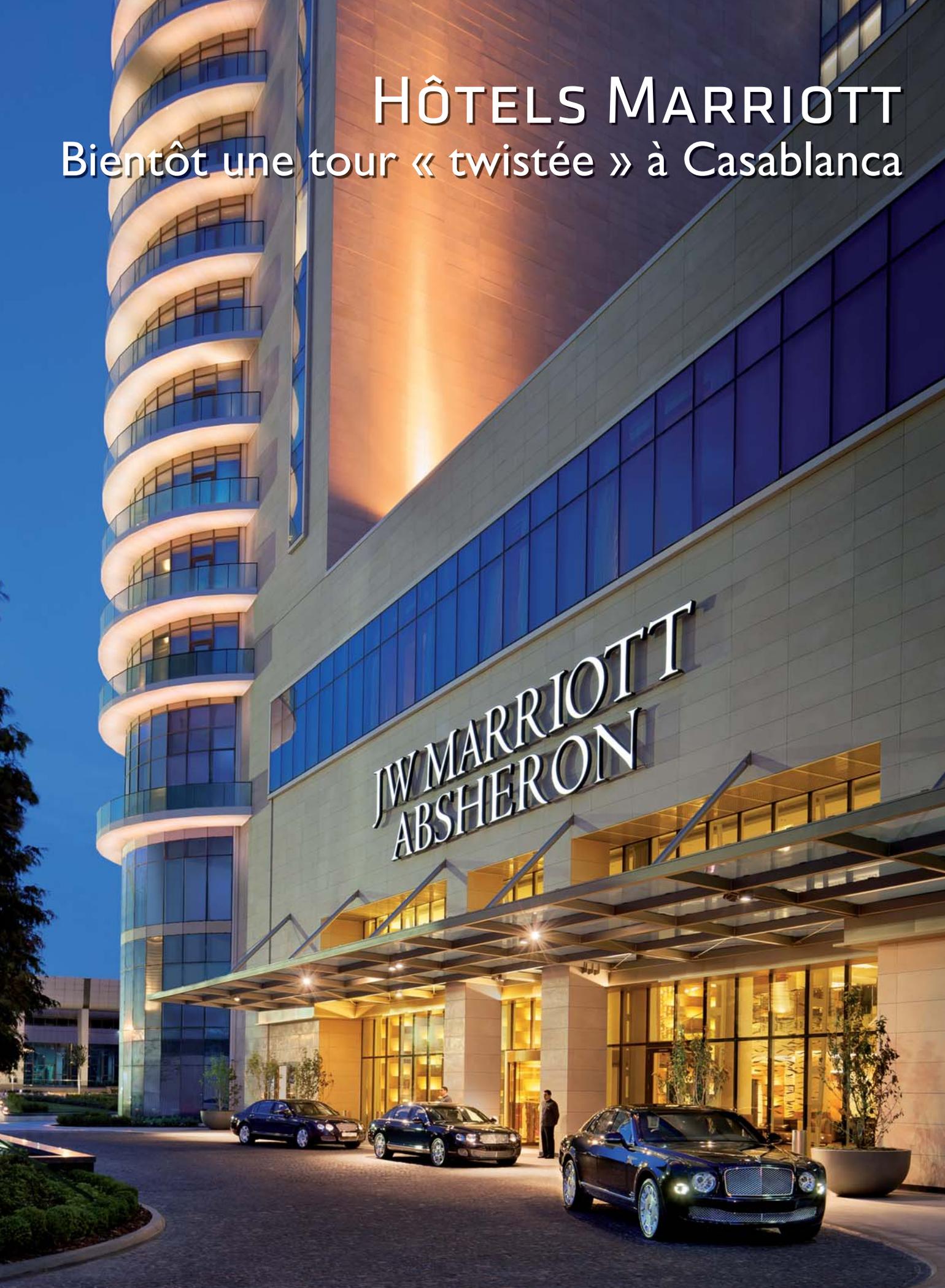
Quelques entrées, plats et desserts de la carte :

Sucrine et Artichaut, copeaux de parmesan, Truffe	140 dh
Fin velouté de Potiron, Foie gras poêlé	170 dh
Tomates romaines et Buratta, pistou de Basilic	120 dh
Saint Jacques à la Plancha en Parmentier truffées.	220 dh
Longe de veau fermier, polenta aux Shitake, vrai jus	190 dh
St Pierre Poêlé, risotto vénéré au citron confit	190 dh
Poire Belle Hélène épicée façon 25 Casa	60 dh
Chocolat Viennois	60 dh
Sorbets citron, fraise, passion et mangue	60 dh

HÔTELS MARRIOTT

Bientôt une tour « twistée » à Casablanca

JW MARRIOTT
ABSHERON



Marriott International, Inc. est une société hôtelière de premier plan qui possède, gère ou franchise plus de 3.800 établissements sous 19 marques différentes à travers le monde.

Par Dominique Pereda



Fondée par J. Willard et Alice Marriott et dirigée par la famille Marriott depuis plus de 80 ans, l'entreprise est basée à Bethesda, dans le Maryland, aux États-Unis. Elle a enregistré un chiffre d'affaires de près de 12 milliards de dollars pour l'exercice 2012.

L'HISTOIRE

La société a été fondée en 1927 par J. Willard et Alice S. Marriott. Leur fils, J.W. « Bill » Marriott, Jr. a grandi en travaillant dans l'entreprise familiale et a consacré plus de 50 ans de sa vie à en faire l'un des plus grands groupes hôteliers au monde. En mars 2012, après avoir occupé pendant quinze ans des postes à caractère décisionnel dans la société, Arne M. Sorenson a succédé à Bill Marriott pour devenir le PDG de

Depuis cinq ans, Marriott apparaît systématiquement dans la liste des entreprises les plus éthiques au monde d'après l'Ethisphere Institute.

Marriott. M. Sorenson est le troisième PDG de l'histoire de la société. Bill Marriott est actuellement le directeur exécutif et président du conseil d'administration de l'entreprise.

UNE FORTE RÉPUTATION

Depuis sa création en 1927, la société Marriott est réputée pour la dimension humaine de sa culture d'entreprise.

- 325.000 employés dans le monde
- 110.000 chambres d'hôtel actuellement en développement
- 3.800 hôtels
- 72 destinations
- 85 ans d'histoire

Elle se développe régulièrement à l'international et offre aux personnes de tous horizons un monde de





- Figure dans le Fortune 500
- Inscrite dans le New York Stock Exchange (code mnémotechnique : MAR)
- 12 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2012
- Plus de 3.700 établissements dans 75 pays et territoires dans le monde entier
- Rien qu'aux États-Unis, plus de 150 nouveaux hôtels ont ouvert leurs portes en 2012.

découvertes et de possibilités. A noter que la société est l'une des leaders du secteur hôtelier depuis 1927.

Fort d'un bilan solide et d'une gestion financière saine, Marriott International, Inc. (MAR), leader du secteur depuis de nombreuses années, ne manque pas d'atouts. Un modèle d'affaires exemplaire, des marques prestigieuses,



Le premier drive-in de la côte est, le premier motel et la première chaîne d'établissements spécialement conçus pour les voyageurs d'affaires, voilà quelques-unes des nombreuses innovations qui ont jalonné l'histoire de Marriott.





des dirigeants chevronnés et une culture du service profondément ancrée ont contribué à faire de la compagnie l'un des grands noms du secteur.

L'entreprise est fière d'être reconnue dans le monde entier pour ses valeurs pérennes, son sens du service et la qualité de ses établissements, idéals pour les séjours d'affaires comme d'agrément.

LES ENSEIGNES

Marriott gère des hôtels et octroie des franchises par l'intermédiaire des enseignes suivantes :

The Ritz-Carlton
Bvlgari Hotels & Resorts
JW Marriott Hotels
Edition
Autograph Collection
Renaissance Hotels
AC Hotels
Marriott Hotels & Resorts
Gaylord Hotels
Courtyard by Marriott
SpringHill Suites
Fairfield Inn & Suites

Residence Inn by Marriott
TownePlace Suites
Marriott Executive Apartments
Marriott Vacation Club
Grand Residences by Marriott
The Ritz-Carlton Destination Club

ET AU MAROC ?

La Marina Casablanca va accueillir le premier hôtel Marriott au Maroc. Ce sera une Tour Hôtel Business 5* et un palais des congrès, digne des plus grandes métropoles au monde. Casablanca brillera de par cette tour hôtel à la particularité «Twistée», qui portera la prestigieuse enseigne de « J.W Marriott ». Cette dernière disposera d'une capacité de 300 clés sur 40 étages (150 m de haut), et gèrera par la même occasion le futur palais des congrès de Casablanca d'une superficie de 15.000 m² SHON.

Siège de la société :
10400 Fernwood Road • Bethesda,
Maryland 20817-1102
+(1) 301 380 3000



Maître Cirier depuis 1952



DIVERSAM COMARAL s.a.
20, rue SIDOTI CHAOUIA
20320 - Ain Borja
CASABLANCA
MAROC

Tel : + 212 522 609101
609121

Fax : + 212 522 609354

E-mail : diversam@comaral.com

Web : WWW.COMARAL.COM

Facebook & Youtube :

Diversam Comaral

L.A. FUEL ENERGY : le coup de boost immédiat

Inspiré par le dynamisme de la ville de Los Angeles, de ses célébrités et des fêtes sans fin, L.A.Fuel a été créée en 2005. 4 ans plus tard, né l'Energy-Gum, une version grand public du gum à base de caféine utilisé par les forces armées américaines. 2012 et 2013 sont les années du développement généralisé de cette marque mondiale commercialisée dans plus de 30 pays.

L.A.Fuel International, entreprise dont le siège est basé au sein de l'union européenne, à Prague, a reçu des autorités sanitaires nationale de la République Tchèque un avis favorable pour la mise sur le marché européen de son produit «L.A.Fuel Energy Gum». Il est donc conforme aux lois européennes en vigueur. En Mai 2012, les autorités sanitaires marocaines ont émis un avis favorable quant à la consommation de ce produit et sa mise sur le marché marocain.

Chez L.A.Fuel, la philosophie d'entreprise est simple : consacrer son talent, son énergie et sa technologie pour créer de meilleurs produits pour les consommateurs. C'est ainsi que L.A.Fuel Energy Gum est sans Sucre, sans Aspartame, sans Conservateur et sans Gélatine. C'est aussi le premier Gum contenant un Antioxydant Naturel : la Vitamine E. Il ne contient pas d'Antioxydants tels que : E320 et E321, synthétiques et potentiellement nocifs pour la santé. L.A.Fuel Energy-Gum est donc un stimulant 100% Naturel ! Il est composé des ingrédients principaux suivants :

- La Caféine : Stimulant naturel que vous pouvez retrouver dans le café ou le thé, elle contribue à lutter contre la fatigue, à améliorer la vigilance et la concentration.
- La Taurine : Naturellement présente et synthétisée par le corps humain, elle a été identifiée comme étant un neurotransmetteur. Elle intervient



également dans les fonctions cardiaques et musculaires notamment en renforçant la contractilité cardiaque. La Taurine a un effet de désintoxication durant les efforts physiques importants, elle est également impliquée dans le mécanisme de digestion des lipides. L.A.Fuel Energy-Gum contient 25 mg de taurine/Gum soit 1/40) de ce que contient une boisson énergétique.

- Le Xylitol : Il a été reconnu comme favorisant la santé bucco-dentaire. Il permet de rendre les dents blanches et combattre les caries.

Les effets de ce gum, au fort goût de menthe fraîche, sont sans pareil. L'absorption sublinguale libère l'énergie plus rapidement qu'à travers la digestion classique. L'effet énergisant de L.A.fuel est effectif dans les 10min qui suivent la prise (un café ou une boisson énergétique, peut prendre plus de 45min). Grâce à l'absence de sucre et la présence du Xylitol, L.A.Fuel Energy-Gum favorise l'hygiène buccodentaire. Et enfin, L.A.Fuel Energy-Gum est un stimulant naturel qui lutte contre la fatigue, le stress, améliore la mémoire et favorise la concentration avec un goût unique.

MAIS QUI UTILISE L.A.FUEL SUPREME ENERGY GUM ?

Destiné à chaque personne désirant un boost d'énergie immédiat, L.A.FUEL Energy Gum est utilisée entre autre par :

- Les étudiants pendant les révisions : elle permet de rester éveillé
- Ceux qui veulent faire la fête : et ce jusqu'au bout de la nuit.
- Les athlètes : elle améliore leurs performances.
- Les conducteurs professionnels ou occasionnels : elle empêche de s'endormir au volant.
- Les actifs pendant le travail et avant les réunions importantes : elle permet de rester concentrer toute la journée.
- Et tous ceux qui se sentent fatigués : elle permet de se rebooster.

Alors, besoin d'une arme contre les coups de barre ? Besoin de rester alerte et de garder une longueur d'avance dans toutes les circonstances ?

L.A.Fuel Supreme Energy Gum est le produit idéal.

L.A.FUEL Energy Gum est disponible en pharmacies et stations-service.

TRANSFARO

Transit & Transport International

ISO 9001
ISO 14001
BUREAU VERITAS
Certification



NOS ÉQUIPES, s'efforcent d'offrir des tarifs compétitifs et des solutions pour nos clients réputés à travers le monde.



Nous vous livrons les plus hauts niveaux de rapidité, d'efficacité et de fiabilité.



www.transfaro.com

Email :
transfaro@transfaro.com



Pour développer votre activité oléicole, le CAM a pour vous la solution idoine.

Le Crédit Agricole du Maroc :

- Vous offre un accompagnement sur mesure pour la création et/ou l'extension de vos plantations ;
- Met à votre disposition une offre diversifiée et adaptée (financement de vos besoins d'exploitation, opérations à l'international et conseils).



GROUPE CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE