

# BILAN : FORUM AFRIQUE DÉVELOPPEMENT

Mars 2015

25MAD / 5€ / 6\$

N° 57

# RESAGRO

Le mensuel des décideurs

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

## LE CREMAI UN SALON TRÈS ATTENDU

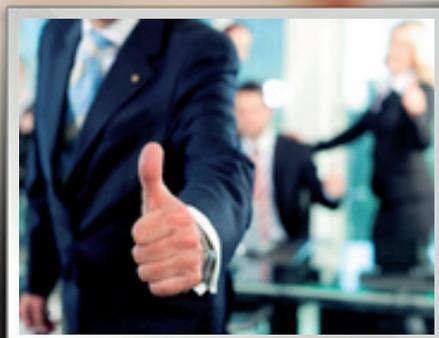


CAHIER HORECA

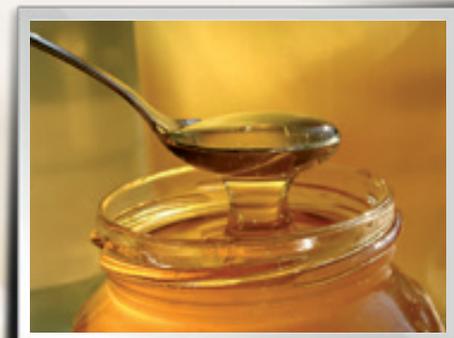
## BOULANGERIE ARTISANALE VS BOULANGERIE INDUSTRIELLE



HALIEUTIS  
LA MER, L'AVENIR DE L'HOMME



PME  
ETUDE EXCLUSIVE



PRODUITS DU TERROIR  
QUID DE LA COMMERCIALISATION?

# CMA CGM

## Votre expert mondial du transport réfrigéré



**CMA CGM, 3<sup>ème</sup> groupe mondial de transport maritime en conteneurs, est un expert incontournable de la logistique sous température dirigée.**

Avec 170 lignes maritimes parcourant le monde entier, CMA CGM offre une large gamme de services grâce à un réseau international d'experts dans 85 pays, une flotte moderne de 185 000 EVP (20', 40' high cube, 45' pallet wide) et 181 000 prises reefer disponibles sur les 428 navires CMA CGM.

CMA CGM utilise des technologies de pointe afin d'assurer **un contrôle optimal de l'humidité, de l'atmosphère et de la température**. Ainsi, vos marchandises sont traitées avec le plus grand soin tout au long de leur transport.

Stay Cool with CMA CGM !

**CMA CGM MAROC**

1 avenue Pasteur – Tour CMA CGM Comanav, 20 300 Casablanca. Tel : 05 22 45 86 00



[www.cma-cgm.com](http://www.cma-cgm.com)

**Alexandre Delalonde**  
Directeur de publication

**Claude Vieillard**  
Responsable de rédaction

**Service commercial**  
contact@resagro.com  
Tél. : (+212) 522 24 95 97  
(+212) 672 22 76 58

**Yves Hazette**  
Directeur commercial  
yves.resagro@gmail.com

**Meryem Tabahmate**  
Consultante publicitaire  
meryem@resagro.com

**Jean Dufлот**  
Consultant publicitaire  
jean@resagro.com

**Safia Ouakil**  
Directrice administrative et financière

**Mohamed El Allali**  
Directeur artistique / Chef de projets web

**Dominique Pereda**  
Correspondante francophone  
dpereda@resagro.com  
pereda.resagro@gmail.com

**Fanny Poun**  
Correspondante anglophone  
fanny@resagro.com

**Laetitia Saint-Maur**  
Correspondante hispanophone  
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 22 00  
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 (hors tirage spécial)

# Edito



**A** la télévision, les programmes culinaires ou les téléréalités autour de la cuisine font d'excellents taux d'audience. Les livres gastronomiques quant à eux battent des records de ventes. Bien sûr, il y a toujours eu des livres de recettes et les émissions culinaires ne datent pas d'aujourd'hui. Mais depuis quelques années, on assiste à un véritable phénomène de culture. Et ce n'est pas le seul terrain où l'on découvre et apprécie l'univers des chefs cuisiniers. Les salons également s'intéressent à cet art. Sirha, Marocotel, Cremai, ... chaque événement présente ses chefs étoilés et surtout beaucoup proposent des concours de cuisine. Bourse d'or, Coupe du Monde de la Pâtisserie, Meilleur Traiteur de réception pour le Sirha à Lyon et Tournoi officiel des chefs et première Coupe d'Afrique de la Boulangerie, au Cremai de Casablanca. Quant à Marocotel, un restaurant éphémère propose des menus inédits et revisités en live par des chefs étoilés. Et parler autant de cuisine à la télévision, voir autant de show sur les salons suscitent des vocations. Ainsi, chaque année, de jeunes passionnés investissent les écoles et autres centres de formation... pour valoriser les arts culinaires de leurs pays. Au Maroc, des personnes s'investissent, dans d'autres domaines, pour proposer, par exemple, des produits du terroir, que l'on pourra découvrir notamment au SIAM où un riche programme d'animations, notamment culinaires, offrira au public un aperçu sur la gastronomie et le patrimoine culturel du Royaume. Côté hôtels et restaurant, chacun organise sa semaine du goût ou des show culinaires d'exception. Bref, vous l'aurez compris, le marché de la gastronomie n'est pas prêt de disparaître. Et votre magazine Resagro, pour cette 57<sup>ème</sup> édition, surfe sur cet engouement....

Bonne lecture!

Alexandre DELALONDE

# Sommaire

**P**ériscopes 06

**S**alons 26



**RESAGRO** 57  
Le magazine des distributeurs

**A**groalimentaire

Nouveaux produits	14
Halieutis : le bilan	16
Stratégie de dév. des produits du terroir	18
Forum Afrique Développement	22



**S**olutions

ONSSA : l'agrément sanitaire	30
Bonjour Cremai 2015	32
Boulangerie artisanale vs industrielle	34
Nouveaux matériels	40



*Le cahier*  
**HORECA**  
LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Recettes selon Lustucru	44
Les News	48
Les produits d'accueil	54
Dégustation à l'aveugle	56
Sirha 2015	58
enquête jevoyage.ma	60
Palmeraie Resort	62
L.A. Fuel Energy	66



# SALON DE L'ÉQUIPEMENT, DE LA DÉCORATION, DU DESIGN ET DE L'ART DE VIVRE



**DU 08 AU 11 AVRIL 2015**  
À L'ESPLANADE BAB JDID - MARRAKECH

Organisateur :

 Reed Exhibitions Morocco

Sous l'égide  
du Ministère  
du Tourisme



Avec le soutien de :



Retirez votre badge sur [www.hospitalitystyle.org](http://www.hospitalitystyle.org)

Code : PRM

Avec le soutien  
de REED HOSPITALITY GROUP



Partenaires Officiels



Partenaire Senior



Partenaires Institutionnels



Partenaires Média



TROPHEES  
GIAC AGRO



Le GIAC AGRO organise le jeudi 16 avril, à l'hôtel Golden Tulip Farah de Casablanca, la première édition des trophées de la formation en cours d'emploi du secteur agroalimentaire qui récompensent les entreprises qui portent un

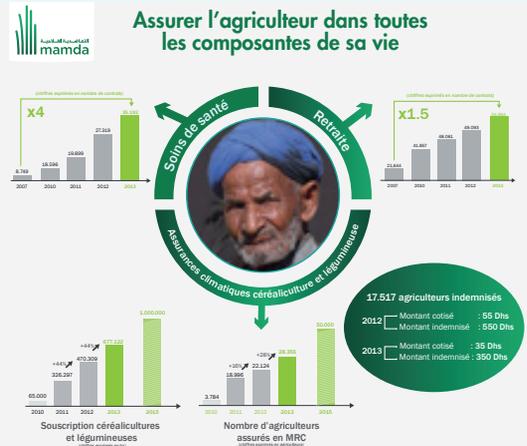
intérêt à la valorisation de leur capital humain à travers une politique de formation efficiente, basée sur l'analyse scientifique des besoins en compétences. 63 entreprises sur 330 membres du GIAC ont été retenues. Pour sélectionner les entreprises éligibles aux trophées certains paramètres ont été retenus et calculés :

- au moins 4 dépôts de formation entre 2007 et 2013
- le pourcentage de personnel formé
- le taux de réalisation des plans de formation
- le taux de formation évalué à chaud et/ou à froid

Parallèlement à la cérémonie une conférence sur «L'apport de la formation dans l'amélioration des performances des entreprises agroalimentaires» aura lieu en présence du Professeur Jean-Marie Peretti et du Professeur Frank Brillet, spécialement invités pour l'occasion.

[www.giac-agro.ma](http://www.giac-agro.ma)

ASSURANCES  
MAMDA RE OBTIENT LE STATUT  
CASABLANCA FINANCE CITY



MAMDA, premier assureur agricole du Maroc associé à Partner Re, leader mondial sur les activités agricoles et à MCR, Mutuelle Centrale de Réassurance française, annonce l'obtention pour MAMDA RE du Statut Casablanca Finance City (CFC).

MAMDA RE, qui est une joint-venture des trois opérateurs leaders en assurance, projette depuis CFC, de développer des activités d'assurance et de réassurance agricoles dans les pays africains, favoriser la croissance des capacités de souscription continentale et ainsi soutenir le développement économique du continent africain.

BANQUE  
RESULTATS 2014 d'AWB



Quelques chiffres:

- produit net bancaire de 19,4 milliards de dirhams, en progression de 8,8%,
- résultat net part du groupe à 4,4 milliards de dirhams, en amélioration de 5,2%.
- résultat brut d'exploitation en progression de 10,2% à 10,9 milliards de dirhams,
- coefficient d'exploitation amélioré de 43,7%.

- RoE de 14,6% et RoA de 1,3%.

- à fin 2014, les fonds propres consolidés de la banque s'élèvent à 40,4 milliards de dirhams, enregistrant ainsi une hausse de 6,5%

Attijariwafa bank affiche donc de bonnes performances en 2014 confortant la solidité financière du groupe. AWB aborde l'exercice 2015 avec optimisme d'autant plus que le

groupe s'attend à une amélioration des indicateurs économiques au Maroc et dans le reste des pays où il est présent.

تحت الرعاية السامية لصاحب الجلالة الملك محمد السادس  
Sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI



# الملتقى الدولي لمهنيي المطاعم الحلويات و المواد الغذائية

Le Carrefour International  
des Professionnels de la Restauration,  
des Métiers de Bouche et de l'Alimentaire

24 إلى 27 مارس 2015 - مكتب معارض الدار البيضاء - المغرب

## 24 AU 27 MARS 2015

O.F.E.C - CASABLANCA - MAROC

*Savourez  
l'inédit!*



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

RÉSERVÉ AUX PROFESSIONNELS

#### Partenaires Institutionnels



#### Sponsors Officiels



#### Sponsors Séniors



#### Sponsors Junior



#### Partenaires Média



#### Transporteur Officiel



#### Partenaires Salon



#### Organisateur



IG  
**ACCORD MAROC-UE**



Le Maroc et l'Union européenne ont conclu les négociations relatives à un accord sur la protection mutuelle de leurs «indications géographiques» (IG). Grâce à cet accord, le Maroc et l'UE pourront assurer un niveau élevé de protection de leurs indications géographiques respectives de produits alimentaires. Cet accord vise également à favoriser et à stimuler les échanges commerciaux de produits agricoles et de denrées alimentaires produits tant au Maroc que dans l'Union européenne. Le texte de l'accord a été paraphé en janvier au niveau des négociateurs en chef.

L'accord sera à présent soumis à l'approbation du Conseil et du Parlement européen – et des autorités législatives marocaines – avant son entrée en vigueur définitive.

ONSSA  
**LE E250 EN QUESTION**

L'additif alimentaire E250, utilisé dans l'industrie agroalimentaire comme agent de conservation, ne représente aucun danger pour la santé du consommateur, indique l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA), qui avertit que l'incorporation de cet additif dans la viande fraîche reste toutefois interdite. Dans le secteur des viandes, cet additif est autorisé dans certains produits transformés à base de viandes (tels que les saucisses, la mortadelle, ...) et ne pose aucun problème sanitaire pour le consommateur, précise l'ONSSA. A noter que cet additif alimentaire est autorisé par la réglementation internationale notamment le Codex Alimentarius et est utilisé dans tous les pays du monde.



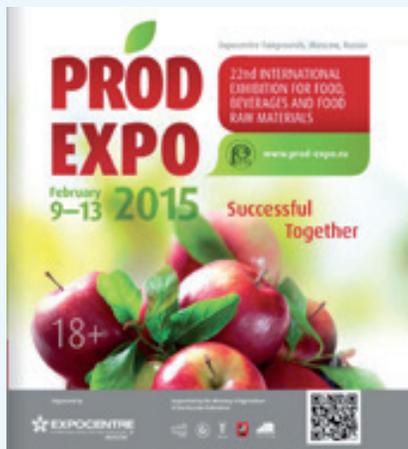
[www.onssa.gov.ma](http://www.onssa.gov.ma)

AGROALIMENTAIRE  
**LE CONTRAT PROGRAMME**



Le secteur de l'agroalimentaire attend son contrat programme depuis longtemps. Il devrait être prêt dans trois mois. Les ministres de l'Agriculture, de l'Industrie, des PME et le président de la Fédération nationale de l'agroalimentaire (Fenagri) se sont réunis pour lancer l'élaboration du contrat programme de l'agroalimentaire, tant attendu par la filière qui compte plus de 2.000 entreprises, rassemble 27 % du nombre d'unités industrielles totales du Maroc, 12% des exportations et 183 000 employés. Le contrat-programme permettra peut être de régler les problèmes de l'informel, de la recherche et développement et de la fiscalité.

SALON  
**PRODEXPO**



Le Salon international de l'industrie alimentaire et des boissons «Prodexpo 2015» a été marquée par la participation de 2.300 exposants provenant de 64 pays dont le Maroc. Cette présence de produits agricoles marocains a été l'occasion de mieux cibler le marché russe, ce dernier étant

actuellement un partenaire stratégique du Royaume. Au cours des dernières années, les exportations du Maroc vers la Russie ont enregistré un accroissement de 40 %.



# 6<sup>ème</sup> Édition des Journées Techniques de l'Institut de Formation de l'Industrie Meunière

**27-28**  
Mai 2015  
**IFIM**  
Casablanca

**Quelles perspectives de développement de l'industrie des céréales au Maghreb et en Afrique Subsaharienne ?**



Des tables rondes et des conférences sur les opportunités de développement de l'industrie meunière et céréalière au Maghreb et en Afrique Subsaharienne.

Présentation des dernières innovations technologiques dans le domaine de la meunerie et du contrôle de la qualité des céréales.

Partenaires Institutionnels



Sponsor Gold



Sponsors Seniors



Sponsors Juniors



Partenaires Médias



Pour plus d'informations, contactez nous à l'adresse et aux numéros suivants:

IFIM, ancienne route principale de Rabat, Km 11,5 Sidi Bernoussi, Casablanca; Maroc  
Tél. : 212 5 22 73 98 46 / 212 5 22 76 81 96  
Fax : 212 5 22 74 07 38  
ifim@menara.ma - fnm@fnm.org.ma  
www.fnm.org.ma

**ÉNERGIE**  
**DE L'ÉNERGIE SOLAIRE POUR L'AFRIQUE DU NORD**



Dans le cadre du programme RES coordonné par la dena, SOLAR23, la société basée à Ulm et spécialisée dans les systèmes solaires, commence un projet de phare photovoltaïque pour

le développement durable du marché du secteur solaire au Maroc.

En présence de l'Agence allemande de l'énergie (dena) et dans le cadre de son programme RES soutenu par le Ministère Fédéral de l'Économie et de l'Énergie (BMWi) en application de l'Initiative d'exportation des énergies renouvelables, l'intégrateur de systèmes et spécialiste des systèmes photovoltaïques et solaires thermiques indépendants SOLAR23 basé à Ulm a signé un contrat de coopération avec la coopérative agricole marocaine COPAG. Avec l'introduction de systèmes photovoltaïques de moyenne puissance connectés au réseau et autonomes, SOLAR23 veut promouvoir de nouvelles perspectives de production de courant plus efficaces et respectueuses des ressources auprès de ce pays dépendant des importations d'énergie.

[www.solar23.com](http://www.solar23.com)

**COMMUNICATION**  
**UN SITE D'INFORMATION DÉDIÉ AU SAUMON**



Le Centre des produits de la mer de Norvège vient d'ouvrir un site d'information baptisé «Tout sur le saumon». Objectif : contrer les idées reçues sur l'aquaculture et redorer le blason du saumon norvégien.

[www.toutsurlesaumon.fr](http://www.toutsurlesaumon.fr)

**OUVERTURE**  
**CHRONOPOST AU MAARIF CASABLANCA**



Une nouvelle agence Chronopost International vient d'ouvrir en plein centre du Maarif à Casablanca. Filiale de Barid Al Maghrib (BAM) et de Geopost Intercontinental, EMS Chronopost International Maroc a su, depuis sa création, joindre les bases du métier postal à la dynamique d'un acteur privé et s'est lancé sur le marché marocain avec une offre complète et compétitive s'adressant à la fois aux entreprises et au grand public.

EMS CIMA dispose d'un réseau national de proximité fortement implanté à travers le pays constitué de plus de 400 points de vente du réseau Poste Maroc et de 5 agences en propres. Elle bénéficie de l'avantage d'un réseau international et surtout européen composé de plus de 32 filiales à travers le monde (Plus de 220 pays) et notamment une nette compétitivité en terme de livraison du colis express depuis et à destination de la France. 9-10, Rue Abou Abbas Al Azfi,

Quartier Maarif Extension Casablanca  
Tél. : 0522 98 22 68

**ÉNERGIE SOLAIRE**  
**PRIX D'EXCELLENCE**



Abengoa, entreprise qui applique des solutions technologiques innovantes pour le développement durable dans les secteurs de l'énergie et de l'environnement, a reçu le troisième prix d'excellence décerné par

la Banque africaine de développement pour la centrale à cycle combiné d'Ain Beni Mathar. L'objectif de ce prix est de reconnaître l'excellence dans des projets qui contribuent au développement durable en Afrique.

Avec un total de 160 hectares de surface et située 81 km au sud d'Oujda et à environ 30 km de la frontière algérienne, Ain Beni Mathar a été inaugurée le 12 mai 2010 comme la première centrale thermosolaire en Afrique, et la première avec de la technologie Cycle Solaire Combiné Intégré (ISCC) qui a commencé l'exploitation commerciale dans le monde. La centrale, qui combine l'énergie solaire, le gaz naturel et vapeur et est à la pointe de cette technologie, a une capacité de 472 MW fournis grâce à un pipeline de 12,6 km relié au gazoduc Maghreb-Europe.

INGÉNIERIE  
IPSB S'INSTALLE AU MAROC



La PME française IPSB (Ingénierie de procédés pour la sucrerie et les biotechnologies), spécialisée dans la conception et la réalisation de lignes de production et d'usines clés en main, vient de s'installer sous nos cieux en y créant une filiale dénommée IPSB Maroc. Cette dernière compte se positionner sur l'agro-industrie, mais également sur les niches des bio-industries (biomédicaments, biocarburant...). Pour cela, elle peut déjà capitaliser sur une première référence nationale et non des moindres, en l'occurrence la Cosumar.

[ipsb.fr](http://ipsb.fr)

SPIRITUEUX  
GRAND MARNIER CHERCHE ACTIONNAIRE



Le groupe français de spiritueux Marnier-Lapostolle, propriétaire de la liqueur Grand Marnier, cherche un nouvel actionnaire qui pourrait distribuer ses marques dans le monde entier, selon une information du Figaro. Ce groupe a mandaté le cabinet Transaction R, filiale de la banque Rothschild & Cie, pour y parvenir.

# ABDL INDUSTRIE



**GEMU®**

**LESER**



**KROHNE**



Tél. : 05 22 35 92 91 / 35 88 06 - Fax : 0522 35 94 18 - E-mail : [info@abdlindustrie.com](mailto:info@abdlindustrie.com) - [www.abdlindustrie.com](http://www.abdlindustrie.com)

EXPORT

**MAROC EXPORT À FRUIT LOGISTICA**

Dans le cadre de la consolidation des actions promotionnelles entreprises depuis plusieurs années sur le marché Européen et notamment allemand, dans l'objectif de développer les exportations marocaines en fruits & légumes frais, le Centre Marocain de Promotion des Exportations (Maroc Export) a organisé en collaboration avec les Associations Professionnelles de ce secteur, la 14ème participation marocaine au Salon International FRUIT LOGISTICA à Berlin en Allemagne en Février dernier. Menée par Maroc Export, une délégation marocaine composée de trente-sept entreprises représentatives du secteur des fruits et légumes frais dont 6 associations professionnelles, s'y est déplacé pour représenter et promouvoir l'offre Maroc en fruits et légumes frais.



TRACTEUR

**ENJAMBEUR PELLENC**



Présent sur l'ensemble des marchés, de la pré-taille à la vinification, Pellenc a décidé de compléter sa gamme pour répondre aux besoins spécifiques des vignes étroites.

« Arriver sur ce marché répond à une double exigence : satisfaire nos clients en vigne étroite, qui manifestaient une attente forte pour une solution adaptée à leurs besoins, et adresser des viticulteurs qui souhaitent pouvoir bénéficier du service après-vente reconnu et de la qualité Pellenc », justifie Roger Pellenc, président du groupe. Les vignes étroites, ou à haute-densité, sont essentiellement présentes dans les régions du bordelais, du mâconnais, de bourgogne, et de champagne.

PRODUIT LAITIER

**UNE ÉTUDE DE TETRA PAK**



Tetra Pak®, chef de file mondial des solutions de traitement et de conditionnement de produits alimentaires, a publié la 7ème édition de l'Indice en matière de produits laitiers, un rapport annuel destiné à aider les producteurs de lait à identifier de nouvelles opportunités de croissance tout en offrant aux observateurs du secteur des informations sur les faits, chiffres et tendances les plus récentes concernant l'industrie laitière régionale et mondiale. Axé sur l'offre et la demande de lait dans

le monde, l'Indice de Tetra Pak propose des informations nouvelles sur les habitudes de consommation à travers la planète. L'étude indique notamment que la consommation mondiale de produits laitiers, principalement du lait, du fromage et du beurre, devrait augmenter de 36 % au cours des dix prochaines années et atteindre plus de 710 millions de tonnes d'équivalent lait liquide d'ici 2024. Cette augmentation de la demande est attribuable en grande partie à la croissance démographique, la prospérité accrue et l'urbanisation grandissante en Afrique, Asie et Amérique latine.

[www.tetrapak.com/fr](http://www.tetrapak.com/fr)

GESTION

**MINDTREE POUR KELLOGG**



Mindtree, un prestataire de services technologiques opérant dans le monde entier, a annoncé sa collaboration avec Kellogg Company, le premier fabricant de céréales et le deuxième fabricant de biscuits, crackers et collations savoureuses au monde. Mindtree accompagnera ce dernier dans la gestion de sa plateforme commerciale numérique à l'échelle mondiale. Mindtree gèrera et soutiendra les infrastructures informatiques utilisées pour la commercialisation afin de mettre



en oeuvre les actions des marques et les innovations commerciales numériques de Kellogg's dans plus de 400 biens numériques.

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



# LA CONFÉRENCE INTERNATIONALE DE L'EXPORT ET DE L'INVESTISSEMENT AUX ÉMIRATS ARABES UNIS

**EXPORTER ET INVESTIR SANS FRONTIÈRES**

**LE 02 ET 03 AVRIL 2015**

HÔTEL KENZI CLUB AGDAL MEDINA  
MARRAKECH - MAROC



[www.exporter-investir-emirats.com](http://www.exporter-investir-emirats.com)

#### Partenaires Médias Marocains

LA VIE **ÉCO** | LES **ÉCO**

InfoMédiaire | Kerix-export

**INDUSTRIE DU MAROC**  
1<sup>er</sup> MAGAZINE DE L'INDUSTRIE, DE LA R&D ET DES TECHNOLOGIES

#### Partenaires Médias E.A.U

mbc | الإقتصاد والاعمال  
Al-Iktissad Wal-Aamal

دبي | دبي  
Dubai Television | Forbes

business.com | الاتحاد

#### Partenaires Institutionnels

FEDERATION MAROCAINE DE PLASTURGIE | ESITH

ASSOCIATION MAROCAINE DES INDUSTRIES DU TEXTILE ET DE L'habillement | CONFÉDÉRATION MAROCAINE DE TPE-PME

#### Partenaire Stratégique

مغرب تسويق | Maroc Taswiq

Conférence organisée par:



Invest Trade House  
Business Simplified

**EXPORTER ET INVESTIR SANS FRONTIÈRES**

**CONTACTEZ NOUS:**

+212 661 468 045 / +212 621 700 000 / +212 660 920 955 / +212 621 787 878

contact@exporter-investir-emirats.com

# Nouveaux produits

## CALIFORNIA BLISS LE GOBELET COMESTIBLE

Si California Bliss est surtout connue pour ses Frozen Yogurts, la marque n'a pas fini de faire parler d'elle ! Pour le plus grand bonheur des amateurs de café, elle joint l'utile à l'agréable avec ce tout premier gobelet comestible !

Généralement dégusté dans une tasse, le café se retrouve ici paré d'un cornet croustillant ! Sa particularité ? Un cône nappé de chocolat pour encore plus de gourmandise ! Grâce à cette exclusivité, les codes sont cassés. Le café prend une toute autre dimension et n'aura jamais été si savoureux !



[WWW.CALIFORNIA-BLISS.COM](http://WWW.CALIFORNIA-BLISS.COM)

## DANONE TWIX ET MARS MIX



Sortis en 2013 en grande Bretagne, les sachets Mars et Twix Mix viennent de faire leur apparition en France. Ils s'inscrivent dans la lignée des nouvelles mini bouchées en papillote, puisque les deux fameuses recettes se présentent sous la forme de billes, façon Malteser's, et permettent donc d'être plus facilement partagées qu'une barre.

Twix et Mars mix sont aussi les noms des desserts frais fabriqués par Danone lancés au printemps dernier. Les produits sont bi-compartmentés, avec une crème dessert sur coulis de caramel d'un côté et les fameuses billes de l'autre.

[WWW.DANONE.COM](http://WWW.DANONE.COM)

## SAUPIQUET THON A LA LIGNE



Numéro deux du thon derrière Petit Navire, Saupiquet signe une offre respectueuse de l'environnement, puisque le poisson proposé est pêché à la ligne et non pas en filets. Avantage principal, seule l'espèce recherchée est pêchée, en

l'occurrence le thon Listao.

La gamme compte deux références, thon entier au naturel et à l'huile d'olive.

[WWW.SAUPIQUET.COM](http://WWW.SAUPIQUET.COM)

## ANDROS RESTAURATION ANDROS CHEF



Andros Chef lance 3 grandes familles de produits à destination des professionnels de la restauration commerciale et collective. Les nouvelles garnitures pâtisseries « Fruits entiers ». Disponibles en trois parfums (Cerise griotte, Fraise et Myrtille) et sous conditionnement de 2,3kg. Les garnitures pâtisseries « Fruits morceaux », disponibles en 5 parfums dont la nouveauté « Dés de pommes », sont conditionnées dans des sceaux de 2kg. Enfin, les garnitures pâtisseries « Sans morceaux » (Caramel, Citron et la nouvelle Amandine) sont conditionnées en sceaux de 2,2kg.

[WWW.ANDROSRESTAURATION.FR](http://WWW.ANDROSRESTAURATION.FR)

## JUS DE TOMATE.



Tomate, jus et concentré de pulpe, sel, correcteur d'acidité et antioxydant

Format: 1 litre

Durée de conservation : 18 mois

Nutrition pour 100 ml

ENERGY: 99 kJ 24 kcal

FAT 0,2 g

OF WHICH SATURATES:

0 g

CARBOHYDRATES: 3,2 g

OF WHICH SUGARS: 2,1 g

FIBRE: 1,3 g

PROTEINS: 0,9 g

SALT: 0,53 g

## JUS DE BETTERAVE ET POMME



Jus de betterave concentré (50%), jus de betterave (10%), jus de pomme (39%), citron.

Format : 1 litre

Durée de conservation : 18 mois

Nutrition pour 100 ml

ENERGIA / ENERGY: 153 kJ 36 kcal

LÍPIDOS / FAT : 0 g

DOS QUAIS SATURADOS/ OF WHICH SATURATES: 0 g

HIDRATOS DE CARBONO / CARBOHYDRATES: 7,9 g

DOS QUAIS AÇÚCARES/ OF WHICH SUGARS: 7,8 g

FIBRA/FIBRE : 1 g

PROTEÍNAS / PROTEINS: 0,7 g

SAL / SALT: 0,08 g

## Cultiver - Récolter - Transformer - Servir

### Depuis 1981

Ravifruit a construit sa renommée sur un parti pris d'excellence, en respectant des valeurs essentielles pour offrir les meilleurs fruits de la nature.

 Purées naturelles de fruits et légumes surgelées (Bloc, Grains de fruit)

 Purées naturelles de fruits pasteurisées

 Fruits surgelés IQF

 Préparations de fruits

 Coulis de fruits



Distribué par Grouplex Sarl- 14, Rue Ain Sidi Ali Bourgogne Casablanca Tel: 0522 48 66 83

# HALIEUTIS

## La mer, l'avenir de l'homme

Par Fanny Poun

**L**e thème de cette édition, « la mer est l'avenir de l'Homme », illustre parfaitement la vision de la stratégie Halieutis qui vise à faire de la pêche maritime un moteur de croissance de l'économie marocaine et, ce faisant, offrir des perspectives d'avenir aux marocains tant en termes d'emplois que d'opportunités d'investissement.

Le salon vise à promouvoir les métiers de la pêche maritime, de l'aquaculture et de la valorisation des produits halieutiques. C'est un espace privilégié pour opérer des échanges et des relations d'affaires (nord-sud et sud-sud) dans la filière pêche, organiser des rencontres B2B entre professionnels sans oublier l'organisation d'un cycle de conférences sur des thèmes d'actualité animés par des personnalités de premier plan.

Cette année, le salon était organisé sur un espace de 16.000 m<sup>2</sup>, comprenant 5 pôles et a vu la participation de 38 pays. La Côte d'Ivoire était le pays à l'honneur. Cela reflète l'excellente qualité des relations bilatérales avec ce pays frère et l'attachement à l'accompagner dans le développement de son secteur halieutique, notamment par la construction d'un point de débarquement aménagé dans les environs d'Abidjan mais aussi en matière de formation des pêcheurs artisans.

A noter également que 25 des 36 pays représentés étaient issus de la COMHAFAT, renforçant le rôle de plus en plus prépondérant du Maroc en tant que « porte de l'Afrique ».

Halieutis est une approche intégrée, qui prend en compte les enjeux mondiaux du secteur de la pêche et qui est focalisée à la fois sur la ressource, l'élément humain, les infrastructures et le produit.

Le triptyque « durabilité, performance et compétitivité » désigne à la fois des axes indépendants en termes de stratégie de développement mais complémentaires pour ce qui est de leur finalité.

Le point de départ de la réflexion autour d'Halieutis fût la ressource halieutique. Aucune politique de pêche ne peut être viable sans une parfaite connaissance de la ressource et une gestion durable de celle-ci. Cet impératif nécessitait une double action du Département de la Pêche Maritime : renforcer la connaissance scientifique d'une part et gérer la ressource sur la base de plans d'aménagement d'autre part.

### LA RECHERCHE

Notons entre autre une nouvelle politique au niveau de la recherche halieutique.

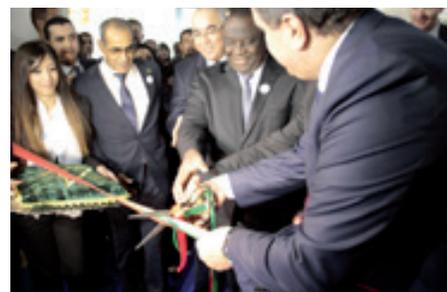
L'existence de la recherche halieutique est insuffisante dans la gouvernance du secteur et en particulier une faiblesse dans le dispositif de suivi et d'aménagement de certains stocks. Pour cela, la mobilisation d'une recherche halieutique de pointe devient un impératif. Deux objectifs principaux ont été fixés à la recherche :

- Comprendre l'évolution des stocks en combinant pour cela recherche fondamentale et appliquée ;

- Suivre régulièrement l'état des stocks, notamment pour la mise en place des plans d'aménagement.

Pour y répondre, l'INRH a procédé à la mise en œuvre d'une sorte de « contrat-programme » avec le département et les autres acteurs du secteur pour la réalisation de ses missions. Il vise :

- Au renforcement des moyens logistiques d'intervention. Le nombre de jours de mer est passé de 220 jours en 2009 à 421 jours en 2014. La flotte d'intervention dans la zone littorale est quant elle passée de 9 unités en 2009 à 16 en 2014. De plus, l'INRH est



en-cours de finalisation de son projet d'acquisition d'un nouveau navire de recherche davantage adapté pour un suivi exhaustif des ressources et de leurs écosystèmes.

- Au renforcement de ses programmes de prospection des ressources littorales et d'échantillonnage biologique des captures commerciales. Le nombre d'espèces couvertes est passé d'une dizaine en 2009 à plus d'une vingtaine en 2015.

Dans ce contexte, l'INRH a obtenu un accroissement de 60 % de sa subvention étatique (90 millions de dirhams en 2014 contre 56 millions de dirhams en 2009) et son budget a évolué de 26% sur la période pour atteindre 262 millions de dirhams en 2014 avec un support financier du Fonds de Pêche de 143 millions de dirhams, échelonné sur la période 2010 à 2014.

Grâce aux progrès réalisés, l'INRH



a consolidé sa position de bras scientifique du Département et participe activement à l'élaboration des plans d'aménagement de la ressource. Préalablement à l'implémentation d'Halieutis, les pêcheries, hormis celle du poulpe, étaient gérées au moyen d'un système de licences de pêche renouvelables annuellement auxquelles s'ajoutaient quelques mesures techniques transitoires. Sous Halieutis, le Département a élaboré et introduit :

- De nouveaux plans d'aménagement tels celui des petits pélagiques (d'abord dans l'atlantique sud puis sur tout le littoral marocain), de la crevette rose,



des grands crustacés, du merlu, de l'espadon en atlantique, des algues. Le taux de couverture de la ressource par des plans de gestion atteint 85% à fin 2014 contre à peine 5% en 2009.

- Un plan de traçabilité pour permettre le contrôle de la pêche aussi bien en mer qu'à terre et de lutter contre la pêche INN (Illicite, Non déclarée et Non réglementée) avec l'équipement de 2.194 navires de pêche de balises de géo-localisation (VMS) et la modernisation du centre national de surveillance des navires de pêche.

L'investissement total au titre de ces deux mesures s'est élevé à 80 millions de dirhams

Parallèlement, une procédure de certification électronique des captures a été mise en place pour assurer la traçabilité des produits de la pêche le long de la chaîne de valeur à savoir le débarquement, la première vente, la transformation et l'exportation.

En somme, nous avons doté le Département de la Pêche Maritime de dispositifs de contrôle nécessaires



à l'accompagnement des plans d'aménagement et à la réduction de l'informel.

La suite de l'article dans le prochain numéro

# α ALPHA INOX MAROC

LE PARTENAIRE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES, PHARMACEUTIQUES ET COSMETIQUES

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

# STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE TERROIR

Le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime place le développement des produits de terroir parmi les objectifs privilégiés du Plan Maroc Vert, en tant qu'alternative très prometteuse pour la mise en œuvre d'un développement local viable et durable, particulièrement dans les zones marginales et difficiles.

Face à ces perspectives prometteuses de développement, beaucoup de contraintes (faible présence dans les commerces structurés, transformation peu adaptée aux usages, packaging peu attractif, prix éloignés des attentes des consommateurs, absence de courroie de transmission entre l'amont et l'aval, faiblesse des exportations et forte présence des circuits de commercialisation informels) entravent l'épanouissement du secteur. Pour lever ces contraintes, extérioriser

et exploiter les potentialités offertes, le MAPM a lancé, à travers l'Agence pour le Développement agricole, la mise en œuvre d'une Stratégie de Développement de la commercialisation des Produits du Terroir

## DESCRIPTION DU SECTEUR DES PRODUITS DU TERROIR

- Offre des produits du terroir au Maroc  
L'importance accordée au développement des produits de terroir au Maroc émane, d'une part, des

potentialités réelles que recèle le pays en matière d'écosystèmes propices, de biodiversité variée et de savoir-faire dans le domaine.

Une liste de plus de 200 produits de terroirs phares a été identifiée dans le cadre des études régionales d'identification des produits de terroir.

Le tableau, ci après, présente la taille d'une « short list » de ces produits :

### Une estimation de la taille de la filière en 2011

- Marchés d'exportation des produits du terroir

La demande en consommation des produits du terroir est sans cesse croissante sur les marchés

Produits	Taille de la filière (en million de dh)
Clémentine 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
Nèfles	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

### PRODUIT PRIMÉ

Le berkoukech de maïs torréfié à la truffe blanche» de Dima Terroir Maroc a été primé «produit innovant» dans le cadre du Salon international de l'agroalimentaire (SIAL Middle East) 2014 d'Abu Dhabi, portant ainsi les produits du terroir marocain au plus haut niveau de l'innovation agroalimentaire mondiale. Pour rappel, le berkoukech est une variété ancestrale de couscous du type «gros grains», également dénommée «petits plombs», note le communiqué, relevant que le «berkoukech de maïs à la truffe blanche», présenté par la société primée, se travaille à la manière d'un risotto et est garanti sans gluten, car issu d'une farine non panifiable.

## Produits du Terroir du Maroc



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 du terroir en terme de :  
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.

Cet exercice a permis d'identifier, en plus du Maroc, plusieurs marchés présentant un grand potentiel d'export, dont La France est prioritaire.

- Potentiel et Disponibilités des produits sur le marché

La demande en consommation des produits du terroir est sans cesse croissante sur les marchés national et international, ce qui offre d'importantes opportunités pour leur commercialisation.

Face à ce potentiel de marché, l'étude de commercialisation effectuée a permis de faire le constat que les produits du terroir marocain ne présentent pas la maturité nécessaire pour les satisfaire puisque les produits

sont 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, voir informels.

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

L'analyse de la chaîne de valeur des produits du terroir a permis de déceler de nombreux facteurs de blocage qui expliquent pourquoi le niveau de débouchés des produits du terroir demeure faible. Ces facteurs sont particulièrement présents en aval.

### LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS DU TERROIR

Pour lever ces entraves et extérioriser les potentialités offertes par les produits du terroir, le MAPM a élaboré

## 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**

une Stratégie de Développement des Produits du Terroir avec pour objectifs de :

Revisiter le mix marketing des produits en apportant des améliorations aux produits, au packaging, à la tarification, à la promotion et à la mise en valeur de la labellisation

Trouver les voies d'accès aux marchés en créant une courroie de transmission entre producteurs et distributeurs en ciblant le marché domestique et les marchés étrangers

Cette Stratégie a identifié plusieurs axes d'intervention prioritaires à différents

niveaux de la chaîne de valeurs. Elle s'articule autour de cinq leviers d'intervention prioritaires à différents niveaux de la chaîne de valeurs:

\* Développement et mise à niveau des groupements des produits de terroir et développement de partenariats d'agrégation équitables

Ce levier a aussi pour objectif de mettre à niveau des groupements des produits de terroir dans le cadre de programmes élaborés à cet effet. Ces programmes consistent en le diagnostic participatif des groupements identifiés, l'élaboration de plans d'action pour



leurs mise à niveau et l'amélioration de la commercialisation de leurs produits, à l'élaboration des plans marketing et des plans d'affaires ainsi que l'accompagnement pratique pour opérationnaliser les changements ciblés (ex. gouvernance, gestion, qualité, marketing et service à la clientèle).

L'objectif de ce levier est aussi de monter des partenariats d'agrégation et institutionnels pouvant prendre diverses formes, assurant une augmentation de l'offre quantitative et qualitative, une massification des flux, une transformation adéquate des produits et un accès aux marchés national et à l'export.

\* Création de plateformes logistiques régionales à proximité des producteurs. L'objectif est de mettre à la disposition des producteurs et de leurs groupements, des infrastructures de stockage et de conditionnements ainsi que des services techniques et commerciaux de proximité, afin de soutenir leurs initiatives et rendre plus attractifs leurs productions et leur savoir-faire auprès des agrégateurs et des circuits de distribution moderne, dont les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) et réduire les coûts de transports, de packaging.

\* Amélioration de l'accès aux marchés de la distribution moderne au niveau national et à l'international selon le modèle de commerce équitable. L'objectif de ce levier est de promouvoir activement les produits du terroir de manière à faciliter leurs accès aux différents circuits de distribution et de permettre aux producteurs de développer des opportunités de commercialisation de leurs produits, tant au niveau national qu'international. De manière spécifique, ce levier a pour objectif de faciliter l'accès aux réseaux modernes de distribution et notamment l'accès aux marchés de la

## 1er CONCOURS DES PRODUITS DU TERROIR



Lors du concours marocain des Produits du Terroir, qui a eu lieu à l'Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II (IAV) en novembre dernier, plus de 350 produits du terroir provenant de toutes les régions du Maroc ont été mis en compétition et soumis à l'appréciation de jurys composés d'experts, producteurs et consommateurs pour décerner les médailles aux meilleurs produits qui s'élèvent à 109 produits primés dont la répartition est ci-après :

- Catégorie des miels : 24 médailles d'or, 12 médailles d'argent et 12 médailles de bronze;
- Catégorie des huiles alimentaires : 10 médailles d'or, 4 médailles d'argent et 5 médailles de bronze;
- Catégorie des produits d'origine animale : 2 médailles d'or et 2 médailles d'argent;
- Catégorie des produits à base de fruits et légumes : 5 médailles d'or, 2 médailles d'argent et 13 médailles de bronze;
- Catégorie des produits à base de céréales : 7 médailles d'or, 5 médailles d'argent et 6 médailles de bronze.

Sur la base des 48 produits ayant les médailles d'or, 6 prix d'excellence ont été accordés pour les produits suivants : Huile d'argane de la région de Marrakech Tensift Al Haouz, Amlou de Souss Massa Drâa, Keskes Khoumassi de la région de Oued Ed-Dahab Lagouira, Huile d'olive de la région Tadla Azilal, Miel d'agrumes et Fromage de chèvre Gouda de la région Tanger Tétouan.

Quant au classement des régions par rapport au nombre de médailles obtenues, la Région de Souss Massa Drâa arrive en tête de classement avec 32 médailles, suivie de la région de Tanger Tétouan avec 13 médailles et de la région de Meknès Tafilalet avec 10 médailles.



### À LA CONQUÊTE D'ABU DHABI

Le Maroc est parti à la conquête de nouveaux débouchés pour ses produits agroalimentaires au Moyen Orient avec une présence au salon international de l'agroalimentaire, qui a réuni les acteurs du secteur de par le monde à Abu Dhabi en novembre dernier. Cette participation aux côtés de 700 exposants a permis au royaume de faire la promotion de ses produits phares tels que l'huile d'olive, le safran, l'huile d'argan... La délégation marocaine présente à cet évènement comprenait des investisseurs, des associations et des coopératives agricoles. Au programme de la participation marocaine figuraient 240 rencontres B to B avec des clients et partenaires potentiels représentant, notamment, les grands réseaux de distribution et des enseignes commerciales spécialisées dans la vente des produits naturels.

Grande et Moyenne Surface (GMS). Au niveau national, l'objectif étant d'accroître le marché des terroirs à travers une augmentation de l'espace alloué et une meilleure rotation des produits.

Pour les marchés internationaux, la promotion se fait à travers la participation à des foires et salons internationaux en collaboration avec les partenaires institutionnels et l'organisation de rencontres BtoB avec des acheteurs potentiels avec une préparation préalable et un coaching à l'export des groupements. Ces évènements seront aussi l'occasion pour promouvoir les partenariats d'agrégation pour la valorisation et la commercialisation solidaire des produits du terroir.

\* L'Appui aux efforts entrepris de labellisation et de protection des produits du terroir marocain qui se fera par une communication et une sensibilisation auprès des différents publics cibles. Pour cela, un nombre de



prérequis a été décelé et traduit dans la nouvelle stratégie de développement des Produits du Terroir, en favorisant notamment la convergence des visuels des Signes Distinctifs fiables.

\* Réalisation de campagnes institutionnelles pour assoir la notoriété des produits du terroir auprès du grand public.

Remerciements au ministère de l'agriculture et de la pêche



## LUBRIFIANTS CERTIFIÉS HALAL NSF H1 POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

Une gamme complète de plus de 200 références certifiées Halal NSF H1



- Résiste aux conditions d'utilisation les plus Extrêmes
- Prolonge la durée de vie de vos machines
- Réduit les temps d'arrêt des machines
- Améliore la rentabilité de l'usine
- Allonge les intervalles de lubrification
- Protège contre une large variété d'agents microbiens
- Leader américain des lubrifiants pour l'industrie agro-alimentaire



www.lubrinamaroc.com  
10 Avenue Tizi Ousli Ain Sebaa  
Tél : 0522 34 08 49 Fax : 0522 34 08 51

Le spécialiste de la lubrification pour l'industrie agro-alimentaire





# FORUM AFRIQUE DEVELOPPEMENT

## Agro-industrie: Valorisation des ressources agricoles et sécurité alimentaire



# Organisée par le groupe Attijariwafa bank et Maroc Export sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, la 3ème édition du Forum International Afrique Développement sous le thème « le temps d'investir », fut un vrai succès.

Durant deux jours, le Forum a constitué un véritable catalyseur des échanges entre les acteurs économiques du continent avec plus de 4.500 rendez-vous d'affaires opérés. Les secteurs les plus sollicités ont été les industries manufacturières, les BTP et les services. Pendant ces deux jours, 3 panels de débats ont été organisés articulés autour des thématiques suivantes :

Énergie : «Diversification des sources d'énergie et sécurité énergétique» ;

Agro-industrie : «Valorisation des ressources agricoles et sécurité alimentaire» ;

Infrastructures: «Enjeux, mode de partenariats et de financements».

À l'issue de ces trois panels, les participants ont formulé un certain nombre de recommandations qui seront retranscrites, comme l'a annoncé le Président Directeur Général du groupe Attijariwafa bank, dans un «un troisième Livre Blanc destiné aux décideurs publics et gouvernementaux», à l'instar des éditions précédentes.

Notre magazine s'est concentré sur un sujet qui l'interpelle : l'agro-industrie. En voici la synthèse.

## LE CONTEXTE

- 800 millions de personnes ont des difficultés à se nourrir dans le monde d'aujourd'hui (2/3 sont africains).

## LES INTERVENTIONS

La cérémonie de clôture a été marquée par les interventions du Ministre du Commerce, de l'Industrie et de l'Économie numérique, M. Moulay Hafid ELALAMY, du Ministre de l'Économie et des Finances du Mali, M. Mamadou Igor DIARRA, Le Ministre de l'Économie et des Finances du Sénégal, M. Amadou BA, du Président du Conseil Économique et Environnemental, M. Nizar BARAKA, ainsi que du Ministre délégué chargé du Commerce Extérieur, M. Mohamed ABBOU.

- 800 millions ha de terres arables non exploitées.

- Il faudra doubler la production agricole mondiale afin de nourrir 10 milliards de personnes d'ici la fin du 21ème siècle.

- La moitié de la croissance à venir au niveau de la population mondiale sera africaine.

- Difficulté de mettre en place des stratégies agricoles dans un contexte volatile et instable, à la fois au niveau du marché international et du climat.

## LES EXPERIENCES DE QUELQUES PAYS

### Pour le secteur Public :

#### Plan Maroc Vert (Maroc)

- Accélérer la modernisation du secteur agricole avec une approche nouvelle et des objectifs chiffrés : mobilisation de 10 MAD mds /an à horizon 2020

2 piliers :

\* pilier 1 : agriculture moderne, investisseurs privés.

\* pilier 2 : agriculture solidaire dans les zones difficiles avec une forte implication de l'Etat.

- Un plan Maroc Vert par région (16 régions).

- Chantiers structurants : foncier, eau, marchés, professions.

- Valorisation des ressources naturelles.

- 6 grands bassins de productions prévus dans le plan : Agropoles, périmètres destinés aux investisseurs (ex. Meknès et Berkane).

- Défi de mise à niveau technique des petites exploitations contourné par la stratégie de l'agrégation.

- Mise en place d'un fonds de développement agricole pour la construction d'unités de valorisation.

#### FFNG (Gabon)

- Choix stratégique depuis novembre 2009 de ne plus exporter le bois non transformé.

- Processus de développement durable des forêts accompagnées de mesures fiscales d'incitation à l'aménagement des terres.

- Implantation de Zones économiques spéciales pour 2ème et 3ème



transformation de bois.

### Pour le secteur Privé

#### OLAM (Gabon)

- 28 pays en Afrique, 34 sociétés implantées, 25000 ha de plantations.

- Production, transformation et commerce.

- Financement : 180 USD millions pour les petits producteurs.

- +19000 personnes employées en Afrique.

- Business Model : cibler des produits pour l'objectif d'autosuffisance (car impossible de l'atteindre pour tous), développement durable, environnemental et social.

#### SIFCA (Côte d'Ivoire)

- 50 ans d'existence, capitaux ivoiriens en majorité, présent dans 6 pays et 50000 employés.

- Activités : huile de palme, caoutchouc, sucre.

- Business Model : plantation pérenne, partenariat gagnant-gagnant avec la population locale, prix alignés sur le marché mondial, adaptation à la réglementation du pays en termes de Foncier (achat, concession négociée avec l'Etat etc.).

- Objectifs à terme: valorisation des produits (ex. produits de latex et pneus à partir de caoutchouc) avec le défi de la concurrence mondiale => nécessité de

fiscalité adaptée.

## LES RECOMMANDATIONS

- L'autosuffisance alimentaire en Afrique doit être centrale et stratégique pour l'ensemble des pays, vue sa dimension économique, sociale et sécuritaire.

- Le développement agricole est le meilleur moyen de freiner l'exode rural

- Nécessité de gérer les divergences d'horizon entre le temps agricole (long terme) et celui des marchés (court terme).

- S'inspirer de la politique agricole commune : stratégie mise en place en Europe dans les années 50 visant l'autosuffisance alimentaire.

- Adresser les défis relatifs aux titres fonciers et à la réglementation de la location de terrains afin de faciliter l'accès au financement du secteur.

- Mettre en place une fiscalité incitative à la transformation locale de produits bruts par des acteurs locaux ou attirer des multinationales à transformer localement.

- Transformer localement pour des produits finis adaptés aux habitudes alimentaires locales en substitution aux produits finis importés et chers.

- Innover pour des méthodes d'irrigation plus efficaces et un financement commun des moyens d'acheminement de l'eau (ex. pays exploitant l'eau du fleuve Niger).

- Intégrer les petits producteurs dans le processus et la stratégie nationale agricole.

- Les Etats devront faire de grands aménagements afin d'accueillir de grands projets agricoles.

Pour M. Mohamed El Kettani, Président Directeur Général du Groupe Attijariwafa bank



«Le panel relatif à l'enjeu de la valorisation des ressources agricoles et de la sécurité alimentaire, ô combien vitaux pour nos sociétés africaines, a délivré des recommandations pragmatiques et fortes. Vous nous avez rappelé que deux personnes sur trois dans le monde ayant des difficultés pour se nourrir sont africaines : c'est-à-dire plus de 500 millions parmi les nôtres qui souffrent de la faim au quotidien, alors que dans le même temps l'Afrique dispose de 800 millions d'hectares de terres arables non exploitées. Et vous appelez nos Etats à faire de grands aménagements afin d'accueillir de grands projets agricoles.

- Fermement vous appelez à placer au centre des stratégies de l'ensemble des pays l'autosuffisance alimentaire, vu sa dimension économique, sociale et sécuritaire.

- Il vous est apparu impératif de gérer les divergences d'horizon entre le temps agricole (long terme) et celui des marchés (court terme).

- Vous proposez que l'Afrique s'inspire de la politique agricole commune européenne mise en place il y a 50 ans pour garantir l'autosuffisance alimentaire.

- Vous souhaitez que les défis relatifs aux titres fonciers et à la réglementation de la location de terrains afin de faciliter l'accès au financement du secteur soient clairement adressés.

- Vous demandez à mettre en place une fiscalité incitative à la transformation locale de produits bruts par des acteurs locaux et à l'attractivité des multinationales à transformer localement.

- Pragmatiques, vous appelez à la transformation localement des produits finis adaptés aux habitudes alimentaires locales en substitution aux produits finis importés et chers.

- Enfin, il est tout aussi vital d'intégrer les petits producteurs dans le processus et la stratégie nationale agricole.»

Pour sa part, Madame Zahra MAAFIRI, Directrice Générale de Maroc Export a souligné que «Ce forum a été un baromètre pour nos différents pays, pour savoir, si, oui ou non nos stratégies



économiques allaient dans le bon sens. La réponse est oui.» Pour elle, il est effectivement important d'entamer un travail de suivi et d'accompagnement «aussi bien au niveau institutionnel pour améliorer l'environnement des affaires et pérenniser ces courants d'affaires, qu'au niveau du financement qui constitue un levier majeur et essentiel pour le développement de partenariats économiques concrets et efficaces. Et c'est là toute la portée et la valeur ajoutée de notre partenariat public-privé.»

## LES TROPHÉES

La cérémonie de clôture du Forum International Afrique Développement a connu deux moments forts : celui de l'attribution des « Trophées de la Coopération Sud-Sud ». Le premier prix a été décerné à la Société de Transformation Industrielle (SN SOTICI), premier fabricant de tube PVC en Côte d'Ivoire.

L'autre moment fort de cette cérémonie a été la remise du « Prix de l'Entrepreneur », grande nouveauté de cette 3ème édition. Le Prix de l'Entrepreneur pour l'innovation a été remis au camerounais M. Marc Arthur ZANG pour la société Cardiopad-Himore Medical.

# HOSPITALITY STYLE BY MAROCOTEL

LE SALON DE L'EQUIPEMENT, DE LA DECORATION, DU DESIGN ET DE L'ART DE VIVRE POUR LE CHR

Sous l'égide du Ministère du Tourisme du Maroc, et en partenariat avec les principales fédérations professionnelles du secteur, Reed Exhibitions Morocco organise la 3ème édition régionale du salon Marocotel, dont l'intitulé sera HOSPITALITY STYLE By MAROCOTEL qui aura lieu du 08 au 11 avril 2015 sur l'esplanade Bab Jdid à Marrakech.

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



## Pourquoi ce salon et pourquoi Marrakech ?

Le salon est placé sous l'égide du Ministère du Tourisme du Maroc, et bénéficie du soutien de la Maison de l'Artisan et en partenariat avec les principales fédérations professionnelles du secteur. Reed Exhibitions Morocco organise le salon HOSPITALITY STYLE By MAROCOTEL qui aura lieu du 08 au 11 avril 2015 sur l'esplanade Bab Jdid à Marrakech

Haut lieu du tourisme au Maroc, Marrakech a vraiment consolidé son positionnement de destination de choix et de luxe. La ville ocre attire à elle seule plus de deux millions de touristes par an et vient d'intégrer le club des 40 destinations les plus prisées par les riches du globe.

Ainsi, le rôle de locomotive que joue Marrakech dans la croissance du tourisme au Maroc et sa contribution significative et qualitative dans la réalisation des objectifs de la vision 2020 met ses établissements (Palaces, Hôtels, Riads, Restaurants, Golf, Spa, etc...) face à des défis constants de modernisation, de rénovation, d'innovation et de différenciation.

C'est pour accompagner son développement et conforter le positionnement de la perle du sud et ses régions connexes sur le segment du luxe, que nous avons lancé le Salon HOSPITALITY STYLE. Un salon qui sera haut en couleur et riche en contenu, le tout dans un écrin où l'art, la décoration, la création, l'agencement, le design et le business s'entremêlent dans la lignée de ce que nous réalisons sur MAROCOTEL Casablanca.

## N'est ce pas une partie de Marocotel qui sera délocalisée à Marrakech ?

HOSPITALITY STYLE n'a pas été lancé dans une optique de régionalisation du salon Marocotel mais dans un objectif d'offrir à la zone sud du royaume un événement dédié qui répond aux besoins de mise à niveau de nos établissements et d'accompagner le développement du tourisme dans cette région, véritable fleuron de notre pays.

Contrairement à Marocotel Casablanca qui est un salon généraliste du secteur du CHR et un rendez-vous



incontournable, Hospitality Style sera plus accessible sur le moyen et haut de gamme pour être en harmonie avec le positionnement de Marrakech et de la zone sud. Marocotel a trouvé son positionnement et a gagné ces lettres de noblesse, charge à Hospitality Style de s'imposer également.

Cependant, je vous confirme que nous puisons notre inspiration des 28 ans d'existence et d'expertise de Marocotel et nous bénéficions du savoir-faire d'Equip'Hôtel Paris sur le segment du Luxe.

## Quel va être la typologie des exposants ?

Le meuble, la décoration, le design, l'art de vivre et l'agencement représenteront 80% de l'offre des exposants et les 20% restant des secteurs tels que l'hygiène et le food hospitality.

Cette édition sera parrainée par Marc Hertrich et Nicolat Adnet, architectes d'intérieur et designer qui depuis plus de vingt ans, imaginent, optimisent et scénarisent.

Entre laboratoire d'idées, étude de fonctionnalité et poésie des instants, les deux artistes racontent des histoires du monde dans les hôtels, spas et restaurants qu'ils inventent.

Parmi leurs réalisations au Maroc :

- Villa Diyafa qui est le premier boutique-hôtel de Rabat, un établissement 5 étoiles qui a ouvert ses portes en septembre 2014.
- Le Sofitel Casablanca Tour Blanche
- Le So Spa Casablanca

## Est-ce que le salon va prendre ces quartiers à Marrakech ?

Notre premier challenge est de réussir cette première à Marrakech. Nonobstant, nous avons une ferme volonté d'en faire un rendez-vous récurrent avec une fréquence biennale. La ville de Marrakech le mérite et amplement.

Du 8 au 11 Avril 2015 A l'Esplanade Bad Jdid face à la Mamounia, Marrakech

# GULFOOD 2015 : UN SALON INFLUENT!

Considéré comme le plus grand salon mondial du «Food Equipment and Products», Gulfood a été, cette année encore, très dynamique et influent. Il continue à se développer et à interpeller toujours de plus en plus de visiteurs et d'exposants.

La 20ème édition du Gulfood vient de se terminer. La plus grosse conférence de l'agro-alimentaire du monde a permis au Maroc de renforcer les échanges commerciaux et explorer de nouvelles opportunités de partenariats économiques. Le salon a aussi mis en évidence les nouveautés, la diversité et la qualité des produits de l'agroalimentaire marocains et plusieurs commandes importantes fermes et prometteuses ont été enregistrées lors de cette participation. Une cinquantaine d'entreprises marocaines, dont 8 exposant pour la



première fois, ont pris part cette année à l'évènement, grâce notamment à Maroc Export. Ce dernier avait réservé un pavillon de 336 m<sup>2</sup> qui a permis de mettre en exergue un large panel de produits marocains, notamment les poissons marinés, conserves de poissons et d'anchois, conserves végétales, fruits surgelés, huile d'olive, huile d'argan, couscous et pâtes alimentaires, jus et boissons, épices, thé et infusion, margarine, chocolat et confiserie.

Il est à noter par ailleurs, que Dubai est le 3ème ré-exportateur au monde



et que les Emirats Arabes Unis constituent une importante passerelle vers les marchés arabes et africains (61% du volume du commerce des pays du Conseil de Coopération du Golfe) Les relations économiques entre le Maroc et les pays du CCG ont d'ailleurs connu un engouement au cours des dix dernières années, le Royaume étant devenu une destination attractive des investissements arabes et du Golfe qui tirent profit des réformes pour la promotion de l'investissement dans l'agriculture, le tourisme, l'immobilier et la construction.

## TRANSACTIONS

Les transactions commerciales entre le Maroc et les pays du Golfe restent limitées : 3,5 milliards de dollars en 2012, dont 90% des transactions étaient effectuées entre le Maroc et l'Arabie Saoudite.



## DES CHIFFRES

130.000 m<sup>2</sup> d'exposition  
4.200 exposants  
85.000 visiteurs  
150 pays



# SIAM 2015

## LE SALON FETE SES 10 ANS

**L**e SIAM, à travers ses différents et pertinents thèmes, a suivi de près et collaboré en filigrane aux évolutions et réalisations du développement de l'agriculture marocaine et de son positionnement aussi bien sur la scène nationale qu'internationale. Le thème choisi pour chaque édition a toujours été au diapason de l'actualité agricole marocaine et des challenges qu'elle doit relever.

Le Salon de l'année 2015, à 5 années de l'achèvement du plan de développement agricole à l'horizon 2020, se veut de mettre l'agriculture marocaine au centre de l'actualité du monde agricole. Un thème englobant la totalité des défis à relever par l'agriculture marocaine serait approprié pour l'édition de cette année :

« AGRICULTURE ET SYSTEME ALIMENTAIRE »

Ce thème permet de mettre l'agriculture marocaine au centre de la mouvance agricole mondiale. Les programmes de la sécurité alimentaire visent la préservation des terres arables, l'irrigation, les infrastructures, les fertilisants ou les semences, afin d'améliorer les récoltes et les

disponibilités d'aliments aux habitants. Le marketing et la commercialisation représentent également un maillon non négligeable dans le système alimentaire et qui reste d'actualité pour combler la boucle alimentaire. La finalité est de présenter un produit de qualité, compétitif et à la portée du consommateur.

Tout cela nécessite une complémentarité efficace et efficiente entre l'amont et l'aval de la production dans un contexte de préservation de l'environnement et avec un souci de sécurité alimentaire.

### LES 9 POLES

- 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 Élevage 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.

Du 28 avril au 3 mai à Meknès

**SALON DES VINS ET DE LA GASTRONOMIE**



Vin et spiritueux -  
Vitiviniculture & œnologie -  
Bière Agro-alimentaire  
Métiers de l'hôtellerie et

de la restauration du 14 au 16 mars 2015  
à Brest (France)  
Tél : +33 (0)1 44 315 315  
Fax: +33 (0)1 44 315 400  
info@gl-events.com  
www.gl-events-exhibitions.com

**PROWEIN**



Vin et spiritueux -  
Vitiviniculture & œnologie -  
Bière Agro-alimentaire  
du 15 au 17 mars 2015 à  
Düsseldorf (Allemagne)  
Tél. +49 - 211 - 4560 900  
Fax : +49 - 211 - 4560 668

www.messe-duesseldorf.de  
info@messe-duesseldorf.de

**FOOD HOSPITALITY WORLD**



Agro-alimentaire Métiers de  
l'hôtellerie et de la restauration  
du 17 au 19 mars 2015 à São  
Paulo (Brésil )  
Tél. Brésil

Fax : +55 (11) 5585-4355  
http://www.cipanet.com.br

**SALON PARIS HALAL SUMMIT**



Agro-alimentaire Métiers de  
l'hôtellerie et de la restauration  
du 18 au 19 mars 2015 à  
Paris (France )  
Tél. +33 (0)1 47 56 51 00  
http://www.reedexpo.fr  
info@reedexpo.fr

**SANDWICH & SNACK SHOW**



Agro-alimentaire Métiers  
de l'hôtellerie et de la  
restauration  
du 18 au 19 mars 2015  
à Paris (France)  
Tél. +33 (0)1 47 56 51 00  
http://www.reedexpo.fr  
info@reedexpo.fr

**VENDING PARIS**



Equipements et ser-  
vices pour les magasins  
Métiers de l'hôtellerie et  
de la restauration Equi-  
pements pour lieux de loisirs  
du 18 au 19 mars 2015 à Paris (France)  
Tél. +33 (0)1 47 56 51 00  
http://www.reedexpo.fr  
info@reedexpo.fr

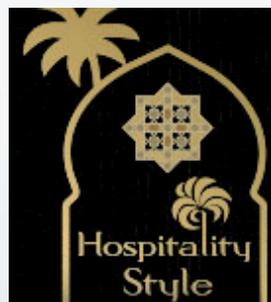
**CREMAI**



Salon International des Professionnels  
de l'Hôtellerie, Restauration et  
Pâtisserie-Boulangerie  
du 24 au 27 Mars 2015  
à Casablanca (Maroc)  
Tél : +212 (0) 5 22 97 95 60

Fax : +212 (0) 5 22 39 63 79  
http://www.cremaï.ma contact@cremaï.ma

**HOSPITALITY STYLE**



Salon de l'équipement, de la  
décoration, du design et de  
l'art de vivre  
du 8 au 11 avril 2015 à Mar-  
rakech (Maroc)  
Tél. : +212 (0) 5 22 27 43 35  
www.hospitalitystyle.org  
adil.karim@reedexpo.fr

## SITL SOLUTIONS LOGISTIQUES



Logistique - Transport -  
Manutention - Stockage  
Outils et services d'aide  
à la décision et au  
management  
du 31 mars au 02 avril  
2015 à Paris (France)

Tél. +33 (0)1 47 56 51 00

Fax : <http://www.reedexpo.fr>

[info@reedexpo.fr](mailto:info@reedexpo.fr)

## AGROFER



Bâtiment et construction Energies propres - Energies renouvelables Agriculture - Machines agricoles Protection de l'environnement du 11 au 12 avril 2015

Cesena trade fair district Cesena - Italie

Tél : +39 0547 317435 Fax: +39 0547 318431

[info@cesenafiera.com](mailto:info@cesenafiera.com) [www.cesenafiera.com](http://www.cesenafiera.com)

## SALÓN DE GOURMETS



Agro-alimentaire Vin et spiritueux - Vitiviniculture & œnologie - Bière  
du 13 au 16 avril 2015 à Madrid (Espagne)

Tél. +34 91 722 30 00

Fax : +34 91 722 58 01

<http://www.ifema.es>

[infoifema@ifema.es](mailto:infoifema@ifema.es)

## OLIVTECH



Agro-alimentaire  
du 16 au 19 avril 2015  
Culturepark Fair Ground  
Izmir - Turquie

Tél : +90 (232) 482 12 70

Fax: +90 (232) 425 43 42

[info@izmirfair.com.tr](mailto:info@izmirfair.com.tr)

<http://www.izmirfair.com.tr>



# 20-23 AVRIL 2015

PALAIS DES EXPOSITIONS DE LA SAFEX - ALGER - ALGERIE

## VOTRE SOLUTION EXPORT

### L'ÉVÈNEMENT PROFESSIONNEL INCONTOURNABLE EN ALGÉRIE DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE.

- PROCESS, CONDITIONNEMENT ET EMBALLAGE
- BOULANGERIE ET RESTAURATION
- PRODUITS ALIMENTAIRES ET BOISSONS
- INGRÉDIENTS

### DES VISITEURS PROFESSIONNELS QUALIFIÉS :

**90%** DES VISITEURS ALGÉRIENS

**81%** DES VISITEURS ONT UN RÔLE DANS LES ACHATS

**82%** DES VISITEURS SONT SATISFAITS



[DJAZAGRO@COMEXPOSIUM.COM](mailto:DJAZAGRO@COMEXPOSIUM.COM)  
[WWW.DJAZAGRO.COM](http://WWW.DJAZAGRO.COM)



# AGRÉMENT ET AUTORISATION SANITAIRES

## Comment procéder?

Les établissements et les entreprises du secteur alimentaire des produits végétaux et d'origine végétale doivent être agréés et/ou autorisés sur le plan sanitaire par l'ONSSA conformément aux dispositions des textes législatifs et réglementaires suivants:

- loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire
- Décret n°2-10-473 pris pour application de certaines dispositions de la loi 28-07,
- Arrêté n° 2768-12 du 1 aout 2012 fixant le code de l'activité et le code de la préfecture ou de la province
- Arrêté n°244-13 du 16 janvier 2013 relatif à l'autorisation et l'agrément sanitaire

Tous ces éléments sont disponibles à l'adresse

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

La délivrance de l'autorisation ou l'agrément sanitaire donne lieu à l'attribution d'un numéro d'agrément ou d'autorisation sanitaire.

Pour être agréés ou autorisés sur le plan sanitaire, les exploitants des établissements et entreprises alimentaires des PVOV doivent renseigner la demande d'agrément et/ou d'autorisation sanitaire et la déposer auprès du service du contrôle des produits végétaux et d'origine végétale (SCPVOV) de la province où est situé l'établissement.

Chaque demande d'agrément ou d'autorisation sanitaire doit être accompagnée d'un dossier comportant une partie administrative et une partie technique.

Demande à télécharger sur

[www.resagro.com/onssa/demande.pdf](http://www.resagro.com/onssa/demande.pdf)

Les modalités de délivrance, de suspension et de retrait de l'agrément et de l'autorisation sanitaire sont étagées dans le code de procédure

relatif à l'octroi, la suspension et le retrait des agréments et des autorisations sanitaires.

### DOSSIER D'AGRÉMENT SANITAIRE

Le dossier accompagnant la demande d'agrément sanitaire doit être constituée des pièces et documents suivants :

Partie administrative du dossier d'agrément sanitaire :

- Personne physique :  
Copie de la carte d'identité nationale ou de la carte du résident du demandeur ;
- Personne morale :  
Copie de la carte d'identité nationale chargée du dossier administratif ou de la carte du résident du demandeur et copie du document justifiant les pouvoirs dont elle dispose à cet effet ;  
Copie du statut de la société ;  
Copie du certificat d'inscription au registre de commerce ;  
Copie de l'autorisation de construire relative au local objet de la demande ;  
Selon le cas, un document justificatif de l'adresse du local objet de la demande de l'autorisation ou d'agrément sur le plan sanitaire.

Partie technique du dossier d'agrément sanitaire :

- Un plan de situation (Echelle 1/1000), et un plan d'ensemble du local objet de la demande (Echelle de 1/100 à 1/300), précisant son lieu d'implantation, sa situation, ses délimitations, la disposition et le dimensionnement des espaces de travail et des lieux d'entreposage, les circuits d'arrivée d'eau potable et d'évacuation des eaux résiduaires, l'emplacement des locaux à usage du personnel et des sanitaires ainsi que des équipements et des points d'eau. Ces plans doivent indiquer le cheminement des produits, les sens



de déplacement du personnel et les circuits d'évacuation des déchets ;

- Une fiche technique qui :
  - \* indique la nature de l'activité exercée ;
  - \* décrit le site d'implantation et sa viabilisation (eau potable, électricité, assainissement);
  - \* donne la superficie totale et la superficie couverte du local concerné ;
  - \* décrit du point de vue sanitaire les locaux, les équipements et le matériel utilisés ainsi que les conditions de fonctionnement (planification du travail, effectif du personnel prévu, activité à caractère saisonnière ou non...);
  - \* mentionne la catégorie des produits et leur dénomination commerciale ;
  - \* indique la liste des matières premières et des ingrédients avec leur description et leur provenance ;
  - \* liste les matériaux de conditionnement et d'emballage ;
  - \* indique les diagrammes de production détaillés des produits ;
  - \* donne les capacités de production (journalière et/ou annuelle) et de stockage prévues;
  - \* mentionne, le cas échéant, les moyens de transport utilisés ;

Un manuel décrivant le programme d'autocontrôle de l'établissement ou de l'entreprise établi conformément aux exigences visées aux articles 32, 33 et 41 du décret n°2-10-473

### DOSSIER D'AUTORISATION SANITAIRE

Dans le prochain numéro de Resagro



# MAROCOFOOD

Salon International du Commerce  
et de la Distribution Alimentaire

Adil KARIM

adil.karim@reedexpo.fr

Directeur Business Unit

Tél : +212 5 22 27 43 35

GSM : +212 661 39 71 57

Sanaa IGUERWANE

sanaa.iguerwane@reedexpo.fr

Directrice de Projets

Tél : +212 5 22 46 54 51

GSM : +212 661 42 65 93

Fax : +212 5 22 27 43 39

DU 3 AU 6  
JUN  
2015

Office des Changes - Route d'El Jadida

## COMMERCIALISEZ ET DISTRIBUEZ AUTREMENT ...

 Reed Exhibitions Morocco

PROMOTION DU PRODUIT  
ALIMENTAIRE

ÉQUIPEMENT DU COMMERCE  
DE PROXIMITÉ

DISTRIBUTION  
ET LOGISTIQUE ALIMENTAIRE

# BONJOUR CREMAI 2015!

Il y a plus de 20 000 visiteurs professionnels ayant franchi les portes du Cremai en 2013. Décideurs, prescripteurs et intermédiaires font du Cremai chaque année leur marché cible et leur salon référence. Cette année encore, le salon devrait être une réussite!

Organisé par Rahal Event en partenariat avec la Confédération Nationale du Tourisme, la Fédération Nationale de la Restauration, la Fédération Nationale de la Pâtisserie-Boulangerie, la Fédération Marocaine des Arts Culinaires, la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière et Maroc Export, Cremai 2015 (Salon International des Professionnels de l'Hôtellerie, Restauration & Pâtisserie-Boulangerie) est plus que jamais une plateforme économique, basée sur le business des CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants), avec un nouveau leitmotiv cette année : «Savourez l'inédit».

## LES ATOUTS

### • Une offre intégrale :

Tous les produits, services et solutions dédiés au CHR de l'aménagement au consommable et fournitures en passant par le mobilier, l'équipement et la décoration. Une offre clé en main accompagnant un marché en pleine expansion.

### • Des visiteurs acheteurs :

Les décideurs locaux et réseaux influents mobilisés par des partenariats institutionnels et un plan de communication ciblé. Un système de planning de RDV online est proposé aux visiteurs pour rentabiliser leurs rencontres avec les exposants.



### • Une ambiance tendance :

Les dernières solutions dédiées aux hôteliers, restaurateurs et professionnels des métiers de bouche avec des corners démonstratifs animés par de grands chefs et des consultants de renom.

### • Une large médiatisation :

Présence de plus de 70 journalistes de la presse générale et spécialisée avec des interviews live à travers les chaînes de télévision et les radios marocaines et étrangères.

### • Des nouveautés au rendez-vous :

Le prestigieux concours de la haute gastronomie mondiale, le Bocuse d'Or, fait son entrée cette année au Cremai avec l'organisation de la 1ère Coupe d'Afrique de la Boulangerie, la tenue du Congrès International de la Boulangerie et les trophées CHR-Design dédiés à récompenser le meilleur design des cafés, restaurants et hôtels au Maroc.

## CE QU'ON Y TROUVERA

### • Mobilier et linge :

Ameublement hôtelier : literie, linge hôtelier, tapisserie sol et mur, équipement de salles de réception, de conférences et de congrès. Mobilier (salle et terrasse) pour cafés, bars et restaurants. Agencement Spas, piscines et bien être. Vêtements professionnels pour le CHR.

### • Equipement :

Grandes cuisines, chaînes de froid, vitrines frigorifiques, machines à café et glace, buanderies, blanchisserie, petit matériel et ustensiles de cuisine, consommables et fournitures divers au CHR...

### • Art de la table et de décoration :



Argenterie, verrerie, coutellerie, porcelaine, nappes, luminaire, art floral...

### • Technologie :

Logiciel de gestion hôtelière, système de caisse, technologie de surveillance, coffres forts, hygiène alimentaire et processus de sécurité alimentaire, traitement des déchets, conseil et services pour le CHR.

### • Alimentaire :

Viandes, boissons, conserves, garnitures et salaisons, farines et arômes, produits laitiers et fromagers, épicerie, sucre et dérivés, chocolat,... food & baverage pour le CHR.

### • Hygiène :

Distributeurs de produits d'hygiène, aspirateurs, chariot de service d'étage, consommable hygiène, lingettes, détergents ...

## COMPETITIONS

Cremai a été initié pour accompagner



## QUELQUES CHIFFRES

- Une offre complète avec plus de 200 exposants et près de 20.000 visiteurs.
- 97% des exposants renouvellent leurs inscriptions à chaque édition.
- Une augmentation annuelle de +23% du nombre d'exposants.
- Une augmentation annuelle de + de 25% du nombre de visiteurs.

les différents chantiers touristiques du Royaume et contribuer à hisser les standards de qualité dans ce secteur et participer dans la mise à niveau du capital humain et technique des différentes structures du CHR au Maroc.

Outre le partage, l'apprentissage et la formation ludique, les concours Cremai ont permis au Maroc de disposer d'une sélection nationale en pâtisserie, boulangerie, cuisine et glace; Des sélections qui ont fait honneur au drapeau national à travers plusieurs compétitions mondiales.

«La conjoncture morose que traverse l'économie mondiale en ce moment ne doit en aucun cas assaillir notre volonté et baisser la motivation des professionnels ! En se serrant les coudes, en prévalant la qualité et en saisissant les bonnes opportunités, nous en sortirons gagnants et nous défierons la stagnation.»

*Kamal Rahal Essoulami*

### COUPE D'AFRIQUE DE LA BOULANGERIE

Dans sa stratégie d'ouverture sur l'Afrique, Cremai accueillera cette année la 1ère édition de la Coupe d'Afrique de la Boulangerie pour le développement du métier sur le continent et la mise en valeur des artisans africains.

Longtemps leader dans le domaine, le Maroc a déjà participé à plusieurs compétitions internationales de Boulangerie, dont la coupe du monde de la Boulangerie à travers la sélection de l'équipe marocaine de boulangerie durant le Cremai. Cette année, le Maroc au côté de 8 autres équipes africaines dispute sa qualification pour les phases mondiales.

Dans sa démarche de promotion des métiers de bouche et de la convivialité depuis sa 1ère édition, le salon organise cette année 3 catégories de concours: Les Compétitions continentales, le Tournoi Officiel des Chefs avec ses 4 concours nationaux et les Espoirs du Maroc à travers le concours des instituts de formation.

La haute qualité de ces compétitions



qui impliquent différents artisans permet de sélectionner les meilleurs profils susceptibles d'évoluer dans les compétitions internationales et de se promouvoir dans les rencontres mondiales. Chaque événement a été pensé pour apporter une véritable valeur ajoutée à la 7ème édition du Salon International de l'hôtellerie, de la restauration et de la Pâtisserie-Boulangerie qui est aujourd'hui la référence B to B du CHR au Maroc et dans la région.

Mise à part la dimension humaine et citoyenne qui est à l'initiative des différents concours Cremai, ces animations sont une véritable plateforme pour la promotion des produits et services dédiés au CHR.

**BOULANGERIE ARTISANALE  
VS  
BOULANGERIE INDUSTRIELLE**



**L**e métier de boulanger existe depuis l'antiquité mais le métier a évolué, les techniques ont changé. Il existe aujourd'hui de " nouvelles boulangeries " telles que la grande distribution et les chaînes de boulangerie.

La boulangerie artisanale

La boulangerie d'hier était essentiellement familiale, le boulanger se trouvait au fournil, sa femme au comptoir et les enfants mettaient « la main à la pâte ». L'entreprise se transmettait d'ailleurs de père en fils. Le boulanger d'autrefois entretenait une relation très spéciale avec son village. Il était le seul à exercer ce métier pour tous les villageois. La boulangerie était le lieu où l'on se retrouvait tôt le matin, où l'on pouvait échanger des discussions. Le boulanger connaissait tout le monde (aujourd'hui ce rôle a disparu, même si le boulanger reste une figure importante des petits villages ou villes).

Le boulanger d'autrefois assurait la fermentation par un morceau de pâte prélevé sur la pétrissée de la veille. Ne connaissant pas la réfrigération, il fallait de solides connaissances pour maîtriser un levain lorsqu'il faisait trop chaud ou, inversement, trop froid. Jusqu'au XVIIIe siècle, le boulanger travaillait à la main : pétrir, brasser, soulever une quantité importante de pâte dans une atmosphère surchauffée



et humide, avec la poussière due à la farine et à la cuisson au bois. Les conditions laissaient parfois à désirer. Les fermentations longues de 2 à 3 heures permettaient de laisser la pâte dans le pétrin (en bois) et d'en façonner un autre dessus. A l'époque, les pains étaient beaucoup plus gros que ceux d'aujourd'hui et avaient la forme d'une boule. Les pâtes reposaient dans des bannetons, des paniers en osiers recouverts d'une toile de lin. Le four à briques avait très souvent une forme ronde et la porte était étroite pour éviter une déperdition de chaleur. Le



bois était brûlé à l'intérieur du four, là-même où l'on allait cuire le pain. Le boulanger connaissait bien son four et ses différences de températures et avait un bon coup d'œil pour disposer

#### Quelles sont les matières premières utilisées ?

- Boulangerie industrielle :

Il n'y a aucune matière première. Ils reçoivent les pains préfabriqués congelés.

- Boulangerie artisanale :

Les matières premières sont : les différents types de farine, le sel, le levain, l'eau pour le pain. Mais il y a également du beurre, du chocolat, des fruits secs (raisins, amandes...), du sucre pour les viennoiseries.

#### Quelles sont les machines qu'il faut savoir utiliser ?

- Boulangerie industrielle :

Il faut savoir utiliser le four, les congélateurs, la machine à trancher le pain.

- Boulangerie artisanale :

Il faut savoir utiliser une balance, la machine à pétrir, la diviseuse, la façonneuse, le four, les chambres frigorifiques.

#### Quels sont les horaires d'un boulanger ?

- Boulangerie industrielle :

Les boulangers sont salariés donc effectuent des horaires de travail réglementés

- Boulangerie artisanale :

Les horaires d'un boulanger sont très importants. Généralement de 4h30 à 12h00 puis de 15h00 à 23h00. Ceci 6 jours sur 7, dimanches compris et même les jours fériés

#### Quelle est la formation demandée pour travailler dans une boulangerie ?

- Boulangerie industrielle :

Il n'est pas nécessaire d'avoir une formation particulière. Il faut montrer de l'intérêt pour ce métier. Les salariés reçoivent régulièrement des formations lors de stages pour manipuler les machines.

- Boulangerie artisanale :

Le boulanger doit avoir un CAP Boulanger qui s'obtient suite à une formation dans un CFA. Ce diplôme ne peut être acquis par le biais d'un lycée professionnel.

Il peut également passer le CAP Pâtissier, qui est un plus dans ce métier.

Le boulanger doit aimer se lever tôt, ne pas être asthmatique (à cause de la farine), être dynamique.

## COMMENT SE PASSE LA FABRICATION DU PAIN?

### - Boulangerie industrielle :

Les employés reçoivent les pains préfabriqués et congelés dans des « maxi ». Ils les déposent sur des plaques.

Tout est stocké dans un immense congélateur.

Avant de cuire entièrement le pain, les baguettes sont mises dans la pousse pendant 4 heures pour être décongelées et pour prendre du volume.

Suite à cette opération, on peut cuire le pain dans un four à 254°C pendant 20 minutes.

S'il faut savoir quand mettre de la vapeur quand on est un boulanger artisanal, ici, c'est le four qui envoie la vapeur automatiquement.

Enfin, quand le pain est cuit ...

... on l'emballe pour le magasin ....

... ou on le dispose dans la vitrine de la boulangerie.

Avant de recevoir le pain préfabriqué, qui fabrique le pain?

Le pain est fabriqué en très grandes quantités dans des industries. Les ingrédients sont pétris par des pétrisseuses puis la pâte est divisée en pâtons par une diviseuse. Ensuite les pains prennent forme dans une façonneuse. Ils sont souvent précuits quelques minutes pour être ensuite congelés à - 40°C. Ce sont donc des machines qui fabriquent le pain.

### - Boulangerie artisanale :

- Il faut en premier lieu préparer la pâte :

On pèse la farine, le sel et la levure. Ensuite on met le tout dans la machine à pétrir avec de l'eau. Le boulanger connaît les quantités par cœur, il n'a pas besoin d'anti-sèche. La pâte est sortie de la machine et disposée dans des bacs qui iront dans les chambres frigorifiques. En fonction de la température choisie, la pâte lève (18°C) ou on bloque la levée (4°C).

Pour gagner un peu de temps, ou plutôt du sommeil, le boulanger prépare sa pâte la veille et la met dans les chambres frigorifiques.

- Il faut dans un second temps, façonner la pâte :

La pâte est divisée, à l'aide d'une machine : la diviseuse, en 20 pâtons de 330g chacun. Chaque pâton formera une baguette.

En fonction du type de pain souhaité, le boulanger réalise :

\* soit un façonnage mécanique, à l'aide d'une façonneuse. La pâte est placée dans des sortes de paniers allongés et ressort sous forme de baguette.

\* soit un façonnage manuel, les seuls outils employés par le boulanger sont ses deux mains.

- Il faut ensuite cuire les baguettes :

Les baguettes sont disposées sur le tapis à enfourner. Elles sont scarifiées et vont cuire pendant 20 à 30 minutes dans un des six fours à 260°C.

ses pâtons. Il fallait, entre les fournées, réchauffer le four, ressortir les braises. Ce n'est qu'au XIXème siècle que les pétrins mécaniques sont apparus. Les fours ne sont plus chauffés directement à l'intérieur. Un progrès très rapide effaçait ainsi un siècle de labeur.

En cette seconde moitié du XIXème siècle, les boulangers des grandes villes font de bonnes affaires. Le pain est encore l'aliment de base des citoyens ; et leur marge bénéficiaire profite de la suppression par les pouvoirs publics de la taxe sur ce produit essentiel. Cette réussite incite à soigner la décoration de leur boutique. Leur clientèle n'en sera que plus nombreuse. Ils sont les premiers commerçants alimentaires à se lancer dans d'importants travaux d'embellissement. Il est vrai que, jusqu'alors, les boulangeries ne brillaient pas par leur décoration, beaucoup avait un triste visage.

Dans les années 60 et 70, la boulangerie connaît une crise en même temps qu'elle se convertit à la mécanisation. Le pain a alors mauvaise presse : il fait grossir, la consommation s'effondre. Dans les années 80, une partie du marché passe aux mains des industriels et de la grande distribution. C'est le triomphe des " points chauds " pour pâtes surgelées. Les années 90, inaugurent la reconquête. Bonne nouvelle, le pain ne fait plus grossir, et même, il est bon pour la santé. Encouragés par les meuniers, des boulangers partent à la redécouverte des traditions.

Aujourd'hui le pain n'est plus que très rarement fait à partir de levain. Soit la fermentation est naturelle et spontanée, au levain, soit elle est industrielle avec





## Participez à l'aventure PERFECT TROPHY ! Concours international de boulangerie

Après une première édition couronnée de succès, AIT INGREDIENTS met à l'honneur les artisans boulangers et leur métier en organisant à nouveau le concours de boulangerie international PERFECT TROPHY. Cette compétition se déroulera sur 4 continents par l'intermédiaire des principaux partenaires PERFECT\* : au Maroc, Bénin, Côte d'Ivoire, Russie, Argentine, France, Cameroun et Burkina Faso.

Pour rappel, lors de la première édition le marocain Yassine RASSAFI s'est vu récompensé du prix du Meilleur Boulanger 2013-2014.

Le concours s'organiserà en deux étapes :

1. ECOMAB, partenaire d'AIT INGREDIENTS au Maroc, réalisera le **concours national du 27 au 28 mai 2015** dans son fournil à Casablanca.
2. Le meilleur boulanger marocain représentera son pays lors du concours international en janvier 2016 au Bénin, chez le partenaire PATISLAND.

Plus qu'un simple concours, c'est un moment d'échange, de partage de connaissances avec les autres boulangers ; en résumé, une expérience humaine unique.

Alors venez participer à cette aventure en vous **inscrivant dès maintenant** auprès de M. Hicham NAJJ, n.hicham70@yahoo.fr !



\*PERFECKT : marque internationale d'améliorants de panification

### A PROPOS D'AIT INGREDIENTS

Expert de la formulation d'ingrédients, AIT Ingredients, filiale du Groupe Soufflet, apporte des réponses aux besoins des artisans-boulangers : améliorants pour le blocage du froid, l'action anti-cloques, le développement des produits, large gamme de recettes de pains et viennoiseries, de desserts gourmands et originaux, graines croquantes et en décor.

- Consultez notre site : [www.ait-ingredients.com](http://www.ait-ingredients.com), Rubrique : Services/Perfeckt Trophy



une levure industrielle. Des progrès considérables sont apportés par les techniques : fini le long et fastidieux pétrissage manuel. Cette évolution se fera progressivement jusque vers les années 1960-1970. Actuellement, pratiquement tous les fours fonctionnent à l'électricité ou au gaz avec un chauffage indirect. Le pesage se fait presque automatiquement et la mise en forme des pâtons est assurée par des machines. L'enfournement qui se faisait jusqu'alors à la pelle se fait grâce à des tapis où la quantité de pains enfournés est importante. Depuis quelques années, de nouveaux matériaux tels l'inox, pratiquement inusable et le polycarbonate, un plastique très dur deviennent garants de l'hygiène, atout indispensable d'un fournil moderne. Vers 1980, on a vu apparaître des fours rotatifs : les pâtons sont déposés sur des chariots munis des filets métalliques. L'apprêt terminé, il ne reste plus qu'à enfourner tout le chariot dans le four où il va tourner durant toute la cuisson. Aujourd'hui, de grands changements se font grâce au froid qui permet de contrôler la fermentation en



la ralentissant.

## LA BOULANGERIE INDUSTRIELLE Le cas des super et hypermarchés

La distribution par hypermarchés cherche à s'orienter vers une offre de pain de qualité en choisissant d'aménager de véritables boulangeries dans leurs locaux de vente afin d'offrir du pain maison : aujourd'hui une grande partie des hypermarchés offre à leurs clients des services d'une boulangerie traditionnelle.

En hypermarchés, après des débuts particulièrement contestés, les boulangers ont mis désormais un point d'honneur à servir en rayon du pain toujours frais quelque soit l'heure. L'effort porte essentiellement sur la théâtralisation du rayon. Le laboratoire avec ses balances, pétrins, fours rotatifs et fours à sole sont directement intégrés à l'environnement. On trouve des pains dans des panetières, emballés individuellement dans des poches de papier kraft à fenêtres pour les pains spéciaux ou sous films perforés pour les pains courants, pour les protéger et leur permettre de respirer. Les étiquettes portent de nombreuses indications concernant le magasin, la variété, le poids, les ingrédients, la date d'emballage, la date limite de consommation, le prix à l'unité.

Les grandes surfaces sont le second lieu d'achat du pain et attirent toujours plus de clients. Il faut dire que les prix pratiqués défient toute concurrence du fait des économies d'échelle. Certains super ou hypermarchés possèdent leur propre fournil que font tourner des boulangers qualifiés.

Les boulangers travaillant dans les grandes surfaces sont de véritables professionnels diplômés d'une école de formation. A partir de farines soigneusement sélectionnées, ils pétrissent, façonnent et cuisent tous les pains.

## LE CAS DES CHÂÎNES DE BOULANGERIE

Les chaînes de boulangerie fonctionnent avec un franchiseur et ont chacune un fournisseur qui se charge de créer la pâte pour les pains, pâtisseries, ...

La boulangerie artisanale assure le cycle complet de la fabrication du pain, pâtisseries et viennoiseries. Leur but est de respecter les traditions. Alors que la boulangerie industrielle consiste à faire cuire du pain à partir d'une pâte surgelée.



créé les produits et les surgèle crus. Il s'occupe de toutes les formules, des prix, des campagnes publicitaires, ...

Les points chauds reçoivent des pâtons crus, ils doivent les faire lever dans une "chambre" spécialisée. Ils les font cuire en apportant une touche finale et les vendent sous des enseignes telles que "L'Epi Gaulois", "Les délices du fournil", "La Mie Câline", ...

Il y a une différence entre points chauds souvent appelés "terminaux de cuisson" et les réseaux de boulangerie.

En France, la plupart des artisans travaillent de façon totalement indépendante alors que d'autres ont choisi de faire parti d'un réseau. Ils passent alors contrat avec un meunier qui fournit les matières premières et la méthode de fabrication préconisée. Ils vendent certains de leurs produits sous la ou les marque(s) du réseau, parfois en parallèle avec des spécialités personnelles comme Banette, Campaillette, Festival, Baguépi, ...



# MaxiSOFT Délicieusement ProFRESH moelleux et pour longtemps!



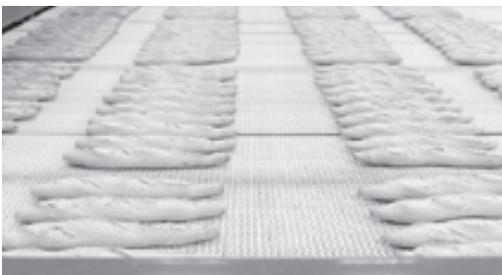
**OPTIMISE**  
le fondant  
en bouche



**AMÉLIORE**  
la souplesse de mie



**CONSERVE**  
la fraîcheur des  
produits jusqu'à  
30 jours



AIT Ingrédients • Une société du Groupe Soufflet



7, quai de l'Apport Paris  
91100 Corbeil-Essonnes • FRANCE

Tél. +33 (0)1 60 90 05 12 • Fax. +33 (0)1 60 90 05 01

[www.ait-ingredients.com](http://www.ait-ingredients.com)

Brice Glenisson - Responsable commercial Maghreb  
+33 (0)6 27 95 20 00 • [bglenisson@soufflet-group.com](mailto:bglenisson@soufflet-group.com)



# Nouveaux matériels

## NESPRESSO LATISSIMA TOUCH

La Latissima Touch : 6 touches pour des recettes toujours plus gourmandes à réaliser avec une aisance exceptionnelle, par simple pression d'un bouton.

Comptez moins d'une minute pour déguster un Cappuccino, Un latte Machiatto, un Lungo ou un lait chaud avec mousse de lait sans oublier une ergonomie sans précédent, un bac de lait qui se place au réfrigérateur et un design novateur.

Et pour une personnalisation poussée à l'infini, parce que ce qui compte avant tout, c'est votre «expérience café au lai », les 6 boutons (et 6 recettes) de la Lattissima sont programmables pour s'adapter à vos goûts et envies.



DANS LES BOUTIQUES NESPRESSO

## HANDPRESSO L'ESPRESSO PORTABLE

### Innovation

Handpresso apporte sans cesse des solutions nouvelles pour permettre de déguster un vrai espresso là où on ne le faisait jamais auparavant.

### Simplicité

La simplicité est au cœur même du concept Handpresso. Simples de conception, les machines espresso portables

sont également simples d'utilisation pour pouvoir préparer un vrai espresso où que l'on se trouve.

Qualité

Avec Handpresso, la pause café est optimisée. Et la qualité est au rendez-vous. Grâce aux 16 bars de pression, Handpresso produit un espresso crémeux où bon vous semble!

### Mobilité

Plus question de boire l'espresso seulement au bureau ou dans la cuisine, Handpresso vous accompagne dans tous vos déplacements et vos loisirs, en week-end, en vacances.

### Convivialité

La pause espresso est un moment de partage et de convivialité que Handpresso crée pour vous dedans comme dehors, chez vous comme ailleurs.



WWW.HANDPRESSO.MA

## WINTERHALTER POMPE A CHALEUR

Winterhalter lance sa nouvelle pompe à chaleur ClimatePlus, destinée à la gamme PT. Le spécialiste des lave-vaisselle en restauration collective et commerciale est aujourd'hui le premier fabricant au monde à proposer des lave-vaisselle à passage manuel avec pompe à chaleur utilisant à la fois l'énergie thermique de la machine et l'air ambiant, pour chauffer l'eau de la cuve et l'eau de rinçage.

Ce système ClimatePlus permet une réduction considérable de la température (-75% par rapport à un modèle standard de la gamme PT) et de la teneur en eau de l'air évacué par la machine lors d'un lavage, pour une amélioration de l'environnement de travail et de confort du personnel.

Des systèmes d'aspiration complémentaires (hotte d'extraction par exemple) peuvent ainsi devenir inutiles, pour toujours plus d'économies. Peu gourmande en ressources, la pompe à chaleur ClimatePlus consomme 53% d'énergie en moins par rapport à un modèle standard sans système de récupération de chaleur.



WWW.WINTERHALTER.FR

# Bonna بونا



*" Laissez-vous guider dans un monde où chaque produit a été conçu avec une passion commune, celle de l'excellence. "*



  
**Belcolade**  
THE REAL BELGIAN CHOCOLATE

**Sofadex**  
  
**Puratos**  
Reliable partners in innovation

  
**PATISFRANCE**<sup>®</sup>  
SOURCE DE SÉDUCTION

## Bienvenue aux professionnels

En 1912, Georges Monin fonde l'entreprise MONIN, fabricant de liqueurs et de sirops à Bourges dans le centre de la France. Aujourd'hui, MONIN est numéro un des sirops haut de gamme. Dans le monde exquis et créatif de MONIN, la qualité, l'innovation et l'adaptabilité sont nos priorités. Nous nous engageons à offrir à nos clients les meilleurs parfums qui soient.

*Pas de limite au goût et à la création !*

LE PLUS GRAND  
CHOIX SUR LE MARCHÉ

PLUS DE  
**100** PARFUMS

DANS PLUS DE  
**140** PAYS



**APPLICATIONS**  
SANS FIN  
ET POLYVALENTE...

...ET DE NOUVELLES  
IDÉES TOUS  
LES JOURS !



## MONIN ET FOODS&GOODS

*La solution pour les professionnels...*



**Sirop :** MONIN est la première marque de sirops haut de gamme pour les professionnels, offrant la plus large gamme d'arômes, des plus communes à la plus inhabituelle. La création est sans fin!



**Thé concentré :** MONIN a sélectionné les meilleurs ingrédients pour un goût naturel de thé. Le thé concentré MONIN offre une facilité d'utilisation inégalée, sans équipement nécessaire, pour des applications illimitées.



**Fruit :** MONIN crée le concept ultime : une formule unique composée de 50% au minimum de fruits, s'ouvrant vers de nouvelles possibilités de smoothies, cocktails sans alcool, et toutes recettes à base de fruits.

## MONIN

*La facilité à portée de main pour 4 types d'applications*

### Cocktail

#### MANZARITA

2 pompes MONIN Sirop Pomme Verte (30 ml) - 2 pompes MONIN Sirop Lime (30 ml)  
20 ml de Jus de citron - 40 ml de Tequila



### Café

#### MAROCCAN MACCHIATO

3 pompes MONIN Sirop Mojito Mint (30 ml)  
1 espresso (60 ml) - 150 ml de lait (mousse)



### Mocktail (cocktail sans alcool)

#### VIRGIN MOJITO BULL

2 pompes MONIN Sirop Mojito Mint (20 ml) - citron  
feuilles de menthe - 100 ml Red Bull



### Limonade/Smoothie/Milk shake

#### PINKY MILKY

2 pompes MONIN Purée de fruit Framboise (30 ml)  
1 pompes MONIN Sirop Caramel (10 ml) - 120 ml de lait





*Ultimate*  
CREATIVITY



## Des boissons fruitées, si facile à faire !

Le Fruit de MONIN contient jusqu'à 50% de fruits, c'est un produit innovant, de sorte qu'il n'est pas nécessaire d'ajouter du sucre. Conçu pour les professionnels, il offre l'authentique goût et texture de fruits pour des recettes de smoothies et cocktails étonnants.

Pour plus d'inspiration  
[www.monin.com](http://www.monin.com)  
Facebook et l'App MONIN



**MONIN**<sup>®</sup>  
— ULTIMATE TASTE —  
ULTIMATE CREATIVITY



# LES RECETTES SELON LUSTUCRU

## RAVIOLI BOEUF RECETTE BOLOGNAISE AUX OLIVES VERTES, FONDUE DE TOMATES ET HERBES DE PROVENCE



### INGRÉDIENTS POUR 4 PERSONNES:

300g de ravioli frais boeuf  
bolognaise Lustucru  
Sélection  
80g d'olives vertes  
dénoyautées  
4 tomates  
4 cuillères à soupe d'huile  
d'olive  
1 cuillère à soupe d'herbes de  
Provence séchées  
Sel, poivre

### PRÉPARATION:

Découper les tomates en cubes et hacher l'oignon  
Saisir l'oignon haché dans l'huile d'olive chaude, laisser cuire  
3 minutes à feu doux en remuant puis ajouter les morceaux  
de tomates, les herbes de Provence et les olives  
Saler, poivrer et laisser cuire de nouveau cette préparation  
à feu doux pendant 10 minutes en remuant de temps en  
temps  
Cuire les ravioli selon les indications de l'emballage. Les  
égoutter et les mélanger délicatement avec la sauce bien  
chaude  
Servir immédiatement

## SALADE FRAÎCHEUR DE FARFALLES, CREVETTES ET AVOCAT POUR 3/4 PERSONNES



### INGRÉDIENTS

250 de Farfalles fraîches  
Lustucru Sélection  
12 grosses crevettes cuites  
décortiquées (250g)  
Tomates cerise et radis  
1 grosse poignée de roquettes  
1 cuillère à soupe de  
ciboulette  
1 jus de citron  
Huile d'olive  
Sel, poivre

### PRÉPARATION

Faites cuire les Farfalles selon les indications de l'emballage  
Passez-les à l'eau froide  
Arrosez de 2 cuillères d'huile d'olive et versez-les dans un  
saladier  
Préparez un mélange d'huile d'olive et de jus de citron  
Ajoutez la roquette, les tomates cerise, les radis coupés en  
dés, les crevettes et la ciboulette  
Mélangez le tout et assaisonnez à votre façon

## QUENELLES GRATINÉES FAÇON DAUPHINOISE



### INGRÉDIENTS POUR 4 PERSONNES

8 quenelles de brochet de  
40g Lustucru Sélection  
50cl de crème liquide  
50cl de beurre  
150g de fromage râpé  
2 tranches de lard fumé  
1 gousse d'ail  
1 bouquet garni  
Sel, poivre, muscade

### PRÉPARATION

Préchauffer le four à 200°C  
Couper les tranches de lard fumé en petits lardons  
Couper la gousse d'ail en deux sans enlever la peau et frotter  
le fond d'un plat  
Badigeonner ensuite le fond du plat avec le beurre et la  
crème liquide  
Saler, poivrer, saupoudrer légèrement de muscade et  
disposer les quenelles dans la crème, ajouter le bouquet  
garni et les lardons  
Saupoudrer les quenelles de fromage râpé  
Mettre au four pendant 20 minutes à 180°C  
Lorsque les quenelles sont légèrement gonflées et dorées,  
sortir le plat du four et déguster immédiatement

*Le cahier*

# HORECA

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

## Hôtels Palmeraie Resorts



**100 Restaurants  
Ceux à essayer au moins une fois!**

**Concours  
Autour du Sirha**

**e-tourisme**

**Enquête [jevoyage.ma](http://jevoyage.ma)**

**ENSEIGNEMENT**  
**LE MUST DE L'ÉCOLE HÔTELIÈRE**


L'École hôtelière de Lausanne (EHL), le Conrad N. Hilton College de l'université de Houston et la School of Hotel and Tourism Management (SHTM) de l'université polytechnique de Hong Kong (PolyU) s'associent pour offrir un nouveau programme de Master exceptionnel dans le secteur de l'accueil international. Les premiers étudiants qui profiteront de ce programme commenceront en septembre 2015 et passeront un semestre sur chacun des campus sur les trois continents, à Lausanne, à Hong Kong et à Houston. Premier en son genre, ce programme véritablement international fournira aux étudiants une compréhension globale des marchés mondiaux et une expérience directe des cultures locales.

Pour en savoir plus :

<http://www.ehl.edu/en/new-master-science-hes-so-global-hospitality-business>

**COMPAGNIE AÉRIENNE**  
**SERVICE LUXE POUR ETIHAD**


Etihad Airways va introduire de nouveaux produits innovants à bord et apporter des améliorations à ses cabines long- et ultra long-courriers, élevant toujours plus le niveau de son célèbre service à bord en Première classe, classe Affaires et classe Économique. Inspiré des plus beaux hôtels du monde, le service d'accueil de Première classe comprendra une lettre de bienvenue personnalisée par le Cabin Service Manager sur un élégant plateau d'argent avec une boisson de bienvenue, une serviette chaude parfumée et des dates arabes traditionnelles. En classe Affaires, un nouveau service de préparation de lit sera offert sur les vols ultra long-courriers, incluant un matelas, une tenue de repos en coton et des chaussons. Une couette et un grand oreiller sont désormais proposés. Et bien d'autres attentions...

<http://www.etihad.com>


**SALON CREMAI**  
**ARCADE EQUIPEMENT**

Bonne nouvelle !

ARCADE EQUIPEMENT est maintenant membre en règle EUROCHEF et distributeur des sauteuses intelligentes RATIONAL VARIO - COOKER de FRIMA fabriqué en France.

Pour rappel, ARCADE EQUIPEMENT distribue aussi les fours de marque RATIONAL® la technologie au service de la cuisine. Ces fours possèdent un système unique de cuisson intelligent capable de sentir, de détecter, de réfléchir, d'anticiper, d'apprendre et de communiquer avec vous.

Tarifs disponibles sur demande

Pour plus d'informations, ARCADE EQUIPEMENT et l'espace RATIONAL vous souhaitent la bienvenue et vous accueillent au salon CREMAI à Casablanca du 24 au 28 mars à la foire d'exposition habituelle.

JACQUES MORIN, Chef Exécutif  
 06 61 07 47 50

# EURO SOURCING, toujours plus grand et innovant : LE SAC TISSU AU PRIX DU CARTON

Plus besoin d'aller en CHINE pour s'approvisionner en emballage textile écologique. La société EURO SOURCING vous accompagne près de chez vous.

Installé depuis 1998 sur une superficie de 1200 m<sup>2</sup>, la société EURO SOURCING a investit dans son outil de production afin de réaliser son pari : proposer un sac en tissu au prix asiatique.

L'ouverture à l'international ayant bien démarrée en 2012 la société EURO SOURCING est présente dans 4 grandes villes de France : Paris, Lyon, Marseille, Toulouse, en Belgique : à Bruxelles et en Suisse : à Genève. Le service de recherche et développement (R&D) ainsi que le contrôle qualité minutieux demandé par la direction, ont permis à EURO SOURCING de compter parmi sa clientèle européenne de grands noms dans : la Maroquinerie, la Cosmétique et la Bijouterie.

La deuxième étape pour EURO SOURCING est de développer des emballages avec des matières telles que le Coton ; le Simili-Cuir, le Daim et la toile de jute. Ceci afin d'élargir une clientèle en constante demande et qui doit s'approvisionner actuellement à l'étranger, faute de sourcing au Maroc.

En produisant plus de 10 000 pièces jour, la société EURO SOURCING se retrouve Leader sur le marché Marocain dans sa catégorie et est bien décidée à prendre une grande part de marché sur les pays européens très friands de ce genre d'emballage.

Intégrée totalement dans les différentes phases de production Matière, Impression et Montage, EURO SOURCING se tient à la pointe de la technologie afin d'apporter à ses clients les dernières nouveautés d'emballages.

Alors chers clients ne soyez pas à la traîne, pour vos emballages : c'est EURO SOURCING



LE SAC TISSU AU PRIX DU CARTON !



Osez la différence ...  
Soyez les meilleurs !



**ART DE LA TABLE  
POUR LES PROFESSIONNELS DE LA GASTRONOMIE**



© Sylvie Amar Studio

À l'occasion du SIRHA 2015, Sylvie Amar, designer experte de l'hôtellerie-restauration signe deux nouvelles collaborations avec de grands artisans des arts de la table japonais. Pour la prestigieuse maison de fonderie Nousaku, elle complète la gamme d'art de la table Unique lancée en 2014 avec Fleur, un verre à saké en étain pur. Pour l'illustre céramiste Product

Arita, elle crée Sensitive, une 1<sup>re</sup> collection de 10 assiettes inspirées des paysages nippons. Trait d'union entre l'Orient et l'Occident, ces pièces, destinées aux Palaces et aux tables étoilées seront présentées en avant-première lors du prochain SIRHA.

Distribution : Mme Kasono Takamura : [kasono@nousaku.co.jp](mailto:kasono@nousaku.co.jp)

**HÔTEL  
DOUBLE CONSÉCRATION POUR LE PALAIS NAMASKAR**



Le Palais Namsakar, joyau de la Collection Oetker, a été sacré « Best Luxury Green Hotel » en Afrique et « Best Service Environnement » au Maroc lors de la prestigieuse cérémonie des « World

Luxury Hotels Awards », à Camps Bay, en Afrique du Sud.

Cette double consécration confirme la position d'excellence du Palais Namaskar aussi bien au niveau continental qu'international et vient récompenser son respect et son engagement en faveur du maintien de l'équilibre naturel de son environnement, ainsi que toute l'excellence de son service.

En effet, moins de trois ans après son ouverture, le palais Namaskar, véritable havre de paix de part sa flore, ses multiples points d'eau et ses senteurs enivrantes, n'a eu cesse de prôner le respect de l'environnement dans un esprit fidèle aux valeurs du Feng Shui.

[www.palaisnamaskar.com/fr](http://www.palaisnamaskar.com/fr)

**HÔTEL  
LE TGV MANGE L'IBIS**



Avec l'agrandissement de la gare de Rabat Agdal imposé par les besoins de la ligne à grande vitesse, l'hôtel Ibis mitoyen va devoir être déplacé. Les responsables d'Accor Maroc disent n'avoir reçu jusque-là aucune notification officielle.

Source : [le360.ma](http://le360.ma)

**GASTRONOMIE  
LA SUISSE A L'HONNEUR**



Sous l'égide de l'Ambassade de Suisse au Maroc, et avec la participation de la Chambre de commerce suisse, le Mövenpick Hotel Casablanca, propriété du groupe d'origine suisse Mövenpick Hotels & Resorts, a célébré la culture helvétique sous toutes ses formes à l'occasion de la première édition du Festival Suisse. Pendant deux semaines, le lieu fut le haut lieu de rencontres et de découvertes des meilleures traditions culinaires helvètes et d'un style de vie unique, qui font de la Suisse un pays au patrimoine exceptionnel. Les goûts et les saveurs de la gastronomie helvète ont ainsi été mis à l'honneur au restaurant Le Casablanca Café, où le Chef étoilé suisse M. Walter Wyssen a convié le public à un voyage gustatif inoubliable à travers les plats typiques de la Suisse spécialement préparés pour l'occasion.

# ZEALOUS

## La perfection moulée au service de la pâtisserie

Fondée en 2004, Zealous est une société marocaine spécialisée dans le domaine de la décoration pâtissière et culinaire. Elle prend place parmi les leaders du marché international.

Les produits, 100% marocain et de haute qualité (conforme aux normes internationales), se veulent économiques, pratiques et durables. Ils peuvent être utilisés pour le chocolat, le sucre, les mousses et les différentes pâtes. Ils assurent brillance unique et finition exemplaire. De plus, grâce aux modèles sur-mesure, les clients ont la possibilité de personnaliser leurs produits en apposant une vraie signature sur leurs chefs d'œuvres et réalisations.

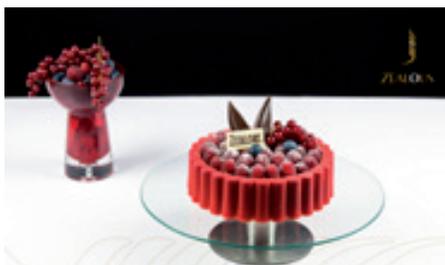
L'objectif de Zealous est d'encourager la créativité et la compétitivité afin de mettre le Maroc au-devant de la scène mondiale. La société est d'ailleurs partenaire officiel des équipes nationales marocaines de pâtisserie et arts culinaires.



### Qu'est ce qui différencie vos produits?

Tout d'abord le processus de qualité de production qui est assuré personnellement par notre patron, Mustapha Zaki (ingénieur en système de management qualité). Cela garantit la durabilité de nos produits.

Ensuite la réactivité par rapport à la



demande du marché grâce à une équipe dévouée à la satisfaction des besoins de nos clients.

Et enfin, une disponibilité et variété de produits exemplaires.

### Pourquoi mettez-vous l'accent sur la personnalisation et le sur-mesure?

C'est un de nos points forts, et cela nous ouvre d'autres marchés tels que la communication institutionnelle...

### Quels sont les matériaux utilisés?

Nous utilisons le silicone et le plastique alimentaire comme matières premières.

Les métiers de la pâtisserie au Maroc ont connu un essor plus que probant ces dernières années. Une performance témoignée par les exploits des équipes nationales dans les différentes compétitions internationales du métier. Des prouesses qui sont le fruit d'énormes efforts de promotion de l'art de la pâtisserie et le concours indélébile des professionnels du secteur. A ce titre, je salue le grand professionnalisme de Zealous, le partenaire historique des sélections nationales de la pâtisserie au Maroc, grâce à qui nous avons pu amener nos pâtissiers à un très bon niveau de performance.

### KAMAL RAHAL ESSOULAMI

Président des sélections marocaines des métiers de bouche



« La pâtisserie est un art plein de finesse, et nous, à Zealous nous voulons servir cet art à travers la qualité et l'ingénierie,...»

Mustapha Zaki

### Quels sont vos produits phares?

Nous en avons beaucoup mais nous pouvons citer :

- les logos en relief
- les moules décoration chocolat en Plastique Cristal
- les moules entremets
- artiflex qui sont de petits moules en silicone pour les pâtes sucrées (pâte à sucre, amande...)
- le choco relief
- les tables à sucre
- Les moules sur mesure



Tel : +212 537 29 88 88

Fax : +212 808 32 34 00

Email : [info@zealous.ma](mailto:info@zealous.ma)

Showroom : 48, rue omar Jadidi, Kbibate, Rabat-Maroc. BP 10050

Siège : 5, rue Khartoum, Magasin N°1, Océan, Rabat-Maroc. BP10040

Website : [www.zealous.ma](http://www.zealous.ma)

**FAST FOOD**

**MC DONALD A EL JADIDA**



Le réseau de McDonald's Maroc continue à s'étendre pour couvrir le maximum de villes et se rapprocher au plus de sa clientèle. Pour son 35ème restaurant, la marque a choisi de s'installer à El Jadida. McDonald's El Jadida aura nécessité un investissement de 30 millions de DHS. En plus de l'investissement qui représente en soi un coup de pouce pour l'économie de la ville, quelque 65 emplois directs sont créés.

Le nouveau restaurant dispose d'un espace de 4.000 m<sup>2</sup> comprenant un bâtiment de 500m<sup>2</sup> de 365 places assises, dont 248 en terrasse. Cette terrasse, dont l'ouverture est prévue avant la fin de l'été, disposera en outre d'une vue panoramique pour permettre aux clients de profiter d'une superbe

vue sur l'Océan Atlantique tout en dégustant leur repas. En intérieur, le cadre est un mix parfait entre sobriété et jovialité. McDonald's El Jadida est le premier restaurant McDonald's à se parer d'un décor LIM Family. Le concept est simple et le rendu intimiste et agréable. Des posters aux couleurs pop (vert, rose, jaune, bleu) parsemés dans tout le restaurant mettent en scène l'esprit famille McDonald's, et donnent de l'éclat aux tons plus neutres comme le beige, le chocolat et le gris.

**BIEN-ETRE**

**AROMATHÉRAPIE**

Découvrez ou redécouvrez les bienfaits des soins Micheline Arcier pour un moment unique à deux. Micheline Arcier est l'une des pionnières de la véritable aromathérapie contemporaine. Elle a créé une technique de traitement unique ainsi qu'une fabuleuse gamme d'huiles de soins du corps et du visage, en exclusivité au Palace Es Saadi.

L'équipe de thérapeutes vous conseille le soin Rituel Nourrissant et Epanouissant aux cristaux de sucre. Coiffure et manucure ou barbier + accès à la salle de sport offerts.

Réservations au 05 24 33 74 00



**RESTAURATION**

**PÂTISSERIES DE TRADITION**



Nicolas Nancy vient d'ouvrir la Pâtisserie by La Terrasse des Epices (voir article dans ce magazine). Cornes de gazelle, pâtes d'amande, briouates au miel, sablés, à accompagner d'un thé à la menthe le tout dans un décor magique. Les pâtisseries

sont préparées sur place.

Croisement Dar El Bacha et Mouassine

**RESTAURATION**

**NOUVELLE CARTE AU DIWAN**



La Brasserie du M Gallery Le Diwan dévoile sa nouvelle carte signée Thierry Vaissière, basée sur le partage, la découverte et l'émotion. Elle apporte, au cœur de la Capitale, l'âme de la cuisine traditionnelle des brasseries françaises. La carte propose également une touche d'originalité, incarnée par le plat signature du Chef, « Ma ou Melha », mélange entre tradition culinaire française et Rbatie.

Réservations au 05 37 21 98 00 ou 06 64 90 00 76



Dermatologically Tested - Testé Dermatologiquement

neroli  
ESSENCE



AWAM AMENITIES



TUNIS | PARIS | MARRAKECH

**SALES OFFICE:** CITÉ ESSABR N°4 MOHAMMEDIA - MORROCCO

MOB : +212 (0)6 12 53 32 11 - FAX : +212 (0)5 23 30 45 54

WWW.AWAMAMENITIES.COM - E-MAIL: INFO@AWAMAMENITIES.COM

**BIEN -ETRE  
U SPA BARRIERE**



Se perdre pour mieux se retrouver. Telle est la devise de ce spa de 1200 m2 qui se déploie sur 3 étages. Une immense verrière inonde l'espace de la lumière célèbre de Marrakech. Colonnades et zelliges à la feuille d'or créent une atmosphère intemporelle et apaisante. Un parcours

aquatique aux dimensions exceptionnelles impose sa présence ludique. Ce spa de prestige a rencontré l'ange gardien du lieu, Nabou Mouilleseaux, professionnelle et humaine à l'extrême, directrice de l'U spa, responsable des piscines du resort et membre du Comité du développement durable du Naoura Barrière.

Réservations : 05 24 45 9012  
© Fabrice Rambert

**HOTEL  
SUNRISE KEMPINSKI**



Conçu par l'architecte designer Zhang Hai Ao et son bureau Shanghai Huadu Architect Design Co., le Sunrise Kempinski Hôtel de Pékin a ouvert ses portes début novembre 2014 et la presse du monde entier est unanime : il fait sensation par sa singularité. 97 mètres de haut, 21 étages, 306 chambres et suites, il se distingue par sa forme particulière qui représente un lever de soleil, symbole de l'harmonie, l'unité et l'infini. Mais ce n'est pas le seul symbole évoqué puisque l'entrée principale rappelle une bouche de poisson, synonyme de prospérité, et un des côtés du bâtiment, une coquille Saint-Jacques, référence à la bonne fortune. Entouré de verdure, le Sunrise Kempinski Hôtel, qui a nécessité 2 ans de travaux et plus de 9.300 ouvriers, est recouvert d'une mosaïque composée de plus de 10.000 plaques de verres qui reflètent la couleur du ciel sur la partie supérieure, renvoient la couleur verte de la végétation en son milieu et réfléchissent le lac adjacent sur le bas de l'édifice.

Beijing18, Jia, Yanshui Road, Yanqi Lake  
Huairou District, Beijing -) +86 (0) 106 961 8888

**HOTEL  
LE KID'S CLUB DU ROYAL PALM MARRAKECH**



Le segment famille étant un des points les plus forts du groupe Beachcomber à l'île Maurice et aux Seychelles, il est tout naturel que le Royal Palm Marrakech bénéficie de cette expertise et décline les installations nécessaires. L'hôtel a voulu offrir un réel divertissement aux enfants et une tranquillité totale pour les parents. Le club enfant est unique en son genre et connaît beaucoup de succès auprès des enfants et des parents. Cabanes dans les arbres, atelier de bricolage, de poterie ou de peinture, observation des étoiles au télescope, cours de cuisine et de cocktails... un vrai paradis pour vos enfants : le Kid's Club!

Km 12 route d'Amizmiz - +212 524 48 78 00 -  
info@royalpalmmarrakech.com

# SAK'O THE RELAX MAKER

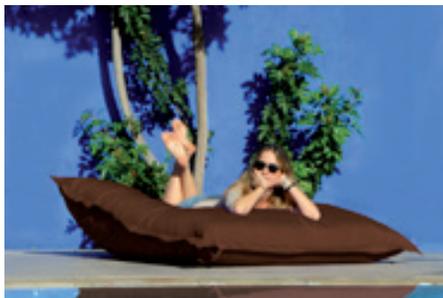
**P**our en savoir plus sur ce produit design, confortable et original, nous avons contacté les responsables de la société. Quelques questions...

## Quels sont les avantages pour un professionnel d'adopter vos produits?

- SAK'O existe maintenant depuis plus de 3 ans
- Utilisable intérieur /extérieur
- Notre tissu est importé de France, imperméable et spécialement traité pour l'extérieur
- Se compose d'une double housse (1 housse contenant les billes et une seconde déhoussable) afin de pouvoir la nettoyer en machine
- Nos billes de polystyrène de qualité supérieure, sont ultra-résistantes et traitées anti-feu
- Produits de qualité élaborés dans nos propres ateliers qui donnent un côté design et moderne aux extérieurs
- Solidité, durabilité, différenciation / démarcation de la concurrence
- Offre une alternative à tous les matelas et transats habituellement utilisés dans les jardins ou autour de la piscine
- Multitude de coloris du plus sobre au plus flashy

## Quels professionnels sont concernés?

Initialement tous les acteurs du secteur hôtelier : hôtels, Riads, maison d'hôtes, Spas, kids club, centres de loisirs, club house... Nos poufs leur permettent de créer de petites zones pour prendre un verre ou se détendre. Mais avec le temps d'autres professions sont devenues des adeptes de nos produits telles que les sociétés d'événementiels, les crèches ou encore les entreprises qui les utilisent pour leur salles de réunions informelles, cuisines / salles de détente ou réceptions.



## Quels sont les avantages de chacun de vos modèles?

Le «Rond» permet une assise à hauteur de chaise tout en concevant ce confort inégalable propre à nos produits. Que ce soit pour lire ou pour boire un verre entre amis ou en famille, le pouf «Rond» de SAK'O épousera les formes de votre corps quelle que soit votre position.

Le «Carré» permet 1001 positions, avec ce modèle vous choisissez... assis, avachi ou couché... Ses multi positions comme par exemple «le hamac», «le fauteuil» ou encore «le bed» le rendent incontournable et ludique. Ses millions de microbilles, quelle que soit la position adoptée, épouseront la forme de votre corps et vous procureront un moment de détente et bien-être inégalable.

Le «Transat» est un substitut des classiques transats en plastique ou en bois que l'on trouve autour de la piscine. Le modèle Transat de SAK'O offre un confort bien supérieur et ce modèle est idéal pour une séance de farniente au soleil.

Le «Piscine» prend la forme d'un gros fauteuil spécialement designé pour aller dans l'eau ! Imaginez : vous êtes au milieu de votre piscine... confortablement installé sur votre pouf... avec ses millions de micro billes qui épousent la forme de votre corps... le plus dur sera d'en sortir...

Nous déclinons aussi les modèles «Carré» et «Rond» en taille enfant.

## Peut-on les personnaliser?

Tous nos modèles sont personnalisables à l'infini en terme de



couleur, taille et bien sûr broderie, logo de l'établissement, etc.

Nous avons fait le choix de la broderie et non la sérigraphie afin de donner un côté plus « luxueux » au produit final et à l'image de l'établissement.

## Quels sont les délais de livraison?

Comptez de 8 à 10 jours en fonction de la quantité, nous pourrions le réaliser en moins de temps mais notre philosophie est de passer le temps nécessaire à la réalisation de chaque modèle afin de nous assurer une qualité finale irréprochable.

## Comment les professionnels peuvent-ils vous contacter?

Nos futurs clients peuvent nous contacter directement puis nous nous déplaçons chez eux afin d'établir ensemble les modèles les plus adéquats en fonction de leurs besoins.

Nous avons aussi à leur disposition une page Facebook très active :

[www.facebook.com/poufsakodesign](http://www.facebook.com/poufsakodesign) afin de se tenir au courant des nouveautés et de l'actualité de la marque SAK'O.

Renseignements : 06 61 31 89 93



# PRODUITS D'ACCUEIL A L'HOTEL

## VALORISER L'IMAGE ET SÉDUIRE LA CLIENTÈLE

Les produits d'accueil sont la touche de séduction apportée à l'accueil des clients qui découvrent leur chambre d'hôtel. Perçu comme un plus ou même un cadeau ils sont très appréciés; d'ailleurs, aucun ne reste dans les chambres après le départ des clients. Avec un choix et une gamme toujours plus vastes, ces produits se déclinent sous diverses formes et concepts. Aujourd'hui, l'éventail de ces produits s'est diversifié pour proposer des formulations, couleurs, parfums et des flaconnages plus raffinés, valorisants et élaborés selon le standing de l'hôtel ainsi que des produits de plus en plus respectueux de l'environnement.

Côté hôtelier, ces produits d'accueil doivent refléter l'image de leur établissement et beaucoup peuvent être personnalisés ou être en parfait accord avec le lieu, le style et l'esprit de son hôtel : artisanal, authentique, zen, bio, prestigieux, ... Tout en tenant compte des attentes, des comportements de séjours, des besoins, des habitudes, des perceptions de la clientèle.

Animé par un désir d'offrir un service innovant sur ce marché, Awam Amenities a su répondre rapidement aux aspirations de ses clients hôteliers avec un savoir faire en constante évolution. Présente via ses filiales en France, au Maroc, en Tunisie et à travers des distributeurs sur d'autres marchés méditerranéens, la marque souhaite aujourd'hui accompagner ses clients marocains en leur offrant les



meilleures solutions en terme d'image et de budget.

Les gammes disposent de formulations pour les shampooings, gels bain-douche, conditionneurs, laits corporels, savonnettes ou sels de bain aux senteurs et aux textures agréables, offrant aux utilisateurs des soins de qualité. Ces gammes offrent également un design élégant et raffiné, des formules recherchés et des parfums authentiques qui enrichissent l'expérience du client. Certains sont d'ailleurs très appréciés par la clientèle marocaine, comme par exemple le Néroli Essence, riche en huiles essentielles, avec son design oriental et son agréable parfum. La ligne Alga Pure Sense, quant à elle est fort appréciée par les hôteliers intégrant des centres de Spa ou de Thalasso. Elle dévoile une riche huile essentielle d'eucalyptus et des extraits d'algues, (disponible en 35 et 40 ml avec des savons de 20 et 45 gr et également en coffrets). Autre nouveauté, la, ligne Jasmin & Vanille

aux parfums méditerranéens idéale aussi bien pour les hôtels de ville que les stations balnéaires (disponible en petits flacons de 20ml).

Certifiée ISO 9001, 14001 et 22716, la marque fait également tester dermatologiquement tous ses produits par un Laboratoire Européen indépendant et réalise des analyses pour être en totale conformité avec les exigences normatives de l'UE et donner plus d'assurance aux clients.

Les différentes lignes sont complètes et variées incluant une gamme complémentaire tels que le bonnet de douche, le set de couture, l'éponge à chaussure et biens d'autres articles.

Tous les produits sont disponibles au Maroc  
 Renseignements : Awam Amenities  
 Cité Essabr N°4 – Mohammedia  
 Tel : +212 (0)6 12 53 32 11  
 Fax : +212 (0)5 23 30 45 54  
 Email : info@awamamenities.com  
 Site web : www.awamamenities.com

### LES BUREAUX

Il y a 6 mois, Awam Amenities a ouvert un nouveau bureau à Casablanca. Après l'usine phare de Mégrine en Tunisie, où sont fabriqués tous les produits, et un bureau à Paris, cette ouverture s'inscrit parfaitement dans le plan de développement stratégique de l'entreprise et vient renforcer sa présence sur le marché Marocain et ouest Africain



# LES 100 RESTAURANTS DU MONDE qu'il faut avoir essayé une fois dans sa vie !

Le magazine « Le Chef », déjà reconnu pour organiser annuellement le prix du Chef de l'Année® (où les chefs français récompensent celui qui représente le mieux la profession), innove encore en lançant le sondage des 100 chefs au monde chez qui il faut avoir été !



Fidèle à son principe, le magazine « Le Chef » a interrogé les 512 chefs 2\* et 3\* Michelin du monde pour leur demander quels sont les 5 chefs, et leurs restaurants, qui incarnent au mieux les valeurs de la profession et chez qui il faut avoir été au moins une fois dans sa vie.

Ce sondage, qui vu son ampleur peut être assimilé à un classement, est le premier qui donne une photographie réaliste des meilleurs restaurants du monde.

L'objectif est d'apporter enfin une réponse constructive au classement « fifty-best » qui depuis plus de 10 ans, fait la pluie et le beau temps dans le jugement qu'apportent les journalistes internationaux sur la cuisine internationale.

Ce dernier pose le problème de la composition du jury. En effet, le principe est que chaque pays a droit à 10 jurés,

chacun d'eux votant pour 7 restaurants qu'ils estiment les meilleurs.

La France et le Japon, possédant chacun plus de 100 restaurants 2 et 3 étoiles Michelin, ont donc chacun 10 jurés qui donnent 7 noms. Le Danemark, qui lui ne possède que 2 chefs 2 étoiles, a lui aussi 10 jurés...

Ceci explique sans doute la part belle faite aux petits pays ayant peu de restaurants étoilés!

<b>EMMANUEL BENAÏT</b> FOUCONS DE SEL France	<b>MARTIN BERGASTEDT</b> Rest. MARTIN BERGASTEDT Espagne	<b>HARALD WORREHNET</b> SCHNAPSWEIDEN Allemagne	<b>JOEL ROBUCHON</b> L'ÉTÉLER JOEL ROBUCHON France	<b>BENOIT VIOLIER</b> HOTEL DE VILLE Suisse	<b>ANDRÉ CHANG</b> Rest. ANDRÉ CHANG Taïwan	<b>YOSU OKUDA</b> KORU Japon	<b>SHINRO SATO</b> FINOCCA 11 France	<b>GEORGES BLANC</b> Rest. GEORGES BLANC France	<b>KOJI KOMURA</b> A TA SUJISE Japon
<b>MICHEL THORSBERG</b> Rest. MICHEL THORSBERG Danemark	<b>CHRISTIAN BAU</b> VICTOR GOURMET Allemagne	<b>ALAIN PASSARD</b> L'ESPRESSO France	<b>JÖRDIS WISLER</b> VENEDICE Allemagne	<b>ARNAUD DONCKELLE</b> ESSENCE DE LA FINOCCA France	<b>HAAS RAKE</b> DARTIS Allemagne	<b>ALAIN DUTOUENIER</b> CARRÉ DES PULLAINTS France	<b>HEDEKI ISHIZAKA</b> Rest. ISHIZAKA Japon	<b>HEDEKI MATSUO</b> KASHIMAKI Japon	<b>KASUMI KOFOD</b> GIFUNEN Danemark
<b>RENE REDZEP</b> NORRA Danemark	<b>GERD DE MANGELEER</b> HERTUG JAN Belgique	<b>CHRISTIAN JURGENS</b> LIBERABHET Allemagne	<b>PETER GOOSSENS</b> HOF VAN CULSTVE Belgique	<b>GERAULD PASSEDAZ</b> PETIT NICE France	<b>TAKAHI SATO</b> SUSHI SATO Japon	<b>NAOBU USHIO</b> REST. UZUO Italie	<b>HIKATO NAKAMICHI</b> SUSHI YAKI YAKI Japon	<b>BERNARD PALAIS</b> L'ABBAYE France	<b>CELIA SAMBIZ</b> CHEF TABLE AT BROOKLYN FARM USA
<b>JIRO ONO</b> JIRO HOFFMAN Japon	<b>PASCAL BARBOT</b> L'ARTISAN France	<b>HESTON BLUMENTHAL</b> THE FAT DUCK Royaume-Uni	<b>MASSIMO BORTURA</b> OSTERIA FRANCESCANA Italie	<b>BEGU MARCON</b> Rest. BEGU ET JACQUES MARCON France	<b>SARDIN SCARIN</b> COMAL ZIRO Italie	<b>PHILIPPE HELLÉ</b> LES CANTINES France	<b>KEIJI NAKAZAWA</b> SUSHI SHO Japon	<b>HENRI BECK</b> LA PERGOLA Italie	<b>THEBBY HAAS</b> SUR MESURE France
<b>PAUL PABET</b> ULTEMBLET Chine	<b>GILLES GOUJON</b> ALBERG DE VIEUX PUFIS France	<b>EMERCO CEPPI</b> PIAZZA BLOMIO Italie	<b>GUY SAPIOT</b> Rest. GUY SAPIOT France	<b>TETSUJI WAKUDA</b> TETSUJI Australie	<b>GORDON RAMSAY</b> Rest. GORDON RAMSAY Royaume-Uni	<b>YASUHIKO HADAEN</b> YAKUJIN Japon	<b>JUSTIN COGLEY</b> RUBENS CARRÉ USA	<b>CHAN YAN TAI</b> LUNG KING HEEN Hong Kong	<b>VIRGILIO MARTINEZ</b> CENTRAL France
<b>DANIEL BOULARD</b> Rest. DANIEL BOULARD USA	<b>JEAN-FRANÇOIS PEÏE</b> Rest. J. F. PEÏE France	<b>SVEN ELVERFELD</b> AQUA Allemagne	<b>WASSIMILANO ALAJINO</b> LA CALANDRE Italie	<b>JONNIE BOER</b> DE LIBELLE Pays-Bas	<b>MAGNUS NELSON</b> FRANCK Suisse	<b>DAN HUNTER</b> BEAR CRAWF Nouvelle-Zélande - Australie	<b>ALEX ATALA</b> D.O.M. Cuba	<b>NACHO MANZANEO</b> CASA MANCINI Espagne	<b>ARNAUD LALLEMENT</b> L'ASSETTE CHAMPAGNE France
<b>NADIA SANTINI</b> DAL PESCATORE Italie	<b>ERIC PRAS</b> NATION LAMORINI France	<b>EMERCO CERBA</b> DA VITTORIO Italie	<b>GRANT AKHATZ</b> ALUNA USA	<b>MARC HAEBELIN</b> ALBERG DE L'ÉL France	<b>PATRICK O'CONNELL</b> THE BUNNY LITTLE WASHINGTON USA	<b>YOSHIERO HASEGAWA</b> NARAYAMA Japon	<b>ANNE FEOLDE</b> ENFOCCA PANCHORRE Italie	<b>ERIC BIPERT</b> LE BERNARDIN USA	<b>JASON KNEIBTON</b> POLLYN TRETT SOCIAL Royaume-Uni
<b>ANDRÉS ADRIÁN</b> MUGARTZ Espagne	<b>ANNE SOPHIE PIC</b> NATION PIC France	<b>JACOB JAN BOERNA</b> DE LEST Pays-Bas	<b>ANDRÉAS KAHNIGKA</b> SCHALENTON SCHLOSS Suisse	<b>COMBY LEE</b> BENO USA	<b>MATTHEW YANNICK</b> LA VIEUX BRACIER France	<b>CHAN TAE KWONG</b> WING LEE KITCHEN Chine	<b>ROBERTO AZUO</b> Rest. AZUO Pérou	<b>ANNE PANCHORRE</b> ENFOCCA PANCHORRE Italie	<b>OLIVER BELLIN</b> L'ALBERG DEI GLAZIOS France
					<b>ELINA ET JUAN MARI AZAR</b> Rest. HELHE Espagne	<b>JEAN-GEORGES VONDERGHETEN</b> Rest. JEAN-GEORGES USA	<b>BEN SHREWFY</b> ATICA Australie	<b>KIJI KOMARUKI</b> Rest. KJI France	<b>ALAIN BOUX</b> RESTAURANT INO Royaume-Uni



# VINS DU MAROC

## UNE DEGUSTATION A L'AVEUGLE

**L**e 31 mars prochain, à Rabat, se déroulera une dégustation à l'aveugle des meilleurs vins marocains. Une belle occasion de prouver que le Maroc a sa place sur la scène viticole internationale. Rencontre avec Michèle Aström Chantôme, Secrétaire générale et directrice PR, Communication & Marketing Committee de l'Association de la Sommellerie Internationale, A.S.I. et Présidente de l'Association des Sommeliers du Maroc, ASMA.

### En quoi va consister l'évènement que vous organisez le 31 mars 2015?

Les meilleurs vins du Maroc seront dégustés à l'aveugle par les sommeliers du Maroc, membres de l'ASMA et de

grands sommeliers venus d'Italie, Argentine et Japon. Giuseppe Vaccarini, meilleur Sommelier du Monde, Andrés Rosberg, Président de l'Association Argentine des Sommeliers, Masaharu

Oka, Président de l'Association de Sommeliers du Japon et Madame Saiko Tamura Soga, sommelière japonaise.

### Qui est à l'origine de cet évènement?

### QUI PEUT ADHERER A L'ASMA ET COMMENT FAIRE ?

Il y a deux catégories de personnes qui peuvent adhérer à l'ASMA. Des professionnels et des amateurs. Ceux qui sont déjà sommeliers ou veulent le devenir et en faire leur métier ainsi que ceux qui apprécient la gastronomie, les vins et autres boissons et veulent avoir une approche personnalisée dans la découverte et la dégustation de produits de qualité.

Il suffit pour cela de nous contacter par email :

[associationsommeliersmaroc@gmail.com](mailto:associationsommeliersmaroc@gmail.com)

Nous indiquerons à chacun les modalités d'inscription.





L'ASMA et SommelierS International, le magazine partenaire officiel de l'A.S.I. (Association de la Sommellerie Internationale). Un reportage en français et anglais sur 24 pages y sera consacré. Et cela dans le numéro qui sera distribué à Vinexpo. Sans oublier la diffusion dans les 55 pays membres de l'A.S.I.

### **Pourquoi avoir choisi Rabat?**

Rabat est la capitale du Maroc et se trouve idéalement située par rapport aux différents vignobles du Royaume.

### **Quels vins pourra t'on découvrir?**

Les meilleurs vins des vignerons du Maroc ! Ceux qu'ils voudront soumettre au jugement des sommeliers.

### **En quoi certains vins marocains ont-ils leur place dans une «dégustation prestige»?**

Les bons vins marocains sont méconnus, y compris au Maroc. Or certains vins méritent de figurer sur des cartes internationales. C'est ce que nous voulons prouver. Il y a eu d'énormes progrès au niveau de l'encépagement et de la vinification dans ce pays et le résultat est là. Les touristes, clients de grands hôtels et restaurants ne doivent pas être les seuls à en bénéficier. Cette dégustation va mettre en lumière des vins inconnus à l'étranger.

### **Y aura t'il des prix attribués?**

Non ! Pas de classement, donc pas de Prix. Ce n'est pas un concours.

### **Quels sont vos prochains événements?**

Le lancement d'un programme de formation à la rentrée et un dîner dégustation en fin d'année. D'autres projets sont en préparation, mais cela dépendra du succès de notre politique de marketing...



### **QUEL EST LE ROLE DE L'ASMA**

L'objectif de l'ASMA est de faire connaître ce très beau métier de sommelier et le développer au Maroc, grâce aux sommeliers étrangers expérimentés qui sont membres de l'association et une collaboration que nous espérons démarrer avec les écoles hôtelières.

Beaucoup, dans le grand public, ne savent pas exactement ce que représente la sommellerie. Pour certains, il y a même une confusion entre «œnologue» et «sommelier». Or, le sommelier doit avoir, bien sûr, un minimum de connaissances en œnologie, mais son domaine recouvre aussi et surtout la géographie vitivinicole, les cépages à travers le monde, l'histoire de la viticulture et du vin, la gastronomie, les accords entre les mets et les boissons. Car un sommelier doit connaître et pouvoir servir toutes les boissons, de l'eau minérale aux spiritueux, en passant par le vin, les sodas, les thés, les cafés...

De plus, un sommelier n'exerce pas forcément son métier dans un restaurant. Il peut travailler chez un caviste, un producteur ou un importateur de boissons.



# SIRHA 2015

## Là où naît la tendance

Par Safia Ouakil

Le salon Sirha 2015 a permis à chaque communauté professionnelle de valoriser son innovation et son savoir-faire.

19 concours et animations ont mis en avant la passion de tous les métiers de bouche, de la cafétéria et de toutes les restaurations, et ont permis aux professionnels d'avoir une longueur d'avance sur les futures tendances de leur profession.

### LA SCÈNE DES CONCOURS D'EXCEPTION

Le Bocuse d'Or a été une fois de plus le miroir du talent des meilleurs jeunes chefs, la vitrine de cultures culinaires mondiales et le révélateur des nouvelles techniques et des dernières tendances, devant plus de 2700 spectateurs.

Orjan Johannessen du restaurant Bekkjarvik Gjestgiveri à Austevoll a remporté le Bocuse d'Or 2015. La Norvège prouve ainsi son implacable régularité avec neuf podiums et cinq Bocuse d'Or à son palmarès. Les Etats-Unis se hissent pour la première fois à la 2e place, grâce au Bocuse d'Argent décerné à Philip Tessier, démontrant ainsi la qualité de la gastronomie américaine et marquant l'ouverture du concours aux Amériques.

Tommy Myllymaki remporte le Bocuse de Bronze pour la Suède, habituée des podiums, qui reste la 3e nation la plus récompensée au palmarès des médailles.

La Coupe du Monde de la Pâtisserie, créée par Gabriel Paillason est

aujourd'hui la référence mondiale de la profession, et a fait une fois de plus preuve d'audace, de créativité et d'innovation.

L'édition 2015 a vu la victoire de l'Italie: L'équipe d'Emmanuele Forcone, Francesco Boccia et Fabrizio Donatone, remporte la médaille d'or et le trophée. C'est la 7e fois que l'Italie monte sur le podium. L'équipe du Japon, composée de Kazuhiro Nakayama, Junji Tokunaga et Shinichi Sugita, remporte la médaille d'argent. L'équipe des Etats-Unis, composée de John Kraus, Joshua Johnson et Scott Green, remporte la médaille de bronze.

Buffets spectaculaires et précision dans les assiettes ont confirmé la place de



leader de l'International Catering Cup.

Le titre de Meilleur Traiteur de réception du monde est remporté cette année par la France, représentée par Jean-François Bury et Thomas Guichard. La deuxième place revient aux Etats-Unis (George Castaneda et Greg Mueller) et la troisième place à la Suisse (Kévin

### LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS

#### Les événements

Sirha Rio - Rio de Janeiro SulAmerica  
 Sirha Istanbul - Istanbul Congress Center  
 Sirha Genève - Palexpo Genève  
 Européen et Intersuc - Paris Nord Villepinte  
 Sirha Mexico (en projet)  
 Sirha Budapest  
 Sirha Lyon

#### Dates

14 -16 octobre 2015  
 26 - 28 novembre 2015  
 24 - 26 janvier 2016  
 5 - 9 février 2016  
 Février 2016  
 8 - 11 mai 2016  
 21-25 janvier 2017





Gibbins et Nicolas Richon).

Cette année a donc été celle de la consécration pour les Etats-Unis, qui non seulement montent sur le podium du Bocuse d'or pour la première fois, mais surtout se placent sur les trois podiums des concours internationaux.

**UN LABORATOIRE DE RÉFLEXION**

La deuxième édition du World Cuisine Summit a réuni cette année encore les leaders du Food Service mondial au

coeur du salon. Par ses perspectives futuristes, ses thématiques concrètes d'innovation et de management sur les nouveaux enjeux de la restauration, cette journée de débats a réuni les professionnels de tous horizons réunis. 450 participants sur la journée ont ainsi assisté aux présentations et démonstrations de 35 intervenants de premier plan : Des chefs prestigieux : Gaston Acurio, Alain Ducasse, Régis Marcon, Régina Tchelly, Alexandre Gauthier, Anatoly Komm, Yoshihiro

Narisawa...; des dirigeants de premier plan : Olaf Koch, CEO de Metro, Ilham Kadri, CEO de Diversey, Stéphane Layani, CEO Semmaris Rungis MIN, ou Javier Sanchez Lamelas, Directeur Marketing Groupe Europe Coca Cola ; des experts comme Claude Fischler et Marcelo Joulia, mais aussi Monseigneur Barbarin, Archevêque de Lyon, venu parler des problématiques de nourriture des populations déplacées, ou l'ambassadrice des Etats-Unis venue débattre avec Grant Achatz et Thomas Keller.

Remerciements à  
Jean-Patrick Blin - Ab3c

## Le nouveau **SelfCookingCenter**<sup>®</sup>



**Senses**



Venez cuisiner  
avec nous.

Venez nous retrouver sur le salon CREMA!

Hall: 5D, Stand: 4

*Le nouveau système de cuisson intelligent unique au monde, capable de sentir, de détecter, d'anticiper, d'apprendre de vous mais aussi de communiquer avec vous pour atteindre le résultat que vous souhaitez.*

*Un technologie moderne qui vous assiste parfaitement. Et exige peu.*

[www.rational-online.com](http://www.rational-online.com)





jevoyage.ma

# E-TOURISME

Enquête jevoyage.ma

## Bilan 2014 de la consommation du voyage

**C**omme chaque début d'année, Jevoyage.ma dresse un bilan concernant les tendances et les habitudes de voyages des marocains. Avec plus de 12.000 personnes ayant voyagé avec cette agence de voyage en ligne l'année dernière, nous apprenons comment et où nos marocains ont profité de leurs vacances en 2014

La tendance de la dessaisonalisation du voyage se confirme : avec plus de 55% de séjours effectués hors période estivale, nos voyageurs nationaux s'offrent des pauses détente durant toute l'année, ce qui confirme que le voyage est actuellement l'un de leurs loisirs préférés. La demande est focalisée hors été sur les weekends, les périodes de pont et de vacances scolaires et les destinations varient suivant la saison avec un afflux important pour Marrakech durant toute l'année. Les séjours durant cette période sont en moyenne de 4 jours alors qu'en été, elle frôle les 7 jours. Le Maroc reste la destination préférée

de nos ressortissants avec plus de 64% des voyages effectués au niveau national. Marrakech, qui siège sur la tête du podium depuis des années en lion indétrônable, s'accapare plus de 54% de nos voyageurs locaux. La ville ocre profite de son image de destination 'tendance' et nature en même temps et de la variété et la compétitivité de ces offres pour susciter un intérêt important quelque soit la saison. Agadir prend la 2ème place du classement des destinations les plus convoitées au niveau national avec presque 19% de part de marché. Région très plébiscitée en été, cette station balnéaire connaît une demande

de plus en plus importante et attire les nationaux même hors période estivale puisqu'elle bénéficie d'un climat doux et surtout de «300 jours de soleil» en moyenne.

Profitant des ses belles plages de sable fin et sa forte notoriété auprès des



marocains, le Nord, incluant Tanger, Tétouan M'diq, occupe la 3ème position avec plus de 10% des voyages en interne. Cette région, qui constitue pour une bonne partie d'entre nous, la destination vacances par excellence au Maroc, connaît hausse de demande dès le printemps et jusqu'à fin septembre avec un grand afflux bien-sûr durant l'été

La perle de l'orientale, Saidia, se situe en 4ème place avec 8% de la demande nationale, connaît un fort engouement durant tout l'été, mais un faible intérêt hors période estivale. Parmi les régions prisées, nous retrouvons ensuite les destinations balnéaires plus calmes comme Essaouira, qui connaît en plus un pic de demande durant son festival Gnaoua, El Jadida ou Oualidia, sans oublier les destinations



nature, comme Ifrane, Azrou ou Chefchaouen qui attirent nos touristes nationaux en hiver comme au printemps. Comme l'année dernière, le record des demandes a

été enregistré pour le mois d'août, soit juste après ramadan. Ce mois reste indéniablement le plus convoité en été, surtout qu'il constitue pour les familles la seule alternative de voyager avec leurs enfants avant la rentrée scolaire. Nous constatons d'ailleurs que 67% des vacanciers durant cette période sont constitués de famille, les jeunes et les couples ayant la possibilité de voyager avant ramadan ou en septembre. Concernant les voyages à l'étranger, le premier du palmarès est la Turquie, destination indétrônable depuis plusieurs années. D'ailleurs, plus de 26% de nos voyageurs internationaux ont opté pour celle-ci cette année. Abordable, sans visa et bénéficiant d'une forte notoriété auprès des marocains, et prisée par les familles comme par les célibataires, la Turquie est demandée durant toute l'année surtout durant les périodes de vacances, au printemps ou en été, et même de plus en plus pour le réveillon.

En second lieu, l'Espagne, qui attise pas moins de 18% de nos touristes voyageant à l'étranger. Ce pays bénéficie de plusieurs atouts dont la proximité et la diversité de ces packages qui varient du culturel au balnéaire. Convoitée durant toute l'année, elle se présente comme une destination weekend ou séjours de courte durée pour des villes comme Barcelone, Madrid ou Séville, et comme destination estivale par excellence, avec la fameuse Costa Del Sol, sans oublier bien-sûr les Iles Canaries, qui bénéficient d'un climat tempéré tout au long de l'année.

La France se positionne en 3ème place avec presque 12% des voyageurs hors Maroc. Elle profite d'une demande soutenue grâce à son positionnement en tant que destination tendance et «Fashion», mais aussi grâce à l'afflux de personnes rendant visite à leurs familles ou leurs amis.

La Thaïlande gagne une place cette année et prend la 4ème position avec plus de 10% des voyageurs Monde.

Alliant plages paradisiaques, dépaysement culturel et ambiance féérique, elle constitue l'une des destinations demandées le plus pour des voyages organisés.



Viens ensuite L'Italie, avec 8.5%, qui séduit par sa richesse culturelle et son côté glamour. Elle attire principalement les couples et les familles, qui optent notamment pour les villes de Rome, Milan et Venise.

Le Portugal, qui se situe juste après, est surtout convoité en été pour sa fameuse station balnéaire Algavre. Il est suivi par les croisières qui connaissent une demande de plus en plus croissante et une offre de plus en plus diversifiée.

Le Panier moyen se situe en 2014 à 4.132 Dhs par personne, ce qui confirme encore une fois l'engouement des marocains pour le voyage et le fait qu'ils y consacrent des budgets de plus en plus importants. D'ailleurs, le panier moyen augmente de 25% durant la période estivale.

Remerciements à [jevoyage.ma](http://jevoyage.ma)

**COTE BOUGIE**

Tél. : +212 (0)5 24 33 57 64  
 Fax : +212 (0)5 24 33 60 81  
 Gsm : +212 (0)6 61 71 24 51  
[cotebougie@gmail.com](mailto:cotebougie@gmail.com)

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



# PALMERAIE RESORTS

Le bonheur pour tous

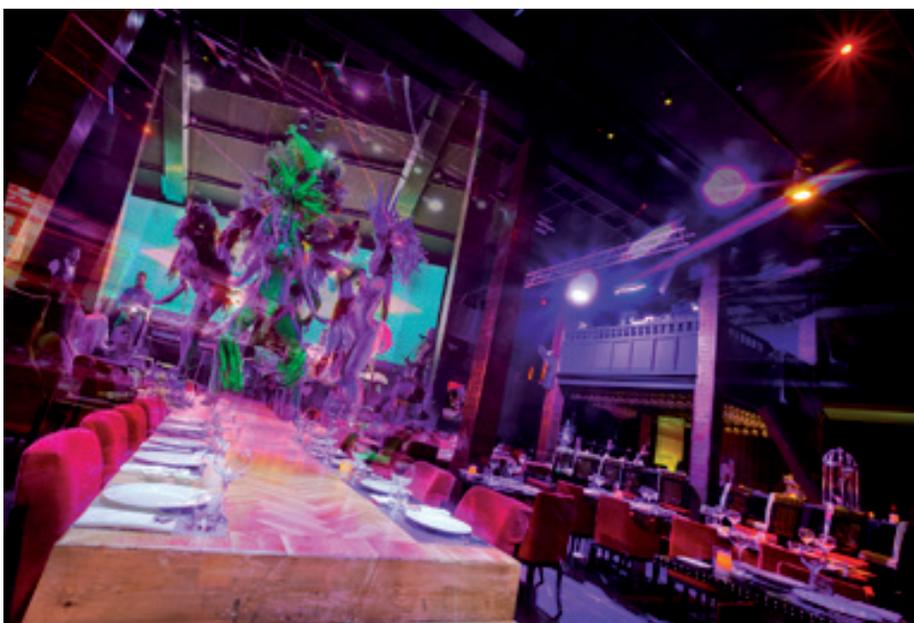
Par Dominique Pereda



**T**out a été conçu pour que vous profitiez au mieux du cadre enchanteur qui vous est offert, au coeur de la luxuriante Palmeraie de Marrakech.

«Perle du Sud», «Cité Impériale», «Ville Ocre»... On a donné bien des titres et des surnoms à Marrakech. Mais aucun ne suffit à lui seul pour résumer l'atmosphère magique qui y règne.

A quelques heures de vol seulement des plus grandes capitales européennes, Marrakech a su préserver un charme unique qu'on ne se lasse jamais de découvrir ou de redécouvrir. Sa médina, ses monuments, sa gastronomie, ses couleurs et ses lumières... Tout en elle



invite à la douceur de vivre.

Que vous y veniez pour les vacances, pour affaires, ou pour vous divertir et changer d'horizon, Marrakech saura vous séduire par l'authenticité de son âme, comme une invitation à la paix intérieure.

Entièrement pensé pour votre confort et votre bien-être, Palmeraie Resorts s'étend sur 230 hectares et vous offre tous les services et prestations haut de gamme qui feront de vos séjours des moments d'exception.

Un vaste choix d'hôtels, de restaurants et de lieux pour vous divertir, des golfs, des

espaces verts et des piscines pour vous détendre, un SPA et des centres de remise en forme pour vous relaxer, et même un centre d'affaires dernière génération pour organiser tous vos événements. Vacanciers ou touristes d'affaires, tout le monde trouve son bonheur au Palmeraie Resorts.

### **27 TROUS POUR UN PARCOURS UNIQUE À MARRAKECH**

Signé Robert Trent Jones Senior, ce parcours d'exception, bordé de palmiers et surplombé par les montagnes de l'Atlas, allie esthétique et prouesses techniques sur une superficie de 120 hectares pour vous offrir en toute saison des sensations de jeu uniques dans un décor féérique.





**LA PALMERAIE  
VERSION BIEN-ÊTRE**

Venez vivre un moment de détente incomparable dans l'un des plus beaux SPA du Royaume. Un espace de 5000 m<sup>2</sup>, entièrement dédié à votre bien-être, dans lequel vous pourrez apprécier une large gamme de soins et de massages pour une expérience sensorielle inédite.

**SAVEURS DU MONDE POUR UN  
VOYAGE DES SENS**

Si l'art et la culture marocaine sont toujours à l'honneur au Palmeraie Resorts, c'est également à un véritable tour du monde des saveurs auquel nous vous invitons.

Ce voyage gastronomique vous guidera des grandes tables françaises à celles, plus colorées, du Brésil et de l'Espagne, en passant par l'Italie et même la Russie, à la

**LE SPA**

- 16 Cabines de soin
- 1 Cabine Duo et 1 suite VIP
- 5 Hammams
- 2 Saunas
- 1 Bassin de relaxation chauffé et ses 2 jacuzzis
- 4 Salles de détente
- 1 Solarium
- 1 Salle de fitness



découverte de saveurs rares et délicates, dans une ambiance aussi chaleureuse que savoureuse...

**LES ENFANTS ONT AUSSI DROIT À  
LEUR ESPACE**

Parce qu'il est temps de penser un peu à vous, Palmeraie Resorts a tout prévu pour vos enfants : un mini-club pour les 4-12 ans, un terrain multisports pour pratiquer toutes leurs activités préférées,



**LE GOLF**

- 27 trous
- Pro Shop
- Caddies
- Location de clubs
- Practice
- 2 Putting greens
- 2 Pitching greens avec bunkers
- Académie de golf
- Voitures de golf





des cours de tennis, et même un espace Western Paint Ball pour revivre la légende du Far West.

### UN LIEU D'INSPIRATION AU COEUR DE LA PALMERAIE

Donnez une nouvelle dimension à vos événements avec le Palmeraie Conference Center. Un centre de conférences nouvelle génération qui offre à ses hôtes un confort exceptionnel, des technologies de pointe, et une logistique haute performance, le tout sur un espace de 5000 m<sup>2</sup> au design particulièrement soigné.

Réservation : +212 (0) 524 33 43 43  
[reservation@palmeraieresorts.com](mailto:reservation@palmeraieresorts.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 ?

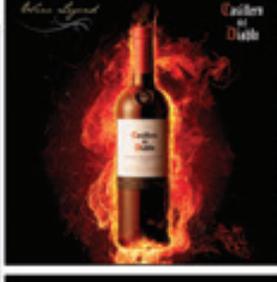
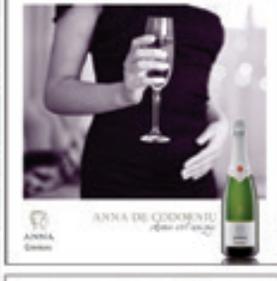
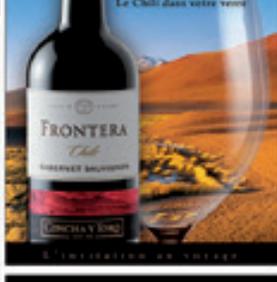
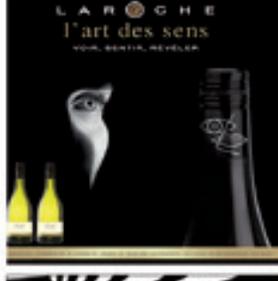
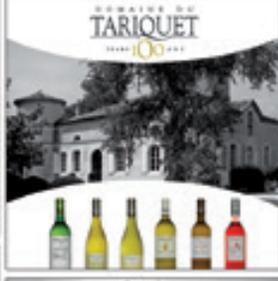
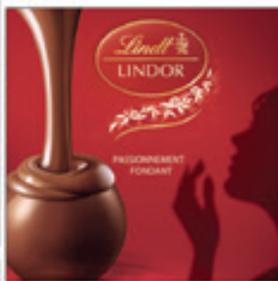
L.A.Fuel Supreme Energy Gum est le produit idéal.

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



*Aiguebelle professionnel est une gamme de chocolats pour accompagner les professionnels dans l'expression de leurs talents et satisfaire aussi bien les exigences des maitres artisans que les palais des amateurs de bon chocolat.*

*Stand Cremai A2*



**Foods & Goods**  
Importation Distribution exclusif

Z.I. Ouled Saleh  
N° 19 - Lot SI  
Bouskoura 27 182  
Casablanca Maroc  
Tel : +212(0)5 22 59 00 60  
Fax: +212(0)5 22 59 00 59  
E-mail: info@fg.ma