

ZOOM SUR LES PRODUITS DU TERROIR

Mars 2014

25MAD / 5€ / 6\$

N° 48

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

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



**INCLUS:
LE CAHIER HORECA**

SIAM 2014 : DOSSIER SPÉCIAL



Engrais
Vers une meilleure utilisation



Restauration
Hygiène et sécurité



Lait aromatisé
Tout le monde en rafolle!



REVEZ JUSQU' AU BOUT DU MONDE

Simmons
N°1 MONDIAL
www.simmons.ma

Le partenaire privilégié des hôteliers

Alexandre Delalonde
Directeur de publication

Claude Vieillard
Responsable de rédaction

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

Safia Ouakil
Directrice administrative et financière

Mohamed El Allali
Infographiste-maquetiste / Chef de projets web

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

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



L'agriculture au Maroc est un des secteurs économiques les plus importants du pays. 40% de la population vit de ce secteur et la surface agricole utile est estimée à 9 500 000 hectares. Le Plan Maroc Vert a permis à ce secteur de se développer rapidement avec une dynamique d'évolution équilibrée tenant compte des spécificités de l'agriculture de notre pays. Face aux nouveaux enjeux et aux problématiques de la question alimentaire, les progrès doivent être poursuivis afin d'améliorer nos atouts comparatifs et d'exploiter au mieux les formidables opportunités qu'offre le marché international. C'est dans ce contexte que s'ouvrira le Salon International de l'Agriculture au Maroc, avec pour thème principal « Les Produits du terroir ». Resagro vous réserve un dossier spécial dans ce numéro. Autre secteur important, l'hôtellerie et la restauration qui sont également des moteurs de croissance pour le Royaume. Même si le climat économique mondial est plutôt morose, le tourisme et tout ce qui s'y relie, affichent au Maroc une bonne santé avec en 2013 plus de 10 millions de touristes, un chiffre que s'était fixé le gouvernement. Marocotel, le Salon international de l'équipement professionnel pour l'hôtellerie, la restauration, les métiers de bouche, le bien-être et les loisirs devrait donc rencontrer un vif succès auprès des professionnels, exposants ou visiteurs. Resagro sera présent, comme les éditions précédentes, sur les 2 événements et, à ces occasions, toute notre équipe se fera un plaisir de vous rencontrer, répondre à vos questions et vous proposer la meilleure communication pour développer votre activité. Rendez-vous donc du 12 au 15 mars à l'Office des Foires et Expositions de Casablanca pour Marocotel et du 24 avril au 3 mai à Meknès pour le SIAM.

En attendant, bonne lecture

Alexandre DELALONDE

Sommaire

RESAGRO Mars 2014
Le mensuel des décideurs



Périscopes

Agroalimentaire

Nouveaux produits	12
Les arômes alimentaires	14
SPECIAL SIAM	
SIAM 2014 : plus grand, plus fort	18
Les engrais : vers une meilleure utilisation	20
Les produits du terroir	24
ONSSA et agréments sanitaires	28
Les jus «Marrakech» : la success story	29
La folie des laits aromatisés	30



Matériels

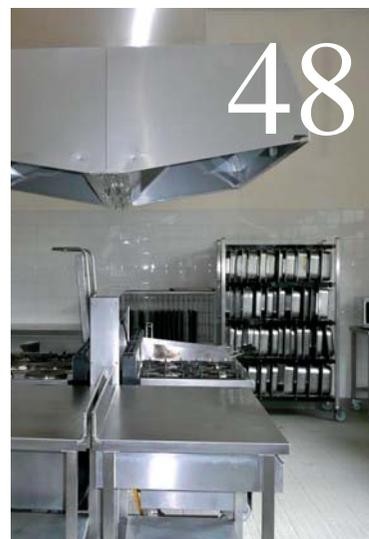
Les lauréats CFIA 2014	32
Nouveautés matériels spécial Européen	34



Salons



LES RECETTES DU MOIS PAR PANZANI	38
SIMMONS : LA SIGNATURE PRO DES HÔTELIERS	40
LES NEWS	41
RESTAURATION : SÉCURITÉ ET HYGIÈNE	48
HOTELYS : LE TITRE-RESTAURANT DÉMATÉRIALISÉ	52
PERFECT Trophy :	54
LA RÉVOLUTION iBEACON	60
LES 5 TENDANCES MEETING by Wyndham Orlando	62
L.A. FUEL ENERGY	66



**TOP
class** ESPRESSO



www.topclass.ma

LAVAZZA
ESPRESSO POINT

 LAVAZZA au Maroc

Villa Topclass : 20 bd. Ghandi. Longchamp - Casablanca
Tél. 0522 946 041 - Fax : 0522 946 043

ONSSA

OCTROI D'AUTORISATIONS SANITAIRES



© MAP

Un total de 1.400 entreprises ont été agréées sur les 5.000 établissements agroalimentaires recensés, à l'occasion du lancement de l'opération de délivrance des agréments et autorisations sanitaires aux entreprises du secteur alimentaire et de l'alimentation animale. Le processus d'octroi de ces agréments et autorisations, entamé à partir du 2ème semestre 2013, a permis d'agréer ces 1.400 entreprises avec l'objectif d'atteindre plus de 3.000 agréments et autorisations l'année en cours, avant que l'ensemble des établissements et entreprises de l'agroalimentaire recensés ne soient régularisés à l'horizon 2016, a relevé le ministre lors de la journée nationale de lancement de l'opération. Des campagnes de sensibilisation et d'implication au profit des opérateurs économiques en partenariat avec les organisations professionnelles vont se poursuivre pour garantir le respect des échéances, a estimé de son côté le directeur général de l'ONSSA Ahmed Bentouhami, précisant que les exigences sanitaires à satisfaire pour l'obtention de ces agréments concerne, entre autres, le respect des conditions d'hygiène, la mise en place d'un programme d'autocontrôle et d'un système de traçabilité.

onssa.gov.ma

NOMINATION

MICHAEL DUHAMEL A LA DIRECTION D'OPDR

Michael Duhamel, 39 ans, a pris la Direction Générale le 3 février 2014 de la société nouvellement créée OPDR Maroc.

M. Duhamel remplace ainsi M. Till Ole Barrelet, CEO du Groupe



OPDR, qui occupait jusque-là le poste de Directeur Général par intérim d'OPDR Maroc.

Michael Duhamel s'attachera principalement à renforcer la présence de la compagnie spécialisée dans le transport maritime de courte distance et de logistique au Maroc et dans la région du Maghreb.

INNOVATION

ÉTANCHÉITÉ DES EMBALLAGES



Luceo, société française, a mis au point un système (Innov 35) permettant aux industriels de l'agroalimentaire de vérifier la qualité des soudures de leurs emballages plastiques. À l'intérieur, un système de caméras ultrarapides analyse les joints d'étanchéité de ses emballages. On vérifie alors qu'il n'y a aucun corps étranger dans ces joints et qu'ils remplissent bien leur mission. C'est-à-dire, garder la fine couche de gaz protecteur qui se trouve à l'intérieur de ces sachets rigides et permet une conservation plus longue du produit (jambon par exemple).

luceo-inspection.com

AGROALIMENTAIRE

DES START-UP AU PREMIER PLAN



© lemonde.fr

Début septembre, à San Francisco (Californie), lors du TechCrunch Disrupt, une conférence consacrée aux start-up de la Silicon Valley, la société Hampton Creek Foods a fait sensation. Sur scène, Michael Arrington, le maître de cérémonie, qui s'était montré très critique au début de la conférence, s'est livré à un test à l'aveugle.

D'un côté, des cookies fabriqués avec de véritables oeufs. De l'autre, ces mêmes gâteaux fabriqués à partir d'un substitut végétal à base de pois et de sorgho développé par la start-up. Un peu embarrassé, M. Arrington a dû alors reconnaître qu'il était bien incapable de faire la différence.

L'Agrement / Autorisation Sanitaire : une exigence de la loi 28-07 relative à la Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires



**Faites agréer votre établissement
agro-alimentaire auprès de l'ONSSA
et garantisiez la sécurité sanitaire
et la commercialisation de vos produits**

PÂTE A TARTINER

DU NOUVEAU CHEZ PARADEIGMA

Forte de ses huit années d'existence, la société Paradeigma propose désormais une gamme de produits divers et gourmands pour vous accompagner du petit-déjeuner au dîner : des Goûtines, des galettes, des gressins, des p'tits carrés, une pâte à tartiner et des pâtes (4 recettes et formes variées). L'ensemble de la gamme est fabriqué dans un laboratoire entièrement dédié aux produits sans gluten et certifiés issus de l'agriculture biologique : c'est là encore une particularité de la marque. (voir aussi dans nouveaux produits)

Retrouvez la pâte à tartiner ainsi que les autres produits de Paradeigma dans votre magasin spécialisé. Et de nouveaux produits sont à venir en 2014 !



paradeigma.eu

FRANCE

LA BOUCHERIE LIVREE A DOMICILE



Manque de temps, commerces trop éloignés, se rendre chez son boucher peut s'avérer compliqué. Avec le service de livraison à domicile ou au bureau de Comme-à-la-boucherie.com, commander sa viande en ligne devient net-ment plus simple !

En quelques clics, le consommateur choisit parmi une offre variée de viandes, comme devant l'étal du boucher. Directement importées de Rungis, les pièces de qualité irréprochable sont livrées à Paris ou en Province en moins de 48h en colis ou en camion réfrigéré.

www.comme-a-la-boucherie.com

HUILE

SOFIPROTEOL NE CONNAIT PAS LA CRISE

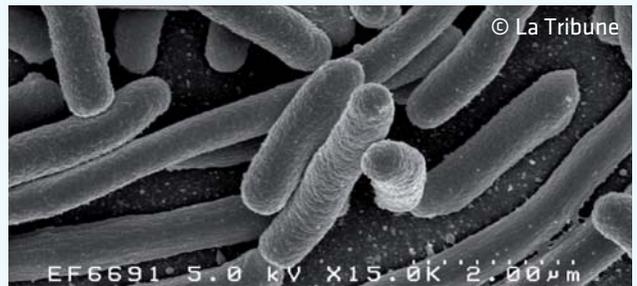


Sofiprotéol, le groupe coopératif de la filière oléo-protéagineuse française, se félicite de son acquisition marocaine. Achetée en février 2012 à hauteur de 41% auprès de la SNI (holding de la famille royale) qui en conserve 23%, Lesieur Maroc a connu une bonne année 2013 avec un chiffre d'affaires de 372 millions d'euros, en hausse de 10 % a indiqué le groupe à l'occasion de la présentation des résultats à Paris le 12 février. La marque d'huile d'olive Al Horra a notamment vu ses volumes doubler et sa part de marché portée à 13 % à la fin de l'année 2013. Lesieur Cristal a également inauguré une nouvelle usine de trituration l'an dernier.

sofiproteol.com

SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

LES BACTÉRIES SOUS HAUTE PRESSION



Meilleure conservation, meilleure sécurité, meilleur goût... le traitement des aliments par hautes pressions cumule les avantages. HPBioTECH propose aux industriels une solution clés en main unique au monde. Comment, en une seule opération, accroître la sécurisation microbiologique des aliments, prolonger la durée de conservation et préserver le goût des produits? Cette équation en apparence impossible, les « hautes pressions » parviennent à la résoudre. La technique consiste à soumettre les produits, alimentaires par exemple, à des pressions très élevées, de l'ordre de 6.000 bars, soit six fois la pression des profondeurs de l'océan, ou 6.000 fois la pression atmosphérique à l'air libre au niveau de la mer (environ 1 bar). L'opération permet de tuer les bactéries, sans aucune modification des vitamines ni de la couleur. Autre avantage, les durées de traitement sont courtes et donc moins onéreuses, 15 minutes en moyenne, contre plusieurs heures pour les traitements thermiques.



Société Protection et Hygiène Professionnelles



Venez visiter SPHP Nettoyage spécialisée en vente de produits, matériels de nettoyage et pièces de rechange



Représentés Exclusivement

Par **SPHP**

SPHP Le meilleur accompagnement pour être toujours gagnant

Qualité
& prix sont
notre soucis
pour toujours



Rce. Al Mouahidine Imm. Abdlmoumen I Rue Mehdi Ben Toumart, Bd. de la Grande Ceinture - H.M - CASABLANCA 20570 - MAROC
Tél. : 00 212 5 22 66 10 75/88 - 00212 5 22 66 59 01/02 - 00212 5 22 66 40 30 - Gsm : 00212 6 61 58 92 30
Fax : 00212 5 22 34 30 76 - 00212 5 22 66 30 40 - 00212 5 22 66 14 22 - E-mail : contact@sphpnettoyage.com - Sphp Nettoyage

www.sphpnettoyage.com

LANCEMENT

UNE BARQUETTE COMPARTIMENTÉE



Dessaint Fraîcheur lancera en avril 2014 une toute nouvelle gamme baptisée 1.2.3 Salades. Originalité du concept : ces salades à composer soi-même, vendues

moins de quatre euros l'unité, sont conditionnées dans des bols en APET dont chaque compartiment est autonome et amovible. Celui contenant les protéines (poulet, saumon ou chèvre) et celui contenant les pâtes, par exemple, peuvent être réchauffés au micro-ondes séparément. Le consommateur peut également choisir de mélanger ou pas tous ses ingrédients : salade verte, croûtons, sauce à doser (que la société fabrique elle-même). Cette innovation, refermée par un couvercle, affiche 12 jours de DLC, sans adjonction de gaz dans la barquette.

www.dessaint-fraicheur.com

FUTUR

DES ŒUFS SANS POULES



Faire de la mayonnaise sans oeufs ? Aucun problème pour Hampton Creek Foods. Et ce n'est qu'un début. Avec les 23 millions de dollars de fonds qu'elle vient de lever, cette start-up basée en Californie compte bien proposer des substituts pour tous les plats à base d'oeufs, jusqu'aux oeufs durs eux-mêmes. Une petite révolution qui compte bien s'imposer à l'industrie. La start-up Hampton Creek Foods, créée en 2011 par Joshua Tetrick et Josh Balk, se spécialise dans les substituts alimentaires des œufs. Ils ont passé deux ans à faire des recherches de par le monde pour trouver des bases végétales satisfaisantes, afin de remplacer les œufs comme ingrédients dans différents produits. Ils en ont trouvé une douzaine jusqu'à présent, et ont commercialisé leur premier produit en 2013 : Just Mayo.

CERTIFICAT

UN CARTON COMPOSTABLE



Panka Plex, le carton de Pankaboard pour assiettes en carton obtient le certificat pour compostage. Ce carton, conçu et largement utilisé dans

les applications alimentaires, a été accrédité avec le certificat d'aptitude au compostage pour les grammes entre 190 et 240 gsm. Les tests ont été réalisés avec succès et approuvés par le laboratoire tiers ISEGA selon la norme européenne EN 13432 (« Emballage, Exigences relatives aux emballages valorisables par compostage et biodégradabilité »). La norme définit le programme d'essai, les conditions et les critères d'évaluation, auquel l'emballage compostable doit répondre.

© Pankaboard



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.

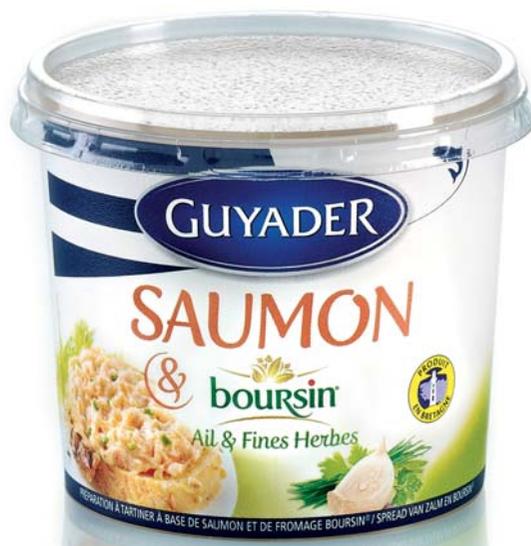


CO-BRANDING

GUYADER VS BOURSIN

La stratégie de co-branding profite pour Bel. Grâce à son partenariat avec Guyader, Boursin monte sur le podium, par l'intermédiaire des rillettes marines, du prix Produit en Bretagne, qui récompense l'innovation alimentaire bretonne. Le tartinable Guyader Saumon & Boursin Ail et Fines Herbes a été doublement distingué : il a reçu le prix de la meilleure nouveauté GMS 2014 et le prix coup de cœur de Produit en Bretagne. Ce produit est un mariage entre saumon et fromage, avec 40% de poisson et 30% de Boursin, sans colorant ni exhausteur de goût. Prêt à consommer et facile à tartiner, il a une texture fouettée et inclut des morceaux de saumon, pour mettre les rillettes marines plus souvent au menu et à l'apéritif.

En grande distribution



WHISKY

GRANT HABILLE CHIVAS



Après Vivienne Westwood, Christian Lacroix ou Tim Little l'année dernière, c'est une autre icône de la mode masculine britannique, Patrick Grant, qui est mise aujourd'hui à l'honneur dans le cadre de la campagne «Made for Gentlemen» de Chivas. Pourtant très sollicité, il prend le temps d'une collaboration d'exception avec Chivas, dont il partage le goût du raffinement et la maîtrise de l'équilibre.

Il signe là un coffret en édition limitée, un véritable collector qui contient un Chivas 12 ans d'âge et affiche quatre silhouettes arborant, chacune, un accessoire différent - cravate, bouton de manchette, montre et pochette - les accessoires du gentleman moderne.



CEYLACOR
Mélanges d'épices et herbes pour la décoration.



CEYLAMIX
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



Nouveaux Produits

LE CRÉMEUX NORMAND



A partir d'avril 2014, les amateurs de fromages pourront retrouver au rayon frais des grandes surfaces le nouveau Crèmeux Normand de Coeur de Lion et découvrir sa texture irrésistiblement crémeuse et son goût doux, onctueux et équilibré.

Une recette « double crème », avec du lait normand.

www.coeurdelion.quiveutdufromage.com

UNE SAUCE SALADE IDÉALE



Hydrosol a développé à l'intention des sportifs, mais aussi de tous ceux qui veulent maîtriser leur poids, une sauce salade dont

le taux de protéines dépasse 8 %.

- Teneur élevée en protéines de lactosérum
- Peu de matières grasses
- Convient aussi à une alimentation végétarienne (le système stabilisant Stabimuls D HP qu'elle contient est fabriqué sans œuf).

- Produit à base de protéines de lait de haute qualité, d'amidon natif et d'hydrocolloïdes.

www.ingredience-food.com



1ère PÂTE A TARTINER CACAO ET SOUCHETS

La société Paradeigma conçoit et commercialise des produits certifiés issus de l'agriculture biologique, sans gluten, gourmands et de qualité. La gamme s'élargit avec une pâte à tartiner à base de cacao et de souchets.

Goût d'amande sans être un fruit à coque.

www.paradeigma.eu

YOPA !

Le nouveau segment de produits créé par Yoplait s'appelle les « concentrés » avec un process d'égouttage et de concentration de lait qui permet la création d'une recette innovante, onctueuse et consistante élaborée avec 2 fois plus de lait et 2 fois plus de protéines qu'un yaourt normal et peu de matière grasse. De plus, Yoplait a sélectionné des préparations de fruits délicieuses afin que YOPA! comble l'appétit de plaisir des consommateurs.



www.bravolapetitefleur.com

3 ICE-COFFEE



Cette gamme de 3 Ice coffee (café latte, cappuccino, vanille), développée par Neatiful Brands, est emballée dans un packaging carton éco-responsable avec barrière multicouche lui permettant une DLUO longue et une conservation optimale de leurs saveurs. L'usine

partenaire peut développer aussi des boissons chocolatées ou fruitées dans ce même packaging.

www.beautiful-brands.com

Stand : B12 à MDD Expo 8 et 9 avril – Paris
Porte de Versailles

CHOCOLATS AU MASCARPONE FRAIS

Bouchard
belgian chocolate



Ce succulent assortiment incarne l'irrépressible désir d'innovation du maître chocolatier Bouchard. Le somptueux mélange de saveurs et de

mascarpone frais enrobé de chocolat belge bouscule la chocolaterie traditionnelle. Ce produit, gage d'une haute qualité, est commercialisé toute l'année.

Secteur d'implantation : épicerie sucrée - Date de lancement : 08/04/2014
www.bouchard.be

Stand : K68 à MDD Expo 8 et 9 avril – Paris
Porte de Versailles

CÔNE PARFUM VANILLE ET SANDWICH PARFUM CRÈME SANS LACTOSE

Grâce à un processus de production spécial, le fabricant espagnol Casty a réussi à créer une glace et un gâteau sans lactose, idéal pour les personnes intolérantes au lactose, et ce, sans renoncer au plaisir du goût original d'une glace authentique.

Secteur d'implantation : surgelés

www.casty.com

Stand : G58 à MDD

Expo 8 et 9 avril – Paris

Porte de Versailles



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



LES ARÔMES ALIMENTAIRES

Fabrication et législation (2ème 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

FABRICATION DES ARÔMES ALIMENTAIRES

Le marché de la fabrication des arômes destinés aux produits alimentaires constitue, de nos jours, un monde fourmillant où interviennent plusieurs sociétés de diverses spécialités. Certaines sociétés sont spécialisées dans la fabrication des agents d'aromatisation, d'autres s'intéressent particulièrement à la formulation des arômes et à la création des recettes. De plus, cette formulation relève elle-même de plusieurs spécialités selon le type d'arôme : arôme salé, arôme sucré, arôme « produits de la mer », etc.... Il existe 5 catégories d'agents

aromatisants avec chacune leur procédé de fabrication

1. Les substances et préparations aromatisantes naturelles qui sont obtenues à partir de matière première végétale ou animale, mais aussi à partir de phénomènes micro biologiques grâce à des enzymes, des bactéries ou des levures.. Ex : infusion de cassis, distillat de fraise, concentré de vanille.

2. Les substances aromatisantes identiques aux naturelles obtenues par synthèse chimique. Ex : L-menthol de synthèse

3. Les substances aromatisantes artificielles n'existant pas dans la nature et pourtant dotées de caractéristiques

organoleptiques particulières obtenues par synthèse chimique. Ex : l'éthylvanilline, qui a le même parfum que la vanilline

4. Les arômes de transformation produits à partir d'un mélange de sucres et de produits azotés qui, au cours de leur chauffage, donnent une réaction de Maillard. Ils sont très utilisés par les industries agroalimentaires qui fabriquent des préparations pour sauces ou plats cuisinés. Ex : arômes aux notes viande, poule, grillé, caramel ...

5. Les arômes de fumée préparés à partir de fumées dégagées lors de la combustion de bois de chêne, de hêtre, de noyer... et récupérées avec de l'eau.

Ex : pour donner un goût fumé aux saumons et charcuteries.

LÉGISLATION DES ARÔMES

La fabrication des arômes est encadrée par des lois officielles qui s'appliquent à tous les stades du processus de fabrication

AU MAROC

La législation et réglementation marocaine en matière des additifs alimentaires est basée sur le « principe de la liste positive » prévu à l'article 5 de la loi n°13.83 relative à la répression des fraudes sur les marchandises.

Pour répondre à certaines lacunes enregistrées au niveau des textes réglementaires, des circulaires techniques relatives à l'utilisation des additifs alimentaires ont été élaborées. La plus importante à citer est la circulaire conjointe N° 001/97 du ministère de l'agriculture et du ministère de la santé relative à l'utilisation des additifs alimentaires. Cette circulaire reprend l'essentiel de la législation européenne en matière des additifs alimentaires, notamment en ce qui concerne la liste des additifs alimentaires autorisés. Il instaure également la procédure à suivre pour l'autorisation d'un nouveau additif.

Voir textes sur :

liens.resagro.com/48-15-1

POUR L'UNION EUROPÉENNE

Le règlement 2232/96 définit les principales règles d'utilisation des substances aromatiques dans les denrées alimentaires au sein de l'UE et a instauré une procédure pour dresser à l'échelle européenne une liste positive des substances aromatiques qui régit les substances aromatiques pouvant être ajoutées dans les denrées alimentaires. Les arômes sont ajoutés à cette liste de l'UE à l'issue d'un programme complet d'évaluation de la sécurité réalisé par l'EFSA.

En décembre 2008, le règlement 1331/2008 a introduit une procédure commune d'autorisation pour les additifs, les enzymes et les arômes utilisés dans les aliments sur la base des avis scientifiques de l'EFSA. Le règlement est devenu complètement applicable en 2011. Le règlement 1334/2008 sur les arômes établit une liste UE des substances aromatiques autorisées.

En octobre 2012, la Commission a adopté deux nouveaux règlements sur les arômes alimentaires afin d'harmoniser et de clarifier les règles concernant l'utilisation des ces substances dans l'UE. Le règlement UE 872/2012 contient la liste de l'UE des substances aromatiques autorisées dans les aliments. Les substances aromatiques qui ne font pas partie de cette liste seront interdites après une période de suppression progressive de 18 mois. Le règlement UE

Un composé de synthèse très commun comme l'aldéhyde benzoïque (note caractéristique de l'amande) ne coûte que quelques euros/kg.

L'équivalent naturel (qui aura exactement les mêmes caractéristiques aromatiques) pourra atteindre plus de 200 euros / kg.

Cela donne un ordre d'idée sur la différence de coût en matière première entre un arôme et un arôme naturel.

873/2012 introduit des mesures de transition pour d'autres arômes (par exemple ceux fabriqués à partir de sources non alimentaires) qui devront être évalués et autorisés à une date ultérieure.

Tous les textes téléchargeable à l'adresse : liens.resagro.com/48-15-2

POUR LES ETATS UNIS

L'emploi des additifs alimentaires aux USA est réglementé par la Food and Drug Administration (Département Alimentation et Produits Pharmaceutiques). Les additifs qui étaient déjà couramment utilisés avant 1958 sont classés dans la catégorie «GRAS» (General Regarded as Safe - généralement considérés comme sains) et sont exclus de la définition légale des additifs.

Les additifs qui ne sont pas repris dans la catégorie GRAS de la législation de 1958 sont réglementés par le 1958 Food Additive Amendment to the Food, Drug and Cosmetic Act (amendement relatif aux additifs alimentaires de la Loi de 1958 sur les denrées alimentaires, les produits pharmaceutiques et cosmétiques). Ces textes stipulent les critères toxicologiques auxquels les additifs doivent répondre pour être autorisés et comprennent des exigences particulières (clause Delaney) pour les additifs soupçonnés d'être cause de cancer. A la moindre inquiétude justifiée, un additif peut être rayé de l'ancien ou du nouveau système d'autorisation.

Textes sur www.fda.gov



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

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

La vanilline

La quantité de vanilline dans 1 kg de gousses est seulement de 25g. C'est pourquoi, on utilise aujourd'hui massivement l'arôme de synthèse dans l'industrie alimentaire. Actuellement, l'arôme de vanille est le plus utilisé dans l'industrie alimentaire. 75% de la quantité mondiale est d'origine synthétique.

LES CODES D'ÉTIQUETAGE

La présence d'arômes est signalée dans la liste des ingrédients soit par le terme « arôme(s) », soit par une dénomination plus spécifique ou une description détaillée. On peut trouver l'une des dénominations officielles suivantes :

- arôme naturel de ... (ex : arôme naturel de vanille) : c'est un arôme 100% naturel qui provient presque exclusivement du produit (dans notre exemple, de gousses de vanille).
- arôme naturel (sans qualificatif) : c'est un arôme 100% naturel qui peut être constitué de plusieurs sources, toutes naturelles. La saveur résultante n'est pas indiquée.
- arôme naturel (avec qualificatif, ex : arôme naturel vanille) : identique à la définition ci-dessus. Mais le fabricant

donne une indication de la saveur globale du produit résultant du mélange de ces différentes sources naturelles. La désignation « arôme naturel de X ou Y avec autres arômes naturels ne peut être utilisée que si la partie aromatisante provient en partie du matériau de base visé, la saveur de celui-ci étant facilement reconnaissable.

- arôme (sans qualificatif) : c'est un arôme de synthèse chimique, sans indication de la saveur.
- arôme X ou Y (ex : arôme crabe ou banane) : comme précédemment, il n'est pas naturel et la saveur recherchée est X ou Y.
- une dénomination spécifique comme: extrait d'ail, eau de fleur d'oranger, menthol, huile essentielle d'amande, etc.



Retrouvez l'intégralité de ce reportage sur resagro.com

Les arômes de fumée

Les arômes de fumée sont obtenus à partir de fumée de bois. Certains composés, notamment aromatisants, sont extraits de la fumée, le plus souvent à l'aide d'eau. Le produit est ensuite purifié, ce qui permet d'éliminer les composés indésirables. Du fait de leur méthode de fabrication et de la réglementation stricte qui les encadre, l'utilisation d'arômes de fumée est généralement considérée comme offrant une meilleure sécurité pour le consommateur que le procédé de fumage traditionnel.



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).





ARÔMES & CARAMELS







metarom

CRÉATEUR DE SOLUTIONS AROMATIQUES

Arômes sucrés et salés, solutions fonctionnelles.





cara'sens

CRÉATEUR DE CARAMELS

Caramels aromatiques, fourrages, nappages et colorants.

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

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

SIAM 2014 : plus grand, plus fort !

Sur une superficie de 170 000 m², cette année encore, c'est en filigrane du Plan Maroc Vert, que le thème « Produits du Terroir » sera le fil rouge du SIAM avec des temps forts lors des 10 jours du Salon, par un contenu, une exposition des plus riches et par des conférences de haut niveau afin d'apporter et de faire émerger des solutions concrètes à travers un diagnostic des dynamiques à l'oeuvre et l'identification de chantiers prioritaires, pour y construire l'avenir territorial.

Ils seront plus d'un millier d'exposants originaires de plus de 50 pays présents avec l'Union Européenne invitée d'honneur et pas moins de 2 500 animaux résultants de rigoureuses sélections qui concourront pour le trophée SIAM 2014, référence de l'excellence nationale. Plus de 1 000 000 visiteurs sont attendus de toutes les régions du Royaume et des quatre coins du Monde du 24 avril au 03 mai 2014 pour découvrir l'ingéniosité et la diversité des participants.

SOUS LE THÈME DES PRODUITS DU TERROIR

Qui mieux que Jaouad Chami (Commissaire Général du salon) pouvait nous parler du thème de cette année.

« Le SIAM a toujours veillé à choisir des thèmes agricoles d'actualité et inter-reliés entre eux. C'est dans le respect de cette approche que les différentes thématiques des éditions antérieures, à savoir « développement durable », « agriculture solidaire », « recherche et innovation » et « commerce agricole », ont préparé le terrain au thème de l'édition 2014 qui n'est autre que « Les produits du terroir », lequel s'agence bien avec la stratégie actuelle du développement du monde rural agricole.

L'activité agricole joue un rôle central dans la manière dont une société s'inscrit dans son territoire. Focus sur « les Produits du Terroir » : Le génome SIAM 2014 et sa séquence terroir sera l'image dynamique de la diversité de ce



legs patrimonial agricole! Forts de leur héritage gastronomique, cosmétique, médicinal, de la spécificité, de la typicité et qualité de leurs produits et de leur réputation à l'étranger, les Produits du Terroir s'exportent. C'est l'un des potentiels majeurs du Royaume, sur lequel il faut s'appuyer pour rééquilibrer le monde rural et la parité. Ce marché prend donc son essor dans un contexte entaché par les crises alimentaires qui se sont succédées.

Conscient de la place privilégiée qu'occupe le Maroc dans le potentiel à développer les produits de terroir, aussi bien pour le commerce national, pour l'export ou pour la complémentarité dans les circuits touristiques, la stratégie

du Plan Maroc Vert, lancée par SM. Le Roi Mohammed VI à Meknès en Avril 2008, est réalisée par une dynamique d'un vaste programme, orchestré par l'ADA et soucieux de promouvoir une double durabilité, celle des conditions de vie de nos populations rurales et celle de notre environnement, base évidente du potentiel de production agricole, contribuant à la mise en oeuvre efficace du Pilier II.

La loi 25-06, liée aux produits de terroir porteurs a inséré ces derniers dans des filières agricoles réorganisées, englobant tous les maillons de la chaîne de valeur et favorisant une meilleure inclusion de la base productive. Cette patrimonialisation, dans sa logique modifie le statut du produit, le glissant vers l'excellence, soubassement d'usage alimentaire, cosmétique, médicale et substrat d'innovations et offrant des perspectives intéressantes.

« Une véritable politique audacieuse à l'avantage de ces réseaux à valeur ajoutée qui misent sur la richesse indélocalisable et précieuse de nos terroirs, matrice de l'Eden terrestre et marqueurs forts de son identité nationale ».
Jaouad Chami- Commissaire Général.

Calendrier du Salon

Mercredi 23 avril 2014 : 7ème Assises de l'Agriculture

Judi 24 avril 2014 : Ouverture du salon & inauguration officielle

5 Journées réservées aux Professionnels

Vendredi 25 avril 2014 de 09h00 à 18h30

Samedi 26 avril 2014 de 09h00 à 18h30

Dimanche 27 avril 2014 de 09h00 à 18h30

Lundi 28 avril 2014 de 9h00 à 18h30

Mardi 29 avril 2014 de 9h00 à 18h30

4 Journées Professionnels & Grand Public

Mercredi 30 avril 2014 de 09h00 à 18h30

Judi 01 mai 2014 de 09h00 à 18h30

Vendredi 02 mai 2014 de 09h00 à 18h30

Samedi 03 mai 2014 de 09h00 à 18h30

Samedi 03 mai 2014 : Journée Exposants

- Remise des Trophées

Conférences et colloques

- Concours d'élevage ;
- Remise de Trophées ;
- Ateliers de travail ;
- Rencontres B to B ;
- Animations du Souk.

C'est ainsi que pendant dix jours, plus de

1000 exposants de plus de 50 nationalités accueilleront plus d'un million de visiteurs et autour de la thématique « Produits du Terroir » avec comme invité d'honneur, l'Union Européenne. »

LES 7 PÔLES

Le Pôle Régions représente les seize Régions du Royaume, chacune déclinant les thématiques relatives à l'agriculture de sa zone géographique.

Le Pôle Institutionnels & Sponsors est dédié aux institutions publiques et privées qui s'impliquent dans l'agriculture du pays et soutiennent le SIAM.

Le Pôle International rassemble les entreprises étrangères évoluant dans le secteur de l'agriculture ou de l'agroalimentaire, les Ambassades, les Organismes Internationaux et les ONG.

Le Pôle Produits réunit les PME et grandes entreprises agricoles ou agroalimentaires proposant des produits bruts tels que les fruits et légumes, jusqu'aux produits transformés.

Le Pôle Agrofournitures concerne les secteurs liés aux intrants et petits équipements en production végétale.

Le Pôle Nature & Vie correspond aux loisirs de plein air tels que la pêche et la chasse, le jardinage, les espaces verts, les forêts mais aussi les pépiniéristes, l'éco-habitat et les activités environnementales.

Le Pôle Elevage accueille les animaux du Salon représentatifs de l'élevage marocain et international, ainsi que toutes les activités vétérinaires et alimentation animale s'y rapportant. Très dynamique, ce pôle propose un Concours élevage, animation phare du SIAM.

Le Pôle Machinisme est dédié aux gros matériels agricoles et aux équipements de l'exploitation agricole.

Le Pôle Produits du terroir est dédié aux coopératives et associations du Maroc pour la promotion des produits agricoles artisanaux et produits du terroir.

Un concept « shopping terroir » séduira par sa spécificité et ses innovations.

Du 24 avril au 03 mai 2014 - Meknès

Le Salon International
de l'Agriculture au Maroc
à Meknès

DU 24 AVRIL AU 03 MAI 2014



ÉLÉPHANT VERT

UNE AGRICULTURE Saine ET DURABLE

VERS UNE MEILLEURE UTILISATION DES ENGRAIS (1ère partie)



Pour accomplir tout le processus de leur vie végétative, les plantes ont besoin de près de vingt éléments différents. Elles obtiennent le carbone (C), l'hydrogène (H) et l'oxygène (O) du gaz carbonique et de l'eau, et les engrais ajoutés au sol leur fournissent les éléments nutritifs qui sont absents ou insuffisants dans le sol. Petit tour d'horizon des engrais et de leur utilisation.

Par Safia Ouakil

QU'EST-CE QU'UN ENGRAIS?

L'utilisation des engrais est un phénomène ancien: ils furent utilisés dès l'Antiquité, où l'on ajoutait au sol, les phosphates des os (calcinés ou non), l'azote des déjections animales et humaines, le potassium des cendres. L'engrais est un produit organique ou minéral incorporé au sol pour en maintenir ou en accroître la fertilité. Pour assurer leur croissance, leur résistance ou leurs rendements, il est souvent nécessaire d'apporter de l'engrais aux produits que l'on cultive. Les engrais apportent des éléments qu'ils ne trouvent pas dans le sol en quantité suffisante et qui améliorent les conditions de leur nutrition et de leur croissance. Les engrais fournissent des éléments fertilisants majeurs, des éléments fertilisants secondaires, et

des oligo-éléments.

Généralement, les engrais sont incorporés au sol, mais ils peuvent aussi être apportés par l'eau d'irrigation. Cette dernière technique est employée aussi bien pour les cultures en sol (traditionnelles), que hors sol. Dans certains cas, une partie de la fertilisation peut être réalisée en pulvérisation. En effet, les feuilles sont capables d'absorber des engrais, s'ils sont solubles et si la surface de la feuille reste humide assez longtemps. Cette absorption reste toutefois limitée en quantité.

LES TYPES D'ENGRAIS ET LEUR COMPOSITION

Les engrais sont divisés en deux grandes catégories : les engrais organiques



existant à l'état naturel, composés de matières organiques végétales enrichies ou animales, tels que le fumier et le compost, et les engrais inorganiques composés de produits chimiques synthétisés ou de minéraux. Il faut savoir que les engrais inorganiques sont utilisés depuis des siècles, tandis que les engrais inorganiques synthétisés de manière chimique n'ont été largement développés qu'à partir de la révolution industrielle.


INDUSTUBE

DEPUIS 1979

UNE NOUVELLE FORCE POUR VOS CULTURES

TUBES POUR ARMATURES DE SERRES
TUBES POUR IRRIGATION, POMPAGE, ADDUCTION

 Tél. : 05 22 35 36 41 / 42 / 43 - Fax : 05 22 35 36 44 - Email : commercial@industube.com

Siège social : Z.I. Route de Tétouan, Allée N° 2, Lot. 77 - B.P. 360 - Tanger - Maroc



Les engrais apportent généralement six macronutriments essentiels à la croissance des plants : l'azote (N), le phosphore (P), le potassium (K), le calcium (Ca), le magnésium (Mg) et le soufre (S). Ils apportent également sept micronutriments : le bore (B), le chlore (Cl), le cuivre (Cu), le fer (Fe), le manganèse (Mn), le molybdène (Mo) et le zinc (Zn).

Les trois premiers nutriments (l'azote, le phosphore et le potassium), sont utilisés comme engrais chimiques synthétiques dans l'agriculture industrielle. La fabrication d'engrais azotés se fait à partir d'ammoniac, qui s'obtient par la combinaison de l'azote présent dans l'air et du gaz naturel, tandis que le phosphore et le potassium sont extraits de minerais.

• **Azote (N)** : Un marché volatile qui requiert beaucoup d'énergie. L'azote est omniprésent dans l'atmosphère mais sa transformation en ammoniac est très exigeante en hydrogène et en énergie (cette énergie provient généralement du gaz naturel ou du charbon). Dans un contexte de volatilité des prix sur le marché de

OCP produit quatre types d'engrais à partir de l'acide phosphorique : le DAP (l'engrais le plus courant), le TSP (engrais exclusivement phosphaté), le MAP (engrais binaire à deux fertilisants, phosphore et azote) et le NPK (engrais ternaire à base d'azote, phosphore et potassium).

l'énergie, la dimension industrielle de ce type de production peut être considérée comme stratégique. La Russie, l'Algérie et l'Égypte dominent le marché du gaz.

• **Phosphates (P)** : une ressource stratégique

La roche peut être considérée comme une ressource stratégique car non renouvelable. Cet élément est essentiel pour la croissance des plantes. Son exploitation a connu une augmentation rapide liée à la forte demande. La production provient de quelques pays seulement. Le Maroc contrôle environ 75 % des réserves. Maroc et Chine détiennent 80 % des stocks.

• **Potassium (K)** : un problème de concentration

Les réserves en potasse sont concentrées dans quelques pays et quelques entreprises. Trois pays (le Canada, la Russie et la Biélorussie) produisent à eux seuls les deux tiers de la production mondiale, et huit sociétés contrôlent 80 % de la production.

Les engrais mis à la disposition des agriculteurs diffèrent par leur formulation (solide, gazeuse ou liquide) mais surtout par leur composition.

Un engrais est donc composé de 3 éléments principaux : l'azote (symbole chimique : N), l'acide phosphorique (P) et le potassium (K).

On parle d'engrais minéraux simple avec un seul élément nutritif majeur : exemple de type N

On parle d'engrais binaire avec 2 éléments nutritif majeurs : exemple :

Publiée dans PNAS, une étude britannique, basée sur l'analyse isotopique de restes végétaux, suggère l'utilisation de fumier comme engrais sur plusieurs sites agricoles du Néolithique européen, dont certains remontent à près de 8.000 ans. Si les débuts de l'agriculture (dans le Croissant Fertile du Proche-Orient) remontent à un peu plus de 10.000 ans, l'usage de fertilisants n'avait, jusqu'à présent, pu être caractérisé par les scientifiques qu'à partir de 3.000 ans BP (Before Present) environ. Mais des chercheurs de l'Université d'Oxford (Royaume-Uni) viennent de changer la donne en suggérant l'utilisation de fumier comme engrais 5.000 ans plus tôt que cela.

NP, NK, PK

Et on parle d'engrais ternaires de type NPK si les trois sont associés ensemble. Sur l'emballage de l'engrais figure généralement les 3 lettres NPK, suivi de 3 nombres (comme 4,3,6). Ces derniers correspondent à la proportion des 3 composants essentiels dans cet engrais.

QUANT À LA BONNE UTILISATION DES ENGRAIS

La production mondiale d'engrais devrait augmenter pour s'adapter à l'augmentation de la production de denrées alimentaires et de biocarburants, ce qui pose des problèmes environnementaux dans la mesure où les engrais absorbent de l'énergie et peuvent causer une pollution de l'eau et des sols.

Des précautions sont donc indispensables :

- Éviter les excès, car au-delà de certains seuils les apports supplémentaires non seulement n'ont plus aucun intérêt économique, mais en plus risquent d'être toxiques pour les plantes et de nuire à l'environnement

- Maîtriser leurs effets sur l'acidité du sol

- Tenir compte des interactions possibles entre les éléments chimiques
- Tenir compte des limites imposées par les autres facteurs de production.

A noter que l'application d'outils de

téledétection est de plus en plus utilisée afin d'utiliser les engrais de manière plus efficace.

Connaitre les sols et leurs besoins

Au Maroc, le projet phare de « Carte de fertilité nationale » constitue une contribution majeure et originale d'OCP au développement de l'agriculture. L'évaluation de la fertilité des sols et leurs besoins en fertilisation permet d'améliorer les rendements par une utilisation plus précise et efficace des engrais. Auhourd'hui, toute la surface agricole utile du Maroc est couverte par les cartes de fertilité, soit un total de 8,7 millions d'hectares. La cartographie complète de la province de Meknès, qui a servi de région pilote, a été présentée au Salon International de l'Agriculture de Meknès d'avril 2010. L'investissement global de ce projet se chiffre à 63 millions MAD.

La caravane de l'OCP

«L'objectif de la caravane de l'OCP est de se rapprocher des petits agriculteurs et de mieux comprendre leurs besoins afin de leur proposer les produits les



plus adaptés à leurs sols et ce, pour assurer une fertilisation raisonnée, un partage d'expérience et de savoir-faire concernant les nouvelles formules d'engrais et leur adaptabilité au marché local et une meilleure utilisation et mise à profit des données de la carte de fertilité». Le Groupe OCP réfléchit également à la possibilité de proposer des projets analogues en partenariat avec différents pays, en particulier en Afrique de l'Ouest.

Dynamiser le marché local des

engrais

Partant du constat de sous fertilisation de l'agriculture nationale, et en synergie avec le Plan Maroc Vert, OCP a lancé dès 2010 un programme de fédération de l'ensemble des acteurs autour d'une utilisation raisonnée des engrais, en quantités suffisantes et aux meilleurs coûts. Le budget de ce programme s'élève à 30 millions MAD.

Suite de l'article à lire dans
Resagro n°49

L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE



PERMO, la solution pour vos eaux de process

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

BWT PERMO MAROC

Route de Zenata Km 11,5 (à côté Toyota) Aïn Sebaa
Casablanca

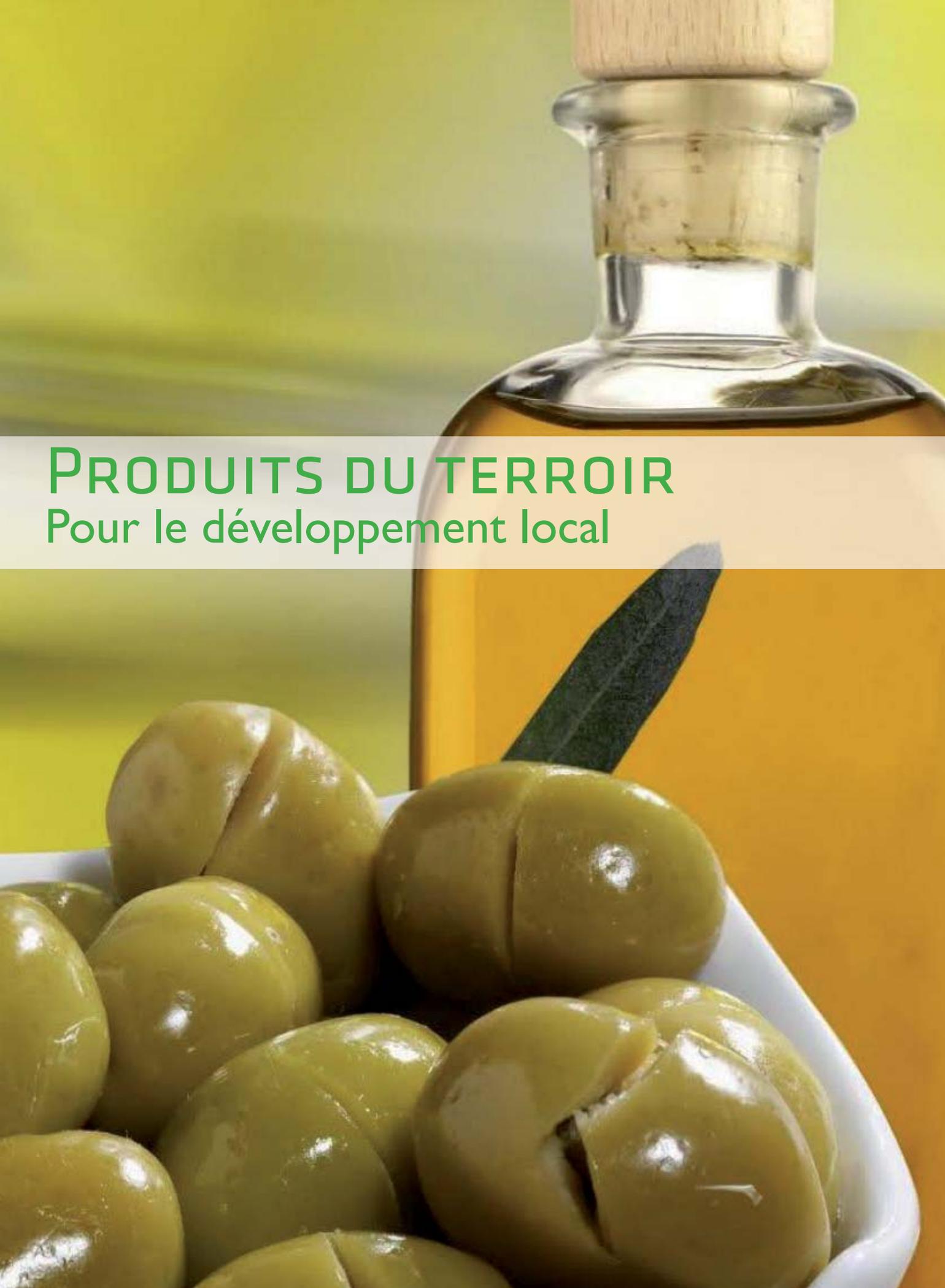
Tél. : 0522 666 552 - Fax : 0522 666 423

E-mail : permo.maroc@bwt.fr



permo
BEST WATER TECHNOLOGY

BWT GROUP

A composite image featuring a glass bottle of olive oil with a wooden stopper in the upper right and a white bowl filled with olives in the lower left. The background is a soft-focus green and yellow landscape. A white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

PRODUITS DU TERROIR

Pour le développement local

Le Plan Maroc vert a accordé une importance particulière au développement des produits de terroir. Ces derniers constituent une alternative prometteuse pour un développement local, viable et durable des zones surtout celles oasiennes et montagnardes à écologie fragile. Le but étant de faciliter leur production, leur commercialisation, de renforcer leur protection et de permettre aux petits agriculteurs d'en tirer le meilleur profit.

Par Claude Vieillard

Cet intérêt pour les produits du terroir émane aussi des potentialités réelles du pays en matière d'écosystèmes propices, de biodiversité variée et de savoir-faire dans ce domaine. Il est également motivé par la demande croissante en ce type de produits, sur les marchés nationaux et internationaux, par des consommateurs de plus en plus exigeants en matière de qualité et de sécurité sanitaires des produits, ce qui constitue une opportunité pour l'économie agricole et rurale et un levier non négligeable de développement local durable.

En outre, des tendances comme le développement durable et ou le commerce équitable participent au renforcement de l'approche «terroir», pour la valorisation du patrimoine culinaire et alimentaire surtout qu'ils jouent un rôle primordial dans la multifonctionnalité agricole et interviennent comme l'un des facteurs de survie du monde rural.

Le Maroc est un pays qui dispose d'un grand potentiel en « terroirs » grâce

Il est à noter que depuis l'entrée en vigueur de la loi 25-06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques en juin 2008, 21 produits du terroir ont été labellisés par le ministère de l'agriculture et de la pêche maritime. 17 produits (argane, clémentine de Berkane, dattes Majhoul de Tafilalet, viande d'agneau de Béni-Guil, grenade Sefri de Ouled Abdellah, fromage de chèvre de Chefchaouen) ont obtenu la mention IGP (Indication géographique protégée). 3 autres produits (huile d'olive de Tyout-Chiadma, safran de Taliouine et rose de Kelâat M'Gouna-Dadès) ont reçu l'AOP (Appellation d'origine protégée). Enfin, la viande rouge a son label «Agneau laiton».

à son exceptionnelle diversité et au maintien de fortes traditions. Les marques d'intérêt pour les « terroirs », l'« origine », les « produits de terroirs » et les « approches terroirs » sont perçues comme de nouveaux moteurs possibles d'un développement durable des zones de montagne, oasiennes et d'agriculture pluviale (bour). Chacune des régions du pays regorge d'une diversité de produits qui pourraient générer des opportunités économiques et sociales pour les populations rurales locales.

C'est dans cette perspective que le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime a élaboré une stratégie globale visant à développer l'offre existante en produits de terroir, à mettre en place un cadre juridique encourageant et surtout à aider les agriculteurs à promouvoir et à commercialiser leurs productions.

LES ATOUTS DU MAROC

Nul doute que le terroir attire les gens des villes nostalgiques de leurs racines. Ainsi, l'engouement pour les produits du terroir dans les villes a été toujours présent au Maroc sous le nom du «produit du Bled». Mais, il a pris une ampleur certaine depuis le lancement du Plan Maroc Vert, qui en a fait un des axes de développement de l'agriculture. Des opérations de vente par des agriculteurs, coopératives, associations et petites entreprises se sont développées, puis les chaînes de grandes distributions telles que Marjane, ACIMA ou Label-Vie commencent à s'y intéresser, suivis d'unités de restauration qui intègrent de plus en plus dans leurs menus des ingrédients issus des produits de terroir. La valorisation des « terroirs » et « produits de terroir » et la mise en œuvre d'« approches terroir » sont des priorités au cœur du Pilier II du Plan Maroc Vert, qu'il s'agisse de mieux valoriser économiquement le potentiel en produits de qualité ou de produire plus et mieux en assurant une alimentation

saine et une gestion plus durable des ressources naturelles et biologiques.

Le Maroc dispose de plusieurs atouts dans ce domaine :

- Une tradition culturelle séculaire très riche ;
- Des paysages naturels diversifiés ;
- Une diversité de terroirs et de produits liés à ces terroirs ;
- Une biodiversité animale et végétale.

En plus de ces atouts viennent s'ajouter des consolidations en faveur du développement du potentiel des produits du terroir, de plus en plus prisés par les consommateurs assoiffés par la qualité et la salubrité de produits alimentaires de niche :

- Des réussites de valorisation locale des produits de terroir par des agriculteurs, des coopératives et des associations de développement locales actives dans ce domaine ;
- Une demande importante et croissante des marchés (national et international) pour les produits de terroir et les nouvelles opportunités commerciales résultant des accords de libre-échange ;
- Des consommateurs, qui réclament de plus en plus de «savoir ce qu'ils mangent», en quête d'aliments «vrais», «naturels», «authentiques», «traditionnels», «comme autrefois», tout ce que recouvre l'expression rassurante de «produits du terroir» ;
- Le nouveau contexte créé par le Pilier 2 du Plan Maroc Vert, la création de la Direction de Développement des





produits de terroir », au Maroc, a été estimée à plus de 4 milliards de dirhams comme ventilé dans le tableau ci-après : L'analyse des forces et des faiblesses

Estimation de la taille de la filière en 2011

Produits	Taille de la filière (en million de dh)
Ciémentine de Berkane	550
Caroubier	540
Huile d'argan	480
Amandes	400
Viande ovine Beni Guil	300
Grenade	180
Câpres	260
Plantes médicinales	200
Dattes Mejhoul	185
Figues de Taounate	180
Lait camelin	140
Cactus	130
Agneau laiton	120
Safran	85
Truffes du désert	75
Miel d'Euphorbe d'Azilal	60
Viande cameline	60
Henné de Tata	30
Rose	16
Néfles	15
Eau de fleur d'oranger	14
Piment fort	3,6
Fromage de chèvre	3
Huile d'olive de Tyout Chiadma	1
Huile de Noix d'Azilal	0,21

Pour assurer la mise en œuvre de cette stratégie, la Direction de Développement des Produits de Terroir a été mise en place au sein de l'Agence de Développement Agricole (ADA). Elle a pour fonctions principales:

- La structuration des filières à l'amont et le développement de l'agrégation de l'aval de la chaîne de valeur;
- La valorisation des produits agricoles et leur accès aux marchés nationaux et internationaux.

- Son impact social;
- Son potentiel d'accroissement des volumes.

Le tableau ci-dessous présente la synthèse cartographique des produits de terroir au Maroc selon les critères énoncés ci-dessus:

Cette cartographie a permis de mettre en évidence sept produits qui se démarquent par les niveaux adéquats de leur potentiel de productions et de leur qualité intrinsèque les qualifiant à conquérir des marchés d'exportation:

- Huile d'argan ;
- Dattes Mejhoul ;
- Rose de Kelaâ de Megouna
- Cactus - Figue de barbarie ;
- Safran ;
- Plantes aromatiques et médicinales ;

Produits de Terroir au sein de l'Agence de Développement Agricole, dédiée à la mise en œuvre de la stratégie pour le développement des produits de terroir ;

- La publication de la loi n°25-06, relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, promulguée par le dahir n°1-08-56 du 23 mai 2008, qui a créé le cadre juridique indispensable qui permet la reconnaissance et la protection des produits de terroir.

LE POTENTIEL ECONOMIQUE DES PRODUITS DE TERROIR

Offre des produits de terroir : une « Short List » de produits de terroirs a été élaborée, sur la base des efforts de valorisation réalisés ou en cours. Elle comprend:

- Les produits labellisés ou en cours de labellisation ;
- Certains produits potentiels identifiés par les différents experts du secteur (DRA, Résilience, Experts Consumer Goods de BCG).

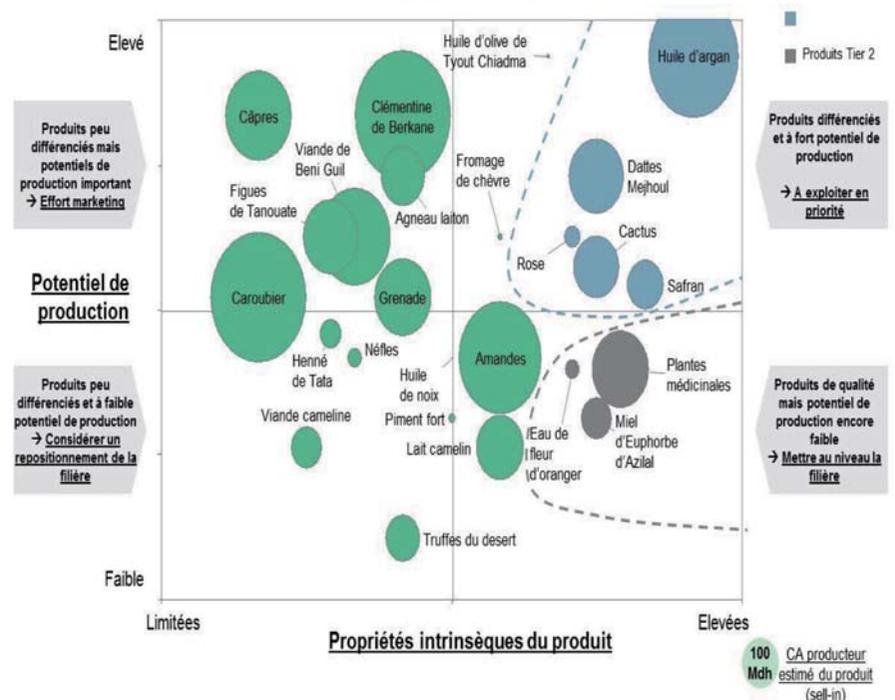
La valeur de production de la filière «

Le positionnement d'un produit de terroir consiste à définir la place que devra occuper ce produit par rapport aux produits concurrents. L'objectif est de le différencier pour qu'il bénéficie d'une place privilégiée dans l'esprit des consommateurs.

des différents produits potentiels a permis de dresser une cartographie des produits de terroirs. Cette cartographie a fait émerger des produits prioritaires, se démarquant par les critères suivants :

- Les propriétés intrinsèques du produit qui le distingue par:
 - Sa qualité et unicité;
 - Son potentiel de transformation et de mise en valeur (applications dérivées).
- Le potentiel de production de la filière caractérisé par:
 - Sa modernité et structuration;

Cartographie des produits de terroir



La valeur de production de la filière « produits de terroir », au Maroc, a été estimée à plus de 4 milliards de dirhams.

- Miel d'Euphorbe

LES MARCHÉS POTENTIELS DES PRODUITS DE TERROIR MAROCAINS

La demande en consommation des produits de terroirs est sans cesse croissante sur les marchés national et international, ce qui offre d'importantes opportunités pour leur commercialisation. Un exercice de priorisation de ces marchés potentiels a été effectué selon les critères suivants:

- Niveau d'exportations des produits alimentaires marocains;
- Potentiel en termes de :
 - Demande pour les produits de terroir;
 - Appétence pour les produits du terroir / produits bio;
 - Proximité culturelle avec le Maroc.
- Potentiel en terme d'accessibilité des marchés: géographique, logistique, administrative et commerciale.

Une étude de marché effectuée au Maroc, en Allemagne, en France et aux Etats Unis sous forme de « focus groupes », d'entretiens ciblés avec des distributeurs et des transformateurs, de leaders d'opinion et d'experts des marchés, et d'entrevues avec près de 3600 consommateurs, a permis de constater que les intentions d'achats déclarés pour les produits de terroir du Maroc sont très importantes.

Il ressort de cette analyse que le marché allemand peut résorber environ 50% de ces produits, suivi par la France 30% et les Etats Unis 20%

Néanmoins, cette étude de marché a révélé aussi que les produits de terroir ne présentent pas tous la maturité nécessaire en termes de marketing pour accéder à ces marchés (produits peu connus, peu distribués et peu achetés). En effet, le niveau de commercialisation demeure très faible. Il y a très peu d'export et les débouchés locaux demeurent traditionnels et souvent informels. Le faible niveau d'organisation des producteurs sur le plan collectif constaté sur le terrain contribue fortement à cette



situation. En effet, la commercialisation demeure freinée par la fragmentation, puisque les petits producteurs sont trop éclatés avec un accès limité aux réseaux de distribution et transformation.

De plus le positionnement marketing des produits testés dans le cadre de l'étude n'est pas toujours en adéquation avec la demande. Dans le cas de certains produits, le marketing doit être adapté pour réaliser le potentiel. Les focus groupe ont révélé que les produits ont été généralement très appréciés sur la base du « pitch ou idée » de produits, mais le test de ces produits a été peu concluant pour plusieurs raisons (textures, odeur, prix, emballage, etc...).



La commission en charge de l'examen des produits labellisés traite actuellement 15 dossiers avec notamment les labels agricoles «Dattes Najda» et «Huile d'olive vierge extra Al Alfiya», l'AOP pour l'«Huile essentielle de lavandin d'Oulmès», le «Miel de Haha» et l'«Huile d'olive vierge extra Ghmat Aylane» et l'IGP pour 10 produits, notamment les câpres de Safi, le henné de Foun-Zguid ou encore le raisin doukkali. Avant d'être labellisés, les produits sont systématiquement contrôlés par l'un des quatre organismes de certification et de contrôle agréés par le département de l'Agriculture, à savoir Ecocert Maroc, Bureau Veritas Maroc, Normacert et Certiparh.



Laboratoire Agréé
en Microbiologie
Alimentaire et Hydrique

Laboratoire Agréé en Analyses
d'Histamine et d'ABVT

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

ONSSA

Opération d'octroi des agréments sanitaires

1. CADRE LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE EN VIGUEUR

Téléchargeables sur : liens.resagro.com/48-28

2. EXIGENCE POUR L'AGRÈMENT ET L'AUTORISATION SANITAIRE :

Conformément aux dispositions de la loi 28.07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires, notamment son article 5, les exploitants des établissements et entreprises sont responsables des produits qu'ils mettent sur le marché. A cet effet, ils doivent être agréés ou autorisés sur le plan sanitaire par l'autorité compétente.

Les établissements et entreprises **soumis à agrément sur le plan sanitaire**, doivent disposer et mettre en œuvre un programme d'autocontrôle basé sur les principes du système de l'analyse des risques et la maîtrise des points critiques conforme à la norme NM 08.0.002 (HACCP) ou toute norme la remplaçant ou tout autre système équivalent permettant d'atteindre les mêmes objectifs.

Quant aux établissements et entreprises **soumis à autorisation sur le plan sanitaire**, ils doivent mettre en œuvre les exigences du guide de bonnes pratiques sanitaires élaboré par l'organisation professionnelle du secteur concerné et validé par l'ONSSA.

3. LA PROCÉDURE D'AGRÈMENT ET D'AUTORISATION SANITAIRE :

L'ONSSA a mis en place une procédure qui étaye les étapes à suivre pour la délivrance de l'agrément ou de l'autorisation sanitaire aux établissements et entreprises. Cette procédure permet d'harmoniser les modalités de traitement des dossiers de demande d'agrément ou d'autorisation sanitaire au niveau national, à savoir :

- Le dépôt de la demande et du dossier l'accompagnant ;
- L'examen du dossier de demande ;
- Les visites sanitaires ;
- L'octroi de l'agrément ou de l'autorisation

La délivrance de l'autorisation ou de l'agrément donne lieu à l'attribution d'un numéro à l'établissement ou l'entreprise. Ce numéro doit être mentionné sur les documents écrits ou électroniques et toutes les correspondances de l'établissement ou l'entreprise alimentaire ainsi que la publicité faite pour les produits et leurs emballages conformément aux exigences réglementaires relatives à l'étiquetage des denrées alimentaires

4. SUIVI SANITAIRE DES ÉTABLISSEMENT ET ENTREPRISES AGRÉÉS ET AUTORISÉS :

Aux fins de contrôler que les conditions requises et qui ont conduit à la délivrance de l'autorisation ou de l'agrément sanitaire sont toujours remplies, les services concernés de l'ONSSA établissent et mettent en œuvre un programme de visites sanitaires régulières. Ces visites sanitaires conduisent soit au maintien de l'agrément et de l'autorisation lorsque les exigences sanitaires sont respectés, soit à leur suspension ou leur retrait si constatation de risques pour la santé du

consommateur.

5. OBJECTIFS ESCOMPTÉS :

L'ONSSA a recensé plus 5000 établissements et entreprises du secteur alimentaire et de l'alimentation animale. L'opération d'octroi des agréments et des autorisations à fin 2014 concernera plus de 3000 établissements et entreprises du secteur alimentaire et du secteur de l'alimentation animale.

6. RÉSULTATS ATTEINTS :

Mise en conformité des établissements selon les dispositions de la loi 28-07 :

Etablissements	Nombres d'agréments et d'autorisations octroyés
Etablissements des produits de la pêche (Halles, marché, de gros, établissements à terre et bateaux)	770 (100%)
Etablissements de traitements des produits animaux et d'origine animale (abattoirs, charcuterie, boyauderies, laits et produits laitiers, etc...)	309 (100%)
TOTAL	1079

Autorisations et agréments de nouveaux établissements :

Etablissements	Nombres d'agréments et d'autorisations octroyés
Produits de la pêche	20
Viandes et produits à base de viandes	17
Lait et produits laitiers	8
Jus Nectar et boissons	13
Conserves végétales	28
Fruits et légumes frais	11
Céréales et légumineuses et dérivés	13
Matières grasses végétales	17
Sucres et dérivés	4
Conditionnement du thé et café	4
Sel épices et plantes aromatiques et médicinales	1
Vins et boissons alcoolisées	9
Centre de collecte de lait (évaluation en vue de l'autorisation)	170
Divers	21
TOTAL	336

LES JUS « MARRAKECH »

La Succès Story

En 2007, les Jus Marrakech reprennent vie après trois ans d'arrêt. Citruma rachète l'usine de Kenitra et relance la marque sur le marché avec une nouvelle identité visuelle, une large gamme de parfums et une priorité pour le marché local.

Quelques mois plus tard, Marrakech lance des cocktails originaux et du Nectar d'orange light, le premier jus marocain light. Des nouveautés qui ont vite connu le succès auprès des consommateurs.

Citruma utilise les technologies les plus modernes pour produire le meilleur des jus. En 2010, « Marrakech » innove et propose un Pur Jus de clémentine et de pomme ainsi qu'une citronnade unique en son genre. Deux ans après, la boisson Fraise Goyave s'impose dans les rayons des grandes surfaces.

Pour élaborer ces nouvelles recettes, Citruma investit entre 4 et 5% de son chiffre d'affaires. Le département recherche et développement met sur le marché 2 à 3 nouveaux Purs Jus et Nectars par an.

En 2013, Citruma a vendu 14 millions de litres de jus, détenant ainsi 80% des parts de marché sur le segment Pur Jus et 17% sur le segment Nectars.



Désormais les Jus Marrakech seront également proposés en 200 ml. Un format pratique et facile à transporter, pour le plus grand plaisir des petits et des grands. Ces «mini kech» s'adressent principalement aux jeunes qui représentent sur le marché les plus gros consommateurs des jus de fruits emballés. Le 200 ml vise aussi à répondre aux besoins changeants des habitudes de consommation sans rien enlever à la qualité et à la naturalité du produit.



Mais pour être encore plus performante et proche de ses clients, Citruma investit en mai 2013, dans la reprise en propre de sa distribution sur l'ensemble du territoire.

Une décision stratégique qui lui permettra d'augmenter la présence de ses produits en points de ventes.

Les ambitions de la marque ne s'arrêtent pas là. « Marrakech » c'est aussi une marque qui se vend très bien à l'étranger. La marque est en effet présente en Russie, en Europe, en Amérique du Nord, dans l'ensemble du Maghreb Arabe et dans 16 pays africains.

L'export représente 25% du chiffre d'affaires de l'entreprise soit une croissance de 80% en seulement 5 ans ! Cet effort de reprise de la marque a été souvent plébiscité et récompensé par de multiples prix, notamment, le trophée Mercure de HEC Paris pour la meilleure reprise d'entreprise en 2009 et le trophée Goûts et Saveurs de l'année pour son Pur Jus clémentine en 2011. Et deux années de suite, en 2011 et 2012, la marque a été récompensée



La société Citruma annonce la signature d'une transaction avec la Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement (BERD). Cette opération, qui consiste en un financement de 3,6 millions d'euros, a pour objectif de participer à l'expansion de Citruma et d'appuyer son plan de développement qui s'inscrit dans un contexte de croissance de la consommation de jus. Ce partenariat marque le premier investissement mezzanine réalisé par la BERD dans la partie méridionale et orientale du bassin méditerranéen (région SEMED). Le financement de la BERD s'inscrit dans le cadre d'un programme d'investissement d'environ 60 millions de dirhams qui sera mis en oeuvre par Citruma dans les prochaines années.



aux Morocco Awards dans la catégorie marque de fabrique.

En 2012, Citruma relance la marque « Marrakech » avec un nouveau design et des innovations parfums et une segmentation basée sur trois gammes : Premium, Nectars et Plaisir.

Aujourd'hui en 2014, « Marrakech » fait son entrée sur le marché du 200ml. Un investissement de taille qui s'est fait en partenariat avec la Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement.



LAIT AROMATISÉ

Tout le monde en rafolle (1ère partie)

Beaucoup d'enfants n'aiment pas le goût du lait et refusent tout simplement d'en boire. Les laits aromatisés, comme le lait au chocolat, aux fraises ou à la vanille, semblent être une solution, ils sont plus alléchants pour les jeunes qui en boivent sans se faire prier. Incursion dans le monde des laits aromatisés.

Par Laetitia Saint Maur

Les laits aromatisés contiennent moins de sucre que les boissons gazeuses et bon nombre de boissons fruitées... et beaucoup plus d'éléments nutritifs. Tous les laits contiennent environ 14 grammes de sucre naturel (lactose) par tasse. Il est donc à noter que sur les 20 à 22 grammes

de sucre indiqués sur l'étiquette nutritionnelle du lait aromatisé, moins de la moitié provient de sucre ajouté. En outre, des études démontrent que lorsque le lait aromatisé est retiré des écoles, la consommation totale de lait diminue d'environ 38 p. 100.

plus élevé que ceux qui n'en boivent pas, tandis que leur consommation de sucre ajouté ou de matières grasses totales n'est pas aussi élevée que celle de ces derniers.

- Les laits aromatisés – entiers, à teneur réduite en gras, faibles en gras ou écrémés – contiennent les mêmes nutriments essentiels que les laits non aromatisés. Par exemple, le lait au chocolat est une source de calcium, de potassium, de phosphore, de protéines, de vitamines A, D et B12, de riboflavine et de niacine (sous forme d'équivalents niacine) et il contient de deux à quatre cuillères à thé de sucre ajouté, ce qui correspond à

Selon une étude publiée dans l'International Journal of Sports Nutrition and Exercise Metabolism, le lait au chocolat faible en gras est meilleur que les boissons pour sportifs et même que l'eau pour récupérer après une séance d'exercice.

UNE ÉTUDE INTÉRESSANTE

Aux États Unis, le National Dairy Council a réalisé une étude indépendante sur les enjeux liés au lait aromatisé, et certains faits intéressants en ressortent :

- Des études dévoilent que les consommateurs de lait aromatisé ont un apport en calcium et en éléments nutritifs



environ 60 calories de plus par portion que le lait non aromatisé.

- Selon certaines études, les enfants qui boivent du lait aromatisé peuvent accroître leur apport en lait et en éléments nutritifs sans accroître leur apport en sucre ajouté ou en matières grasses totales et sans nuire à leur IMC (indice de masse corporelle), une mesure relative au poids.
- Le sucre contenu dans le lait aromatisé ne compte que pour deux pour cent des calories totales et trois pour cent de tous les sucres ajoutés du régime alimentaire des enfants.
- Le sucre ajouté peut contribuer à la carie dentaire, mais il est peu probable que les laits aromatisés en soient la cause. En effet, le lait aromatisé contient du calcium, du phosphore et du cacao, dans le cas du lait au chocolat, éléments qui peuvent protéger les dents contre la carie dentaire.
- Le lait aromatisé est un produit sain, riche en éléments nutritifs, idéal à la consommation dans les écoles et répondant aux politiques sur le mieux être. De plus, c'est le lait le plus aimé des enfants. Puisque la plupart des laits aromatisés consommés dans les écoles sont faibles en gras ou écrémés, ils peuvent aider les enfants à faire la transition vers du lait à teneur réduite en gras.

TROP DE SUCRE AJOUTÉ ?

Face aux critiques selon lesquelles les laits aromatisés contiennent trop de sucre ajouté, de nombreux producteurs de lait ont réduit la quantité de sucre contenue dans leurs laits aromatisés et ont retiré les ingrédients indésirables, comme le sirop de maïs à haute teneur en fructose ou les colorants artificiels. Un éventail de formulations à teneur réduite en sucre pourrait contribuer à répondre aux besoins variés des écoles, notamment au niveau du goût, des éléments nutritifs et de l'acceptabilité générale.

Une étude quantitative effectuée auprès de plus de 4 000 mères a révélé que 92 pour cent d'entre elles accepteraient que leurs enfants boivent du lait au chocolat ou d'autres laits aromatisés à l'école. Cette étude a également révélé que 83 pour cent des mères préféreraient que leurs enfants boivent du lait aromatisé plutôt que des boissons gazeuses à l'école, et que 84 pour cent des mères interrogées savaient que le lait aromatisé et le lait non aromatisé ont pratiquement la même valeur nutritive. Qui plus est, une étude plus récente indique que la majorité des mères ne trouvent pas que la quantité de sucre contenue dans le lait au chocolat est excessive.

UN VÉRITABLE MOTEUR DE CROISSANCE

Bien que sa consommation demeure faible par rapport au lait blanc, aux boissons gazeuses et aux boissons aromatisées aux fruits, la demande mondiale de lait aromatisé a réellement décollé ces dernières années. Les analystes de Tetra Pak prévoient qu'entre 2012 et 2015, sa consommation se développera deux fois plus rapidement que celle du lait blanc et trois fois plus que celle des boissons non alcoolisées gazeuses. Le lait aromatisé devrait ainsi progresser à un taux de croissance annuel de 4,1 % entre 2012 et 2015, passant de 17 milliards de litres à 19,2 milliards de litres (contre 219,5 milliards de litres pour le lait blanc).

Suite de l'article à lire dans Resagro n°49

ARÔMES & CO
CRÉATEUR D'ARÔMES

Simply Natural



Arômes & Co : German Partners & Know How

Développement de process & Innovation de recettes pour dérivés laitiers
Yaourt Ferme, Brassé, Thermisé, Yaourt à boire, Boissons Lactée (type danao), Boissons Fruitées, Milk shake, Cream Cheese, Desserts, Smoothies

Large Gamme d'Arômes

Aromes naturels et identic- nature sans allergènes pour toute application spécifique

Bi-Aromes pour Gamme enfant : Vanille-Caramel, Chocolat-Caramel, Caramel-Nata, Toffee, Caramel-Nougat, Fraise-Chocolat, Bubble-Banana

Cocktails : Fruits Rouges, Fruits Jaunes, Fruits Secs, Fruits Exotiques

Ingrédients

Compound, Pectines, Guar, Emulsifiants, stabilisants, améliorants

Poudre de lait écrémée, Poudre de lait caramélisé, Caramel en poudre, Nougat en poudre, coco en poudre.

Commercial : 43, Bd Ghandi - Résidence Alami - Casablanca
Tél / Fax : 212-22 94 46 17 - GSM : 212-61 18 90 31
Email : contact@aromes-co.com - Siteweb : www.aromes-co.com

Nouveaux Matériels Lauréats CFIA 2014

CHR HANSEN S.A.S. FRESH Q



Le "Sans additifs/ Sans conservateurs" et le "Naturel" sont parmi les allégations les plus utilisées dans le monde dans le cadre des lancements (sur le segment des produits laitiers) au cours des 12 derniers mois. Chr. Hansen s'est inscrit dans cette

tendance forte pour développer une alternative naturelle afin de prolonger la durée optimale de consommation des aliments. La fermentation est un moyen naturel de conservation des aliments. Chr. Hansen s'est inspiré de cette technique ancestrale pour développer ses cultures de bioconservation Fresh Q. Chr. Hansen a sélectionné et associé les meilleures bactéries lactiques de sa collection pour proposer une solution naturelle qui permet une meilleure qualité du produit tout au long de sa durée de vie.

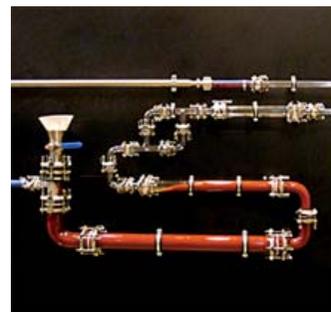


GEA PROCESS ENGINEERING ECO-ICEPUSH Eco-IcePush



est une solution sur mesure qui s'appuie sur une technologie créative. Celle-ci consiste à pousser un obus de glace semi-solide afin de récupérer la totalité du produit de la ligne et de compléter le nettoyage des tuyauteries. L'obus de glace semi-solide s'adapte à tous les systèmes de tuyauteries

existants et ne peut donc pas rester bloqué. Sa fabrication est peu coûteuse et est à usage unique et sa composition peut être constituée des mêmes composants que ceux du produit poussé. Son risque opérationnel est faible et sa mise en œuvre est aisée. Cette solution innovante permet d'optimiser la productivité des sites industriels, d'augmenter le taux de rendement, d'améliorer les cycles et les coûts de nettoyage, de diminuer les volumes d'effluents et de gagner en temps de production. Grâce à ECO-ICEPUSH, l'environnement est préservé car le volume d'eau et de produits chimiques utilisés est moindre.



ADEPT TECHNOLOGYFRANCE ADEPT SOFPIC



Les systèmes de préhension Adept SoftPICTM sont conçus spécialement pour les opérations d'emballages primaires et secondaires. Ces systèmes de préhension offrent de nombreux avantages : – coûts opérationnels réduits – meilleure hygiène et sécurité alimentaires – économies d'énergie – toutes sortes de produits peuvent être manipulés sur une même ligne d'emballage car les préhenseurs Adept SoftPIC sont facilement interchangeables

– manipulation à hautes cadences des produits de formes naturelles en assurant une grande précision de prise et de dépose.



Nouveaux Matériels Lauréats CFIA 2014

SPECTRALYS INNOVATION FLUORALYS



La cuisson, la friture et la torréfaction sont appliqués aux produits alimentaires pour générer la couleur, la texture et les arômes qui conditionnent la qualité sensorielle de ces produits (chips, café, biscuits). Cependant, ces traitements thermiques modifient d'autres critères qualité, comme la qualité nutritionnelle, et entraîne l'apparition de composés indésirables. La variabilité de la matière première affecte la stabilité de ces paramètres. Il est alors essentiel de suivre en production ces indicateurs pour une bonne maîtrise de la qualité des produits, ce qui n'est cependant pas possible aujourd'hui car les méthodes d'analyse sont trop longues

et coûteuses. L'analyseur Fluoralys, commercialisé par Spectralys Innovation répond à cet enjeu. Sa spécificité est d'utiliser la technologie de fluorescence, particulièrement sensible à la modification des produits au cours des traitements thermiques, ce qui en fait un excellent outil de contrôle multicritère des composés d'intérêt ou texture générés par ces process. En particulier, l'analyseur permet de mesurer, en 30s sans préparation de l'échantillon, les composés néoformés indésirables comme l'acrylamide, généré par réaction de Maillard entre les sucres réducteurs et l'acide aminé asparagine. Ces mesures sont réalisées de façon sensible et précise par l'intermédiaire de modèles de calibration, avec une erreur de prédiction de 3-5% pour la teneur en matière sèche et grasse, à 15-20% pour la mesure d'acrylamide ou du furane.



ABDL INDUSTRIE



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

Nouveaux Matériels Spécial Européen

CATEGORIE : EQUIPEMENT - INSTRUMENTS DE MESURE

SRC-CHOPIN

Description du produit :

Chopin Technologies a développé le SRC-Chopin, un outil permettant d'automatiser les différentes étapes de la méthode SRC (Solvent Retention Capacity), reconnue mondialement et normalisée (AACC 56-11.02) depuis les années 90.



Chopin Technologies
20 Avenue Marcellin Berthelot
92390 Villeneuve la Garenne
Contact :
Mme Renault Flavie – Responsable
communication : frenault@chopin.fr

C-CELL COLOR

Description du produit :

Le C-Cell est un instrument pour l'évaluation de la qualité du pain et des produits fermentés. Le système utilise un logiciel d'analyse d'images pour quantifier les caractéristiques des alvéoles et les caractéristiques externes. Le C-Cell Couleur permet l'analyse de la structure et de la couleur d'un même échantillon. Cet équipement, simple d'emploi, est utilisé pour les produits finis, les matières premières et les en-cours de fabrication. Le C-Cell Couleur inclut les fonctionnalités de l'édition avancée du logiciel, et comprend les nouveaux outils d'analyses suivants : Double système d'éclairage, multi fonctionnel. - Mesure de la couleur - Caractéristiques de la croûte. - Logiciel d'imagerie personnalisé. - Analyse, identifie et quantifie les inclusions dans la mie - fruits, graines et pépites de chocolat. - Logiciel multi-langues.



Perten Instruments
France SASU
39, avenue
Pierre 1er de Serbie
75008 Paris
Contact :
M Loubersac Charles –
Directeur Général
Tél.: 03 88 93 05 16
Email :
cloubersac@perten.fr

CATEGORIE : EQUIPEMENT DU MAGASIN : MOBILIERS PRÉSENTOIRS VITRINE

IGLOO

Description du produit :

Igloo est une vitrine réfrigérée de type îlot, destinée à l'exposition des pâtisseries et à la conservation de celles-ci. Igloo est une vitrine à froid positif de 2/4°C utilisée chez les artisans pâtisseries, macaronniers ou chocolatiers (Avec un froid à 16/18°C). Son système d'éclairage par tunnel coulissant avec Led intégrées breveté, induit une très belle mise en valeur des denrées exposées. O.C.F en partenariat avec Cooltech Applications crée l'innovation de rupture en modifiant le système de réfrigération connu et utilisé jusqu'à présent. L'îlot Igloo d'O.C.F intègre un système de production de froid sans compresseur de type MRS (Magnetic Refrigeration System).



OCF
RD 960 Bis
«La Barbière»
Sigournais
85110 Chantonnays
Contact : M Zanlorenzi Guillaume – Président
Email : gzanlorenzi@ocf.fr

Nouveaux Matériels Spécial Européen

CATEGORIE : EQUIPEMENT - PETIT MATÉRIEL / ACCESSOIRES

MOULES KALI

Description du produit :

Moule en 3 parties :

- 1 plaque support en aluminium
- 1 plaque de découpe
- 1 plaque de mise en forme en matériau composite passant au four

Il permet de réaliser des fonds de tartelettes sans fonçage.

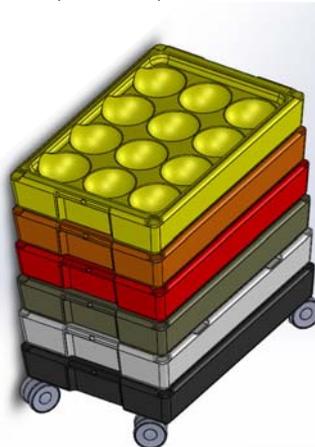


Mallard Ferrière
50 rue Léo
Lagrange
93130 Noisy Le Sec
Contact :

M Ferrière Michel – PDG : mallard-ferriere@orange.fr

ALVEOPIZZ v2

Description du produit :



Annexe VI
Vue d'ensemble
Empilement des caisses Alveopizz v2
sur chariot

Maîtrise du blocage et gestion thermique des pâtons à pizzas et à pains lors du stockage et du transport en froid positif et/ou négatif. Caisse avec aménagement pour liquide eutectique en paroi double.

Scaritech SAS
1 rue Georges Besse
90000 BELORT
Contact :
M Reichert Gérard –
Président :
gerard@scaritech.com

BARQUETTE BOIS CLIPSABLE

Description du produit :

Barquette en bois (peuplier) entièrement clipsable sans aucune matière étrangère de type colle alimentaire, agraphe, fils... 100% naturel et biodégradable. Utilisation en cuisson, micro-ondes et surgélation. Très bonne tenue au four; pas de risque de casse. Simplicité au montage.



SARL Lelu
36 rue Eugène Oudine
75013 PARIS
Contact :

M Mourougaya Pierre – Gérant : jm16888@163.com



**FrêLug**

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

Agenda des Salons

FOODEXPO 2014



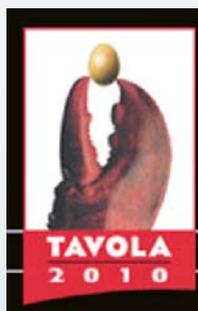
Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration Equipements et services pour les magasins du 16 au 18 mars 2014 à Herning (Danemark - Europe)

Tél. +45 99 26 99 26 - Fax : +45 99 26 99 00

<http://www.messecenter.dk>

mch@messecenter.dk

TAVOLA 2014



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration du 16 au 18 mars 2014

à Courtrai (Belgique - Europe)

Tél. +32 (0)56 24 11 11

Fax : +32 (0)56 21 79 30

<http://www.kortrijkxpo.be>

info@kortrijkxpo.be

EUROGASTRO 2014



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration

du 19 au 21 mars 2014

à Varsovie (Pologne - Europe)

Tél. +48 22 529 39 00

Fax : +48 22 529 39 76

<http://www.mtpolska.com.pl>

info@mtpolska.com.pl

CUCINARE 2014



Métiers de l'hôtellerie et de la restauration Agro-alimentaire

du 21 au 24 mars 2014

à Pordenone (Italie - Europe)

rope)

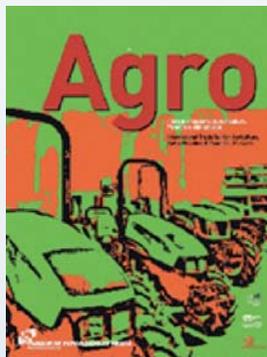
Tél. 390434232111

Fax : +39 0434 57 04 15

<http://www.fierapordenone.it>

infofiere@fierapordenone.it

AGRO 2014



Agriculture - Machines agricoles Agro-alimentaire Elevage

du 22 au 25 mars 2014

à Braga (Portugal - Europe)

Tél. 351253208230

Fax : 351253264672

<http://www.peb.pt>

peb@peb.pt

PROWEIN 2014



Vin et spiritueux - Vitiviniculture & œnologie - Bière Agro-alimentaire

du 22 au 25 mars 2014

à Düsseldorf (Allemagne - Europe)

rope)

Tél. +49 - 211 - 4560 900

Fax : +49 - 211 - 4560 668

Site : <http://www.messe-duesseldorf.de>

Mél : info@messe-duesseldorf.de

FOOD & DRINK EXPO 2014



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration

du 23 au 25 mars 2014

à Birmingham (Royaume-Uni - Europe)

Tél. +44 (0) 1293 613400

Fax : +44 (0) 1293 610383

<http://www.foodanddrinkexpo.co.uk>

info@foodanddrink.co.uk

EDT EXPO 2014



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration

du 27 au 30 mars 2014

à Istanbul (Turquie - Europe)

rope)

Tél. +90 (212) 4657474

Fax : +90 (212) 4657476

http://www.cnrexpo.com/en_index.asp

info@cnrexpo.com

PRINTPACK ALGER 2014



Imprimerie, Edition,
Design graphique Em-
ballage
du 31 mars au 02 avril
2014 à Alger (Algérie
- Afrique - Moyen-
Orient)
Tél. +49 62 21-45 65-0

Fax : +49 62 21-45 65-25
<http://www.fairtrade-messe.de>
info@fairtrade-messe.de

ALIMENTARIA 2014

Alimentaria Agro-alimentaire Mé-
tiers de l'hôtellerie et
de la restauration du 31 mars au 03 avril 2014
à Barcelone (Espagne - Europe)
Tél. +34 93 4521800
Fax : +34 93 4521801
<http://www.alimentaria.com>
info@alimentaria.com

HORECA '2014



Agro-alimentaire Métiers
de l'hôtellerie et de la
restauration
du 01 au 04 avril 2014 à

Beyrouth (Liban - Afrique - Moyen-Orient)
Tél. +961 | 502 983
Fax : +961 | 482 876
<http://www.hospitalityservices.com.lb>
info@hospitalityservices.com.lb

SIAL CANADA 2014



Vin et spiritueux - Vitiviniculture &
œnologie - Bière Agro-alimentaire
Métiers de l'hôtellerie et de la res-
tauration du 02 au 04 avril 2014 à
Montréal (Canada)

Tél. +1 (514) 289-9669 Fax : +1 (514) 289-1034
<http://www.sialcanada.com>
info@sialcanada.com



21-24 AVRIL 2014 / ALGER
PALAIS DES EXPOSITIONS PINS MARITIMES

DJAZAGRO EST VOTRE SALON !



524
EXPOSANTS
DE 28 PAYS
DONNÉE 2013

- INDUSTRIELS AGRO-ALIMENTAIRES
- DISTRIBUTEURS, IMPORTATEURS D'ÉQUIPEMENTS
- BOULANGERS, PÂTISSIERS
- RESTAURATEURS, TRAITEURS, COLLECTIVITÉS
- IMPORTATEURS, GROSSISTES DE PRODUITS
- COMMERÇANTS, DÉTAILLANTS

**N'ATTENDEZ PLUS, DEMANDEZ DÈS AUJOURD'HUI
VOTRE BADGE SUR WWW.DJAZAGRO.COM !**

UNE VITRINE COMPLÈTE DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE :

LE PAVILLON CENTRAL DÉDIÉ AUX MACHINES ET ÉQUIPEMENTS :

- BOULANGERIE, PÂTISSERIE, RESTAURATION
- PROCÉDÉS, CONDITIONNEMENT, EMBALLAGE

LE HALL A SPÉCIFIQUE PRODUITS :

- INGRÉDIENTS, ARÔMES, ADDITIFS
- PRODUITS ALIMENTAIRES ET DE BOISSONS

SALON RÉSERVÉ EXCLUSIVEMENT AUX **VISITEURS PROFESSIONNELS**

POUR TOUTES INFORMATIONS, CONTACTEZ :

MME BENNIS CORINE
TÉL : 05 22 95 25 60 - MAIL : C.BENNIS@PROMOSALONS.MA

WWW.DJAZAGRO.COM

un événement
comexposium
The place to be



SALADE DE RISETTI

Ingrédients pour 10 personnes

- 0,5 kg de Risetti Panzani Plus
- 5 tomates : 5
- 0,4 kg de thon au naturel : 0.400 Kg
- 0,4 kg de maïs : 0.400 Kg
- 5 oeufs durs
- Vinaigrette



Préparation

- Cuire le Risetti façon créole dans l'eau bouillante salée (10 L d'eau pour 1 Kg pâtes et 10 g de sel/L)* pendant 3 minutes.
- Rafrâchir.
- Egoutter et mélanger à la vinaigrette.
- Détailler les tomates en dés.
- Mélanger le risetti avec le thon émietté, les oeufs durs en rondelle, les tomates et le maïs.
- Réserver au frais.
- Servir bien frais.

PENNE A POÊLER AUX NOIX DE SAINT JACQUES ET A LA ROQUETTE

Ingrédients (pour 4 personnes)

- 250 g de Penne à Poêler Panzani
- 50 g de beurre
- 8 noix de Saint-Jacques
- 5 cl de vin blanc sec
- 1 poignée de roquette
- Huile de noix
- Copeaux de parmesan (facultatif)
- Sel, poivre du moulin



Préparation

- Dans une sauteuse, faites revenir dans la moitié du beurre les Penne à Poêler Panzani, 2 min à feu moyen, jusqu'à obtenir une couleur légèrement dorée.
- Arrosez avec le vin blanc sec, puis couvrez de 60 cl d'eau. Salez et poivrez, laissez cuire 5 à 6 min, en mélangeant de temps en temps, les pâtes doivent être moelleuses.
- Pendant ce temps, salez et poivrez les noix de Saint-Jacques, puis faites-les revenir dans une poêle avec le reste de beurre, à feu assez vif, 1 à 2 min de chaque côté.
- Hors du feu, ajoutez la roquette dans les pâtes, mélangez délicatement et répartissez immédiatement dans les assiettes.
- Déposez 2 noix de Saint-Jacques dans chaque assiette, ajoutez un filet d'huile de noix et donnez un tour de moulin à poivre. Ajoutez si vous le souhaitez quelques copeaux de parmesan et servez immédiatement.

COQUILLETTES AUX CHAMPIGNONS

Ingrédients pour 4 personnes

- 250 g de coquillettes Panzani
- 100 g de champignons de paris
- 1 c.s d'huile d'olive



Préparation

- Faire cuire les coquillettes dans une casserole d'eau bouillante.
- Lorsque les coquillettes arrivent à terme de la cuisson, faire étuver les champignons dans une casserole à feu doux et à couvert.
- Les pâtes sont cuites et les champignons étuvés, mélanger le tout et ajouter l'huile au moment de servir.

TORTI A POÊLER A LA MAROCAINE

Ingrédients pour 4 personnes

- 250 g de viande de bœuf hachée
- 250 g de Torti à Poêler Panzani
- 1 gousse d'ail hachée
- 400 g de Tomacouli Nature Panzani
- 2 c. à s. d'huile d'olive
- 1 c. à c. de ras-el-hanout
- 1 c. à s. de coriandre ciselée
- 1 c. à s. de menthe ciselée
- sel, poivre du moulin



Préparation

- Mélangez la viande de bœuf hachée avec du sel, du poivre, l'ail haché, la coriandre et la menthe. Travaillez bien pour obtenir une préparation homogène, puis façonnez en boulettes entre les paumes des mains légèrement farinées.
- Faites chauffer 1 c. à s. d'huile d'olive dans une sauteuse, faites-y revenir les boulettes de viande, 5 min, puis réservez-les.
- Faites chauffer le reste d'huile d'olive dans la sauteuse, ajoutez les Torti à Poêler Panzani, faites sauter le tout 2 min, jusqu'à obtenir une couleur légèrement dorée. Arrosez de 30 cl d'eau et ajoutez le Tomacouli Panzani et le ras-el-hanout. Salez et poivrez. Laissez cuire 5 à 6 min, en mélangeant de temps en temps : les pâtes doivent être moelleuses.
- À mi-cuisson, ajoutez les boulettes de viande et mélangez délicatement. Parsemez de coriandre ciselée, juste avant de servir.

Le cahier

HORECA

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

WHYNDHAM BONNET CREEK LES 5 TENDANCES MEETINGS & EVENTS

Hotelys

Le titre-restaurant dématérialisé

Restauration

Sécurité & hygiène

Innovation

Qu'est ce que le iBeacon?

Simmons
N°1 MONDIAL



SIMMONS

la signature professionnelle des hôteliers

Simmons, en tant que partenaire officiel du salon Marocotel 2014, vous invite à découvrir sur son stand de 252 m², l'ensemble de son savoir-faire et son expertise technique au service de l'hôtellerie, avec pour points forts, de grandes nouveautés.

Forts d'une expérience de plusieurs décennies dans l'univers de l'hôtellerie, les experts Simmons sont à l'écoute de chaque projet. Qu'il s'agisse d'un premier aménagement ou d'une rénovation, nous vous apportons les solutions les plus adaptées à votre espace ainsi qu'à votre budget. De la première ébauche du designer jusqu'à l'installation complète de votre hôtel, nous mettons à votre disposition l'ensemble de nos champs de compétence et notre professionnalisme.

Créativité, durabilité, sécurité, qualité mais aussi technicité sont les maîtres-mots de la philosophie de Simmons.

Chaque année, nous innovons et lançons de nouveaux modèles pour le plus grand confort de notre clientèle. En 2014, nous avons ainsi le plaisir de vous présenter sur notre stand, deux nouveaux matelas exceptionnels : Beautyrest Signature et Beautyrest Eminence conçus dans des matières hautement technologiques tels que la mousse viscoélastique, latex Aircell®, mousse à haute résilience...

Le groupe Richbond profite de cet événement pour annoncer l'élargissement de son offre au secteur hôtellerie de Plein Air, avec de nombreux produits écologiques de luxe : lodges, chalets, tentes toilées

pour l'événementiel.

Autre moment fort du salon Marocotel 2014 : l'installation de deux chambres complètes entièrement aménagées par Simmons. L'une adaptée à une catégorie hôtelière 5 étoiles, l'autre créée pour un établissement 3 étoiles. Du matelas au linge de lit, du sommier au mobilier, ces deux chambres illustrent parfaitement notre offre clé en main réservée aux professionnels.

La majorité des hôtels et palaces du Maroc, mais aussi du monde entier, ont d'ores et déjà adopté la signature Simmons. Votre préférence est notre meilleure référence.



LIAISON

EMIRATES EN VOL POUR TAPEI



Taipei est devenue la nouvelle destination d'Emirates après l'arrivée du vol EK366 à l'aéroport international de Taiwan Taoyuan le Lundi 10 février 2014, inaugurant le nouveau vol quotidien sans escale

à partir de l'aéroport international de Dubaï. Le service Taipei d'Emirates est désormais desservi par un Boeing 777-300ER, équipé de huit suites luxueuses en première classe, 42 sièges inclinables en Business Class, ainsi qu'un large espace pour 304 passagers en classe économique. Les passagers savourent une cuisine raffinée au sein de toutes les classes, servie par le personnel de cabine d'Emirates qui comprend plus de 132 nationalités y compris des Taiwanais. Les passagers peuvent profiter à bord d'Emirates du système de divertissement ICE qui propose plus de 1600 chaînes, présentant les derniers films internationaux, ainsi que de la musique, des chaînes de télévision et des jeux.

emirates.com/ma

HÔTELLERIE

UN MANDARIN A BALI



Mandarin Oriental va ouvrir un luxueux resort à Bali en 2016. Il sera situé au sud-ouest de Nusa Dua, dans la péninsule de Bukit, au sud de l'île de Bali. L'hôtel sera situé à 25 minutes de l'aéroport international de Ngurah Rai à Bali, et à 30 minutes de Seminyak et Sanur, deux destinations

appréciées des voyageurs. Il comprendra 121 clés : 97 villas spacieuses, chacune possédant une piscine privée de 10 à 15 mètres, et 24 vastes chambres. Situées sur des terrasses en hauteur, toutes bénéficieront d'une vue imprenable sur l'océan Indien. Conçu par l'architecte d'intérieur et designer de renommée internationale, Jean-Michel Gathy du cabinet Denniston International, l'ensemble des chambres arborera un style contemporain, tirant pleinement parti des perspectives et des vues exceptionnelles offertes par le resort.

mandarinoriental.fr

GASTRONOMIE

BRISTOL VS NAMASKAR



Du 5 au 8 mars, le chef Eric Desbordes, sous la houlette du chef Eric Frechon, reçoit au 114 Faubourg, le chef du Palais Namaskar,

Marrakech, Antoine Perray et son sous-chef El Hachem Oulhous, pour quatre jours de gastronomie orientale. Pastilla croustillante au poulet et aux amandes, tajine berbère aux légumes confits, les convives du 114 Faubourg se laisseront surprendre par une carte mettant à l'honneur quelques grands classiques de la cuisine marocaine qui font la réputation du restaurant Le Namaskar, l'un des restaurants du Palais Namaskar qui allie cuisine française et marocaine. Antoine Perray, jeune chef qui s'est déjà forgé une brillante carrière internationale, propose à cette occasion une carte spéciale aux couleurs du Maroc pour ensoleiller les déjeuners et dîners parisiens.

lebristolparis.com - palaisnamaskar.com

© Shirley Pellicer

NAVIGATION

TERMINAL DE CROISIÈRE A CASABLANCA

Alors que la Wilaya du Grand Casablanca a annoncé un important dispositif d'actions prioritaires pour 2014, d'autres projets d'envergures sont également dans le pipe. Parmi eux, la création, au port de Casablanca d'un poste pour combler le déficit en infrastructure d'accueil des navires de croisière en accompagnement des investissements prévus pour la reconversion du vieux port de la ville. Le coût de ce projet est estimé à 460 Mdhs et le maître d'ouvrage sera l'ANP. De source proche du dossier, ce terminal sera implanté dans la jetée Moulay Youssef au niveau de l'ancien poste pétrolier et il est prévu un quai avec 2 postes avec une longueur accostable de 650m. L'étude technique est actuellement en cours de réalisation.



EMPLOI

LE CLUB MED RECRUTE



Aller à la découverte de soi, déployer tous ses talents, s'ouvrir à de nouveaux horizons et partager des moments inoubliables... C'est l'expérience que le Club Med vous propose de vivre au sein de l'un de ses villages de vacances, au travers de l'un de ses 100 métiers. Aujourd'hui, le recrutement se fait pour les espaces luxe 5 tridents. Sachez qu'au Club Med, vous ne postulez pas pour un poste sur un site géographique spécifique mais pour un métier. Ce

sont les experts RH qui décideront du village au sein duquel vous travaillerez, en fonction de vos disponibilités, de votre profil et bien sûr des besoins des villages.

Renseignements sur clubmedjobs.fr

TOURISME

PARTENARIAT AVEC L'ARABIE SAOUDITE



Le renforcement de la coopération et du partenariat entre les Royaumes du Maroc et de l'Arabie Saoudite dans les domaines du tourisme a été au centre des entretiens, à Ryad, entre le ministre du Tourisme, Lahcen Haddad et le président de la Commission saoudienne du tourisme et des monuments historiques, SAR le Prince Sultan bin Salman bin Abdul Aziz. Le responsable saoudien a mis en exergue les relations «fraternelles et séculaires» qui lient les deux royaumes, indiquant que l'Arabie Saoudite «envisage de renforcer sa coopération avec le Maroc en matière d'investissement». Pour sa part, M. Haddad a examiné avec le responsable saoudien les moyens de renforcer la coopération bilatérale, notamment en matière de développement des monuments historiques, saluant les progrès réalisés par l'Arabie Saoudite dans ce secteur, ainsi que dans celui de l'aménagement touristique. Les touristes en provenance de l'Arabie Saoudite ont progressé de 6 pc en 2013, passant de 70.666 en 2012 à 75.265 en 2013.

HÔTEL

LES OBJECTIFS DU ROYAL PALM



L'accueil du millier d'agences qui a reçu la première brochure dédiée à Marrakech et au Sud marocain est plutôt bon. Un catalogue de 34 pages destiné à mettre d'abord en avant le nouveau fleuron du groupe, le Royal Palm Marrakech, ses 124 suites et ses 11 villas hôtelières, avec les montagnes de l'Atlas comme écrin. Avec un objectif de 520 clients sur l'exercice 2014 (qui s'achève fin septembre) et 1 000 en 2015, Beachcomber Tours espère attirer au Maroc ses fidèles voyageurs.

www.domaineroyalpalm.com

FORUM

RENCONTRE A MONTRÉAL



Dans le cadre du développement des relations entre le Royaume du Maroc et les pays d'Amérique du nord, M. le Ministre du tourisme, Lahcen HADDAD, a pris part le lundi 3 février à Montréal aux travaux du Forum Economique organisé en partenariat entre l'Ambassade du Royaume du Maroc et

l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale (OACI). Organisé sous la thématique: « Le Maroc : Moteur de Développement Régional et Intercontinental », cette rencontre a été l'occasion de présenter le modèle économique marocain et ses avancées, notamment en matière de réformes récentes des structures de Gouvernance, de même que la stratégie touristique qui illustre de façon concrète la pertinence du modèle économique marocain, et les opportunités d'investissements et de partenariats qu'offre le secteur du tourisme dans notre Pays.



» Créateur de douceur

Depuis 1972, Textis se distingue par son savoir faire dans la fabrication de gammes complètes de linge de bain, produites à partir de matières nobles et naturelles.

Au fil des années, Textis a su renforcer la maîtrise de son métier en réalisant des collections uniques et personnalisées en éponges unies et ciselées dans une large palette de couleurs en respectant strictement les normes de qualité élevées.

Créateur d'ambiance et de douceur, Textis conjugue expertise et créativité entre

« Art du tissage », « Art du bain » et « Art de la couleur ».



www.textis.ma



Textis

Linge de Bain



- Usine : Boulevard Mexico, Aïn Sébaâ - 20590 Casablanca - Maroc
- BP 2574 Casablanca Aïn Sebaâ - 20253 Casablanca - Maroc
- contact@textis.ma
- (212) 5 22 35 11 54
- (212) 5 22 35 29 08



PALAIS NAMASKAR

VISITE DU CHEF ETOILE GUILLAUME ANOR



Le Palais Namaskar accueille du 17 au 23 Mars, Guillaume Anor, chef étoilé du célèbre restaurant français «Bélouga» pour une semaine où haute gastronomie française et saveurs raffinées marocaines ne feront plus qu'un. Cette semaine de fusion gastronomique entre dans le cadre d'une collaboration entre l'hôtel AGAPA, membre de la prestigieuse chaîne des Small Luxury Hotels of the World, ou encore des Châteaux et Hôtels Collection, et du

Palais Namaskar qui se sont proposés de faire découvrir et de partager leurs gastronomies respectives le temps d'une semaine dans leurs établissements d'exception. Comme le souligne Laurent Branover, Directeur Général du Palais Namaskar, «C'est un honneur pour nous d'accueillir l'Agapa pour partager notre passion commune pour la Gastronomie «avant d'ajouter «qu'après une première expérience culinaire en Novembre dernier à l'AGAPA, nous sommes vraiment impatients de présenter la gastronomie française au Palais Namaskar à travers cette expérience culinaire unique en son genre à Marrakech».

+ 212 (0)5 24 29 98 00 | reservation@palaisnamaskar.com

HÔTELLERIE

SCANDIC RÈGNE SUR LA SCANDINAVIE



Le groupe hôtelier suédois Scandic frappe un grand coup en Europe du Nord en rachetant 72 hôtels de son concurrent norvégien Rica Hotels. Leader de l'hôtellerie suédoise, Scandic va étendre son empreinte en Norvège, où le groupe ne compte pour l'instant que 19 établissements. Grâce au rachat de Rica Hotels, premier hôtelier de Norvège, ce sont 65 établissements qui viendront étoffer son portefeuille, une fois obtenu l'accord des autorités des deux pays. A cela s'ajoutent aussi sept hôtels Rica en Suède. Au final, l'offre de Scandic va passer de 151 hôtels à 223 dans l'ensemble des pays nordiques. A terme, tous les hôtels Rica devraient faire l'objet d'un rebranding pour passer sous enseigne Scandic.

www.scandichotels.com

PÂTISSERIE

LADURÉE CÉLÈBRE LE PRINTEMPS

La Maison Ladurée, grand nom du macaron, a mis tout son savoir-faire pour proposer à ses clients au Maroc un ensemble de pâtisseries d'excellence aux couleurs, rose et rouge, des beaux jours. Cette incroyable collection comprend, entre autres, l'emblématique Saint-Honoré Rose Framboise, un gâteau légendaire que la prestigieuse enseigne sait rendre plus craquant et léger que jamais grâce à la texture onctueuse de ses pétales de rose et de ses framboises fraîches. Cette pâtisserie aux saveurs inoubliables est à découvrir à plusieurs, en famille ou entre amis, à 4, 6, 8, 10 ou 12 personnes. Pour profiter d'une dégustation unique avec vos proches, la Maison Ladurée propose aussi sa fameuse création Ispahan, composée d'un macaron à la rose garni d'une crème au parfum de pétales de roses et de litchis, et agrémenté de framboises fraîches. Boutique Morocco Mall ou livraison dans les principales villes du Maroc.



Nestlé

PROFESSIONAL®

Creative Food & Beverage Solutions

NESCAFÉ
Alegria



Maggi



Parce que les modes de consommation alimentaire changent et se font de plus en plus à l'extérieur du foyer, Nestlé a créé **Nestlé Professional**, une division exclusivement dédiée aux professionnels : Hôtels, Restaurants, Collectivités, Sociétés de Catering, Café & Laiteries...

La signature **Nestlé Professional** « **Creative Food & Beverage Solutions** » soutient notre vision d'être le partenaire privilégié des professionnels.

Nestlé Professional s'appuie sur le savoir-faire et l'expertise du Groupe Nestlé, leader mondial de la nutrition, santé et bien-être. Nous vous proposons des marques fortes et reconnues et des solutions de boissons chaudes qui vous permettent d'innover et de satisfaire vos clients.

Pour plus d'informations, veuillez contacter Nestlé Professional à l'adresse suivante :
CasaNearShore, 1100, Bd Qods, Sidi Maarouf, CP 20 220 Casablanca, MAROC. Tél. : 05 20 15 88 00

**SOFITEL
UNE NOUVELLE ORGANISATION**



Sofitel Luxury Hotels annonce son passage à une nouvelle organisation, basée sur cinq grandes régions dans le monde. Marque du groupe Accor, gérée anciennement en filiale indépendante, Sofitel intègre le tout nouveau segment luxe et haut de gamme qui regroupe les marques du groupe : Pullman, MGallery, Grand Mercure et The Sebel. Ces changements d'organisation confirment la stratégie de Sofitel, qui met l'accent sur une approche spécifique au luxe et permet à Accor de bénéficier du savoir faire et des bonnes pratiques de Sofitel. Dans le cadre de ce réalignement, les fonctions marketing et design du segment luxe et haut de gamme d'Accor s'implanteront à Singapour à partir du premier trimestre 2014. Cette réorganisation fait suite à l'annonce, fin 2013, par Sébastien Bazin, PDG de Accor, d'une nouvelle stratégie pour le Groupe, axée sur une croissance renforcée et une création de valeur ajoutée accrue. Sa vision consiste à faire en sorte que Accor devienne le groupe hôtelier le plus reconnu et le plus performant à l'échelle mondiale.

**INNOVATION
LE CEGID INNOVATION STORE**



Cegid inaugure le Cegid Innovation Store, un concept magasin novateur et connecté. *«Le monde bouge. Le numérique change la donne et il est important que Cegid puisse présenter des nouveautés très régulièrement. Nous n'avons cessé d'intégrer en permanence dans ce concentré de technologies, les toutes dernières évolutions et révolutions dédiées au monde du retail.»* indique Nathalie Echinard, directeur des marchés sectoriels de Cegid. Ce magasin, à taille réelle, est installé au cœur même du siège du groupe Cegid, à Lyon. Imaginé par Cegid et en collaboration avec de nombreux partenaires technologiques et métier, le Cegid Innovation Store (CIS) présente, en application réelle, les dernières innovations au service des points de vente à l'ère du commerce omnichannel. Le Cegid Innovation Store sera partiellement présenté au Maroc, le 17 avril prochain, à l'occasion de la 5^{ème} édition du Cegid Business Forum - Casablanca ».

www.cegid.fr

**DISTINCTION
WORLD LUXURY SPA AWARDS 2014**



Le Spa du Palace Es Saadi est nominé en tant que finaliste des World Luxury Spa Awards 2014. Depuis son ouverture le Spa essaie constamment d'améliorer ses prestations en accordant une attention particulière aux remarques des clients. Un savoir-faire propre au Resort déployé également au sein du Spa, à travers une technique irréprochable et une équipe de professionnels à l'écoute. Les World Luxury Spa Awards 2014 se dérouleront du

17 février au 18 mars et vous pourrez alors voter pour votre Spa préféré à travers le monde.

Vous pouvez voter via le lien suivant : <http://www.luxuryhotelawards.com/vote-spa/>

NESCAFÉ[®]

Alegria

des solutions
adaptées
à vos besoins

Offrez à vos consommateurs
le meilleur des boissons
chaudes avec une qualité
irréprochable

SOLUTION
MINI XL

SOLUTION
6/30



SOLUTION
8/60



FACILE Facile à utiliser : une simple pression de touche et c'est prêt

RAPIDE Rapide : un café au lait en 12 secondes

CHOIX Un large choix de boissons

QUALITÉ Une qualité à la tasse irréprochable

NORMES Des produits NESTLÉ qui répondent
aux normes internationales de qualité

DESIGN Un design moderne et attrayant

Pour plus d'informations, veuillez contacter
Nestlé Professional à l'adresse suivante :
CasaNearShore, 1100, Bd Qods, Sidi Maarouf,
CP 20 220 Casablanca, MAROC. Tél. : 05 20 15 88 00

 **Nestlé**
PROFESSIONAL
- BEVERAGE SOLUTIONS -

RESTAURATION : sécurité et hygiène



Le restaurateur doit veiller à respecter et à faire respecter un certain nombre de règles d'hygiène. Il est, en effet, tenu d'assurer au consommateur final une sécurité maximale quant à la qualité du produit et l'absence de risque pour la santé. Le respect de la chaîne du froid, la salubrité des locaux, l'entretien des équipements sont des éléments primordiaux.

Par Claude Vieillard

LES LOCAUX

Qu'il s'agisse des cuisines ou de la salle de restaurant, la salubrité est bien entendu de rigueur. L'entreprise doit veiller ainsi en permanence à la propreté générale des sols au moyen de produits adaptés, mais aussi à celle des cuisines et de la salle de restaurant proprement dite.

Les murs, sols et plafonds des zones où sont manipulées les denrées doivent être facilement nettoyables et désinfectables. Il faut également veiller à séparer les zones d'épluchage, de plonge (secteurs sales) et les autres zones de manipulation des denrées (secteurs propres). Utilisez en particulier des poubelles fermées, avec élimination fréquente. Les fumées et vapeurs doivent être aspirées mécaniquement, la température et l'humidité des locaux contrôlés.

Comme pour tout établissement recevant du public, la réglementation liée à la sécurité des biens et des personnes doit être respectée.

LES EQUIPEMENTS

Les machines doivent être conformes aux normes en vigueur. Elles doivent être maintenues propres, utilisées et entretenues en toute sécurité. Les plans de travail doivent être lisses et propres. Les espaces de travail et les hauteurs des plans de travail doivent respecter les normes de sécurité et de confort. Les manutentions de charges lourdes, de matières chaudes ou de liquides chauds sont à éviter. Les outils doivent être correctement entretenus



et en bon état.

Le personnel doit disposer de lave-mains à commande non manuelle, de savon liquide et de moyens de séchage jetables avec une poubelle à couvercle non manuel. Les enceintes frigorifiques doivent être bien entretenues et équipées de thermomètres.

LA CHAÎNE DU FROID

Le respect de la chaîne du froid doit être la préoccupation principale des restaurateurs, cuisiniers, personnels qui travaillent en cuisine mais également ceux qui participent au transport des denrées. Ainsi, la rupture permanente de la chaîne du froid, autrement dit la mise à température ambiante, ne peut s'effectuer que lors de la préparation des aliments, soit juste avant leur cuisson, ou juste avant d'être servis. Par conséquent, on ne doit les retirer de la chambre froide qu'au dernier moment. Rappelons qu'il faut maintenir la température des chambres froides dites « positives » entre 0 et 3°C et celle des chambres dites « négatives » inférieure à - 18°C. Quant aux plats cuisinés préparés, ils doivent être maintenus à une température d'au moins 65°C avant d'être proposés à la consommation.

Les normes et réglementations qui régissent la chaîne du froid n'empêchent pas les pannes, les erreurs humaines et les ruptures de charge à l'air ambiant. Autant de litiges possibles entre producteurs, transporteurs et distributeurs. L'enjeu est de taille : à chaque rupture de la chaîne, les développements microbiens entraînent des risques sanitaires élevés d'infections à la listeria, salmonelle, ou escherichia coli (e.coli). Pourtant, tous ces événements suscitent la vigilance des consommateurs, des distributeurs et de l'État.

Si le restaurateur n'est pas aux normes d'hygiène, des efforts d'organisation sont urgents, nécessaires et des investissements en chaîne de froid

sont indispensables (en infrastructures, équipements et formation initiale et continue).

QUELS SONT LES RISQUES ?

En restauration, les principaux risques concernent les risques microbiologiques, donc d'intoxication alimentaire. La



La réglementation sanitaire qui fixe les températures optimales de conservation de denrées s'appuie sur des bases scientifiques traditionnelles. Elle prend en compte l'évolution des habitudes de consommation, les progrès techniques agro-alimentaires et leurs risques inhérents, son objectif étant de garantir la sécurité du consommateur. Les principales contraintes à ce niveau sont liées au manque d'infrastructures de commercialisation et de circuits de distribution ainsi qu'à la non maîtrise de la chaîne de froid. Cette situation affecte la qualité du produit, empêche le suivi de sa traçabilité et favorise le développement de circuits de commercialisation informels.

Au Maroc, la réglementation en vigueur concernant la conservation des

denrées périssables s'articule autour d'un décret et de deux arrêtés :
 - Décret n°2-97-177 du 23 mars 1999 relatif au transport des denrées périssables : transport terrestre des produits frais et surgelés, définition des appellations des engins de transport (isotherme, réfrigérant, frigorifique), conditions de transport des denrées et vérification de conformité des engins.

- Arrêté du Ministre de l'Agriculture n°938-99 du 14 juin 1999 : états et conditions de températures maximales de transport des denrées périssables, classes des engins de transport correspondants.

- Arrêté conjoint du Ministre de l'Agriculture et du Ministre de l'Équipement et du Transport n°1196-03 du 30 avril 2004 : normes pour les engins de transport isothermes, réfrigérants ou frigorifiques.



être interrompue. On peut toutefois soustraire ces produits du froid pour une courte durée à des fins pratiques. Les exploitants doivent disposer de locaux adaptés, suffisamment vastes pour l'entreposage séparé des matières premières, comme des produits transformés, et disposer d'un espace d'entreposage réfrigéré suffisant.

Le respect de la chaîne du chaud s'impose également : un aliment doit être rapidement monté en température supérieure à 63 degrés et y être maintenu.

La descente thermique doit être la plus rapide possible pour atteindre la température de conservation à froid (3 degrés).

Les denrées alimentaires conservées ou servies à basse température doivent être réfrigérées dès que possible après le stade de traitement thermique ou, en l'absence d'un tel traitement, après le dernier stade de l'élaboration, à une température n'entraînant pas de risque pour la santé.

La décongélation des denrées alimentaires doit être effectuée de manière à réduire le risque de développement de micro-organismes pathogènes ou la formation de toxines. Pendant la décongélation, les denrées alimentaires sont soumises à des températures qui n'entraînent pas de risque pour la santé : la décongélation à l'air ambiant est prohibée. Tout liquide résultant de la décongélation susceptible de présenter un risque pour la santé est évacué d'une manière appropriée.

LE CAS DE LA LIVRAISON A DOMICILE

Lorsque vous vous faites livrer à domicile un repas ou des produits frais, vous êtes-vous demandé si les règles d'hygiène étaient respectées ?



présence d'organismes toxiques ou l'intoxication résulte le plus souvent :

- d'un dépassement de la date limite de consommation,
- de mauvaises conditions de stockage ou de transport,
- d'un manque d'hygiène ou de propreté dans la manipulation des produits ou dans la préparation des plats,
- de la présence accidentelle d'un produit indésirable,
- d'une rupture dans la chaîne du froid.

Les symptômes de ces intoxications sont souvent identiques (douleurs abdominales, diarrhées, nausées, vomissements, maux de tête, fièvre ou non). Ils apparaissent plus ou moins rapidement dans un délai d'1 h à 48 h, voire 2 mois.

Quelques exemples de dangers et de points à contrôler : température des lieux de stockage, fonctionnement des lavabos et mise à disposition de savon désinfectant, tenue et propreté du personnel, propreté et entretien des locaux, contrôle des produits à l'arrivée.

LA PROTECTION DES DENREES ALIMENTAIRES

On ne doit accepter aucun produit contaminé, ou supposé tel, par des parasites le rendant impropre à la consommation humaine.

Les matières premières et ingrédients entreposés doivent être conservés dans des conditions adéquates. Ces conditions ont pour objet, d'une part, d'éviter toute détérioration néfaste et d'autre part, de protéger les denrées contre toute contamination susceptible de les rendre impropres à la consommation humaine.

Il est impératif de lutter contre les organismes nuisibles et d'empêcher que les animaux domestiques aient accès aux endroits de stockage ou de préparation.

On ne doit pas conserver de produits à des températures qui pourraient entraîner un risque pour la santé. La chaîne du froid (maintien entre 0 et 4 degrés) ne doit en aucun cas





Les réceptacles de véhicules et/ou réceptacles réservés au transport des denrées alimentaires doivent être propres, voire désinfectés si besoin est. Les produits transportés autres qu'alimentaires doivent, si nécessaire, être séparés. Le transport doit se faire dans le respect des températures. Les réceptacles (caissons ou glacières), ou le véhicule frigorifique, doivent être à température réglementaire avant chargement.

Les préparations livrées périssables sont fragiles sur le plan bactériologique.

Elles ne sont pas stables à température ambiante et doivent être conservées à des températures limitant le développement microbien et notamment celui des bactéries pathogènes pouvant être à l'origine de toxi-infection alimentaire. Les micro-organismes se multiplient particulièrement entre + 10 °C et + 63°C, il est nécessaire d'éviter cette zone dangereuse.

Les préparations doivent être livrées par engin de transport frigorifique, réfrigérant, isotherme ou calorifique, reconnu pour leur performance technique. Pour les tournées de livraison de moins de 80 km, on peut faire le choix d'un moyen de transport plus simple, sous réserve d'équipements adaptés au maintien strict des températures jusqu'à leur livraison.

Or, bien souvent, les livreurs n'ont pour seul moyen de transport, qu'une caisse derrière une mobylette. Et même si certains restaurateurs mettent tout en œuvre pour respecter les normes



d'hygiène et de température, beaucoup trop encore sont totalement dans l'illégalité.

La solution? Bien choisir votre restaurateur et surtout son moyen de livraison, commander votre repas et le récupérer vous-même ou dîner au restaurant, cela vous permettra de sortir de votre domicile et de passer une soirée détente hors de chez vous.



EURO SOURCING
Le sac Tissé au Prix du Carton !

SACS À BOUTEILLES SACS HOTELS
SACS BOUTIQUE PÂTISSERIE TRAITEURS
SACS BOULANGERIE SACS OPÉRATIONS COMMERCIALES



100%
RECYCLABLE

Tél.: 05 22 89 11 72 - E-mail: contact@euro-sourcing.com - www.euro-sourcing.com

En prenant de court les trois filiales de multinationales étrangères opérant dans les titres de services, HOTELYS, seul émetteur marocain présent dans ce secteur d'activité, lance le premier Titre Restaurant dématérialisé au Maroc sous l'appellation « Resto Carte® ».



HOTELYS

Émetteur de cartes et titres de services, lance le premier Titre Restaurant dématérialisé, au Maroc.

La Resto Carte® estampillée Visa est une carte de crédit rechargeable, sécurisée à l'aide d'un code pin confidentiel à quatre chiffres que le titulaire devra saisir pour la validation des transactions.

La Resto Carte® possède tous les attributs du Titre Restaurant support

papier sécurisé, en sus des autres avantages qui lui sont conférés, à savoir :

- La préservation de l'environnement.
- Le côté pratique dans son utilisation, grâce à sa taille réduite.
- Son acceptation dans le plus grand réseau d'enseignes à travers toutes les villes du Royaume, et comprenant

les Restaurants, Snacks, Pizzerias, Boulangeries, Pâtisseries, Traiteurs, Boucheries, Charcuteries, Hôtels et GMS, équipées d'un TPE.

AVANTAGES CÔTÉ TITULAIRES

Avec la Resto Carte®, HOTELYS permet au titulaire de régler le juste prix de ses consommations, contrairement au Titre Restaurant support papier où il n'y a pas de rendu de monnaie si la valeur faciale est supérieure au montant de la prestation à payer.

Grâce à la Resto Carte®, finis les Titres Restaurant support papiers oubliés



Aujourd'hui, le Titre Restaurant support papier est utilisable par le porteur, et malgré les mentions légales inscrites sur ces titres, les restaurateurs ne demandent jamais la carte d'identité lors du paiement: si un salarié perd ses Titres Restaurant support papiers, il n'a aucun moyen de les récupérer, et la somme perdue reste à la charge de l'entreprise.



dans une poche ou au fond d'un sac, sachant que la dématérialisation est l'unique moyen d'approcher les 0% de perte des titres-restaurant.

Afin de préserver le caractère social de la Resto Carte®, le titulaire ne pourra pas effectuer de retrait d'espèces auprès des GAB, mais pourra imprimer le mini relevé des 10 dernières opérations enregistrées sur la carte.

Sur le plan de la sécurité, la Resto Carte® possède les mêmes protections que les autres cartes bancaires, grâce à son code pin confidentiel indispensable pour la validation d'une transaction.

Si l'individu se fait voler ou perd sa carte : une simple opposition lui permet de lui créditer à nouveau son solde sur une nouvelle carte.

AVANTAGES CÔTÉ ENSEIGNES

Du côté des enseignes, l'acceptation de la Resto Carte® constitue une bouffée d'oxygène en terme de cash flow, sachant que l'encaissement dématérialisé est crédité sur leurs comptes bancaires sous 48 heures, au lieu de six semaines minimum avec le système des Titres Restaurant support papiers.

De même les enseignes seront dispensées du comptage des titres restaurant, sans oublier toute la logistique liée à l'envoi des titres à

l'émetteur pour remboursement, etc.

AVANTAGES CÔTÉS EMPLOYEURS

Le gain de temps est aussi observé auprès des employeurs qui bénéficient d'une gestion simplifiée, puisque les cartes seront rechargées mensuellement à l'aide d'un fichier électronique, contrairement à la charge de travail occasionnée aujourd'hui par le comptage et la distribution des carnets de Titres Restaurant.

La Resto Carte® avec sa classification dans la gamme des cartes bancaires marocaines, est adossée au réseau du CMI (Centre Monétique Interbancaire), bénéficiant ainsi de l'augmentation constante de l'affiliation des enseignes d'alimentation et restauration, optant pour le système de paiement dématérialisé.

Le caractère innovant de la Resto Carte®, confère à HOTELYS la qualité de pionner dans le domaine de la dématérialisation des titres de services, au Maroc.

Demande d'infos : infos@hotelys.ma
www.hotelys.ma





PERFECKT TROPHY

Concours du meilleur boulanger

AIT Ingredients a souhaité mettre à l'honneur les artisans boulangers et leur métier en organisant un concours de boulangerie internationale : le Perfeckt Trophy. Mais cette manifestation est plus qu'un simple concours, c'est aussi un moment d'échange, de partage de connaissances ; en résumé, une expérience humaine unique.

Pour cette première édition, le Perfeckt Trophy s'est déroulé sur 4 continents par l'intermédiaire des principaux partenaires Perfeckt. Ainsi, le Maroc, le Bénin, la Côte d'Ivoire, la Russie, l'Argentine et la France, ont accepté de relever le défi afin de distinguer le Meilleur Boulanger Perfeckt 2013 - 2014

Une cinquantaine d'excellents candidats, présélectionnés avec une très grande attention, se sont ainsi affrontés lors de concours nationaux durant l'année 2013. A l'issue de ces compétitions, les 6 meilleurs boulangers Perfeckt ont eu l'honneur

de représenter leur pays lors d'une finale internationale inédite les 29 et 30 janvier 2014 à Casablanca chez le partenaire Perfeckt : ECOMAB.

Les candidats ont ainsi pu montrer leur savoir-faire d'artisan boulanger pendant 8h30 de travail mais aussi leur créativité grâce notamment aux catégories « pain régional », « brioche régionale » et « sandwich ».

INTERVIEW

Nous avons rencontré Sylvia Chaumont, chef de produits chez AIT Ingredients - Groupe Soufflet.

Comment jugez-vous cette première édition 2013/2014 ?

Un bilan très positif ressort de cette première édition du Perfeckt Trophy. Au travers des 7 concours réalisés, les jurys ont pu apprécier non seulement

Le jury était composé de boulangers professionnels et experts du secteur :

- Antonio MENDES (président du jury) : Gérant de Concept-Pan service
- Youssef BOUABDELLAH : Chef de production chez Mitsou (Groupe Modern Food Products)
- Abderrahim NAITALI : Directeur de production chez Al Walid Prestige

Trouvez la **FOOD'IN**spiration, version Sud

16-18
mars 2014
Salon réservé
aux professionnels



food in sud

1^{er} salon méditerranéen
de la restauration

MARSEILLE CHANOT
www.foodinsud.com





la diversité des produits présentés mais aussi leur originalité (typicité des ingrédients utilisés dans leur pain et brioche régionaux) et leurs qualités organoleptiques.

Quel a été le rôle d'AIT Ingrédients?

AIT Ingrédients souhaite resserrer ses liens avec les boulangers et ainsi devenir plus qu'un fournisseur d'ingrédients. Il a ainsi été l'initiateur de ce projet afin de développer le savoir-faire de ses clients. AIT a organisé ce concours inédit avec l'appui local de ses partenaires Perfeckt et a offert son soutien technique durant les compétitions sur les 4 continents en lice.

A quoi est dû, selon vous, le succès de cette manifestation?

La clé du succès est de prendre avant tout du plaisir. Les candidats se sont investis dans ce concours et ont partagé leur passion de la boulangerie. Quant à nos partenaires Perfeckt, ils ont immédiatement été sensibles à notre démarche et se sont impliqués sincèrement dans la mise en place du concours. Implication, rigueur et passion sont les 3 mots qui décrivent le mieux ce concours !

Quels ont été les moments forts ?

Au-delà de l'expérience professionnelle, c'est l'expérience humaine qui en est ressortie : les échanges très riches entre les différentes cultures, la convivialité qui régnait entre les candidats et le partage avec beaucoup d'émotions des connaissances. A l'issue de la finale, les candidats ont échangé leur contact et

Rendez-vous le lundi 10 mars 2014 à 17h sur le stand 5R62, lors du salon Européen, pour la remise du trophée au gagnant par le directeur général d'AIT Ingrédients, Frédéric Brognart, en la présence des partenaires Perfeckt.

leurs recettes.

Le marocain Yassine Rassafi est arrivé en tête du concours. Qu'est ce qui a fait la différence?

Les candidats ont présenté des pièces de grande qualité. Le jury a eu des difficultés à les départager ; notamment entre les candidats français et marocain, les résultats étaient très serrés. La Brioche des Rois de Yassine Rassafi a été très appréciée de par son visuel mais aussi, de par sa symbolique forte au Maroc.

Chaque candidat a porté fièrement les couleurs de son pays lors de la finale et nous a fait découvrir d'excellentes recettes régionales à base de produits du terroir : farines de sorgho, de mil, d'épeautre, maroilles, fleur d'oranger, origan, lait de coco, noix de pécan, dulce de leche, malt de seigle...

YASSINE RASSAFI : MEILLEUR BOULANGER PERFECKT 2013/2014



YASSINE RASSAFI (MAROC) Pain Régional :

Le Pain Olive Origan sur Poolish Brioche Régionale : Brioche des Rois (eau de fleur d'oranger, zestes d'orange et écorces d'orange confites) Sandwich : Saumon - Avocat - Oignon rouge

Vous êtes arrivé 1er du concours de boulangerie Perfeckt Trophy. Qu'est ce qui a fait la différence?

Une méthodologie et une approche

scientifique acquise au sein de la boulangerie « Le Pain Quotidien », la maîtrise des paramètres de qualité (température de la pâte, fin pétrissage, longue fermentation et un processus adéquat de fabrication).

D'où vous est venu l'idée du pain que vous avez proposé?



L'idée est venue de mon coach et fondateur de la boulangerie « Le Pain Quotidien ».

Quels ont été les meilleurs moments de ce concours?

Les meilleurs moments ont été vécus tout au long du concours, notamment pendant la remise du prix.

Qu'est ce que ce 1er prix vous a apporté?

Le premier prix m'a apporté la motivation d'aller plus loin dans ce domaine, l'opportunité de visiter un autre pays en quête de découverte et d'innovation à l'occasion du Salon Mondial de la boulangerie 2014.

Quels sont vos projets?

Mes projets sont de pouvoir participer et gagner lors de concours prestigieux dan un future proche.

LES AUTRES RÉSULTATS

La deuxième et la troisième place sont respectivement attribuées à Alexandre Gaspard (France) et Dmitry Danilov (Russie)

Alexandre Gaspard (France) Pain Régional : Le Pain à l'Epeautre, au Maroilles et au levain de blé Brioche Régionale : Brioche feuilletée à l'orange (eau de fleur d'oranger, zestes d'orange) Sandwich : Poulet - Curry - Ananas - Tomates séchées

Dmitry Danilov (Russie) Pain Régional: « Boyarskiy » (alt de seigle, coriandre et cumin) Brioche Régionale : Brioche « pie with cherry » Sandwich : « Fish » (saumon fumé et colin, concombre)

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



4ème ex aequo : Pablo Andres Brey (Argentine), Augustin Dansou (Bénin) et Serge Zia (Côte d'Ivoire).

RENCONTRES

Resagro a rencontré deux autres candidats qui, malgré leur emploi du temps chargé, ont bien voulu répondre à quelques questions.

ALEXANDRE GASPART : médaille d'argent au concours



Pour vous, comment s'est déroulé ce concours?

Le concours s'est très bien déroulé. J'ai vraiment été très bien reçu et j'ai fait de très bonnes rencontres avec les autres candidats. Une très bonne ambiance régnait sur ce concours.

Quels ont été les meilleurs moments?

En premier lieu, les rencontres avec les candidats. Puis le moment de la remise des prix. J'ai aussi fait de belles rencontres avec des patrons marocains. Deux très bons moments également : quand j'ai sorti ma brioche à l'orange du four. Elle était très belle et bonne. Ce fut une grande satisfaction pour moi. Et enfin, mon pain au Maroilles et à la bière qui a fait un malheur.

Quelles difficultés avez-vous rencontré lors de l'épreuve?

Les principales difficultés ont été l'hydratation de la farine, le matériel avec lequel je n'avais pas l'habitude de travailler et les produits locaux différents de ceux que j'utilise d'habitude. A par cela, je n'ai pas rencontré de difficultés majeures.



Quels sont vos projets?

Mes projets sont de continuer à travailler chez mon patron français Monsieur Covelli à Beauvais car j'ai encore beaucoup à apprendre. Je prévois aussi de retenter ce concours dans 2 ans car pour moi finir à la deuxième place c'est un échec... je veux être le premier. Et enfin, avec ma femme on aimerait ouvrir notre propre boulangerie dans 5 ans.

PABLO ANDRES BREY (ARGENTINE) : 4ème ex-aéquo



Quel bilan tirez-vous de cette édition de Perfectk Trophy?

Considérant que c'est la première fois que l'Argentine participait à cet événement, c'était un vrai défi d'obtenir une des premières places de cette première édition. J'ai fait de mon mieux et je tiens à féliciter mes excellents confrères et le jury, Messieurs Bruno Guillott et Olivier Hanoch. J'ai été très fier de représenter mon pays à l'échelle internationale.

Cette expérience m'a permis de rivaliser avec des collègues de différents pays et de m'adapter à d'autres systèmes de travail, autres que ceux couramment pratiqués en Argentine, ce qui a nécessité une grande préparation pour obtenir les meilleurs résultats.

J'ai été accueilli remarquablement par le staff d'AIT Ingrédients Maroc, de la manière la plus cordiale, et ils ont mis à ma disposition tous les outils nécessaires pour participer à cet événement.

C'est pour ces raisons que je me suis senti très à l'aise avec mes collègues des autres pays, très respecté par le jury et très bien accompagné par les autorités marocaines et françaises.

Selon vous, quels ont été les meilleurs moments?

Tout mon séjour au Maroc est une expérience inoubliable. Au début, j'ai fait connaissance avec le lieu, les coutumes, les participants et après est arrivé le challenge du concours où les nerfs, l'anxiété, l'adrénaline et la joie ont toujours présents.

Pendant le séjour, j'ai eu bien sûr la concurrence avec les autres, mais j'ai aussi gagné de très bons amis avec qui nous échangeons des recettes et des méthodes de travail pour améliorer notamment la qualité des produits.

Qu'est ce qu'un tel événement peut apporter à votre profession?

La participation à cet événement m'a apporté beaucoup dans ma vie personnelle et dans ma vie professionnelle, notamment responsabilité et engagement. J'ai appris aussi les critères de qualité et de perfection, à appliquer aux matières premières et aux produits finis, pour me permettre d'être au même niveau que les meilleurs professionnels dans

le monde.

Quels sont vos projets?

Actuellement, je travaille pendant huit ans dans un moulin à farine dans le domaine du développement du laboratoire et de la qualité, et je travaille en extra comme confiseur et Baker dans une boulangerie de ma ville Junín, province de Buenos Aires, en Argentine, où jour après jour, j'acquière et développe mes connaissances. Mon rêve est de venir en France et apprendre mon métier avec les meilleurs professionnels dans le domaine de la boulangerie et ensuite faire partie de leur équipe.



Resagro tient à féliciter Yassine Rassafi, élu Meilleur Boulanger Perfeckt 2013 - 2014, qui a gagné un voyage à Paris lors du salon Européen.

Il sera l'invité d'honneur durant la soirée de clôture de cette première édition du Perfeckt Trophy.

Ce concours inédit de boulangerie a été marqué par la présence de nombreux professionnels du secteur, notamment Fabrice Roux (Directeur commercial Export, AIT Ingrédients Groupe Soufflet), Hassan Khairy (Président Directeur Général du Groupe Ricamaroc - Les Moulins Atlantiques - Ecomab), Abdellatif Izzem (Directeur Général de la Fédération Nationale de la Minoterie), Kamal Rahal Essoulami (Directeur Général du Groupe Rahal et Président du Salon Crémaï), Lahoucine Azzaz (Président de la Fédération National des Boulangers Pâtisseries), Marouane Chahrabane (Responsable de production d'une usine industrielle en boulangerie - Groupe RAHAL), Abdellah Abdellaoui (Conseiller en boulangerie et Membre de l'Association des Boulangers) et Mohamed Mzioud (Boulangier de formation et propriétaire d'une boulangerie).



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



LA RÉVOLUTION IBEACON

Appelée à devenir la prochaine révolution technologique, la technologie iBeacon permettra de communiquer et d'échanger des informations avec un environnement de plus en plus interconnecté. Promise à un fort potentiel de développement, elle pourra sauver le commerce au détail face à l'inexorable essor du commerce en ligne.

QU'EST-CE QU'IBEACON?

Développé par Apple, iBeacon est un système de positionnement ou de microgéolocalisation sans fil à très basse consommation intégré à son téléphone intelligent.

Il est capable d'interagir avec de multiples environnements, comme à la maison, au bureau, dans la rue et jusqu'à l'intérieur des magasins, pourvu qu'ils soient équipés de

capteurs dédiés iBeacon souvent à peine plus gros qu'une pièce de 25 ¢ ou une pile de montre.

Aussi connu sous les termes Bluetooth 4.0 ou Bluetooth Smart, iBeacon repose sur le standard ouvert Wibree, une technologie sans fil créée par Nokia.

En d'autres mots, iBeacon est un concurrent du protocole Near Field Communications (NFC).

Les 254 boutiques Apple en Amérique utilisent iBeacon pour géolocaliser en magasin un client devant un stand d'accessoires pour téléphones et baladeurs par exemple et lui notifier une promotion sur un article.

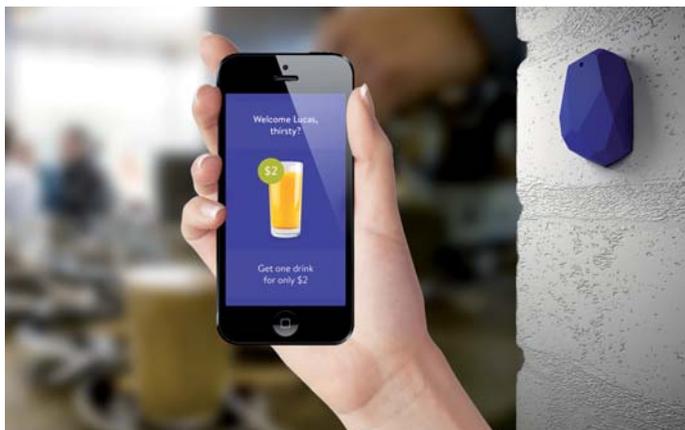


QUELQUES CAS D'APPLICATIONS IBEACON, FUTURS ET EXISTANTS

iBeacon n'utilise pas de triangulation pour localiser un objet, mais une balise. Un iBeacon n'est rien d'autre qu'un émetteur Bluetooth auquel on ajoute une couche logicielle spécifique. On peut ainsi transformer un Raspberry et même un terminal iOS en une balise. Il n'a pas fallu longtemps pour que des fabricants se lancent dans le créneau en commercialisant des iBeacons prêt à l'emploi.



Pour géolocaliser un appareil mobile, il existe principalement deux méthodes : le GPS, un système de positionnement par satellites fonctionnant sur l'ensemble du globe, qui a le désavantage de consommer beaucoup d'énergie et d'être peu efficace à l'intérieur des bâtiments; et la triangulation par points d'accès Wi-Fi et antennes cellulaires qui pallie les défauts du GPS, mais s'avère moins précise.



Et à l'aide de l'application Apple Store, vous pouvez payer l'article avec votre iPhone et sortir de la boutique sans passer par un commis.

Devant un stand de journaux, des échantillons de publications peuvent être poussés sur le téléphone iOS. Ou encore, devant une affiche de votre groupe rock favori, vous serez invité à acheter des billets pour le prochain concert d'une seule touche sur l'écran.

Dans un bar, commander vos consommations, les boire et sortir. Dans un musée, se placer devant une toile du peintre Renoir vous enverra des informations sur ses œuvres ou sa biographie. L'admission à l'entrée pourra se faire automatiquement, sans passer par le guichet.

Pour fonctionner, le client doit avoir un iPhone, un iPad ou un iPod touch sous iOS 7, la fonction Bluetooth en marche et avoir accepté les notifications. Dans une boutique Apple, l'application Apple Store doit être ouverte et configurée pour réaliser des transactions (avec son compte iTunes et sa carte de crédit). Pour ne pas être importuné, il suffira de désactiver Bluetooth.

UNE VÉRITABLE CONNEXION NUMÉRIQUE AVEC LE MONDE RÉEL

En domotique, les lumières d'une pièce s'allumeront en

Le but d'iBeacon est d'offrir une géolocalisation très précise et rapide en intérieur. Plutôt que de partir de zéro, Apple s'est appuyée sur une technologie tout indiquée pour ça, et qui plus est largement répandue, le Bluetooth. Pensé pour les communications sans fil de courte portée, quelques mètres tout au plus, le Bluetooth a (un peu) perdu sa réputation de technologie énergivore avec sa quatrième version majeure, appelée Bluetooth Smart ou Bluetooth Low Energy.



vos déplacements et vice-versa. Vous regardez un film, ce dernier se mettra en pause si vous quittez la pièce.

Par contre, si vous n'avez pas votre iPhone sur vous, le système ne pourra pas détecter vos déplacements dans la maison. C'est pourquoi l'idée d'un appareil portable fixe comme une montre intelligente prend tout son sens.

Comme on vient de le voir, l'implantation de puces iBeacon ouvre la voie à une foule de possibilités, comme le marketing ciblé intelligent qui permettra de concurrencer le magasinage en ligne avec un service de paiement mobile ou encore l'automatisation de fonctions domotiques.

Pour le moment, les puces iBeacon sont chères, mais on estime qu'avec la baisse des coûts, leur véritable essor surviendra en 2015.

© André Boily

A . PSV DIFFUSION **ar**
Racking

SOLUTIONS GLOBALES POUR ENTREPÔTS INDUSTRIELS

+212 522 981 922

www.apsv.ma www.ar-storage.com

LE WYNDHAM GRAND RESORT BONNET CREEK

Ses 5 tendances meetings & événements



L'hôtel, situé à Orlando et adjacent au Walt Disney World Resort, compte 400 chambres et suites, 5 points de restauration, une piscine, un parcours de golf 18 trous et un spa Blue Harmony.

Par Dominique Pereda



Le Wyndham Grand Resort Bonnet Creek se trouve à proximité de : Parc aquatique Disney's Typhoon Lagoon (1,6km), DisneyQuest® (1,9km), Dîner-spectacle Arabian Nights (2km), Disney's Hollywood Studios® (2,3km), Epcot® (2,5km), Lake Buena Vista (3km), Shingle Creek (8,8km). Les parcours de golf de l'Orange Lake Resort sont facilement accessibles.

Wyndham Grand Resort Bonnet Creek propose 5 restaurants et une piscine extérieure. L'établissement compte aussi un centre de bien-être et un bar en bord de piscine. Les 400 chambres sont soigneusement aménagées et dotées de la climatisation/chauffage, d'un réfrigérateur, d'une TV câblée, d'une station iPod, d'une cafetière, de l'accès Internet et d'une salle de bains avec douche et sèche-cheveux. Vous pouvez demander une suite avec un balcon.

MAIS POURQUOI S'ÊTRE INTÉRESSÉ

À CET HÔTEL PLUTÔT QU'UN AUTRE DANS CE NUMÉRO DE RESAGRO ?

Organiser le parfait événement ou meeting n'est pas chose facile. Pour vous y aider, l'hôtel Wyndham Grand Orlando Resort a annoncé son Top 5 des tendances à adopter cette année afin de rendre vos événements inoubliables et réussis.

Les experts de l'hôtel, habitués de l'organisation d'événements, qu'ils soient du département des ventes, du département Events ou du département de la restauration, ont contribué à trouver les 5 éléments « tendances » que voici :

1. Pour une cuisine « verte » :

Les aliments organiques et durables seront de plus en plus utilisés en 2014. Les produits frais tels que les jus de fruits, les fruits de mer locaux et légumes frais d'un jardin sur place prendront le dessus. Les clients seront





non seulement intéressés de savoir d'où vient la nourriture, mais ils voudront aussi savoir où partent les restes du buffet.

2. Tout est dans la présentation :

Finis les présentations traditionnelles et les design standard. Place aux décors colorés, aux tissus texturés, aux mobiliers modulaires et à la présentation originale de la nourriture comme les marinades, la décoration avec de l'azote liquide ou encore la présence de petits food trucks pour les événements en extérieur.

De plus, avec la présence très forte des réseaux sociaux dans la vie quotidienne,

les clients aiment prendre des photos des plats, des décors, des boissons... et les publier. Prenez avantage de cette force et publiez des recettes sur Pinterest, elles seront partagées, utilisez les hashtags et ajoutez des photos de plats sur Instagram.

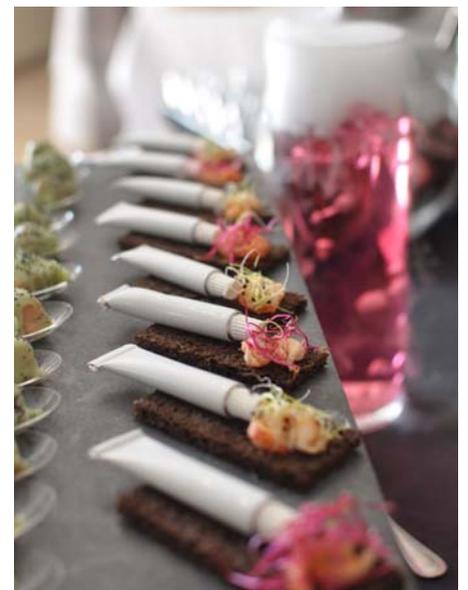
3. Un cran au-dessus :

Fini les découpes traditionnelles, en 2014, les nouvelles tendances de découpes laissent l'opportunité aux

chefs cuisiniers de faire preuve de créativité.

4. Des petites bouchées :

des petites portions pleine de saveur seront également tendance en 2014. Des points de restauration offrant une multitude d'options différentes et de petites portions connaîtront le



succès pendant que les traditionnels banquets assis évolueront vers un service permettant de se rencontrer et échanger tout en dégustant de petites bouchées.

5. La barrière est haut placée :

Des bars non traditionnels comme les bars spécialisés en vin, les bars à bières produites localement et des points cocktails (mimosa station) - où vous pouvez préparer vos propres cocktails - joueront des rôles clés lors des évènements de 2014. L'époque du bar très simple est révolue et d'autres activités telles que la préparation de son propre Mojito ou l'assemblage de vin sont de plus en plus populaires pour les évènements de team-building.



« Les organisateurs sont d'avis que ces tendances seront les éléments clés du succès des différents évènements et meetings en 2014 » selon Miguelina Urena, directeur de la restauration et des conférences pour l'hôtel. Le but étant d'offrir une excellente expérience aux organisateurs comme aux visiteurs. Avec 25 000 m2 d'espaces de réunion, en intérieur et extérieur, dont deux salles de réception et des services audio-visuel de haute technologie, l'hôtel Wyndham Grand Orlando Resort

Bonnet Creek accueille beaucoup d'évènements chaque année tels que les mariages, meetings, réceptions et autres évènements privés. L'hôtel met également à disposition des organisateurs un logiciel dénommé ePlanner Toolkit sur le site : www.wyndhamgrandorlando.com pour en savoir plus sur l'hôtel et les offres proposées, afin de mieux les guider dans leur préparation.

www.wyndhamgrandorlando.com

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

<p>1 abonnement d'un an : 11 numéros RESAGRO Magazine + 11 Newsletters RESAGRO e-Magazine + Code accès abonné www.resagro.com</p>	<p>USA & Canada : 120 \$ Europe : 90 € Maroc : 250 DH</p>
---	---

<p>2 abonnements d'un an : 11 numéros RESAGRO Magazine + 11 Newsletters RESAGRO e-Magazine + Code accès abonné www.resagro.com</p>	<p>USA & Canada : 180 \$ Europe : 135 € Maroc : 375 DH</p>
--	--

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

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.

La COMPOSITION du

RICARD®

* EST UN *
Secret

BIEN GARDÉ

MAIS ON PEUT

REVÉLER

celle de

L'EAU:

c'est H₂O

JAUNE AVEC UN GRAND R

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

القرض الفلاحي، لنا كاملين.



Quelle que soit votre situation ou votre activité, vous pourrez toujours compter sur le Crédit Agricole du Maroc pour vous accompagner durant toutes les étapes de votre vie personnelle et professionnelle.

Crédit au logement, crédit à la consommation, épargne, assurance, monétique, et bien d'autres services, nous serons toujours là pour vous offrir le meilleur de la banque.



CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE