

BILAN : LES SALONS QUE VOUS AVEZ MANQUÉS

Avril 2015

25MAD / 5€ / 6\$

N° 58

# RESAGRO

Le mensuel des décideurs

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

## DOSSIER SPÉCIAL SIAM 2015 À MEKNÈS



CAHIER HORECA

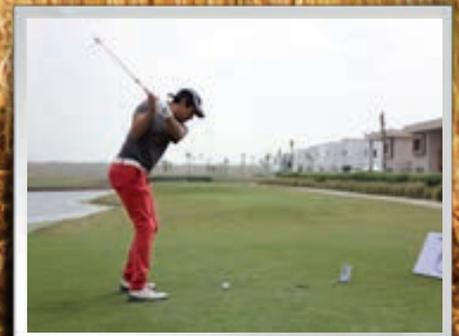
## MDD EXPO : LES LAURÉATS



NEWREST  
LA CERTIFICATION ISO22000



PME  
ETUDE EXCLUSIVE



HOLE IN 1  
PREMIÈRE ÉDITION



*Savourez le meilleur  
du Couscous!*



Contacts

[info@couscousdari.com](mailto:info@couscousdari.com)  
[www.couscousdari.com](http://www.couscousdari.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  
(+212) 672 70 42 08  
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)

# Édito n°58



L'agriculture marocaine est le premier employeur du pays, fait vivre 40% de la population, couvre 9.500.000 hectares de surface agricole utile et contribue à créer 15% de la richesse nationale mais ce secteur rencontre encore des difficultés comme la croissance démographique, les changements climatiques, l'épuisement des ressources hydriques ou encore les contraintes imposées par les marchés. Il faut donc plus que jamais soutenir une politique agricole efficace et assurer une amélioration permanente du secteur. Pour relever le défi, beaucoup de moyens ont été mis en oeuvre et le Plan Maroc Vert est un exemple de réussite. Il a permis à l'agriculture de se développer rapidement avec une dynamique d'évolution équilibrée tenant compte des spécificités de notre pays. Aujourd'hui, d'autres problématiques sont à l'ordre du jour comme les programmes de la sécurité alimentaire visant la préservation des terres arables, l'irrigation, les infrastructures, les fertilisants ou les semences, et qui permettent d'améliorer les récoltes, sans oublier bien sûr le marketing et la commercialisation qui représentent un maillon d'actualité dans le système alimentaire.

C'est dans ce contexte que s'ouvrira le Salon International de l'Agriculture au Maroc, avec pour thème principal « Agriculture et système alimentaire ». Un thème qui veut mettre l'agriculture marocaine au centre de l'actualité du monde et qui englobe la totalité des défis à relever par le secteur. Un thème au centre de la mouvance agricole mondiale à seulement 5 années de l'achèvement du plan de développement agricole à l'horizon 2020. Resagro sera présent, comme les éditions précédentes, sur le SIAM, avec une distribution renforcée du magazine, une présence physique permettant à toute notre équipe de vous rencontrer, répondre à vos questions et vous proposer la meilleure communication pour développer votre activité.

Rendez-vous donc du 28 avril au 3 mai à Meknès.

En attendant, Resagro vous réserve un dossier spécial SIAM dans ce numéro.

Bonne lecture.

Alexandre DELALONDE

# Sommaire

**P**ériscope 06

**S**alons 31



**A**griculture

**RESAGRO** 58  
Le journal des décideurs

Nouveaux produits	14
SPECIAL SIAM - SPECIAL SIAM	
Interview du Commissaire du salon	16
Les engrais et leurs utilisations	18
Une nutrition pour chaque animal	22
Produits du terroir	26



**S**olutions

Certification ISO 22000 pour Newrest	38
ONSSA : l'autorisation sanitaire	40
MDD Expo 2015 : les lauréats	42
Etude exclusive sur les PME	44



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

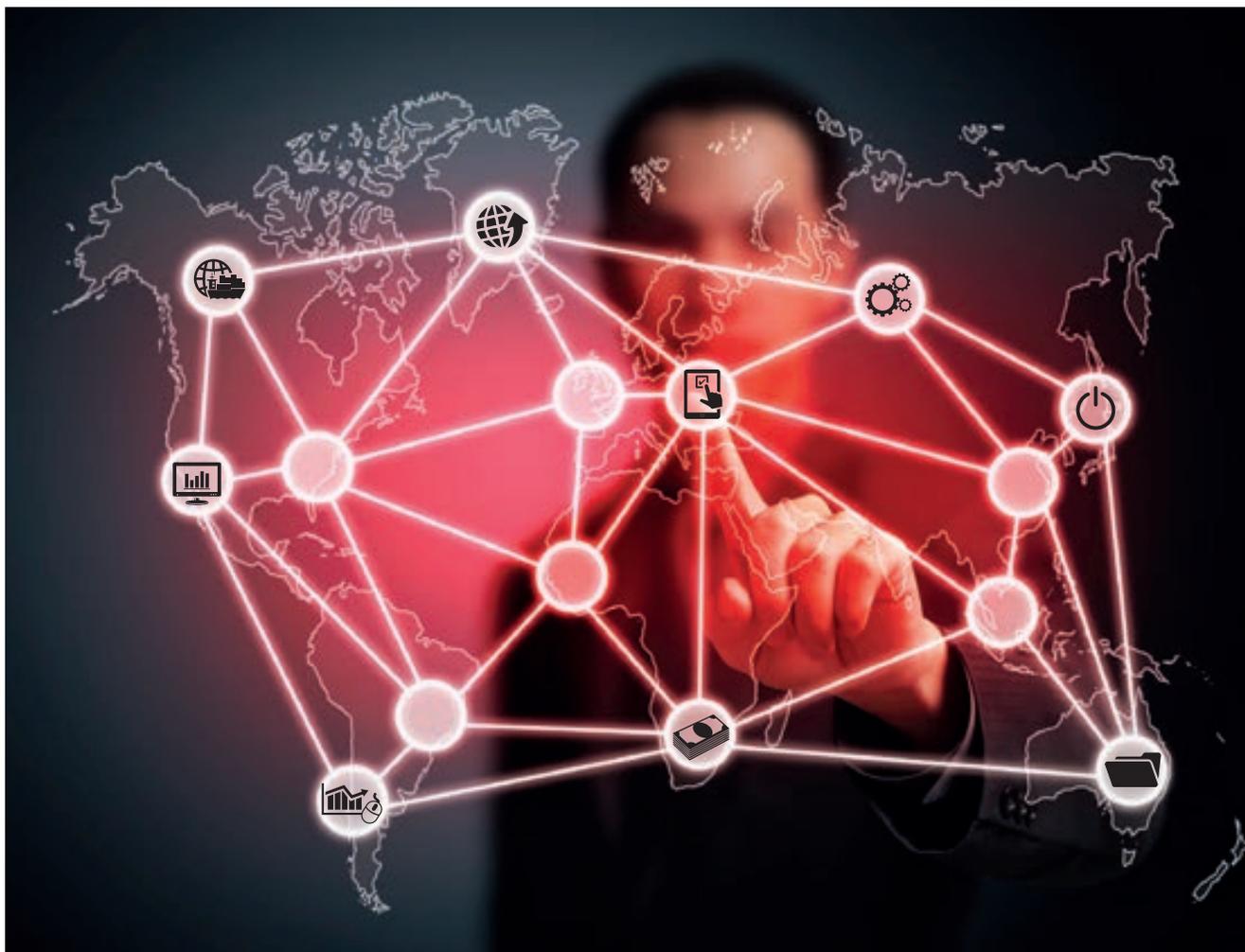
Le fromage de chèvre à l'honneur	50
Les News	52
TopChef Tour	57
Bilan Crémai	58
Bilan Hospitality Style	60
Dégustation à l'aveugle à Rabat	62
Hole in 1	63
Riad n9 à Fès	64
L.A. Fuel Energy	66



# PORTNET, LA GESTION OPTIMALE DE VOS OPÉRATIONS D'IMPORT-EXPORT

Société Générale, votre partenaire à l'international, vous invite dès à présent à utiliser Portnet pour la domiciliation de vos titres d'importation et vous accompagne dans vos démarches de souscription.

Pour en savoir plus, consultez [www.portnet.ma](http://www.portnet.ma)



Votre entreprise a une dimension internationale ?  
Notre expertise n'a pas de frontières !

يدنا في يدك  
الشركة العامة  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

**Trade Center International**  
**05 22 77 91 40**

**PARTENARIAT  
AWB ET BOAD**



Un accord de partenariat a été signé entre Attijariwafa bank et la Banque Ouest Africaine de Développement (BOAD) à Genève en date du 16 mars 2014. Cet accord porte sur la mise en place d'une coopération globale entre les deux institutions dans les activités de Project finance, de conseil, et d'appel au marché financier dans l'ensemble de la zone UEMOA. La combinaison des expertises et savoir faire des deux institutions permettra ainsi d'accélérer la dynamique de financement et d'accompagnement des grands projets, de développer les marchés financiers à travers le déploiement de plusieurs instruments en faveur de la clientèle, et in fine de mieux répondre aux besoins du continent.

**CONFERENCE  
INVESTISSEMENT AUX E.A.U.**



«Exporter et investir sans frontières» était le thème de la première édition de la Conférence Internationale de l'Export et de l'Investissement aux Émirats Arabes Unis qui s'est tenue début avril à Marrakech. Cette édition a mis en lumière les perspectives d'Exportation et d'Investissement dans les Émirats à l'horizon 2020 avec l'évolution de l'ouverture du marché. Plus de 300 participants étaient présents : décideurs de haut niveau du secteur de l'Agroalimentaire, de l'Agriculture, des Banques, des Assurances, des Instances Gouvernementales, de l'Industrie de Plastique, du Papier, du BTP et des Services IT issus des pays de l'Afrique francophone et anglophone ainsi que des Émirats Arabes Unis.

[contact@exporter-investir-emirats.com](mailto:contact@exporter-investir-emirats.com)  
+212 621 700 000

**E-COMMERCE  
FNEM ET DHL EXPRESS**



Fidèle à sa mission principale du développement du e-commerce au Maroc et d'accompagnement des professionnels du secteur, la FNEM (Fédération marocaine du e-commerce) a conclu un partenariat stratégique avec DHL Express visant à faire profiter les 783 membres de la Fédération dont 307 producteurs, d'avantages importants en termes de délais de transport et de livraison des commandes en ligne, partout dans le monde.

En effet, en vertu de cet accord, DHL Express Maroc a développé une offre unique afin de répondre au mieux aux besoins spécifiques des professionnels du e-commerce.

Ainsi, dans le cadre de ce partenariat, DHL Express Maroc réserve aux membres

de la FNEM les privilèges suivants :

- Des tarifs défiant toute concurrence tant pour le service Express que pour le service Rapide.
- Une collecte quotidienne dans les entrepôts des commerçants.
- L'assistance des e-commerçants dans le déploiement de la solution intégrée et sur mesure de DHL Express dans les plateformes e-commerce.
- Paiement différé (de 30 jours) suite à la signature d'un contrat et obtention d'un numéro de compte.

Ces tarifs avantageux vont permettre aux exportateurs traditionnels de développer, à travers le e-commerce, leurs business et d'être plus compétitifs par rapport à la concurrence dans les pays de la Méditerranée.

[www.dhl.com/ma.html](http://www.dhl.com/ma.html) - [www.fnem.org](http://www.fnem.org)



Une banque partenaire pour moi,  
c'est un interlocuteur qui comprend  
vraiment mon métier et qui a toute  
l'expertise avec lui pour m'accompagner



## Via votre Relationship Manager, accédez aux conseils avisés des experts de 17 lignes de métiers

CORPORATE  
BANKING

A la BMCI, votre Relationship Manager est votre interlocuteur privilégié pour construire une relation fondée sur la proximité et l'expertise. A l'écoute de vos besoins, il vous propose les solutions les mieux adaptées pour gérer vos flux, financer votre croissance, développer votre commerce à l'international, fidéliser vos salariés et gérer vos risques. Et si on se rencontrait sur le salon du SIAM à Meknès du 28 Avril au 3 Mai, ou dans l'un de nos centres d'affaires pour en parler ?



Retrouvez-nous  
sur le Salon du SIAM  
du 28 Avril au 3 Mai

COSUMAR

LA NOUVELLE IDENTITE D'UN ACTEUR DYNAMIQUE ET RESPONSABLE

- Une nouvelle identité visuelle, moderne et conviviale
- Une nouvelle étape de développement suite à une mise à niveau réussie
- Une nouvelle dynamique d'avenir, porteuse de nouvelles ambitions

Présent au SIAM 2015, COSUMAR consolide sa position d'acteur agro-industriel stratégique, modernise son identité visuelle et présente son nouveau logo : les couleurs emblématiques de l'entreprise y sont clairement revendiquées, mais adoucies par un halo lumineux ; les polices de caractère, arabes et latines, sont modernisées

et affinées dans l'arrondi, tout comme le cartouche dans lequel s'inscrit depuis toujours l'emblème de COSUMAR et dont la base, désormais incurvée, évoque un sourire, symbole d'une relation de confiance mutuelle avec ses clients et partenaires.

Plus moderne et dynamique, à l'image d'une entreprise en évolution, sur un élan de modernité, ce logo célèbre de façon subtile les valeurs de plaisir, de convivialité, mais aussi d'énergie et de naturalité du sucre, produit vital ancré dans la culture et la tradition marocaines.

En présentant son nouveau logo, COSUMAR entame une nouvelle étape qui fait suite à une importante phase d'évolution. Après la restructuration et la modernisation profondes et réussies de la filière sucrière, amont agricole et outil industriel, le Groupe engage une ère nouvelle de son développement, porté par la confiance de ses actionnaires, de ses partenaires et de son capital humain.

COSUMAR, en s'appuyant sur l'expertise de ses actionnaires, WILMAR leader mondial de l'industrie agroalimentaire et l'ensemble des investisseurs institutionnels marocains, affiche l'ambition de devenir un acteur agro-industriel régional créateur de valeur pour toutes les parties prenantes. Vision confirmant l'ancrage national du Groupe et sa volonté d'ouverture à l'international.

La nouvelle identité visuelle de COSUMAR porte un positionnement institutionnel réaffirmé avec plus de 85 ans au service de la filière sucrière au Maroc, l'attachement fort à son amont agricole et la constance de son engagement responsable. Elle se veut aussi désormais l'expression d'une marque commerciale forte, orientée marché et clients, s'adressant au grand public et confirmant ses engagements de qualité et d'innovation. COSUMAR continuera dans les prochains mois à mettre en oeuvre sa stratégie de Marketing et Communication. COSUMAR entame une nouvelle étape stratégique de son évolution porteuse de plus de valeurs à toutes les parties prenantes.



FORUM

L'HUILE D'OLIVE A L'HONNEUR

La 4e édition du Forum international de l'huile d'olives qui s'est tenu le 6 avril 2015 à Meknès, proposait le thème «Compétitivité et commercialisation de l'huile d'olive : expériences méditerranéennes». Organisé par l'Ecole nationale d'agriculture de Meknès, ce Forum international est conçu comme une plate-forme d'échanges d'expériences, de savoir et de savoir-faire en matière d'oléiculture, proposant à chaque édition de faire le point sur les expériences méditerranéennes de la filière oléicole.



EMBALLAGE

LE BIOPLASTIQUE



Réduire leur empreinte carbone en limitant les émissions de gaz à effet de serre, c'est l'objectif numéro un des industriels de l'agroalimentaire. Et pour cela, une solution : le bioplastique.

Le bioplastique est issu de matières plastiques agrosourcées ou agroplastiques telles que le maïs, la patate douce, le blé, la canne à sucre ou l'huile de ricin, biodégradables et non-polluant, il est de plus en plus privilégié dans l'industrie agroalimentaire. Le géant Tetra Pak a d'ailleurs déjà lancé son premier emballage 100% d'origine végétale.

Visitez notre stand au SIAM de Meknès - Pôles institutionnel-



DEUX AGROPOLES POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES PROFESSIONNELS DE L'AGRO-INDUSTRIE

## NOTRE OFFRE

UNE OFFRE DE TERRAINS INDUSTRIELS VIABILISES

AGROPOLIS

**Localisation** : à 5 mn de Meknès  
**33** projets commercialisés  
**47** lots vendus

BERKANE  
 MEDZ EST

AGROPOLE DE BERKANE

**Localisation** : à 10 mn de Berkane  
**24** projets commercialisés  
**26** lots vendus



MEDZ, LEADER AU MAROC DANS L'AMÉNAGEMENT ET LA GESTION DE PARCS D'ACTIVITÉS

- Nous concevons
- Nous construisons
- Nous commercialisons
- Nous gérons
- Nous aménageons

Sur L'ensemble Du Territoire

- 13 Zones Industrielles** (dont 4 Zones Franches)
- 4 Zones Offshoring**
- 5 Zones Touristiques**



FUSION  
KRAFT et HEINZ



Les ketchups Heinz, les cafés Maxwell et les fromages Philadelphia feront bientôt partie d'un seul et même groupe. En effet, Kraft Foods et H.J. Heinz Company annoncent leur fusion. Ils formeront ensemble le n°3 nord américain de l'alimentation et des boissons, et le numéro 5 mondial. Le nouvel ensemble, qui se dénommera Kraft Heinz, affichera un chiffre d'affaires d'environ 28 milliards de dollars. Il regroupera entre autres 8 marques réalisant plus d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires annuel et cinq dont les ventes se situent entre 500 millions et un milliard.

SALON  
SUCCES A LONDRES

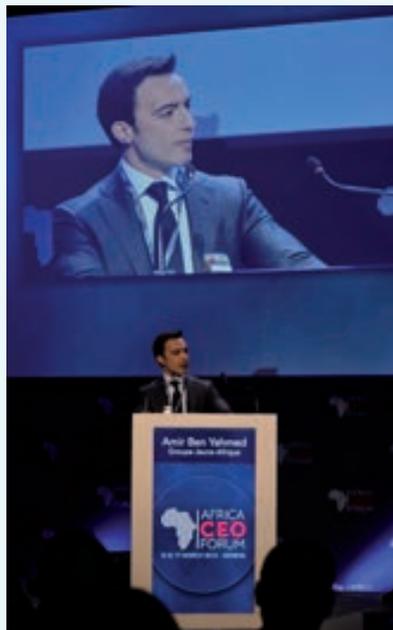


Une vingtaine d'entreprises marocaines de l'agroalimentaire ont participé au Salon international de l'alimentation et des boissons de Londres en mars dernier. Leur souhait : développer un partenariat pérenne à la hauteur des relations politiques excellentes existant entre le Maroc et le Royaume-Uni.

Ce salon a constitué une occasion pour les professionnels marocains d'exposer et faire valoir la richesse de leurs produits qui jouissent d'une haute qualité répondant aux normes internationales, les plus exigeantes sur le marché.

Et même si les produits marocains étaient confrontés à une rude concurrence de la part de quelque 1.350 exposants venant des quatre coins du monde, l'évènement a été un beau succès.

FORUM  
AFRICA CEO 2015



Organisé par le groupe Jeune Afrique, en partenariat avec la Banque africaine de développement (BAD), et Rainbow Unlimited, cette troisième édition du AFRICA CEO FORUM a accueilli, à l'occasion de son inauguration, plus de 800 participants, intervenants et journalistes provenant de plus de 63 pays. Une participation record gage de succès pour le AFRICA CEO FORUM qui s'est donné pour

missions de mettre en lumière le capitalisme africain et de favoriser les rencontres et les débats d'idées pour anticiper les mutations en cours sur le continent et en saisir toutes les opportunités pour les entreprises africaines.

[informations@theafricaceoforum.com](mailto:informations@theafricaceoforum.com)

BISCUITERIE  
UNE USINE POUR OREO



Le groupe américain Mondelez a indiqué l'achèvement d'un programme d'investissement de 11 millions de dollars au Maroc. Objet : la mise en route, en mars, de lignes de fabrication dernier cri pour produire Oreo, un des produits phares du groupe dans le monde. L'unité de fabrication de biscuit Oreo pourra produire 900 millions de biscuits par an ou près de 2,5 millions par jour. L'usine en question est située à Sidi Bernoussi, quartier industriel près de Casablanca

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

# Ford Transit...

## Le meilleur de l'utilitaire.



Accompagnant les professionnels depuis 50 ans, Ford Transit dévoile son nouveau modèle, une référence de durabilité et de fiabilité. Doté d'un moteur 2.2L TDCi et équipé de série de : ABS, ESP, Bluetooth, phares antibrouillard, aide au démarrage en côte, aide au stationnement et une capacité de chargement entre 12 et 15 m<sup>3</sup> pour une solidité à toute épreuve.

**NOUVEAU FORD TRANSIT**  
à partir de **227 000 DH/HT**

#### SCAMA - Groupe Auto Hall

- Case-Siège : 05 22 46 43 80 à 84  
- Case Moulay Ismail : 05 22 24 78 37 / 40  
- Rabat 1 : 05 37 72 58 46  
- Rabat 2 : 05 37 20 08 82  
- Meknes 1 : 05 35 55 02 70  
- Meknes 2 : 05 35 30 05 19 / 543 / 548  
- Roumazi : 05 37 51 66 71

- Kénitra : 05 37 37 99 66  
- Tanger : 05 39 95 11 11  
- Tetouan : 05 39 71 52 05  
- Fès : 05 35 62 59 51  
- Oujda 1 : 05 36 52 40 20  
- Oujda 2 : 05 36 70 60 23  
- Marrakech 1 : 05 24 44 84 22

- Marrakech 2 : 05 24 35 47 20  
- Settat : 05 23 72 00 81  
- El Jebel : 05 23 37 37 22  
- Béni Mellal : 05 23 48 31 10  
- Kara Ba Med : 05 35 62 89 32  
- Saf : 05 24 63 03 63 / 67 / 68

- Casablanca : 05 24 46 90 90  
- Chtouaoui : 05 24 35 27 76  
- Anfaoui : 05 24 23 58 99  
- Agadir 1 : 05 28 84 29 95  
- Agadir 2 : 05 28 83 81 19 / 90 / 91  
- Oujda : 05 28 90 14 12 / 53



**Go Further**

**ARÔMES & CO**  
Créateur Fabricant d'arômes

*Simply Natural... Simply Good!*

## RETROUVEZ LE GOUT

Pour créer nos arômes, nous utilisons ce que la nature nous offre de meilleur.

Vanille - Fraise - Framboise - Kiwi - Mandarine - Pastèque - Melon - Figue - Menthe - Noisette - Vanille - Orange

### UNIVERS ADOS

## DU PEP'S ET DU PUNCH !

Yaourt à boire - Milk shake

#### COCKTAILS

Fruits rouges  
Fruits jaunes  
Fruits verts  
Fruits secs  
Fruits tropicaux  
Fruits exotiques  
Fruits du verger  
Agrumes

#### ENERGIE

Céréales  
Muesli  
Saveur Red Bull  
Cola  
Gingembre  
Aloé Vera  
Guarana  
Kumbucha

### UNIVERS KIDS



**COMME C'EST BON  
D'ÊTRE GOURMAND !**

Yaourt brassé, fromage frais ou lait aromatisé, boissons chocolatés.

#### CLASSIQUE

Vanille caramel  
Vanille Biscuit  
Vanille Fraise  
Fraise fraîche  
Grenadine  
Biscuit  
Chocolat caramel  
Chocolat orange

#### FANTAISIE

Banane bubble  
Cerise chupa  
Fraise Chewing gum  
Barbe à papa  
Carambar  
Speculos  
Pistache nutella  
Toffee



# PRODUITS LAITIERS FRAIS

“ Nous servons vos inspirations avec une patiente exigence, nous restons dans le coeur du fruits et donnons vie à votre imaginaire en respectant vos pures émotions jusqu'à satisfaction. ”

Contact commercial

43, bd Ghandi - Résidence Alami - Casablanca, MAROC  
Tél / Fax : 212 5 22 94 46 17 GSM : 212 6 61 18 90 31

Site 1, Avenue le Golan - ait melloul - Tétouan, MAROC  
fax : 212 5 39 97 31 83

contact@aromes-co.com www.aromes-co.com

## DES CHOSES SIMPLES !

Nous vous ouvrons les porte de notre aromathèque de plus de 5000 saveurs appropriées à l'univers laitier.



UNIVERS ADULTE

### DU PLAISIR SANS COMPROMIS !

Yaourt ferme, yaourt brassé, thermisé, à boire - Boissons lactées avec pulpe de fruits - Yaourt avec morceaux de fruits ou confiture de fruits - Smoothie.

SMOOTHIE	COMPLEXE
Fraise	Pêche Abricot
Pêche	Vanille Cannelle
Framboise	Pistache Amande
Ananas	Avocat Amande
Mangue	Banane Coco
Pomme	Pina Colada
Banane	Framboise Lychee
Agrumes	Pomme Poire



UNIVERS FAMILLE

### UN HÉDONISME À PARTAGER

Desserts lactés : Crèmes desserts, Flan - Crème glacées, Glaces - Lait gélifié aromatisé - Mousses et assimilés.



GOURMAND	GOURMET
Crème vanille	Crème brûlée
Crème chocolat	Panacotta
Mousse chocolat	Tiramisu
Crème pistache	Café moka
Crème machiatto	Dulce de lecce
Crème pralinée	Riz au lait / cannelle
Citron meringué	Nougat
Crème noix de coco	Rose Fleur d'oranger

Arômes de Orange - Pamplemousse

Arôme de la passion

Arôme de Poire - Framboise



# Nouveaux produits

## CHERGUI MINI DAYA



Chergui présente son nouveau yaourt à boire Mini Daya, véritable source quotidienne d'énergie et de bien-être, pour les grands et les petits.

- lait Chergui de haute qualité
- sans conservateurs ni additifs
- petite bouteille pratique de 170 grs

A découvrir à la fraise et à la vanille dans vos points de vente habituels.

[LESDOMAINESAGRIcoles.COM](http://LESDOMAINESAGRIcoles.COM)

## D'AUCY REDUCTION DE LEGUMES



D'aucy Foodservices continue d'innover afin d'apporter toujours plus de praticité et de nouvelles saveurs aux chefs avec Pur. Cette gamme de réductions de jus de légumes présente des aides culinaires 100% naturels et sans additifs, sans sel ajouté et sans allergènes, pour des saveurs et des couleurs renforcées.

A utiliser chaudes ou froides, en l'état ou à diluer pour la réalisation de fonds par exemple, ces réductions de jus sont idéales pour la création de sauces, assaisonnements pour entrées, garnitures et potages, marinades, déglacage ou marquage pour viandes et poissons, ou encore toutes sortes de préparations à base d'œufs.

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

## LACTEL MILK'N GO



Cette boisson nomade pour le petit déjeuner est conditionnée en bouteille de 275 ml. Elle est lactée, UHT et intègre des fruits et des céréales dans sa composition. Trois recettes originales sont proposées : framboise, mangue et chocolat-banane.

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

## CARRE FRAIS UN AVANT GOUT D'ETE



Bongrain sort une nouvelle référence au sein de sa gamme Carré frais 0%. La recette aux oignons croquants lancée l'été dernier laisse place à une version olives et touche de citron, disponible en édition limitée jusqu'au mois d'août. La gamme Carré frais affiche une croissance pérenne depuis plusieurs années (+ 50% en 5 ans).

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

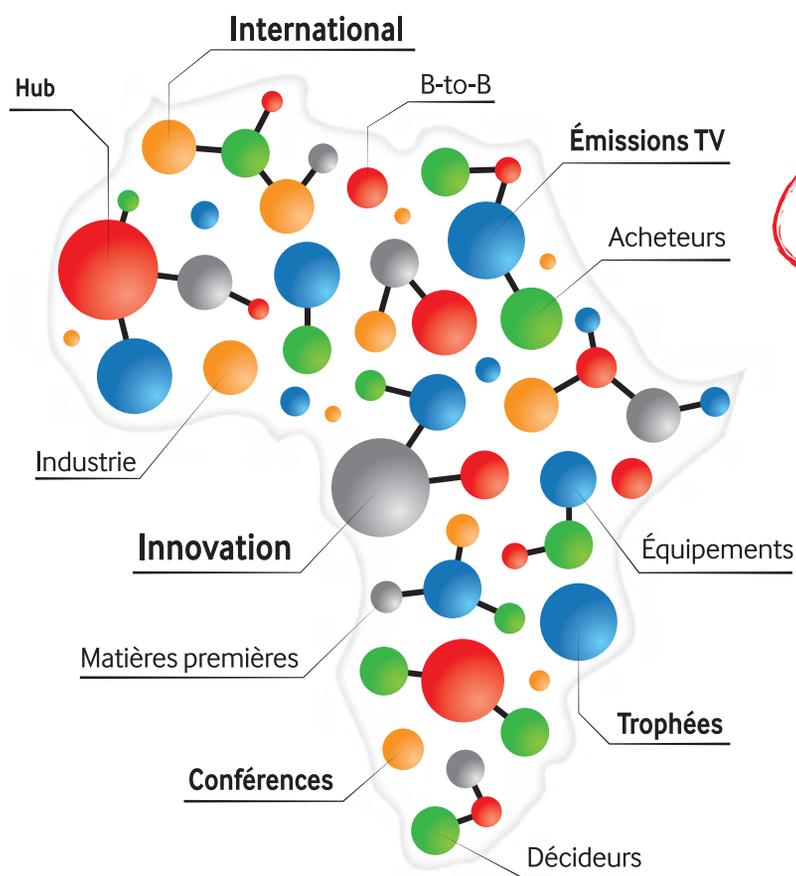


**Du 6 au 8 octobre 2015**

Centre International de Conférences  
et d'Expositions de Casablanca

[www.kimia-africa.com](http://www.kimia-africa.com)

## Le rendez-vous international des acteurs de la Chimie et de la Parachimie



**Réservez  
votre stand !**

### Contact

**Emilie CADET**  
Chef de Projet  
Tél. : +212 5 22 43 96 46  
[ecadet@cfcim.org](mailto:ecadet@cfcim.org)

### 200 exposants :

• Technologies de Procédés • Environnement et Sécurité  
• Mesure, Contrôle et Régulation • Automatismes,  
Systèmes et Informatique Industrielle • Techniques et  
Produits de Laboratoire • Ingénierie, Maintenance et  
Services • Matières Premières et Additifs

### 4 000 participants professionnels :

Investisseurs • Décideurs • Prescripteurs de la  
Production Industrielle et de la R&D

### Organisateur



### Partenaires organisation



### Partenaires Médias



# SIAM : une 10ème édition très attendue

Par Fanny Poun

Inauguré par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, accompagné de Son Altesse Royale le Prince Moulay Rachid et de chefs d'états africains lors des éditions précédentes, le SIAM affirme la volonté Royale de consolider le secteur agricole, maillon essentiel de l'économie marocaine, ainsi que Sa volonté de développer les zones rurales. Interview de Monsieur Chami, Commissaire du salon.

## Dans quel contexte économique va s'ouvrir le SIAM 2015?

• la 10ème édition du SIAM s'ouvre dans un contexte économique favorable porté par une activité agricole en croissance qui s'annonce sous de bons auspices avec une pluviométrie favorablement répartie dans le temps et l'espace qui se répercute positivement sur le nombre d'exposants.

• Ouverture sur le Sud : Sur l'échiquier mondial, l'Afrique fait l'objet d'un intérêt particulier et attire les Investissements Directs Etrangers, et ceci grâce à la taille de son marché et ses richesses naturelles. Le Maroc alors situé à un carrefour stratégique, sert de hub entre le Nord et le Sud et ouvre de belles perspectives pour tous les opérateurs du secteur agricole.

## Pourquoi avoir choisi le thème «Agriculture et systèmes alimentaires» pour cette année?

Il était important de dresser un premier bilan d'une décennie de travail, le thème



### LE THEME

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. Le thème « AGRICULTURE ET SYSTEME ALIMENTAIRE », englobant la totalité des défis à relever par l'agriculture marocaine était approprié pour l'édition de cette année.

«Agriculture et systèmes alimentaires» sonnait alors comme une évidence, puisqu'il regroupe les composantes de toute l'agriculture et met en exergue les acquis et défis, chose qui permettra de prescrire la situation actuelle et d'identifier les problèmes et contraintes nationales et internationales.

D'autre part, dans un monde globalisé ayant subi plusieurs crises sanitaires, il était important de remettre en question la qualité de production des aliments.

## Selon vous, pourquoi ce salon a-t-il un aussi grand succès?

Le SIAM, premier salon Africain, a su s'inscrire parmi les salons aux normes internationales et franchir le top de tous les chiffres clés, cette progression chiffrée se veut numérique mais qualitative surtout. Il faut aussi souligner l'identité unique du salon qui fait sa particularité. Ceci témoigne de l'engouement professionnel et de la qualité des expositions : c'est une plateforme de benchmarking et de mise en relation.

La dynamique commerciale très intense dans les pôles machinisme, produits du terroir et agrofournitures est attirante. Le haut niveau des conférences couplées aux signatures de conventions atteste de sa notoriété. La plus value réside dans l'enracinement du socle de



connaissances relayées.

## Quels seront les temps forts?

- L'inauguration est le point focal du salon
- Les conférences, tables rondes, et mises en relation.
- La visite des délégations étrangères.
- Le concours de plus de 2000 animaux issus de rigoureuses sélections régionales.
- La remise des trophées et certificats.
- D'autres points seront révélés lors du salon.

## Quelles seront les nouveautés de cette année?

• Une nouvelle configuration des espaces d'exposition et de conférences a été repensée. A ceci s'ajoute le choix d'une thématique dans la mouvance mondiale, sans oublier la place qu'occupe le SIAM en tant que modèle pour l'Afrique.

• La mise en relation entre les entreprises qui manifestent un grand intérêt pour développer leurs investissements en Afrique, et dont la porte d'entrée est le Maroc. Le SIAM regroupe un potentiel d'affaires pour les prospecteurs de développement du marché, et est le lieu le plus propice à



leurs activités.

### LES 9 POLES DU SIAM

\* 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,



### LE MADE IN GERMANY VOUS ATTEND AU SIAM

L'Allemagne vous invite à découvrir les technologies et le savoir-faire pour une agriculture performante, aux pavillons allemands au SIAM. Sous la tutelle du Ministère fédéral de l'Alimentation et de l'Agriculture, 20 sociétés exposent leurs génétiques, équipements et intrants bien adaptés aux conditions de l'agriculture marocaine.

Produits exposés : Analyse du sol - Charrues - Épandeurs d'engrais - Semoir - Pulvérisateurs - Phytosanitaire - Semences - Matériel pour pommes de terre - Silos - Groupes électrogènes - Remorques - Système de ventilation - Froid solaire - Séchoirs - Biomasse - Machines à pellets - Mélangeurs - Équipement d'étable - Équipement de salle de traite - Génisses - Génétique.



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.

**1ER SALON DU SECTEUR** en Afrique, rendez-vous incontournable de l'agriculture marocaine, le SIAM rencontre un succès grandissant chaque année. Pour sa 10ème édition en 2015, il prévoit de pérenniser sa nouvelle présentation sur deux espaces, l'un grand public et l'autre dédié aux visiteurs professionnels.

\* 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.



### LA FRANCE TRES PRESENTE

Les entreprises françaises fidèles au rendez-vous!

Le Pavillon France, organisé pour la 7ème année consécutive par Business France (le nouveau nom d'UBIFRANCE depuis sa fusion avec l'Agence Française pour les Investissements Internationaux en janvier 2015), en partenariat avec la CFCIM, réunira cette année 35 entreprises et organismes de tous les secteurs agricoles et agroalimentaires. Elles occuperont plus de 650 m<sup>2</sup> sur le pôle International. La Journée France aura lieu le 29 avril de 9h à 12h30, dans la salle Les Palmiers, et s'articulera autour de deux ateliers :

· Atelier 1 - 9h à 10h30 : « Un partenariat agricole et agroalimentaire franco-marocain pour le développement de l'Afrique subsaharienne »

· Atelier 2 - 11h à 12h30 : « Une marque collective pour valoriser les produits alimentaires méditerranéens »

Le Pavillon France accueillera cette année 35 exposants sur plus de 650 m<sup>2</sup> sur le Pôle International du SIAM

Le SIAM sera ainsi ouvert  
du 28 avril au 3 mai.  
Journées professionnelles :  
du 28 avril au 1er mai.

# LES ENGRAIS

## et leurs utilisations

Par Claude Vieillard

Les engrais apportent aux plantes cultivées des éléments qu'elles ne trouvent pas dans le sol en quantité suffisante et qui améliorent les conditions de leur nutrition et de leur croissance. Les engrais fournissent des éléments fertilisants majeurs, des éléments fertilisants secondaires, et des oligo-éléments. On distingue les engrais minéraux, naturels ou de synthèse, et des engrais organiques, comme le fumier.

### QU'EST-CE QU'UN ENGRAIS?

Pour assurer leur croissance, leur résistance ou leur rendement, il est généralement nécessaire d'apporter de l'engrais aux plantes que l'on cultive. Les engrais sont des substances, destinées à apporter aux plantes des compléments d'éléments nutritifs.

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

L'utilisation des engrais est un



phénomène ancien: ils furent utilisés dès l'Antiquité, où l'on ajoutait au sol, les phosphates des os (calcinés ou non), l'azote des déjections animales et humaines, le potassium des cendres.

### LES DIFFÉRENTS ENGRAIS

#### Les engrais minéraux:

Les engrais minéraux sont des substances d'origine minérale, produits soit par l'industrie chimique, soit par l'exploitation de gisement naturels.

On distingue les engrais simples (ne

### LES PRÉCAUTIONS

L'utilisation massive de certains engrais, notamment azotés, peut entraîner des dommages environnementaux, surtout par la pollution des eaux souterraines. Des précautions sont donc indispensables:

- Éviter les excès, car au-delà de certains seuils les apports supplémentaires non seulement n'ont plus aucun intérêt économique, mais en plus risquent d'être toxiques pour les plantes et de nuire à l'environnement ;
- Maîtriser leurs effets sur l'acidité du sol ;
- Tenir compte des interactions possibles entre les éléments chimiques ;
- Tenir compte des limites imposées par les autres facteurs de production.

### COMPOSITION DES ENGRAIS

Sur l'étiquette du sachet, de la boîte ou de la bouteille d'engrais, figurent généralement les 3 lettres NPK, suivies de 3 nombres (comme 4,3,6). Ces derniers correspondent à la proportion des 3 composants essentiels dans cet engrais.

**N (Azote) :** c'est l'élément de base, naturellement présent dans le sol sous plusieurs formes, dont l'acide nitrique, seul élément assimilable par les plantes. Son action essentielle concerne la partie aérienne des végétaux, tiges et feuillage : c'est l'élément de base d'un engrais.

**P (acide phosphorique) :** son action se concentre sur les racines, dont il assure le bon développement. Il favorise également la résistance aux maladies, et la fécondation (donc floraison, reproduction et fructification).

**K (potasse) :** la potasse favorise le développement des fleurs, des fruits (fraise, mais aussi tomate) et des bulbes.

Il y a aussi des éléments secondaires : le calcium (Ca) et le magnésium (Mg), fournis notamment par la chaux, et le soufre (S) (en quantité plus importante). Ces éléments secondaires se trouvent habituellement en quantité suffisante dans le sol, et ils sont ajoutés uniquement en cas de carence. Tout comme les éléments secondaires, les oligo-éléments contenus en quantité bien plus faible, sont eux aussi ajoutés aux engrais pour pallier à d'éventuelles carences.

contenant qu'un seul élément nutritif) et les engrais composés (qui peuvent en contenir deux ou trois). L'appellation des engrais minéraux est dite NPK, du fait de leur trois composants. Les engrais simples peuvent être azotés, phosphatés ou potassiques. Les engrais binaires sont notés NP ou PK ou NK, les





# ENGAGÉ POUR UNE AGRICULTURE DURABLE



**PARTENAIRE OFFICIEL**



**SIAM**  
SALON INTERNATIONAL DE  
L'AGRICULTURE AU MAROC

Du 29 avril au 03 mai 2015  
Meknès - Maroc

Leader mondial de produits phosphatés, OCP apporte son expertise et son engagement à tous les agriculteurs du continent.

Ses solutions d'engrais phosphatés, adaptées aux spécificités des sols, fournissent les nutriments essentiels et assurent aux récoltes des rendements durables, pour une agriculture de progrès.

**AXIS 50.1 W**

Une nouvelle dimension pour l'épandage d'engrais : autonomie élevée - grande largeur de travail - rendement de chantier élevé - régularité transversale - distribution régulière sur une vaste plage de débit - pas «d'effet dose» : distribution CDA® - Réglage de la largeur de travail depuis le poste de conduite - Régulation automatique et en continu du dosage par système de pesée intégré - Boîtier de commande Quantron E : simple et convivial - Forme de la trémie et des rehausse aux angles cassés pour un meilleur écoulement de l'engrais vers les embases de trémie, faible quantité résiduelle, nettoyage et lavage aisés - Nouveau : GPS Control, le contrôle de la machine par GPS et les solutions ISOBUS : réduisez le nombre de boîtier en cabine.



ternaires NPK. Les engrais chimiques produits industriellement contiennent une quantité minimale d'éléments nutritifs, indiquée sur le sac.

**Les engrais organiques**

Les engrais organiques sont généralement d'origine animale ou végétale. Ils peuvent aussi être synthétisés.

Les premiers (d'origine végétale) sont des déchets industriels. Ils sont intéressants par leur apport d'azote à décomposition lente, et par leur action favorisant la multiplication rapide de la microflore du sol, mais n'enrichissent guère le sol en humus stable.

Les seconds, engrais organiques d'origine végétale, peuvent être des déchets végétaux (résidus verts), compostés ou pas. Mais ils peuvent être aussi des plantes cultivées spécialement comme engrais vert ou préparées dans ce but (purin d'ortie, algues). Ce sont aussi des sous-produits de l'élevage, tels que les fumiers, lisier, fientes, etc.

**LES ENGRAIS COMPOSES**

Mis à part l'élément azote, épandu en majorité directement, l'agriculteur effectue sa fertilisation sous la forme d'un engrais composé NPK ou PK. En effet, les éléments phosphate et potassium sont peu épandus directement sur le sol.



Il existe actuellement deux procédés industriels pour les engrais composés :

- Engrais composés complexes
- Engrais composés de mélange

Les engrais composés complexes sont obtenus à partir de la granulation des différents éléments azote, phosphate et potassium préalablement broyés, mélangés et attaqués par réaction chimique. Leur principale caractéristique est de proposer l'ensemble des éléments souhaités au sein d'un seul granulé. C'est un procédé industriel complexe et consommateur d'énergie. Son coût de fabrication est élevé.

Les engrais composés de mélange sont obtenus à partir du mélange des différents éléments simples préalablement mis sous la forme granulée. Contrairement aux engrais complexes, chaque granulé est un élément simple et la proportion d'élément souhaitée est obtenue sur l'ensemble de la quantité épandue. Compte tenu de l'hétérogénéité des différents produits mélangés, il peut présenter des problèmes de ségrégation lors de l'épandage. C'est un procédé industriel simple avec un coût de fabrication faible. Ce procédé est particulièrement utilisé dans les pays anglo-saxons.

Compte tenu de son plus faible coût économique, le procédé de mélange gagne des parts de marché.

Aujourd'hui, les produits de synthèse (c'est à dire issus de l'industrie chimique) dominent très largement le marché. Cependant, en réponse



à la forte demande émanant des consommateurs, les fabricants et les vendeurs mettent de plus en plus en avant des produits qualifiés de «bio». Et si certains sont connus depuis «la nuit des temps» (guano marin...), d'autres sont apparus beaucoup plus récemment. La mention engrais est réservée aux produits comportant au minimum 3% de N, P, K. De fait, ces produits assez «concentrés» n'améliorent pas la structure du sol : ils sont faits pour nourrir les végétaux.

**VENT EN POUPE DES FERTILISANTS**

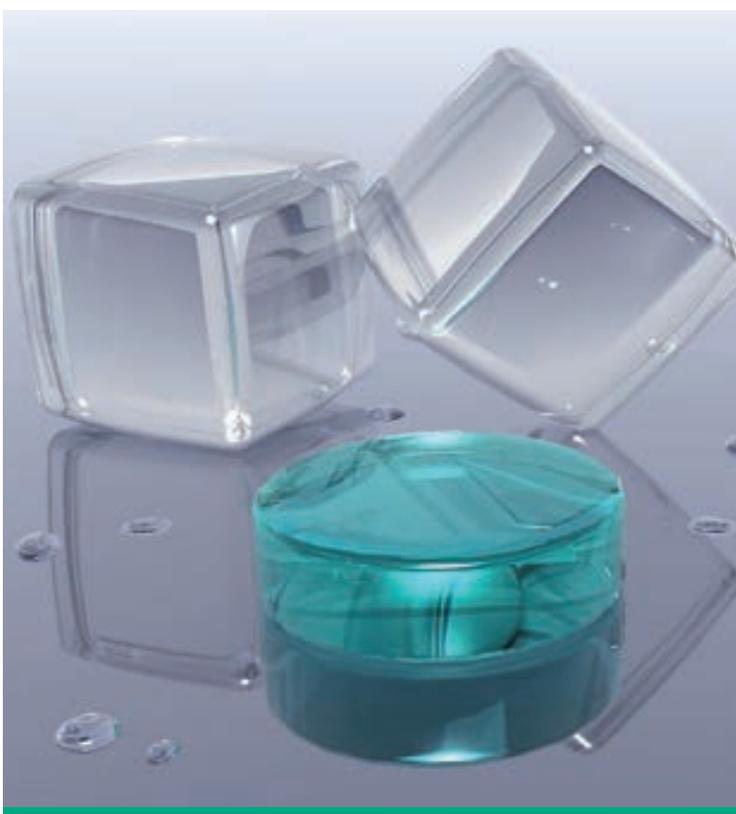
Le groupe OCP a publié ses résultats 2014 et il apparaît une amélioration de la gamme fertilisants. Une montée qui s'explique par un effet des prix de vente en hausse de 15 dollars à 475 dollars la tonne en 2014 et par un effet volume, avec 4,8 millions de tonnes de fertilisants exportés, contre 4,3 millions en 2013. Un niveau record du Groupe grâce à la belle percée réalisée par les produits OCP au sud du Sahara qui sont passées de 800.000 tonnes en 2013 à 1,3 million de tonnes en 2014.

**1<sup>er</sup>**  
SALON INTERNATIONAL

**6<sup>e</sup>**  
SALON INTERNATIONAL

EMBALLAGE  
IMPRESSION  
MACHINES ET ACCESSOIRES

PLASTURGIE,  
CAOUTCHOUC ET COMPOSITES  
MATIERES PREMIERES, MACHINES,  
PRODUITS FINIS ET SEMI FINIS



[www.plast-pack.info](http://www.plast-pack.info)



[www.plast-expo.com](http://www.plast-expo.com)

## Du 3 au 6 juin 2015 Foire Internationale de Casablanca (OFEC)

Sous l'égide du



- Ministère de l'Énergie des Mines, de l'Eau et de l'Environnement
- Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Économie Numérique

Organisateur



Organisateur délégué



En partenariat avec



Partenaires institutionnels



Partenaires média



Partenaire technologie



Partenaires information



Contacts :



Angle rue Tamaris et Bd Mimosas - Ain Sebâa - Casablanca, Maroc - Tél.: +212-10)522 66 24 58/59 - Fax: +212-10)522 66 24 60 - [amplasturgie@menara.ma](mailto:amplasturgie@menara.ma) - [federationdeplasturgie@gmail.com](mailto:federationdeplasturgie@gmail.com) - [www.fmplasturgie.com](http://www.fmplasturgie.com)



5, Bd. Abdellatif Ben Kaddour, Angel Zerktouni - Casablanca - Maroc - Tél.: +212 0 522 36 06 04/71 - Fax: +212 0 522 36 06 21 - [forum7@agenceforum7.com](mailto:forum7@agenceforum7.com) - [forumsept@gmail.com](mailto:forumsept@gmail.com) - [www.agenceforum7.com](http://www.agenceforum7.com)



Kürürsten - Anlage 36 D-69115 Heidelberg - Allemagne - Tél.: +49-62 21-45 65-0 - Fax: +49-62 21-45 65-25 - [info@fairtrade-messe.de](mailto:info@fairtrade-messe.de) - [www.fairtrade-messe.de](http://www.fairtrade-messe.de)

# UNE NUTRITION pour chaque animal

Par Claude Vieillard

L'industrie de la nutrition animale fournit aux animaux une alimentation équilibrée, adaptée à leurs besoins, assurant leur croissance et contribuant à leur bien-être. Il existe une grande diversité d'animaux et de modes d'élevage.

## LES VOLAILLES

Des aliments adaptés à chaque espèce, à chaque âge, à chaque mode d'élevage. Un canard, avec son bec plat, ne pourra pas attraper les mêmes aliments qu'un poussin de quelques grammes avec son bec pointu : les différences de morphologie exigent du fabricant d'aliments de proposer des aliments de taille et de texture adaptée à l'âge comme au bec.

Il doit également produire des aliments pour des animaux qui grandissent très vite comme pour ceux qui prennent plus de temps. Une poule pondeuse,

qui fournit jusqu'à 250 œufs par an, doit trouver dans son aliment de quoi construire des coquilles solides. Un poulet à chair jaune appréciera certaines matières premières quand un dindon reproducteur (qui peut peser jusqu'à 25 kg) aura besoin de plus d'énergie.

Pour les élevages avicoles industriels, l'alimentation distribuée est une alimentation composée complète fabriquée dans les usines spécialisées dans les aliments de volailles. En général, ces aliments sont à base de céréales (maïs surtout, orge, Sorgho, issues de céréales), tourteaux



## AGREMENTS ONSSA

Les établissements de traitement d'aliments pour animaux sont autorisés/agrées par l'ONSSA, conformément aux dispositions de la loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires et des textes pris pour son application. Les établissements agréés par l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) doivent disposer d'un système d'autocontrôle et de traçabilité conformes aux normes en vigueur.



## LA RECETTE

Fabriquer un repas ou fabriquer un aliment pour un animal relèvent des mêmes actions : déterminer le menu pour qu'il soit équilibré (protéines, glucides, lipides, minéraux, vitamines), sélectionner les ingrédients qui conviennent pour apporter tout cela, les préparer (éplucher les légumes ou broyer les grains de maïs), les mélanger et les mettre en forme.

Un animal jeune n'aura pas besoin du même aliment qu'un animal plus vieux.

Un porc ne mange pas comme une volaille. Une vache laitière a d'autres besoins qu'une chèvre. Plus les animaux sont performants, plus ils auront besoin d'aliments plus concentrés en nutriments. C'est pourquoi le formulateur (celui qui construit le menu), est sans cesse en train d'affiner ses recettes et qu'une entreprise peut fabriquer plusieurs centaines d'aliments différents dans son usine.

d'oléagineux (soja et tournesol), farine de poisson (de sardine à 65% MAT), minéraux et prémixes. La majorité des ingrédients (maïs, soja, sorgho, minéraux et vitamines, additifs) sont importés et le reste est produit en totalité ou en partie au niveau du pays. L'industrie de l'alimentation animale, tournée à 90% vers l'aliment volaille est très compétitive et pour l'essentiel bien outillé pour produire des aliments de qualité.

## LES RUMINANTS

Des menus équilibrés

En volume, les aliments principaux des ruminants sont des fourrages (herbe pâturée, ensilage de maïs, foin de luzerne...). Pour compléter la ration de ses animaux qui sont de plus en plus performants, l'éleveur distribue des aliments concentrés. Ils apportent

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI

# AGRICULTURE ET SYSTEMES ALIMENTAIRES

La 10<sup>ème</sup> édition du Salon International de l'Agriculture au Maroc vous ouvre ses portes du 28 avril au 3 mai 2015 à Meknès sous le thème « agriculture et systèmes alimentaires ».

Soyez au rendez-vous pour en explorer les enjeux et les pistes de développement.

10<sup>ÈME</sup> EDITION



SALON INTERNATIONAL DE  
L'AGRICULTURE AU MAROC  
MEKNÈS DU 28 AVRIL AU 03 MAI 2015  
[www.salon-agriculture.ma](http://www.salon-agriculture.ma)

Partenaires Publics



Partenaires Officiels



Sponsors Gold





de l'énergie (avec des céréales, des pulpes de betteraves), des protéines (comme le tourteau de soja et de colza), des minéraux et des vitamines. Les chercheurs ont montré que certains aliments de la vache ont des effets bénéfiques sur l'homme : le lin apporte ainsi des oméga trois que l'on retrouve dans le lait et la viande.

Pour les brebis et les chèvres, les fabricants d'aliments ont développé avec les chercheurs des gammes d'aliments bien adaptés à leur morphologie et à leurs besoins spécifiques.

## LES ALIMENTS COMPOSES

La ration journalière d'un animal est définie par une réglementation définie comme « la quantité d'aliment, rapportée à une teneur en humidité de 12%, nécessaire en moyenne par jour à un animal d'une espèce, d'une catégorie d'âge et d'un rendement déterminé pour satisfaire l'ensemble de ses besoins ».

Un aliment complet est conçu pour apporter la totalité de cette ration en combinant matières premières (riches en énergie, riches en protéines, riches en fibres), minéraux, vitamines...

## MATIÈRES PREMIÈRES

L'alimentation animal fait appel à deux types principaux de MP : les céréales et les sous produits industriels notamment les tourteaux de soja et de colza.

La plupart des céréales et surtout le maïs proviennent de l'étranger, essentiellement d'Amérique, de l'Argentine et du Brésil notamment importées par voie maritime. Elles arrivent à la société par transport en vrac.

Au niveau des matières premières, on peut distinguer :

- \* Céréales (Maïs le plus utilisé, sorgho)
- \* Les tourteaux de soja, tournesol et colza.
- \* Les sous produits de l'industrie alimentaire, tels que le son de blé provenant de la meunerie.
- \* Les liquides : huiles et mélasse
- \* Les acides aminés de synthèse : méthionine, lysine et la thréonine.
- \* Les minéraux : Phosphate, Bicarbonate de sodium et de calcium
- \* Les sels : chlorure de sodium.

**D'APRÈS L'ONSSA**, la législation marocaine interdit l'utilisation de farines animales et de graisses animales dans l'alimentation des animaux d'élevage, à l'exception des farines de poisson et de l'huile de poisson. L'utilisation d'autres produits animaux est autorisée.

Un aliment complémentaire est quant à lui conçu pour compléter des matières premières distribuées à l'animal, par exemple des céréales ou des fourrages (foin, ensilage de maïs...). Il en existe une grande variété selon l'animal et la période où ils sont utilisés. Ainsi, les aliments minéraux assurent la complémentation minérale et vitaminique. Les aliments liquides, riches en sucre et en azote, complètent les fourrages des ruminants. Les suppléments nutritionnels apportent, sur une courte période, certains nutriments en cas de besoins accrus dans certaines circonstances de l'élevage ou de la vie de l'animal (naissance, sevrage, phase critique de croissance...).

## SECURITE

La production d'aliments pour animaux exige une grande rigueur afin de respecter la santé des animaux, celle des hommes qui consommeront leurs produits et l'environnement.

Les fabricants d'aliments pour animaux contrôlent les matières premières et les additifs qui leur sont vendus. Ils s'assurent également de la qualité de leurs fabrications (analyse des points à risque dans les circuits, vérification de la qualité du mélange...). Sans oublier la qualité des produits finis dont ils gardent des échantillons plusieurs mois. Les services de contrôle de l'Etat

vérifient très régulièrement l'ensemble de ces actions.

## QUALITE

La notion de qualité est souvent confuse car elle recouvre de nombreux paramètres et dépend de la perception que chacun se fait du produit. Elle se définit cependant comme l'aptitude du produit à satisfaire ses utilisateurs. La norme Afnor (Association française de normalisation) est très précise « qualité : ensemble des caractéristiques d'un service ou d'un produit qui lui confère l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés ou implicites de tous les utilisateurs ».

Pour les aliments pour animaux, la qualité couvre donc quatre aspects principaux : la qualité hygiénique, nutritionnelle, organoleptique et d'usage que les spécialistes regroupent sous l'expression des 4 S (sécurité, santé, saveur, service).

Chaque animal doit recevoir une alimentation adaptée à son âge et son niveau de production. C'est pourquoi tant les fabricants d'aliments que les instituts de recherche travaillent en continu pour connaître précisément les besoins afin d'adapter les apports sans carence ni excès. A l'usine ensuite de savoir fournir des aliments tant au poussin de quelques grammes qu'à la vache de 500 kg.





# PAVILLON FRANCE

## Pôle International I-5



AGRICULTURE RAISONNÉE,  
PRODUITS DE BIOCONTRÔLE  
[www.ab7-industries.fr](http://www.ab7-industries.fr)



MATÉRIEL D'ÉLEVAGE EN  
ACIER GALVANISÉ  
[www.agritubel.com](http://www.agritubel.com)



TRANSFERT DE SAVOIR-FAIRE  
DES FILIÈRES AGRICOLES



CORNADIS, LOGETTES,  
RACLEURS  
[www.ck-industries.com](http://www.ck-industries.com)



SPÉCIALISTE DU  
TRAITEMENT DE LISIER  
[www.c-r-d.com](http://www.c-r-d.com)



EXPORT GÉNISSES GESTANTES ET  
SEMENCES DE RACE MONTBÉLIARDE  
[www.coopex.com](http://www.coopex.com)



HYGIÈNE, TRAITEMENT  
DE L'EAU, NUTRITION  
[www.cth.fr](http://www.cth.fr)



PÉPINIÈRE FRUITIÈRE,  
NOUVELLES VARIÉTÉS  
[www.dalival.com](http://www.dalival.com)



PÉPINIÈRES FRUITIÈRES



PLANTS FRUITIERS  
CERTIFIÉS



CERTIFICATION  
BIOLOGIQUE  
[www.ecocert.com](http://www.ecocert.com)



PETITS ÉQUIPEMENTS  
TRANSFORMATION LAITIÈRE  
[www.elecrem.com](http://www.elecrem.com)



ALIMENTS D'ALLAITEMENT,  
JEUNES ANIMAUX  
[www.elvor.com](http://www.elvor.com)



SPÉCIALISTE  
DES PLANTS FRUITIERS  
[www.pepinieres-escande.com](http://www.pepinieres-escande.com)



PÉPINIÈRE



EXPORTATEURS  
DE GÉNISSES  
GESTANTES



ÉDITEUR DE LOGICIEL  
INFORMATIQUE F&L  
[www.informia.fr](http://www.informia.fr)



INNOVATION, CONSERVATION,  
FRUITS, LÉGUMES  
[www.jannymt.com](http://www.jannymt.com)



QUALITÉ - INNOVATION  
OUTILS DU SOL  
[www.labbe-rotiel.com](http://www.labbe-rotiel.com)



DÉCOUPE LASER,  
PLIAGE, SOUDURE  
[www.bretagne-laser.com](http://www.bretagne-laser.com)



CONCEPTION, FABRICATION,  
INSTALLATION ABATTOIRS  
[www.norman-sa.com](http://www.norman-sa.com)



VÉTÉRINAIRE  
DIÉTÉTIQUES - LOGICIELS  
[www.obione.fr](http://www.obione.fr)



PÉPINIÈRISTE FRUITIER  
[www.pepinieres-grard.fr](http://www.pepinieres-grard.fr)



PÉPINIÈRES VITICOLES  
[www.comtat.com](http://www.comtat.com)



CORNADIS - LOGETTES  
ABREUVOIRS  
[www.cosnet.fr](http://www.cosnet.fr)  
[www.lagee.com](http://www.lagee.com)



RÉGULATION - VENTILATION  
SURVEILLANCE - ÉLEVAGES  
[www.sodis-france.fr](http://www.sodis-france.fr)



EXPORT-IMPORT  
BÉTAIL ET VIANDES  
[www.sofrana.fr](http://www.sofrana.fr)



SALON PROFESSIONNEL  
INTERNATIONAL ÉLEVAGE  
[www.space.fr](http://www.space.fr)



VENTE À  
L'EXPORTATION DE PLANTS  
DE PÉPINIÈRE



LOGISTIQUE - EAU & ENVIRONNEMENT  
AGRO-INDUSTRIE  
[www.suddefrance-developpement.com](http://www.suddefrance-developpement.com)



RÉSEAU D'ENTREPRISES COUVRANT  
LA TOTALITÉ DU CYCLE DE L'EAU  
[www.swelia.com](http://www.swelia.com)



LOGISTIQUE ET TRANSPORT  
[www.translog-lr.com](http://www.translog-lr.com)



PREMIER, MINÉRAUX  
TOUTES ESPÈCES  
[www.calcialiment.fr](http://www.calcialiment.fr)



FOURNISSEURS ET ÉQUIPEMENTIERS  
DU SECTEUR VITI-VINICOLE  
[www.vinseo.com](http://www.vinseo.com)



NÉGOCE DE BOVINS  
À L'EXPORT  
[www.etsweber.fr](http://www.etsweber.fr)

# PRODUITS DU TERROIR

## LABELLISATION ET SIGNES DISTINCTIFS

Par Fanny Poun

**L**a diversité culturelle transmise à travers les générations et la grande richesse en biodiversité reflétée par la multitude des écosystèmes écologiques, ont fait du Maroc une vitrine riche en produits de terroir dont plusieurs sont endémiques. Conscient de ce potentiel, le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, a réservé aux produits de terroir une place de choix dans sa nouvelle stratégie de développement agricole, le Plan Maroc Vert, lancé par sa Majesté le Roi à Meknès en avril 2008.

Pour assurer la concrétisation du plan stratégique et la mise en oeuvre de la stratégie de commercialisation et de promotion des produits de terroir, le Ministère a mis en place des structures centrales et régionales dédiées à l'encadrement et au pilotage des plans de développement du secteur. Ainsi, une division des produits de terroir et une division de la labellisation ont été créées au niveau de la Direction de Développement des filières de production, et 16 services régionaux des produits de terroir sont chargés de l'encadrement rapproché du secteur. Ce dispositif a été renforcé par la mise en place d'une Direction, au sein de l'Agence pour le Développement Agricole, dédiée à la promotion et la commercialisation des produits de terroir.

Les investigations entreprises au niveau régional ont permis d'inventorier plus de 100 produits de terroir et le recensement de plus de 200 groupements de producteurs. Ces produits ont fait l'objet de fiches détaillées présentant les informations saillantes sur la typicité, les terroirs de production, les usages et les vertus...

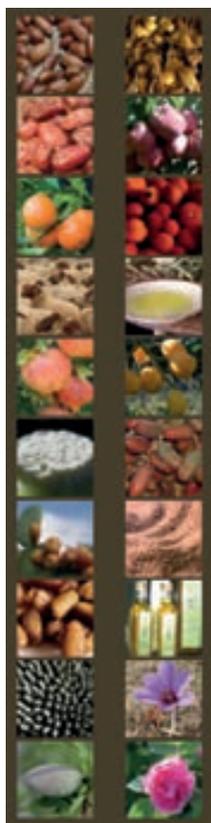
### Système de labellisation

La labellisation a été retenue parmi les principaux axes de la stratégie nationale de développement des produits de terroir.

Elle a pour objectifs :

1. la valorisation de la grande diversité et la promotion de la qualité des produits de terroir et du savoir faire de la population locale.
2. le développement des opportunités du marché des produits de terroir aussi bien national qu'international.
3. le renforcement des liens entre les communautés rurales et leur environnement pour une agriculture solidaire, plus productive et durable notamment dans les zones à fortes contraintes naturelles.

Un grand pas est franchi dans la labellisation des produits agricoles et ce, depuis la publication de la loi n°25-06, relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, promulguée par le dahir n°1-08-56 du 23 mai 2008.



Ce cadre légal, prévoit la mise en place d'un système pertinent et cohérent de reconnaissance et de protection de ces produits qui intègre deux principales étapes :

1. la reconnaissance des signes distinctifs d'origine et de qualité.
2. la certification des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques bénéficiant de ces signes.

Ce système donne l'opportunité à nos produits de pénétrer les marchés et d'être protégés contre toute usurpation éventuelle aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale.

### SIGNES DISTINCTIFS D'ORIGINE ET DE QUALITÉ (SDOQ)

**Indication Géographique :** La dénomination servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, d'une région ou d'une localité, lorsqu'une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée dudit produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et que la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

**Label Agricole :** La reconnaissance qu'un produit possède un ensemble de qualités et de

caractéristiques spécifiques et de ce fait présente un niveau de qualité élevé, supérieur à celui de produits similaires dont il se distingue notamment en raison de ses conditions de production, de fabrication et, le cas échéant, de son origine géographique.

**Appellation d'Origine :** La dénomination géographique d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans certains cas exceptionnels, d'un pays, servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant des facteurs humains et des facteurs naturels, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique.

# metarom GROUP

## PARTENAIRE DU GOÛT

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

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

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



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

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



# metarom GROUP

## ARÔMES & CARAMELS



CRÉATEUR DE SOLUTIONS AROMATIQUES

Arômes sucrés et salés, solutions fonctionnelles.



CRÉATEUR DE CARAMELS

Caramels aromatiques, fourrages, nappages et colorants.

RCS 397 566 860 000 29 - POINT VIRGULE - 03 44 23 48 48

### METAROM UMA

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

# JOURNEE NATIONALE DE L'OEUF

## Les recommandations

Par Safia Ouakil

**A** l'issue de la journée d'études organisée par l'ANPO en janvier dernier au Centre International de Conférences Mohammed VI à Skhirat en célébration de la 7ème édition de la Journée Nationale de l'Œuf, des recommandations ont été faites pour le secteur.

La consommation moyenne par habitant et par an d'œufs a enregistré une hausse notable entre 1970 et 2011 en passant de 21 à 154 unités/hab/an. Cependant, ce niveau demeure très faible par rapport à celui relevé dans plusieurs pays à développement similaire et ce malgré leur haute valeur nutritionnelle, leur qualité et leur bienfait sur la santé. Cependant ces atouts sont, toutefois, mal connus par le consommateur.

C'est dans cet esprit d'information que s'organisent les journées nationales de l'œuf, célébrées par les professionnels du secteur le 15 janvier de chaque année, en vue d'inciter à la consommation d'œufs et de faire évoluer le comportement du consommateur marocain.

L'ANPO vise ainsi à instaurer un rendez-vous annuel de contact direct entre les professionnels et le consommateur à travers une campagne de communication institutionnelle sur les qualités vitales et intrinsèques de l'œuf (valeur nutritive, bienfaits de l'œuf, qualité des œufs,...).

Parmi les objectifs assignés à cette journée nationale de l'œuf, on peut noter nombre de recommandations utiles à la valorisation du secteur.

Organisation des circuits de commercialisation de l'œuf

- Ouvrir pour la mise en place de statistiques fiables de la filière ;
- Structurer le marché «Biada» dans la perspective d'améliorer les circuits de commercialisation et de mettre en place une bourse de l'œuf de référence, susceptible de cerner les mécanismes du marché en quantifiant l'offre et la demande et en permettant la formation de prix réels.
- Désigner un comité mixte entre les représentants des producteurs



et des commerçants de l'œuf de consommation dans l'objectif de prendre les mesures nécessaires et urgentes concernant l'avenir du marché «Biada»;

- Création d'une fédération nationale et des associations régionales des commerçants de l'œuf de consommation pour l'organisation des circuits de commercialisation de l'œuf.
- Négocier deux fois par semaine le prix de l'œuf sur la base de l'offre et de la demande au lieu de le faire tous les jours, tel que c'est le cas actuellement.

Nouveaux débouchés : Export et transformation de l'œuf ;

\* Export :

- Promouvoir l'export de l'œuf notamment vers les pays de l'Afrique et ceux du Moyen-Orient ;
- Organiser des missions de prospection des marchés extérieurs notamment en Afrique et au Moyen-Orient et confirmer la présence des professionnels aux salons et manifestations avicoles en concertation avec l'ASMEX et Maroc Export;
- Instituer par voie réglementaire des aides sur le fret des œufs à

l'export à hauteur de 15 centimes/unité exportée, et ce afin d'assurer des exportations régulières sur toute l'année indépendamment du prix de vente de l'œuf sur le marché local.

\* Transformation:

- Encourager la diversification de la consommation de l'œuf à travers les ovoproduits, surtout pour le secteur industriel ;
  - Mise en place d'un cadre juridique qui oblige l'utilisation des ovoproduits dans la restauration collective et les industries agroalimentaires où l'œuf est utilisé comme matière première.
- Stratégie triennale de communication pour la promotion de l'œuf;
- Contribuer à la mise en place de la





Stratégie Nationale de Nutrition 2011-2019 engagée par les trois ministères de la Santé, l'Agriculture et l'Education Nationale ;

- Désigner un comité polyvalent (médecine, nutrition, sécurité sanitaire des aliments,...) de recherche et de promotion des produits avicoles (y compris l'oeuf) qui sera l'interlocuteur avec les médias ;
- Mettre en place un club de presse qui veillera à l'accompagnement de l'activité de l'Association tout en assurant un suivi régulier de la conjoncture de la filière ;
- Adopter une stratégie de communication à travers la radio pour assurer une couverture optimale à moindre coût et toucher toutes les catégories sociales ;
- Mettre en place une stratégie de communication adaptée aux périodes de crises ;
- Organiser des séminaires au profit des prescripteurs pour dissiper les mauvaises idées sur l'oeuf ;
- Dynamiser le site web de l'Association ainsi que les réseaux sociaux : facebook, Twitter et Youtube.
- Instituer une lettre d'information sur l'oeuf susceptible de couvrir l'activité de l'Association et de centraliser toute l'information utile sur la filière et de veiller à en respecter la périodicité et à en assurer une large diffusion.
- S'attacher les services d'un Conseiller nutritionniste qui parlera en permanence des bienfaits nutritionnels de l'oeuf ;
- Désigner un ou plusieurs portes parole qui seront habilités à communiquer au nom et pour le compte de l'ANPO chacun dans la limite de ses compétences et sa spécialité.
- Promotion de la consommation de l'oeuf à travers la communication sur ses bienfaits nutritionnels et par le développement de recettes à base d'oeufs en concertation avec des professionnels du culinaire.



## Le savoir-faire suisse à deux pas de chez vous

### LEISTER Suisse :

Leader mondial, machines entièrement fabriquées en Suisse, solution durable pour le soudage, la réparation plastique et l'air chaud :

- Soudage de géomembranes pour bassin d'eau
  - Fabrication et réparation des bassins, conduits et réservoirs en plastique
- Processus à air chaud dans l'agroalimentaire (rétraction, séchage...)

### CCIC Maroc

- Exclusivité et couverture sur tout le territoire marocain
- Équipes commerciales et SAV formées par LEISTER, prix raisonnables étudiés avec le fabricant, disponibilité de pièces d'origine et de matériel



150, Rue d'Ifni, 20 500- Casablanca  
 Tél: +212 522 44 10 33- Fax: +212 44 20 03  
 Email: contact@ccic.ma- Site web: www.ccic.ma



# RETROUVEZ LE PLAISIR DU TRAVAIL AVEC LA TOUTE NOUVELLE GAMME T4 POWERSTAR™

La toute nouvelle gamme de trois modèles T4 PowerStar™ a été conçue pour vous apporter encore plus de confort. Avec des puissances de 55 à 75 ch, la nouvelle gamme T4 PowerStar™ répondra à toutes vos exigences, la sérénité en plus. Avec son nouveau design et ses performances de choix, le nouveau T4 PowerStar™ est bien le dernier-né de la famille New Holland.

## UN PLAISIR DE CONDUITE ABSOLU

Avec la nouvelle cabine deluxe VisionView™, conçue pour optimiser vos performances, les longues journées de travail passeront plus vite : cette cabine offre un confort ergonomique à tous les opérateurs et devient une référence dans sa catégorie. L'air conditionné et le siège passager portent le confort du T4 PowerStar™ à un niveau absolu. Le plaisir garanti.

## RENDEMENT ET PUISSANCE

Si vous recherchez un tracteur offrant un rendement exceptionnel dans des dimensions réduites, le T4 PowerStar™ est un choix évident. Avec un ratio poids / puissance de 30,4 ch ce tracteur affiche une sobriété exceptionnelle. Le chargeur frontal entièrement intégré, avec ses temps de cycles rapides, permet une plus grande efficacité des travaux de manutention, en particulier lors de son utilisation avec l'inverseur hydraulique Powershuttle. Performance garantie.



## FACILITE D'ENTRETIEN

Avec New Holland, passez plus de temps à utiliser votre tracteur et moins de temps à sa maintenance ! Le T4 PowerStar™ vous procure cette extrême sérénité. Des longs intervalles de 500 heures entre les vidanges, des vérifications journalières simplifiées grâce au capot moteur monobloc et des points de contrôle et de graissage accessibles du sol, rendent la maintenance de votre tracteur extrêmement facile. Tranquillité garantie.

## POLYVALENCE

Il n'y a pas deux exploitations agricoles identiques, c'est pourquoi le T4 PowerStar™ a été conçu pour offrir une exceptionnelle polyvalence. Parfaitement à l'aise dans les travaux courants, il peut très facilement se prêter à une activité spécifique avec un chargeur frontal ou à la prise de force tout en restant performant au

transport ou aux champs. Ce tracteur polyvalent apporte aussi une solution parfaite pour les collectivités ou pour l'entretien des terrains de golf grâce à son homologation moins de 3.5T de PTAC (le permis poids lourd n'est pas nécessaire, seul le permis B suffit). Polyvalence garantie.

## LES CARACTÉRISTIQUES DE LA GAMME

La puissance du T4 PowerStar™ apparaît clairement sur le capot. Les deux premiers caractères ' T4 ' font référence à la gamme de tracteurs et les deux chiffres suivants, par exemple ' 75 ', indiquent la puissance maximale du moteur. Ainsi, vous pouvez acheter votre T4 PowerStar™ avec la certitude que ses performances seront en parfaite adéquation avec vos besoins.

[newholland.com](http://newholland.com)



6

ème

# Édition des Journées Techniques de l'Institut de Formation de l'Industrie Meunière

27-28

Mai 2015

**IFIM**

Gasablanca

**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





Sous l'égide du Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie Numérique  
et du Ministère l'Education Nationale et de la Formation Professionnelle

# Invitation

# Solutech

SALON DU MANAGEMENT PAR LA PERFORMANCE

20  
15

11<sup>ème</sup>  
ÉDITION  
28 - 30  
Mai -2015

Hyatt Regency  
Casablanca

# Salon Management par la Performance

Outils et démarches

Inscrivez-vous dès aujourd'hui  
au programme des conférences et ateliers

Tél: 06 73 09 03 02 - [www.solutechq.org](http://www.solutechq.org)

ESPACE EXPERTS B TO B | EXPOSITION | CONFERENCES | ATELIERS | TABLES RONDES

Certification - Qualité - Audit - Formation - Organisation - Normes et référentiels - Risques - Développement Durable - RSE - Lean Management

Sous le parrainage de:



Sponsors Majors



Partenaires Métiers



Partenaires Médias



Partenaires Associatifs



## SIAL CANADA

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

du 28 au 30 avril 2015 à Toronto - Canada

+1 (514) 289-9669

<http://www.sialcanada.com>

[info@sialcanada.com](mailto:info@sialcanada.com)



## EXPO MILANO

Protection de l'environnement

Energies propres - Energies

renouvelables Foires

internationales Foires

industrielles Agro-alimentaire

du 01 mai au 31 oct. 2015 à Milan - Italie

+39 02 89459400 / 499

<http://www.expo2015.org/fr>



## SIAL CHINA

Salon international de l'alimentation, des boissons, vins et spiritueux du 06 au 08 mai 2015

à Shanghai - Chine

+33 (0)1 49 68 51 00

<http://www.sial.fr/>

[sial@sial.fr](mailto:sial@sial.fr)



## INTERWINE CHINA

Vin et spiritueux - Vitiviniculture & œnologie - Bière

Agro-alimentaire

du 10 au 12 mai 2015 à

Guangzhou - Chine

+86 20 87353891

[interbake@faircanton.com](mailto:interbake@faircanton.com)

<http://www.faircanton.com>



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



## IPSEN LOGISTICS

*Power beyond cargo*



**LIQUIDES  
EN BOÎTES:**



**EFFICACE >>> AVANTAGEUX >>> FLEXIBLE**

- Installé dans des containers 20' dry, le flexitank permet le transport en vrac liquide de tout produit non dangereux: huiles alimentaires, produits chimiques, vin, etc.
- capacité de 240 hectolitres
- équipe de spécialistes dédiée au montage et pompage sur vos sites

IPSEN LOGISTICS 6. Allée des Cyprès 20250 Ain Sebâa T: +212 522 66 67 70 F: +212 522 66 67 71 E: [info-ma@ipsenlogistics.com](mailto:info-ma@ipsenlogistics.com)

# HALIEUTIS

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

(suite)

Le 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. Voici la deuxième partie du bilan de ce salon.

### PERSPECTIVES A COURT ET MOYEN TERMES

Trois projets mobilisent particulièrement les équipes du DPM et des organismes partenaires :

- Réussir le décollage de l'aquaculture au Maroc grâce, notamment, à la définition de plans d'aménagement dédiés à cette activité. Trois zones prioritaires devraient faire l'objet de planification à des fins aquacoles : la région d'Oued Eddahab-Lagouira, la région Souss-Massa-Drâa et la méditerranée.

- Poursuivre la Promotion de l'investissement et de la création d'emplois dans les provinces du Sud notamment à Dakhla où le Département a lancé, le 11 juillet dernier, un Appel à Manifestation d'Intérêt pour la réalisation de projets de valorisation des petits pélagiques en contrepartie de quotas de pêche et de possibilités



d'approvisionnement auprès de la flotte côtière opérant dans le port ;

- Et poursuivre l'accompagnement de la promotion des produits de la mer marocains tant sur le marché national qu'international.

### LES COOPERATIONS

#### Note de coopération avec la Mauritanie

- Accord de coopération entre les deux pays conclu le 13 juin 2000 à Nouakchott,

- La commission mixte a tenu 4 sessions, la dernière en 2004,

- La Mauritanie est le grand bénéficiaire de la coopération halieutique avec le Maroc,

- Les relations de coopération ont connu un léger déclin depuis quelques années,

- Le Département de la Pêche Maritime déploie tous les moyens pour faire bénéficier la Mauritanie de son expérience et des possibilités de formation,

- Visite de travail du Ministre marocain de l'Agriculture et de la pêche Maritime en Mauritanie en Janvier 2015

Points de la bilatérale

- Dynamiser les activités de coopération halieutique et relancer les commissions sectorielles entre les deux pays.

- Inviter les deux parties à démarrer le travail d'élaboration du nouveau protocole de pêche et prévoir la date de la prochaine commission mixte.

#### Note de coopération avec la Russie

- Coopération datant de 1978 avec l'URSS puis, depuis 1992, avec la Fédération de Russie

- L'Accord en vigueur, conclu le 14 février 2013 pour une durée de 4 ans,



accorde un quota de pêche annuel de petits pélagiques dans le Stock C de 100.000 tonnes à 10 navires russes

La 2ème session de la commission mixte s'est tenue le 08 Avril 2014 à Agadir

- L'Accord prévoit une coopération en matière scientifique (campagnes de prospection halieutique) et des bourses d'études en faveur d'étudiants marocains.

#### Accords bilatéraux avec la Côte d'Ivoire

En matière de pêches maritimes, les relations entre le Maroc et la Côte d'Ivoire ne datent pas d'hier :

- D'abord formalisées dès 1999 par la signature à Abidjan d'un accord de coopération le 1er juin de cette même année ;

- Elles ont ensuite été actualisées par la conclusion d'un nouvel accord signé à Abidjan le 19 mars 2013;

- Puis par la signature d'un protocole de mise en œuvre signé en marge de la Visite Royale en Côte d'Ivoire en février 2014

- Enfin, depuis plus de 15 ans, plusieurs cadres ivoiriens ont bénéficié de possibilités de formation au Maroc dans les établissements spécialisés aussi bien pour la formation de longue durée que pour les stages de

perfectionnement.

Le Maroc est attaché à continuer sur cette voie de renforcement des capacités humaines en Côte d'Ivoire pour faire bénéficier les administrateurs et les professionnels de la pêche de l'expérience et du savoir-faire du Maroc dans ce domaine.

### Accords bilatéraux avec le Japon

Le salon a été l'occasion de célébrer la 30ème année de la coopération maroco-japonaise. Un accord a débuté en 1985 et a permis un transfert du savoir japonais vers le Maroc en matière



de recherche scientifique halieutique, formation maritime ainsi que dans le volet d'appui du Japon au Maroc dans la mise en place des infrastructures et logistique et plus précisément via la construction des villages de pêcheurs, des laboratoires, centres de valorisation et des établissements dédiés à la formation.

Une invitation a dans ce cadre été lancée à la délégation japonaise pour se pencher sur les opportunités d'affaires au Maroc dans les volets de la pêche, de l'aquaculture, la valorisation et l'agroalimentaire.

Aziz Akhannouch a fait l'éloge d'un pays qui, depuis 1985, a « montré un engagement fort à l'égard de son partenaire marocain » en lui permettant de structurer son secteur halieutique. Et le ministre d'énumérer « l'appui pour la recherche scientifique halieutique et la formation, la construction de villages de pêcheurs, de laboratoires et de

### QUELQUES CHIFFRES

- 320 marques et enseignes ont été représentées ;
- 230 exposants ont participé à cette troisième édition ;
- Et 36 pays internationaux ont également répondu présents lors de cette édition.

centres de valorisation. » - See more at: <http://www.leconomiste.com/flash-infos/halieutis-hommage-30-ans-de-collaboration-avec-le-japon#top>

En conclusion, le secteur de la pêche maritime a connu, dans ses composantes pêche et valorisation, un bond indéniable. Des progrès attendus pour les prochaines années devraient ancrer davantage ce secteur comme l'une des locomotives de développement de l'économie nationale.

# ABDL

## INDUSTRIE


Tél. : 05 22 35 92 91 / 35 98 06 - Fax : 0522 35 94 18 - E-mail : [info@abdindustrie.com](mailto:info@abdindustrie.com) - [www.abdindustrie.com](http://www.abdindustrie.com)

# PREVENTICA

## Un nouveau rendez-vous international est né

La deuxième édition de Préventica Maroc a fermé ses portes et c'est un beau succès. Avec 142 exposants internationaux (pour 96 en 2014), et plus de 3 900 visiteurs (2 816 en 2014) soit une augmentation de 38%, Préventica 2015 a réussi à relever le défi de réunir tous les acteurs de la Santé et de la Sécurité dans l'entreprise, du Maroc mais aussi du Maghreb et de l'Afrique de l'Ouest.

L'événement répond aujourd'hui à un double enjeu stratégique :

L'enjeu politique porté par les acteurs institutionnels associés à l'événement (Ministères de l'Emploi, de l'Industrie, de l'Energie, des Transports, de la Formation Professionnelle, de la Santé, la DGSN, le CNPAC, la CGEM et les syndicats UMT, CDT et UNTM) est de sensibiliser les entreprises et les collectivités territoriales, sur l'impérieuse nécessité de préserver la santé au travail par la prévention des risques professionnels, et de garantir la sécurité de l'entreprise contre les actes de malveillance et le risque incendie.

L'enjeu économique : Les nouveaux besoins liés à la Santé au travail et à la Sécurité/Sûreté des Entreprises favorisent la création de nouvelles activités et le développement de petites et grandes entreprises marocaines, rassemblées ici autour des deux entreprises partenaires Gold



Les temps forts du salon (Dîner d'Ouverture, Inauguration Officielle, Délégations étrangères, ...) ont permis d'accueillir de nombreuses personnalités marocaines et étrangères, faisant de ces 3 jours un carrefour institutionnel de grande ampleur.



de l'événement représentées par leurs présidents :

Monsieur Driss BENOMAR, Alomra Group International et Monsieur Ali HARRAJ, Wafa Assurance.

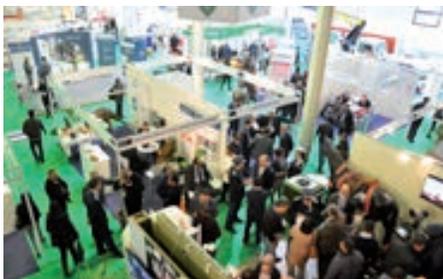
Cela permet également la mise en oeuvre de partenariats avec des opérateurs étrangers afin de développer aussi bien l'exportation de produits et services marocains que l'importation de solutions étrangères innovantes.

Avec 21 nationalités présentes\* pendant 3 jours sur le salon, l'événement confirme sa dimension internationale, ainsi que la vocation de

hub économique du Maroc, à la croisée des relations entre l'Europe et l'Afrique de l'Ouest.

\*Parmi lesquelles : Algérie, Tunisie, Sénégal, Burkina Faso, Mauritanie, Portugal, Italie, Chine, Vietnam, Canada...

Rendez-vous est pris pour la 3ème édition!



Durant 3 jours, 39 conférences et forums ont rassemblé un large public (plus de 70 personnes en moyenne par conférence, 1800 participants en tout) afin de balayer les grands thèmes de la santé au travail, de la sécurité incendie et de la sécurité des personnes et des biens. L'association d'experts marocains, africains et européens a permis des échanges de haute qualité.

# SALON ISAFE : la sécurité avant tout!

Les pays africains font face à de nouveaux risques liés au développement de leurs infrastructures et industries. Les risques inhérents aux aléas climatiques, aux catastrophes naturelles, et plus récemment à l'émergence du terrorisme sont autant de facteurs qui imposent aujourd'hui aux gouvernements la mise en place prioritaire d'équipements dans le domaine des services de secours et de lutte contre l'incendie.

Le salon ISAFE s'inscrit dans l'action globale du Bureau Arabe de la Protection Civile et des Secours veillant à promouvoir la culture de la prévention et de la gestion des risques au sein des pays membres que ce soit par le partage d'expériences qu'en termes de recommandations d'équipements ou bien encore de mise en place de fonds de solidarité destinés à faire front commun face aux catastrophes.

C'est dans ce contexte qu'IEC organisait du 9 au 12 avril 2015 à Casablanca la 2ème édition du Salon ISAFE (International Security and Fire Fighting Exhibition) sous l'égide du Ministère de l'Emploi et des Affaires Sociales, du Ministère de la Santé, du Ministère de l'Équipement, du transport et de la Logistique, du Ministère de l'Habitat et de la Politique de la Ville et en partenariat avec la Fédération Marocaine des Sociétés d'Assurances et de Réassurance, la Société Marocaine de Médecine d'Urgence et de Catastrophe, l'Observatoire Marocain d'Hygiène, Sécurité & Environnement (OM-HSE), de l'Institut Marocain de Normalisation (IMANOR), du Collège National des Médecins du Travail (CONAMET) et de l'Association Professionnelle des Cimentiers (APC).

Véritable vitrine des nouvelles technologies de la prévention des risques, des secours et de l'urgence et plateforme annuelle de rencontres, de débats au



service des opérateurs du secteur, ISAFE représente une réelle opportunité de développement de votre activité au Maroc et plus globalement en Afrique.

Le Salon ISAFE a en effet pour objectif de rassembler en un lieu unique les innovations, les compétences, et les meilleurs spécialistes en :

Lutte contre l'incendie  
Santé et sécurité au travail  
Sûreté

Sécurité industrielle et environnementale  
Cette manifestation d'envergure a réuni 150 exposants internationaux et accueilli plus de 3.000 visiteurs professionnels en provenance du Maroc, d'Afrique et du continent européen.



## 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



# CERTIFICATION ISO 22000

## Pour Newrest Maroc Services

**M**ars 2015 : Newrest Maroc Services est la première société de restauration collective au Maroc à obtenir pour ses établissements la certification ISO 22 000. Entretien avec Monsieur Marc Giraud, Directeur Général Délégué.

### Pourquoi avoir choisi de vous engager dans cette voie ?

La sécurité des aliments est pour nous une priorité absolue et fondamentale et nous mettons en œuvre chaque jour une démarche qualité volontaire pour le respect des normes et des bonnes pratiques d'hygiène.

### Quels sont vos objectifs en matière de qualité chez Newrest ?

En fonction de la typologie de nos interlocuteurs, nous poursuivons les objectifs suivants :

- Pour nos clients (signataires du contrat de prestation) :

Nous assurons une prestation répondant aux exigences réglementaires et contractuelles, en particulier celles relatives à la sécurité des aliments.

Nous accompagnons la démarche Qualité de la restauration dans leur établissement.

Nous les informons régulièrement sur la vie de l'entreprise.

- Pour nos convives (consommateurs) :

Nous assurons un suivi de la prestation. Nous proposons une qualité de prestation optimale en matière de sécurité des aliments : aucun cas de Toxi Infection Alimentaire et une conformité des analyses microbiologiques.

Nous mesurons et suivons leur satisfaction pour répondre au plus près



à leurs attentes.

- Pour nos équipes :

Nous leur garantissons une mise à disposition de moyens (Ressources Humaines, Gestion, Démarche Qualité,...) leur permettant d'effectuer leur prestation dans des conditions optimales.

Nous leur donnons des axes d'amélioration de leur prestation.

### En quoi cette certification est-elle importante pour Newrest ?

Notre société a pour objectif de devenir

« La référence qualité » de la profession. Nous investissons beaucoup de moyens afin de parvenir à cet objectif et notamment :

- L'assistance d'un Médecin pour le pilotage de notre service qualité & médecine du travail comptant 19 collaborateurs diplômés d'Etat.

- Partenariat avec un laboratoire d'analyses microbiologiques réalisant pour notre compte plus de 10 000 analyses de plats cuisinés par an.

- Cellule de chefs formateurs : 1 chef

### À PROPOS DE NEWREST

Créé en 1996 sous le nom de Catair, le Groupe Newrest, présidé par Olivier Sadran et Jonathan Stent-Torriani, est aujourd'hui le seul caterer à intervenir sur l'ensemble des secteurs de la restauration et des services associés : catering aérien, buy-on-board, duty-free à bord, catering ferroviaire, concessions aéroportuaires et autoroutières, restauration collective, bases-vie et services de support. Avec ses 28.000 collaborateurs présents dans 49 pays, le Groupe Newrest, avec un chiffre d'affaire de 1386,6 millions d'Euros en 2014 et un capital détenu à 90,1% par le management, est également le second acteur mondial indépendant du catering aérien.





Newrest Maroc Services est une joint-venture entre le Groupe Newrest et le groupe Rahal, présidé par Monsieur Abdelkarim Rahal Essoulami, entrepreneur et traiteur marocain de renom.

exécutif + 5 chefs formateurs

- Une direction technique pilotant les aspects techniques de nos restaurants
- Un service achats pilotant les fournisseurs dans le cadre de l'ISO 22000
- Un service RH fort de 15 collaborateurs pour un accompagnement social des salariés
- Un service formation intégré et dynamique et bientôt une Académie.



### QU'EST CE QUE L'ISO 22000

L'ISO 22000 est une norme internationale, relative à la sécurité des denrées alimentaires. Elle vise à faciliter la gestion de la sécurité en :

- reconnaissant les guides de bonnes pratiques d'hygiène (des interprofessions ou des entreprises);
- imposant une obligation de résultats, mais en laissant le libre choix des moyens;
- limitant la redondance des moyens de maîtrise et en favorisant la communication entre les acteurs;
- prenant en compte certaines exigences particulières des clients sur la sécurité des denrées;
- incluant le standard technique ISO 22003 sur les règles d'audit de certification et de qualification des auditeurs ;
- imposant un système d'amélioration continue.

Cette certification vient reconnaître le travail réalisé sur le terrain pour nos convives et récompenser les collaborateurs qui s'emploient chaque jour à faire de la qualité.

### Quels engagements prenez-vous en adoptant cette démarche qualité ?

Avec la mise en place du Système de Management de la Sécurité des Aliments selon la norme ISO 22000, notre engagement s'oriente vers différents axes, à savoir :

- La maîtrise de la sécurité des aliments par la mise en place du Système de Management de la Sécurité des Aliments.
- La communication interactive concernant la sécurité des aliments, avec les différentes parties intéressées, en interne et en externe, en amont et en aval.
- Le Développement des compétences du personnel par le renforcement de la sensibilisation et de la formation continue.

Avec une ancienneté dans le métier de presque 30 ans, Newrest Maroc Service est le leader de la restauration collective dans le royaume, avec un portefeuille de clients très varié : administrations et grands corps d'Etat, écoles et lycées, hôpitaux et cliniques, banques, industries, mines, loisirs, centres pénitenciers. L'entreprise est présente sur l'ensemble du territoire marocain.

Durant ces deux dernières années, l'entreprise a connu une forte croissance pour atteindre désormais un chiffre d'affaires de 615 millions d'euros pour 2800 salariés.



### INFO

Une certification ISO 22000 a également été attribuée à la restauration du Lycée Lyautey à Casablanca. C'est le 1er établissement dont la restauration obtient cette certification au Maroc.

### Pensez-vous que Newrest fasse figure de modèle en ce qui concerne la sécurité des denrées alimentaires ?

Nous sommes indéniablement la société qui investit le plus de moyens dans la qualité et la seule à avoir obtenue une certification harmonisant les pratiques de management de la sécurité des denrées alimentaires. Nous essayons de travailler de manière très rigoureuse tout au long de l'année et n'acceptons aucune dérive de nos équipiers et de nos fournisseurs en matière de sécurité des denrées alimentaires. C'est une course d'endurance ou chacun à son rôle à jouer.

### Quels sont vos prochains projets à court terme?

Continuer notre démarche de déploiement de ISO 22000 sur nos établissements. C'est un projet qui intéresse beaucoup de nos clients et qui ne peut se concevoir d'ailleurs, sans une implication forte de leur part. Après tout, nous travaillons chez eux et avec eux.

**newrest**  
Maroc

280, boulevard Yacoub El Mansour  
Casablanca

Tél. : (+212) 522 956 666

Fax : (+212) 522 392 297

Web site : [www.newrest.eu](http://www.newrest.eu)

# 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 août 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 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 étayées dans le code de procédure relatif à l'octroi, la suspension et le retrait des agréments et des autorisations sanitaires.

### DOSSIER D'AUTORISATION SANITAIRE

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

Partie administrative du dossier d'autorisation 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'autorisation 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 de procédures fondé sur des guides de bonnes pratiques sanitaires relatifs à l'activité concernée. Lorsque de tels guides n'existent pas, le manuel doit être établi en tenant compte, pour chaque activité concernée, des exigences prévues aux articles 32 et 33 du décret n°2-10-473 précité et doit prévoir des mesures permettant d'identifier et de minimiser les risques et établir un système de traçabilité pour les produits alimentaires.

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



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

# MDD EXPO 2015 : Les lauréats

Le jury des premiers Trophées des Savoir-Faire Innovants s'est réuni le jeudi 26 février 2015 à l'École de Paris des Métiers de la Table, du Tourisme et de l'Hôtellerie (EPMTTH). Organisés par MDD Expo, ces distinctions ont pour objectif de valoriser le savoir-faire des fabricants en marques de distributeurs dans 6 catégories.

Le jury, composé de professionnels du secteur de la distribution de l'agroalimentaire et de journalistes de la presse spécialisée, avait pour mission de sélectionner parmi 60 dossiers de candidatures présentés, les lauréats sur les critères de l'aspect innovant, l'usage, et l'adaptabilité à une MDD. Un coup de coeur a également été attribué à une innovation qui alliait plaisir, goût et qualité gustative.

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Catégorie Crèmerie »

### LAITERIE DE SAINT DENIS DE L'HOTEL



Crème fluide 30 % de MG 2 x 25 cl sans opercule  
Crème fluide 30 % de MG dans une bouteille PET étiquetable, sans opercule 25 cl vendue par 2. Une innovation en termes de packaging au rayon crèmerie : la première bouteille sur le marché des crèmes 25 cl sans opercule et respectueuse de l'environnement.

- Un allègement de 20 à 25 % du poids de l'emballage
- Absence de l'opercule : une consommation d'aluminium supprimée
- Réduction de 50 % des

additifs et utilisation de PET recyclé

Contact : Corinne Perrin

Tel. Contact : +33 (0)2 38 46 33 60

Mail Contact : c-perrin@lsdh.fr

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Catégorie Produits Carnés / Mer / Traiteur »

### MERALLIANCE



Gamme plancha & barbecue (tomate et piment d'Espelette, cumin et curcuma)

MerAlliance a lancé une innovation sur ce marché de la

cuisine de plein air : la gamme Plancha & Barbecue. Elle se compose de 2 recettes disponibles en format 210 g : saumon sauvage fumé tomate et piment d'Espelette, et saumon sauvage fumé cumin et curcuma.

Il s'agit de tranches de saumon sauvage issu de la pêche responsable, marinées et fumées, prêtes à être réchauffées au barbecue ou à la plancha. Le plateau de cuisson intégré évite au poisson de coller à la grille. Pour une consommation à la plancha, il suffit de déposer les tranches sur la plaque (sans le plateau aluminium).

Grâce à un fumage léger, la chair du saumon est moelleuse et délicatement parfumée.

De plus, contrairement à l'offre habituelle fortement météo-sensible, ces poissons sans conservateur, disposent d'une DLC de 15 jours.

Contact : Isabelle Séchet

Tel. Contact : +33 (0)2 98 64 72 72

Mail Contact : isabelle.sechet@meralliance.com

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Catégorie Épicerie »

### BISCUITERIE LOUVAT



Bâtons de meringues  
Gamme de Bâtons de Meringues 75 g aux différents parfums (Caramel, Amandes, Praline, Framboise, Myrtille) idéale pour les décors de desserts, en accompagnement de desserts glacés ou dans un café gourmand. Conditionnés dans un packaging moderne assurant une totale visibilité du produit.

Contact : François Duret

Tel. Contact : +33 (0)6 17 66 63

15

Mail Contact : f.duret@

biscuiterie-louvat.com

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Catégorie Surgelés et Frais »

### VITACUIRE



12 petits fours express  
Des petits fours express qui passent de l'état cru surgelé à un produit cuit en moins de 5 min 30 (contre 20 min en four traditionnel, pour les produits existants sur le marché).  
Une véritable innovation technique grâce à un plateau intégré qui permet d'optimiser la cuisson et qui donne un aspect doré au produit et lui garantit une croustillance de la pâte.

Contact : Anthony Krief

Tel. Contact : +33 (0)4 78 31 51 34

Mail Contact : anthony.krief@vitacuire.com

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Catégorie Liquides »

### INNOVO



Cocktail pina colada bag 3 l  
InnoVo a développé une conditionneuse aseptique capable de conditionner dans des poches souples autoportantes (Bag'innov), des jus de fruits et boissons sans avoir recours à des conservateurs et offrant une DLUO de 18 mois avant ouverture et 6 semaines après (conservé au frais 4°C).  
Tout le plaisir d'un cocktail

frais et rafraîchissant sans alcool, ni conservateur.

Un emballage :

- pratique à transporter et à utiliser grâce au robinet aseptique, sécurisé et fiable,
- souple et résistant,
- écologique dont la fabrication a été étudiée pour limiter son impact environnemental.

Contact : Lionel Robert

Tel. Contact : +33 (0)6 80 32 83 07

Mail Contact : lrobert@inno-vo.com

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Catégorie Produits non Food »

### BIOBOX SOLIA

Destinée aux campings, maisons d'hôtes, centres de vacances, mais aussi mairies, comités des fêtes, comités

d'entreprise, collectivités locales, offices du tourisme, écoles et tout autre organisme susceptible d'organiser des repas de groupe, la BioBox est la solution idéale. Toute la vaisselle incluse dans ce kit est fabriquée avec des matériaux naturels : de la pulpe de canne pour les assiettes et les gobelets, du bois pour les couverts et du papier 100 % recyclé pour les serviettes.



Contenu du pack :

50 assiettes 260 x 260 mm en pulpe de canne, 50 assiettes 200 x 200 mm en pulpe de canne, 50 gobelets 260 ml en pulpe de canne, 50 serviettes en papier recyclé, 50 couteaux en bois, 50 fourchettes en bois, 50 cuillères en bois.

Contact : Erwan Floury

Tel. Contact : +33 (0)4 68 64 22 22

## TROPHÉES DES SAVOIR-FAIRE INNOVANTS

« Coup de Coeur » du jury

### TASTYFOOD

Boeuf Teriyaki et ses nouilles



La gamme asiatique se veut innovante mais dans le respect de recettes authentiques des pays d'origine. Le boeuf Teriyaki en est un bel exemple par sa recette surprenante et originale. Au travers de ces délicieux plats préparés, Tastyfood tient à séduire par l'invitation

au voyage, autant le baroudeur qui retrouvera toutes les saveurs et senteurs qu'il a connu que le curieux qui ne demande qu'à découvrir d'autres ethnies par le biais de ces plats mijotés.

Contact : Brigitte Cottier

Tel. Contact : +32 (0)473 751 731

Mail Contact : brigitte\_cottier@viangro.be

A close-up photograph of a person's hand in a dark blue suit jacket giving a thumbs up gesture. The background is blurred, showing other people in business attire. A semi-transparent grey banner is overlaid on the top half of the image, containing the text.

# ÉTUDE EXCLUSIVE

Sur les petites et moyennes entreprises

Zurich Insurance Group a publié, à la fin de l'année 2014, son deuxième sondage annuel sur les PME. Mené par le cabinet GFK, ce sondage a été mené auprès de 3.800 dirigeants dans 19 pays différents dont le Maroc, et visait à analyser le comportement des entreprises lors de l'année 2014, à identifier les opportunités qui se présentaient à elles, mais aussi, à ressortir leurs challenges pour les années à venir.

### BILAN DES 12 DERNIERS MOIS

Dans la plupart des pays sondés, les entreprises ont été une fois de plus portées sur l'expansion de leur activité: 1- En ciblant de nouveaux clients dans leur marché intérieur et 2- En diversifiant leur gamme de produits / services.

Les exceptions sont l'Allemagne et l'Autriche où les PME ont davantage investi dans des actifs et des opérations d'entreprise.

Moins de 10% des entreprises interrogées ont déjà songé à arrêter leurs activités ou à en réduire la portée. Au Maroc\*, les entreprises se sont révélées plus optimistes puisque seulement 1,5% d'entre-elles ont

songé à arrêter leur business (Vs 3,9% pour la région MEA).

« Les PME ont été particulièrement touchées par la crise financière qui a affecté leur capacité à croître et a restreint leurs possibilités de financement, particulièrement en Europe », a déclaré Dirk De Nil, Administrateur Directeur Général de Zurich Assurances Maroc. Selon lui, les résultats de cette enquête sont encourageants. Ils démontrent que les PME profitent de la reprise économique et se positionnent pour une croissance plus soutenue.

« Chez Zurich, nous sommes persuadés d'avoir un rôle à jouer pour aider les entreprises à réaliser leurs ambitions

en leur donnant des outils pour gérer les risques auxquels ils sont confrontés», poursuit Dirk De Nil.

L'enquête de 2014 a ressorti des différences géographiques. Dans la région MEA, les PME marocaines ont davantage cherché à se concentrer sur la croissance intérieure en recrutant de nouveaux clients (32,5% Vs 27,1% pour MEA), à diversifier leur gamme de produits et services (29,5% Vs 23,4%) et à s'exporter (25,5% Vs 21,5%).

Ceci dit, elles ont moins bénéficié que leurs homologues de possibilités d'obtention de financements additionnels ou de conditions de crédit avantageuses (1% Vs 9,8%).

21% d'entre elles ont procédé à une



# 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](mailto:info@alpha-inox.com) - Site web : [www.alpha-inox.com](http://www.alpha-inox.com)

## L'ENQUÊTE

L'enquête a été réalisée pendant l'été 2014 par GfK Suisse AG et GfK Global, tnsglobal (Australie), Millward Brown (Irlande) et bjconsult (Maroc). L'échantillon est constitué de 3800 petites et moyennes entreprises (0 à 250 employés, à temps plein). Un échantillon représentatif de 200 PDG, Propriétaires, Directeurs Généraux, Directeurs Financiers, Trésoriers, Directeurs des Opérations a été inclus par pays. Les 19 pays concernés par l'enquête sont: Afrique du Sud, Allemagne, Argentine, Australie, Autriche, Brésil, Émirats Arabes Unis Espagne, Hong Kong, Irlande, Italie, Malaisie, Maroc, Mexique, Portugal, Royaume-Uni Suisse, Taiwan et Turquie.



revue de leurs prix à la hausse tandis que 25,5% ont augmenté leurs marges. En Europe où la croissance économique et l'inflation restent modérées, moins d'entreprises ont recruté, augmenté les salaires de leurs collaborateurs, cherché à s'exporter, obtenu des crédits ou investi pour financer leur croissance. Pour leur part, les entreprises d'Amérique Latine - notamment au Brésil- ont tenté d'améliorer les niveaux de salaires malgré une croissance économique plus lente dans la région.

## OPPORTUNITÉS

D'après l'enquête, les principales opportunités identifiées par les PME au niveau mondial sont le ciblage de nouveaux segments de clients et la réduction des coûts et des dépenses. Ce constat est à nuancer selon les pays et les régions. Beaucoup d'entreprises voient l'expansion sur les marchés étrangers comme une réelle aubaine pour leur développement : Hong Kong (20%), le Maroc (25,5%), Taiwan (22,5%) et la Turquie (27%). Cependant, l'expansion à l'étranger n'est plus une option aussi attrayante comme en 2013. Dans ce sens, les PME en Europe (12%) et en Amérique Latine (9%) ont eu peu d'appétit pour la découverte de marchés étrangers. La diversification

semble être considérée comme le principal levier pour le Maroc (34,5% Vs 24,3% pour MEA). Les entreprises du pays pensent aussi que la réduction des coûts et des dépenses pourraient leur permettre de mieux envisager l'avenir vu que 30,5% d'entre elle ont évoqué ce facteur contre seulement 23,3% en moyenne pour la région MEA. Elles considèrent aussi que l'introduction des nouvelles technologies est susceptible de créer de la valeur (26,5% Vs 20,1%).

Le sondage reconferme aussi que le moral de nos entreprises est meilleur que celui de leurs homologues puisque seulement 3% des entreprises ne voient pas d'opportunités au moment présent contre 14,5% dans la région. Au Brésil et en Italie, et dans une moindre mesure en Asie-Pacifique, des conditions de crédit plus attractives et la croissance externe sont perçues comme étant des sources de développement. Un changement de réglementation / législation est considéré comme l'une des meilleures brèches de développement en Autriche, en Allemagne et en Italie, ce qui n'est pas du tout le cas de pays comme l'Irlande, le Mexique, l'Afrique du Sud, la Suisse et les Emirats Arabes Unis. Dirk De Nil a déclaré: «La diversité des opportunités identifiées par les petites et moyennes entreprises à travers le monde met en évidence à quel point les priorités stratégiques des entreprises peuvent différer ». Selon lui, l'identification de ces différences est essentielle pour le développement d'une compréhension globale des défis auxquels ces entreprises font face et la proposition de produits et de solutions pour les aider à mieux atteindre leurs objectifs business.

## RISQUES

En 2014, les plus grands risques identifiés par les PME sont la compétition et le dumping avec leur impact sur les marges de vente. Ce





risque est d'ailleurs classé dans le top 2 chez 18 pays parmi les 19 concernés par l'enquête. Alors que les PME marocaines sont généralement optimistes quant à l'avenir, elles restent préoccupées par la pression concurrentielle et l'incidence du dumping (41,5 Vs 37,4% pour la région MEA) ainsi que par le risque d'une faible demande (34,5% Vs 27,9%). L'échec de partenaires et des fournisseurs est identifié comme l'un des trois principaux risques au Moyen-Orient et en Afrique (17%), tandis que seulement 7% des entreprises d'Asie-Pacifique sont inquiètes à ce sujet. Dans la région MEA, le Maroc et la Turquie affichent un taux se situant au-delà de la moyenne avec successivement 25% et 24%. L'enquête montre également que les entreprises se préoccupent deux fois plus des "cyber risques", comparativement à 2013. En Malaisie par exemple, la cyber-criminalité est perçue comme le 3ème plus grand risque encouru par les PME. Ce dernier est classé 4ème en Turquie. Dans ce

sens, un récent rapport d'Advisen et de Zurich montre que 52% des grandes entreprises aux Etats-Unis ont déjà souscrit une assurance de piratage informatique et 54 % de celles qui ne l'ont pas fait ont déclaré qu'elles envisageaient de l'acquiescer l'année prochaine. Pour le Maroc, la Cyber criminalité reste moins préoccupante (4,5% Vs 8,9% pour la région MEA). Il en est de même pour les défaillances techniques ou informatiques (5% Vs 8%). Quant au vol, il occupe le troisième rang parmi les plus grands risques à l'échelle mondiale, même si les entreprises lui accordent moins d'importance par rapport à 2013. Les entreprises en Amérique Latine sont généralement les plus préoccupées par ce risque, ce qui impacte à la hausse la moyenne mondiale. Le Brésil constitue la seule exception et met davantage l'accent sur les problèmes juridiques et fiscaux (16%), le risque de défaillance d'un partenaire ou fournisseur (18 %) et les incendies (17%). La corruption

est un risque plus important pour les PME en Afrique du Sud (16%), le Mexique (13%) et le Maroc (12,5%). En général, les préoccupations concernant la corruption ont augmenté modérément dans presque tous les pays par rapport à 2013, mais fortement en Suisse qui est passée à 11,5%. En Europe, les PME sont plus axées sur la sécurité de leurs clients et leurs collaborateurs, en particulier en Allemagne (24%) et en Autriche (32%) où cela constitue une préoccupation plus grande que la faiblesse de la demande. En Asie-Pacifique, les entreprises sont préoccupées par les risques de catastrophes naturelles et les conditions météorologiques imprévisibles : Hong Kong (28%) et Taiwan (34%). « Ces résultats suggèrent fortement que les petites entreprises à travers le monde sont beaucoup plus préoccupées sur les risques affectant leur rentabilité que par les risques asymétriques comme ceux affectant la chaîne d'approvisionnement ou encore les catastrophes naturelles », renchérit Dirk De Nil. Avant de conclure : « Notre rôle d'assureur est d'accompagner ces priorités business et de protéger les entreprises des risques qu'elles encourent ».

*\*Dans le cadre de cette étude, la région de référence pour le Maroc est MEA. Elle comprend : les Emirats Arabes Unis, la Turquie, le Maroc et l'Afrique du Sud  
Zurich Insurance Group*

**FrêLug**  
Le Légume fraîchement préparé

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

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

# Nouveaux matériels

## MATÉRIEL

### LES SOLUTIONS iTRAP et TRAPVIEW

Voici une combinaison brevetée révolutionnaire de solutions matérielles et logicielles pour la surveillance à distance des différents insectes nuisant à l'agriculture, notamment dans les vergers de fruits et de raisins.

Le système comprend un piège et son équipement électronique. Le dispositif, léger, peut être suspendu dans une nacelle. Auto-suffisant, il est alimenté par un panneau et une batterie. Le dispositif est simple d'utilisation : plusieurs caméras prennent des photos en haute résolution de la plaque collante et les envoient via GPRS à une plateforme web. Elles sont alors analysées, avec détection automatique des insectes, et visibles sur le web ou tout autre appareil mobile. Le contrôle est ponctuel et l'information collectée peut être utilisée pour une analyse ultérieure.

Cet appareil permet d'aider les agriculteurs à prendre les bonnes décisions grâce à des données solides.

Avantages et caractéristiques techniques :

- Collecte automatique des données
- Gestion facile des données
- Réduction du nombre des visites sur les champs
- Reconnaissance automatisée des ravageurs
- Alerte instantanée
- Traçabilité complète et tenue des enregistrements
- Combinaison avec des données météorologiques



METAGRHYD

RUE PASQUIER, RÉSIDENCE ABDELMOUMEN, IMMEUBLE 6, N°12, FRANCEVILLE II, CASABLANCA

TEL.: 212.522.254.900 - EMAIL: METAGRHYD@GMAIL.COM

## SAPPHIRE

### MACHINE RAYONS X



Nouvelle machine Rayons-X en vue de côté (boîtes, flacons en plastique, ...)

Pour inspecter des produits alimentaires en contenants plastiques ou métalliques, transférés en position droite. Il est possible d'y adjoindre un capteur de trieuse pondérale.

[WWW.SAPPHIRE-FRANCE.COM](http://WWW.SAPPHIRE-FRANCE.COM)

## DAIKIN

### VRV IV 3 TUBES

Le VRV IV 3 tubes à récupération d'énergie répond à tous les besoins d'un établissement hôtelier. En plus de fournir chauffage et rafraîchissement simultanément, cette nouvelle génération de VRV IV 3 tubes permet

de proposer aujourd'hui une solution globale : Elle peut être raccordée à des Centrales de Traitement d'Air (CTA)

Production d'eau chaude sanitaire haute température. Sans oublier les précédents équipements déjà connectables sur l'ancienne génération de VRV, également proposés avec le VRV IV 3 tubes, qui sont :

- Raccordement à des rideaux d'air chaud.
- Raccordement à des unités intérieures résidentielles.
- Connexion à un module d'eau basse température.

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



## MG CONCEPT LES FREEZE ROLLS KILIMANJARO



La Freeze Rolls Kilimanjaro, compact et très maniable est dotée d'un plateau givrant.  
Puissance (KW) : 0,88  
Réfrigérant/Capacité: 4,05 m<sup>2</sup>  
Production par heure : 25l/H  
Dimensions (MM) : 700 x 700 x 850  
Poids net (KG) : 50

8,05 m<sup>2</sup>  
Production par heure : 25l/H  
Dimensions (MM) : 1100 x 700 x 850  
Poids net (KG) : 90

## L'EVEREST



La Freeze Rolls L'Everest est dotée de 2 plateaux givrants, 12 bacs gastros 1/6, 2 longs bacs topping, des espaces réfrigérés et une vitre de protection.

## MAKALU



La Freeze Rolls Makalu, compact et très maniable est dotée d'un plateau givrant, de 6 bacs gastro 1/6 et un espace de rangement.  
Puissance (KW) : 1,2  
Réfrigérant/Capacité :

Puissance (KW) : 2,1  
Réfrigérant/Capacité : 4,05 m<sup>2</sup> x 2 + 2,5 m<sup>2</sup>  
Production par heure : 50l/H  
Dimensions (MM) : 2100 x 900 x 850  
Poids net (KG) : 240

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



## Instrumentation de mesure classique et automatique pour la météorologie, l'agriculture et l'hydrologie.

- Météorologie (température, hygrométrie, vent, pluie, rayonnement, pression, etc.) image : station météo

- Pilotage des irrigations (Station météo, tensiomètre, humidimètre sol, TDR, Lysimètre, etc.) image : tensiomètre

- Hydrologie (niveau, vitesse & débit, évaporation et qualité de l'eau) image : hydrologie

Equipements scientifique, technique et de laboratoire (Poromètre, planimètre, chlorophyllmètre, fluoromètre, Infiltromètre, PAR LAI, photomètre, photosynthèse, respiration des sols, oxygénation des sols, pénétromètre fruit & sol, réfractomètre, pH-mètre, Ecmètre, luxmètre, dendromètre, flux de sève, tarières et échantillonneurs manuels & motorisés, scissomètre, détermination du PF, calcimètre, granulométrie, pycnomètre, analyse des nutriments, etc.) ;



METAGRHYD S.A.R.L

Rue Pasquier, Résidence Abdelmoumen, Immeuble 6, N°12, Franceville II, Casablanca 20390

Tél.: 0522.254.900 Fax: 0522.254.903 Site web: [www.metagrhyd.com](http://www.metagrhyd.com) Email: [metagrhyd@gmail.com](mailto:metagrhyd@gmail.com)

# • FROMAGE DE CHÈVRE ET GASTRONOMIE •

## CROSTINIS AU FROMAGE DE CHÈVRE FRAIS



Calories = Moyen

### INGRÉDIENTS POUR 4 PERSONNES

- 2 échalotes
- 1 gousse d'ail
- 12 radis roses
- 1 botte de ciboulette
- 100 g de jeunes pousses de salades
- 400 g de fromage de chèvre frais
- 4 grandes tranches de pain aux céréales
- 4 cuil. à soupe d'huile d'olive
- Sel, poivre

### RECETTE

1 Rincez et essorez les jeunes pousses de salades vertes. Nettoyez et rincez les petits radis, puis découpez-les en très fines rondelles. Pelez les échalotes et hachez-les très finement. Rincez et essorez la ciboulette, puis ciselez-la.  
2 Dans un saladier, mélangez les échalotes et la ciboulette avec le fromage de chèvre frais, salez, poivrez. Versez la moitié de l'huile d'olive et mélangez bien. Couvrez le saladier et réservez au frais.  
3 Faites griller les tranches de pain. Frottez-les avec l'ail pelé et coupé en deux. Répartissez le fromage frais dessus.  
4 Servez ces tartines avec les feuilles de salade et les rondelles de radis, arrosez au moment de servir d'un filet d'huile d'olive.

### ASTUCE

Pour atténuer le goût prononcé de l'échalote, ciselez-la finement, puis rincez-la deux à trois fois sous l'eau froide et épongez-la bien. Ainsi on peut aussi la conserver au réfrigérateur.

## GRATIN DE FROMAGE DE CHÈVRE AU MIEL



### INGRÉDIENTS POUR 4 PERSONNES :

- 250g de fromage de chèvre frais
- 1 salade roquette
- 8 tomates cerise
- 2 belles pommes de type Golden
- 3cl de jus de citron
- 5cl d'huile d'olive
- 12 feuilles de basilic
- 1 tasse de miel liquide
- 4 tranches de baguette coupées en biais

### RECETTE

Commencez par laver les tomates, et découpez-les en quarts. Nettoyez la salade. Pelez les pommes, coupez-les en quarts, retirez-en les centres, puis émincez-les finement. Déposez l'émincé dans l'eau citronnée afin d'éviter l'oxydation.  
Préchauffez votre four à 180°C.  
Dans un saladier, mélangez la salade, les quartiers de tomates, l'émincé de pommes, 2 cuillères à soupe d'huile d'olive, sel et poivre. Dans un autre saladier, mélangez 8 feuilles de basilic hachées, le miel et 4 cuillères à café d'huile d'olive. Déposez les baguettes sur une plaque et faites-les griller de part et d'autre.  
Déposez sur chaque baguette une tranche de fromage de chèvre d'environ 1 cm d'épaisseur, et faites gratiner jusqu'à ce que le fromage soit très légèrement doré.  
Placez la salade que vous avez préparée sur chaque assiette, et déposez 1 tranche de pain gratinée au centre. Il ne vous reste plus qu'à napper du mélange de basilic, de miel et d'huile d'olive. Déposez une feuille de basilic, et servez bien chaud!

## FLEURS DE COURGETTES FARCIES AU FROMAGE DE CHÈVRE



### INGRÉDIENTS POUR 4 PERSONNES

- 12 fleurs de courgette
- 150 g de fromage de chèvre frais
- 2 œufs
- 1 gousse d'ail
- 1 bouquet de basilic
- 2 cuil. à soupe d'huile d'olive
- sel, poivre

### RECETTE

1 Préchauffez le four th. 7 (210 °C). Séparez les jaunes des blancs d'œufs. Ecrasez le fromage de chèvre frais à la fourchette en incorporant l'ail pelé et pressé, le basilic ciselé et les jaunes d'œufs. Poivrez.  
2 Montez les 2 blancs d'œufs en neige avec 1 pincée de sel. Incorporez-les à la préparation au fromage de chèvre.  
3 Entremoulez délicatement les fleurs de courgette et remplissez-les de préparation au fromage. Déposez-les dans un plat à four huilé. Arrosez d'un filet d'huile d'olive. Enfourez 15 min et servez chaud.

*Le cahier*

# HORECA

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

L'heure des bilans

Crémai, Hospitality Style,  
Hole in 1, dégustation de vins

Visite

## Le Riad numéro 9



**HOTEL**

**LOBBY DU KENZI TOWER**



est de révéler la cohérence harmonieuse de chaque lieu.

Le Kenzi Tower Hotel continue sa mise en beauté. Après la rénovation de son Spa, le Kenzi Tower Hotel modernise son Lobby. Suivront les restaurants, bar et les chambres, qui seront équipées des dernières technologies. Le lobby est au cœur de ce mouvement de rénovation et de modernité qui s'adaptera désormais aux nouveaux comportements et attentes des clients les plus exigeants. Le Kenzi Tower Hotel a choisi L'agence SML 3L pour la mise en beauté du lobby. Grâce à une approche holistique de la notion d'onde (lumière, couleurs, reliefs et volumes), l'ambition des créatrices Leïla Lamrani et Meryam Lahlou

[kenzi-hotels.com](http://kenzi-hotels.com)

**EVENEMENT**

**B-BOY CRI6 REMPORTE LE RED BULL BC ONE**



Cet événement mémorable qui a regroupé les 16 meilleurs Bboys marocains nous a offert un vrai moment de pur plaisir et de talents. Les Ostina Tono, percussionnistes, sont venus ouvrir avec énergie la finale qui a vu se disputer Bboy Smooth et Bboy Cri6 dans un battle digne des plus grands. La finale a donc vu Bboy Cri6 décrocher la phrase tant attendue « And the Red Bull BC One Morocco Cypher Winner Is ... » par un style audacieux et déterminé. Il retrouvera donc les 15 autres Bboys qualifiés dans leur pays ce 19 Septembre en Tunisie pour la finale régionale Red Bull BC One Moyen Orient et Afrique et représentera les couleurs du Maroc dignement et s'il décroche le titre il continuera sa quête vers la gloire à la grande finale internationale à Rome le 14 novembre 2015.

**CONCOURS**

**FESTIVAL CULINAIRE**



Le Chef 2 étoiles William Frachot, de l'Hostellerie du Chapeau Rouge en France, et le Chef Amit Chandel, du Constance Ephélie Seychelles, en

collaboration avec le commis de cuisine Bisham Jumangalsing, du Constance Belle Mare Plage, sont les grands gagnants de la 10e édition du Festival Culinaire Bernard Loiseau qui a eu lieu au Constance Belle Mare Plage du 21 au 28 mars 2015.

**MIXOLOGIE**

**CLAIRE SMITH POUR BELVEDERE**



Claire Smith, Directrice de la Création et de la Mixologie de la marque Belvedere, était en visite au Maroc. Evoluant dans le monde de Belvedere depuis 2003, Claire Smith est une experte de la vodka préférée des stars. Lors de cette visite, Claire Smith a transmis une partie de son savoir et de son savoir-faire aux bartenders des lieux les plus en vogue de la mixologie marocaine. Elle est allée à la rencontre des professionnels du secteur et des leaders d'opinion, et a présidé les épreuves marocaines du célèbre concours de mixologie organisé chaque année par la marque au niveau international.

**Belvedere est distribué au Maroc par Bourchanin**

# GOLDEN EQUIPEMENT

## Au service des professionnels

**Golden Equipement est une société spécialisée dans la vente de matériels professionnels (équipements pour boulangerie, pâtisserie, restauration, hôtellerie,...). Au fil des années, elle est devenue la spécialiste de l'équipement professionnel. Interview de la direction.**

### Que représente aujourd'hui Golden Equipement?

Aujourd'hui, la société représente une référence en terme de qualité et de technologie innovatrice, grâce à des produits de haute performance, faciles d'emploi et d'entretien.

### Que propose votre société à ses clients?

Golden Equipement est en mesure de proposer à ses clients non seulement une vaste gamme de machines professionnelles designs de parfaite technologie, mais aussi un savoir-faire spécifique pour la réalisation de différentes installations dédiées aux produits alimentaires.

### Quels services spécifiques proposez vous?

Golden Equipement propose en effet de nombreux services :

#### UN BUREAU D'ÉTUDE

Nous réalisons pour vous une étude personnalisée avec des implantations 2D, 3D de votre projet. Nous proposons un concept de création innovant, avec une touche design et une parfaite technologie.

#### UN SERVICE APRÈS-VENTE

En plus de fournir à nos clients une vaste gamme de produits de parfaite technologie et design, des techniciens hautement qualifiés et expérimentés assurent le suivi des projets sur toutes nos installations et produits ainsi que la fourniture de conseils sur l'emploi correct des appareils à tous ceux qui ont choisi la qualité de l'un de nos produits.

#### DES PIÈCES DE RECHANGE

Pour vous aider à maintenir vos installations, Golden Equipement tient à votre disposition un catalogue avec

plus de 5,000 références de pièces de rechange. Que votre installation soit récente ou ancienne, nous vous garantissons la fourniture des pièces de rechange et la pose si nécessaire.

#### UNE MAINTENANCE PREVENTIVE

Visite et devis sont réalisés gratuitement. Après accord, une équipe de professionnels intervient rapidement en fonction de vos disponibilités et

contraintes, pour réaliser vos travaux de maintenance préventive.

#### UN DEPOT LOGISTIQUE

Des dépôts logistiques permettent le stockage de 10.000 Euro-palettes pour faciliter la distribution de nos produits.

Plus d'infos sur  
[golden-equipement.com](http://golden-equipement.com)



**Golden Equipement**  
*Votre partenaire professionnel*















Leader dans l'équipement Boulangerie • Pâtisserie • Pizzeria • Hôtellerie • Restaurant • Café • Collectivités








Rue Bachir IBRAHIMI N°12  
La Gironde, Casablanca  
Tel : + 212 (0) 5 22 54 12 84  
Fax : + 212 (0) 5 22 54 12 87  
info@golden-equipement.com

[www.Golden-Equipement.com](http://www.Golden-Equipement.com)

**VOYAGE**

**LA CARTE CLUB BY CHRISTOPHE LEROY**



Pour 500 euros par an, cette carte nominative vous donne droit dans un premier temps à 7 nuits d'hôtels (à prendre en une ou plusieurs fois) dans les hôtels Christophe Leroy et les hôtels partenaires du groupe à Ramatuelle, Avoriaz, Saint-Martin, Marrakech et Fez. Mais ce n'est pas tout. Si vous souhaitez prolonger

votre séjour au-delà du nombre de nuitées accordées, vous obtenez systématiquement 30 % de remise sur les nuits supplémentaires. Mieux encore, cette carte vous permet d'obtenir 20 % de remise sur l'ensemble des restaurants, les boutiques du groupe et les cours de l'école de cuisine Christophe Leroy à Marrakech.

Si vous décidez enfin de faire appel aux équipes du Groupe pour organiser une réception (mariage, anniversaire, séminaire,...) c'est une réduction de 5 % qui vous sera automatiquement octroyée sur votre facture finale.

Liste des établissements accessibles avec la carte sur [www.christophe-leroy.com](http://www.christophe-leroy.com)

Information et réservation de votre carte : [info@christophe-leroy.com](mailto:info@christophe-leroy.com)

**GUIDE GASTRONOMIQUE**

**YANNICK ALLÉNO : 3\* MICHELIN**



Seulement sept mois après sa reprise du Pavillon Ledoyen, le chef parisien Yannick Alléno est à nouveau couronné de trois étoiles au Guide Michelin. Cette réussite est le fruit d'un travail d'équipe des 80 employés de la maison mais aussi des partenaires et clients qui contribuent à la grandeur de cette institution parisienne. Alléno Paris se réjouit de poursuivre son évolution sur la scène gastronomique et de proposer une cuisine moderne aux accents sauciers. A noter que ce chef dirige également, entre autres, la restauration du Royal Mansour à Marrakech.

# CLIM'15

Salon International de l'Air conditionné, du Chauffage, de la Réfrigération et de la Ventilation

4<sup>ème</sup> édition

**13 au 16 Mai 2015**  
Office des Foires et d'Expositions de Casablanca  
en face de la mosquée Hassan II

**UN SOUFFLE D'AIR FRAIS POUR VOTRE SOCIÉTÉ**

**Égide**

Ministère de l'Économie et des Finances  
du Royaume du Maroc

**Partenaires médias**

www.clim.co.ma

Organisé par **beincom**

5, rue Jabal Tazekka - Agdal 10080 Rabat Maroc  
Tél: +212 5 37 77 91 40 - Fax: +212 5 37 77 91 39  
contact@beincom.ma - www.beincom.ma

## AÉRIEN

### TOP 200 POUR EMIRATES



En 2015, Emirates fait son entrée dans le top 200 des plus grandes marques mondiales selon le

rapport Brand Finance Global 500.

Après une progression régulière dans le classement depuis 4 ans, Emirates occupe désormais la 196e place du Top, soit une augmentation de 38 points en un an. Ce succès résulte du fort engagement de la compagnie pour garantir l'excellence de son service, et de ses investissements importants pour la notoriété de sa marque. Emirates estime que la valeur de sa marque a progressé de plus de 21% passant de 5,48 Md\$ à 6,6 Md\$.

[www.emirates.com/ma](http://www.emirates.com/ma)

## HOTEL

### DEUX NOUVEAUX SERVICES



Le Palais Namaskar lance le «Personal Guest Service» et le Service «Maître de Maison» Deux services dédiés offrant un accompagnement personnalisé de tous les instants pour une

expérience inédite avec des privilèges et des attentions qui débutent dès la réservation pour que chacun des hôtes et convives du Palais Namaskar se sente à Marrakech chez lui, entouré de services et de choses qu'il aime.

Les convives des Palaces et Villas sont ainsi contactés en amont par le Personal Guest service ou Maître de maison selon l'unité choisie, afin d'organiser leur séjour en fonction de leurs goûts et préférences, avant d'être accueillis dès leur descente d'avion par un Fast Track service que complète un transfert en limousine.

Une fois arrivé au Palais Namaskar, le Personal Guest service et les Maîtres de Maison prennent le relais pour faire de votre séjour au Palais Namaskar une véritable ode au «caring».

**COMPAL**  
1952

Une gamme dédiée à l'équilibre et au bien-être, avec moins de calories. Les meilleurs fruits sont soigneusement mélangés avec beaucoup de passion et d'expérience. Pour les adoucir, nous utilisons de la Stévia, une petite plante plus douce que le sucre et zéro calorie.

**COMPAL VITAL AOX**

- Mangue Orange (Mango Orange) - CALORIES RÉDUITES (REDUCED CALORIES)
- Ananas Coco (Pineapple Coconut) - SANS SUCRE (SUGAR FREE)
- Fruits rouges (Red Fruits)

WITH STEVIA reduced calories

**FAST FOOD**

**LA BATAILLE FAIT RAGE**



La bataille dans le fast-food est lancée. Mc Donald's, leader du segment, va accélérer la cadence des ouvertures de ses restaurants avec 39 restaurant à fin 2015. De plus, l'ouverture du premier Mc Café à la gare de Casa Port,

relance la marque sur un nouveau segment. Burger King, quant à lui, annonce un investissement de 250 millions de DH pour passer de 7 restaurant à 15 cette année pour une augmentation de 10% de son chiffre d'affaire. Enfin, un troisième acteur de renom devrait faire son entrée sur le marché. Il s'agit de l'enseigne de restauration rapide belge Quick qui annonce son come-back pour 2016.

**CENTRALE LAITIÈRE**

**ÉDUCATION NUTRITIONNELLE EN MILIEU SCOLAIRE**



Pour la cinquième année consécutive, Centrale Laitière réitère son engagement en faveur d'une alimentation saine, en organisant du 27 janvier au 13 mars 2015, une nouvelle édition des ateliers

de nutrition au profit des élèves des classes de grande section et de CP des établissements primaires privés de la ville de Casablanca.

Forts du succès des éditions précédentes, ces ateliers de nutrition, intégrés sous l'ombrelle du programme «Sehaty fi Taghdiyaty», ambitionnent d'améliorer la compréhension d'un maximum d'élèves de l'enseignement privé aux enjeux et aux bons principes nutritionnels.

Un intérêt particulier est porté aux bienfaits de la consommation de 3 à 4 produits laitiers frais, dont « 1 Yaourt par jour »\*, dans le cadre d'une alimentation saine et équilibrée afin d'aider les jeunes écoliers a mieux entretenir et préserver leur capital santé.

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

**INNOVATION**

**LA GLACE AUTREMENT**



La société MG Concept spécialisée dans la distribution de machines alimentaires innovantes a lancé la machine à glace Freeze Rolls. Sur une base neutre au lait ou à la crème, composez votre glace salée ou sucrée avec des produits frais et de qualité en moins de 2 minutes.

Sa fabrication unique et originale permet de réaliser des glaces

haut de gamme, sur mesure et à la minute sur un plateau givrant.

Avec Freeze Rolls, toutes les créations sont possibles : vous n'avez plus qu'à composer, étaler & rouler !

A vous d'imaginer votre Glace autrement...

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

**INTERNET**

**HOTELROOMS.COM**



HotelRooms.com annonce l'entrée de Warwick International Hotels et de Steigenberger Hotel Group dans son ensemble de groupes internationaux qui comprend InterContinental, Starwood, Marriott, Best Western, Louvre Hotel Group et bien d'autres encore. Se concentrant depuis peu sur les marchés du Moyen-Orient et d'Asie, HotelRooms.com continue de renforcer sa présence mondiale.

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

# TOPCHEF TOUR A MARRAKECH

**A**vec le Top Chef français Pierre Augé, la gastronomie française sera à l'honneur à Marrakech

Le temps de quelques jours, il vous fera découvrir sa passion, son talent et sa générosité, autour de dîners exceptionnels, de soirées-rencontres et de démonstrations et ce, au sein du restaurant Fouquet's de l'établissement Naoura Barrière.

Le Fouquet's Marrakech se trouve au sein de l'hôtel Ryad Naoura Barrière. C'est dans un cadre sublime et raffiné que vous pourrez découvrir et déguster les créations du chef Pierre Augé.

## Quel est le concept de ce TopChef Tour?

Le concept du Tour est de promouvoir la cuisine française et inventive à l'étranger autour de dîners et de shows culinaires. Lors de cette étape à Marrakech, les dîners seront élaborés et préparés par le chef Pierre Augé, vainqueur Top Chef.

## Qu'est ce qui a motivé Pierre Augé pour la concrétisation de cet évènement?

Le chef Pierre Augé a vu l'opportunité



d'un échange culturel enrichissant autour de la gastronomie.

## Pourquoi avoir choisi Marrakech pour votre escale?

De nombreuses destinations sont en effet prévues à travers le monde (Dubai, New York, Shanghai, Singapour, Londres...). Marrakech et le Maroc plus largement fait partie

d'une des destinations francophones qui portent un grand intérêt pour la gastronomie.

## Marrakech organise beaucoup d'événements culinaires. Quels sont les spécificités et les atouts du vôtre?

Notre concept permet aux invités de rencontrer et d'échanger avec Pierre Augé, vainqueur Top Chef France ainsi que d'assister à quelques unes de ses préparations.



Les 11 et 12 juin 2015.  
Au Fouquet's Marrakech  
Infos et réservations :  
[www.topchef-tour.com](http://www.topchef-tour.com)



Pierre Augé est un grand passionné de cuisine. Avec son côté créatif et instinctif, il affectionne la cuisine traditionnelle et les produits du terroir de Béziers dont il est originaire. Né à Béziers, ville du Sud de la France et terre rugbystique, tout le prédestinait à faire du rugby mais chez les Augé on est dans la restauration de père en fils. Ainsi, pour rassurer son père, il a choisi de devenir chef et intègre l'école hôtelière.

Il commence sa carrière comme chef cuisiner dans de grands restaurants : Le Taillevent, le Pré-catalan, le Bristol ou l'Hôtel Ice Cube. Il a travaillé avec de grands chefs comme Yves Camdeborde en tant que chef de cuisine et designer culinaire.

En 2010, il est finaliste de l'émission Top chef et rachète le restaurant familial » La Maison de Petit Pierre ».

En 2014, il remporte la finale et devient ainsi le Top chef français.

# CRÉMAI 2015!

Par Safia Ouakil

Plus de 18 000 visiteurs professionnels ont visité le salon durant quatre jours hauts en événements et manifestations. Chacun a pu découvrir et acquérir les nouvelles tendances à l'échelle nationale et internationale.

La 7ème édition du Crémai se termine sur un franc succès. Ce rendez-vous convivial nous a permis, cette année encore, de recueillir les tendances, célébrer la créativité, primer l'excellence et rendre hommage au partage.

Le secteur, en pleine expansion, est rythmé par des plans lancés, des chantiers en cours et des investissements en vue. Un présent chargé et un futur motivant qui nous amèneront à concentrer les moyens et canaliser les efforts pour accompagner ces différentes perspectives et relever les défis.

Avec une offre riche, diversifiée et tendance, un visitorat professionnel de très bonne qualité et une organisation aux normes internationales, le Crémai 2015 a répondu aux objectifs et aspirations professionnelles de chaque exposant et chaque visiteur.

Ambiance festive, séances de



dégustation inédites, concours et programme de conférence, ont

contribué au succès de cette nouvelle édition du Crémai.



## ZEALOUS

Petit débriefing.

Comment s'est déroulé votre participation au salon Crémai 2015?

Bien, et surtout positive dans tous les sens.

Quels sont vos points positifs?

En premier lieu, les rencontres avec les clients, intermédiaires et partenaires, et ensuite, une ouverture réelle sur le marché international

Quelles sont, selon vous, les améliorations à apporter?

Une meilleure communication avant, au cours de l'événement et après.

Egalement plus de sécurité et d'hygiène

Quels sont vos projets?

La participation dans la prochaine édition et donner une meilleure image du produit marocain.



## LES PRODUITS MIRAGE ONT LE VENT EN POUPE

«Le Crémai s'est très bien déroulé pour les produits Mirage. Nous avons eu un énorme succès durant ce salon et de très bons contacts se sont créés.

L'avenir de Mirage est très prometteur au Maroc, c'est ce que nous avons conclu après avoir constaté l'engouement des visiteurs sur notre stand.

Pour l'avenir, nous comptons nous concentrer sur une communication massive sur le territoire marocain et faire de Mirage la boisson festive de référence.» La Direction.

## LES COMPETITIONS

Dans sa démarche de promotion des métiers de bouche et de la convivialité depuis sa 1ère édition, le salon a organisé 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 a permis 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 Crémai, ces animations ont été une véritable plateforme pour la promotion des produits et services dédiés au CHR.

## AWAM AMENITIES



Animé par un désir d'offrir un service innovant sur le marché des produits d'accueil, Awam Amenities a répondu présent au Crémai et a pu rencontrer ses clients hôteliers. La marque a ainsi pu proposer toutes sortes de solutions en terme d'image et de budget.

Outre ses gammes originales (Néroli Essence, riche en huiles essentielles, Ligne Alga Pure Sense, idéale pour les centres de Spa ou de Thalasso, Ligne Jasmin & Vanille aux parfums méditerranéens, ...) et ses produits variés (shampooings, gels bain-douche, conditionneurs, laits corporels, savonnets ou sels de bain, ...), les gammes offrent également un design élégant et raffiné, des formules recherchées et des parfums authentiques qui enrichissent l'expérience du client.

	VILLE
<b>SELECTION BOCUSE D'OR</b>	
1. Issam JAAFARI	CASA
2. Karim BEN BABA	MARRAKECH
3. Aissam AIT OUKRIM	MARRAKECH
<b>TROPHEE RAHAL</b>	
1. Abdelmanaf EL BLOUL	MARRAKECH
2. Jawad OUMERRI	MARRAKECH
3. Yassine BOGDAD	AZEMMOUR
<b>TOC PATISSERIE SELECTION MAROC CMP CHOCOLAT</b>	
1. Abdelilah ENNIRRI	MARRAKECH
2. Abdellah KALKHAI	CASABLANCA
3. Jaouad OUALADI	MARRAKECH
<b>TOC PATISSERIE SELECTION MAROC CMP GLACE</b>	
1. Youness ZAROUALI	CASABLANCA
2. Abdessamad DARDAF	CASABLANCA
3. Allaa BOUTAHIR	CASABLANCA
<b>TOC PATISSERIE SELECTION MAROC CMP SUCRE</b>	
1. Lahoucine EL ALYANI	AGADIR
2. Omar EDDIB	SALE
3. Mohammed BAGHOUSS	SALE
<b>SELECTION MAROC COUPE DU MONDE DES GLACIERS</b>	
1. Rachid ZAHROUN	
2. Hamou AIT SIDI	
3. Abdelhamid BOUTZROT	CASABLANCA
<b>PIECE MONTEE</b>	
1. Abdelkhalek MOUNIR	
2. Youness EL MOUSTATII	
3. Yassine LAMJARRED	RABAT
<b>SCULPTURE LEGUMES</b>	
Yakdane Abderrahim	
El hasnaoui Azadine	
ISMAIL AIT YAHYA	
<b>Meilleure Performance Maroc VIANDE</b>	
Mzily Mohamed	
SSOUNI YASSINE	
Jarrari Sara	
<b>Meilleure Performance Maroc POISSON</b>	
1. ABDELAZIZ HAKI	MARRAKECH
2. IBTISSAM EL FEN	DUBAI
3. ABDESSAMAD FAKRI	CASABLANCA
<b>MPM VOLAILLE</b>	
1. MOUNIR OUAZIZ	RABAT
2. MINA GHADJI	MARRAKECH
3. FAHD GOUSSOUSSTY	CASABLANCA
<b>LES ESPOIRS DU MAROC</b>	
1. ISTAHT MOHAMMEDIA	
2. CDC OFPPT MARRAKECH	
3. ISHT POLO CASA	
<b>SELECTION NATIONALE BOULANGERIE :</b>	
<b>VIENNOISERIE :</b>	
1. EL MOIDEF ABDERRAHIM	CASABLANCA
2. BENHALLAOUI MOHAMED	MARRAKECH
3. AKOUAR ABDELALI	CASABLANCA
<b>PAIN :</b>	
1. EL FALLOULY HASSAN	MARRAKECH
2. ICHHA HAMID	MOHAMMEDIA
3. ABILLA AZIZ	CASABLANCA

# HOSPITALITY STYLE BY MAROCOTEL 2015

## Le Bilan

**H**OSPITALITY STYLE BY MAROCOTEL, Le Salon de l'Équipement Professionnel, de la Décoration, du Design et de l'Art de vivre pour l'Hôtellerie, la Restauration, les Métiers de bouche, le Bien-être et les Loisirs dans sa 3ème édition placée sous le signe du design et de la créativité, a été marquée, durant les 4 jours, par un visitorat professionnel ciblé et de qualité renforçant ainsi sa position de plateforme de contenu à forte valeur ajoutée.

L'ensemble des exposants et partenaires ont exprimé leur totale satisfaction du salon notamment en termes d'organisation, du nombre et de la qualité des visiteurs, et des services associés. Ainsi le salon confirme sa position d'événement référence pour l'ensemble des acteurs des métiers de l'Hôtellerie, du Tourisme, de la Restauration, des Métiers de bouche, du Bien-être et des Loisirs, et s'inscrit dans une démarche de développement durable.

Le salon confirme également 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 en mettant 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 dans l'optique d'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 fut et restera haut en couleur et riche en contenu, le tout dans un écrin ou l'art, la décoration, la création, l'agencement, le design et le business s'entremêlent dans la lignée de ce que nous réalisons depuis un quart de siècle sur MAROCOTEL Casablanca.

#### Le bilan du salon :

- 5.115 professionnels ont visité Hospitality Style By Marocotel 2015

dont 7% d'internationaux

- Répartition de la cible visiteurs :
- PDG, Directeur Général et Gérant : 43,58%
- Responsable/Directeur Achats : 17,49%
- Architectes, Architectes d'intérieur et designer : 8,2%
- Responsable/Directeur Commercial : 7,92%
- Responsable/Directeur Production : 1,55%
- Responsable/Directeur Technique : 4,55%
- Responsable/Directeur Marketing & Communication : 3,66%
- Responsable/Directeur Ressources



Humaines : 1,72%

- Responsable/Directeur Finance & Comptabilité : 2,67%
- Autres : 8,66%
- 100 exposants, parmi les acteurs majeurs d'un marché concurrentiel et en pleine évolution
- Répartition des exposants par secteur d'activité :

- Accueillir et Relaxer : 12%
- Concevoir et Décorer : 48%
- Cuisiner et Servir : 22%
- Gérer et Connecter : 11%
- Nettoyer et Entretenir : 7%

- Salon placé sous l'égide du Ministère du Tourisme avec le soutien de la Maison de l'Artisan et en partenariat avec la Confédération Nationale du Tourisme, la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière, la Fédération Nationale des restaurateurs et la Fédération des Entreprises de l'Artisanat.

Cette édition a été parrainée par le Cabinet International Marc Hertrich et Nicolat ADNET, architectes d'intérieur et designers 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.

Pour toute information complémentaire  
 Reed Exhibitions Morocco  
 Forum Bab Abdelaziz  
 62, angle Bd d'Anfa - 6ème étage n°  
 61 Casablanca, Maroc  
 +212(0)5 22 46 54 60



MAROCOTEL By Equip'Hôtel Paris donne rendez-vous à tous les acteurs de l'Hôtellerie, la Restauration, les Métiers de bouche, le Bien-être et les Loisirs pour sa prochaine édition qui aura lieu à Casablanca du 09 au 12 mars 2016.

# VINS DU MAROC

## Une dégustation à l'aveugle réussie

Le 31 mars dernier, à Rabat, s'est déroulé une dégustation à l'aveugle des meilleurs vins marocains. Une occasion de montrer que le Maroc peut prendre une place sur la scène viticole internationale.

Débriefing 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.

### Comment s'est déroulée la dégustation à l'aveugle qui a eu lieu le 31 mars au Sofitel de Rabat?

Très belle dégustation, vins très intéressants et panel de dégustateurs d'horizons divers. Les équipes du Sofitel jardin des Roses étaient très impliquées dans la mise en place et le déroulement de l'opération. Je salue leur professionnalisme.

### Qui était présent et les vigneron ont-ils joué le jeu?

Les membres de l'ASMA ont été les premiers à participer. C'est la première fois qu'on avait l'occasion de déguster la grande majorité des vins du Maroc. Et, qui plus est, à l'aveugle... C'est à dire sans être influencé par l'étiquette ! Il faut croire que la formule a séduit les producteurs de vins du Maroc, car 61 échantillons nous ont été soumis. Le fait que des sommeliers étrangers, dont un Meilleur Sommelier du Monde, Giuseppe Vaccarini, deux Japonais, Saiko Tamura Soga et Masaharu Oka, Andrés Rosberg venu d'Argentine, nous aient amicalement apporté leur concours, a apporté un éclairage particulier à cette dégustation.

### Quels vins ont été plébiscités?

Vous savez qu'il ne s'agissait pas de noter les vins ni d'établir un classement ! C'est la notion même de « Vins du Maroc » qui est sortie gagnante. La qualité des vins présentés a été une révélation pour beaucoup.

### Y a-t'il eu un coup de coeur de la part des sommeliers présents?

Oui, même plusieurs coups de cœur ! Ce qui se dégage, c'est que la syrah et le sauvignon blanc sont vraiment chez eux au Maroc. Mais d'autres cépages ont également séduit nos dégustateurs, dont le tempranillo, le tannat ou le malbec associés au cabernet-sauvignon pour les rouges et le viognier ou la marsanne et le muscat dans les assemblages de blancs. La liste n'est pas exhaustive, bien sûr. Mais vous aurez la description de tous ces vins dans Sommeliers International en juin prochain !

### Pensez-vous qu'un tel événement puisse favoriser l'exportation de nos vins marocains?

C'est ce que nous espérons ! Quand je vois la réaction de nos sommeliers étrangers, j'ai confiance. Il s'agit maintenant de bien communiquer au niveau mondial. Et je pense que l'ASPRAM (Association



des Producteurs de Raisins du Maroc) a un rôle déterminant à jouer. L'ASMA est prête à collaborer étroitement avec cet organisme.

### Que manque t'il à ces vins de prestige pour figurer sur les meilleures tables gastronomiques mondiales?

Il ne suffit pas de savoir faire, mais aussi le faire savoir ! Les vins du Maroc sont encore méconnus pour la plupart sur la scène internationale. L'ASMA et l'A.S.I (Association de la Sommellerie Internationale) sont des vecteurs de communication qui ne demandent qu'à être exploités. A travers l'information et les dégustations, les vins du Maroc pourront figurer sur les meilleures tables gastronomiques à travers le monde. Plusieurs producteurs sont prêts à jouer le jeu.



# HOLE IN 1 EST NÉ !!!

Le Samedi 14 Mars dernier, Hole In 1 Event a organisé son premier Trophée, l'Open des Métiers de Bouche et du Tourisme au Golf «The Tony Jacklin» à Prestigia, qui, pour l'occasion réunissait différents protagonistes du secteur.

Lors de cette manifestation, les professionnels de la restauration nous ont fait déguster les produits locaux, les partenaires ont pu découvrir les dernières technologies d'analyse du swing pour la plus grande joie des golfeurs, ou on tout simplement découvert le Golf à travers l'initiation pour les novices, ce qui a fait de cette journée, un moment inoubliable et de ce Trophée un événement hors normes.

Un franc succès pour Christophe Harivel lors de cette première, grâce aux partenaires, aux participants mais aussi à sa collaboratrice Marion Gabrielli qui est dans l'événementiel depuis près de 10 ans.

Fort de leur expérience commerciale et de leurs relations, Christophe et Marion, avec Hole In 1 Event, organisent des événements golifiques pour les entreprises, communément appelé Networking.

Les partenaires invitent des clients et/ou des prospects, à participer au Trophée sous les couleurs de l'entreprise. Une formule conviviale dans un cadre idyllique pour une journée décontractée tout en échangeant ses contacts autour d'une même passion « Le Golf ».

Confiez l'organisation de vos trophées de golf à des passionnés, des golfeurs, des professionnels, qui feront de vos



événements corporates ou non les plus beaux souvenirs.

Différents secteurs d'activités vous attendent tout au long de l'année. Contactez nous !

Christophe Harivel - 06 64 90 68 71  
[christophe@holein1event.com](mailto:christophe@holein1event.com)  
 Marion Gabrielli - 06 61 31 89 93  
[marion@holein1event.com](mailto:marion@holein1event.com)  
[www.facebook.com/holein1event](http://www.facebook.com/holein1event)

Âgé de 43 ans, Christophe Harivel est un passionné de golf depuis près de 20 ans. Il a notamment participé à la Coupe de Paris par équipe ainsi qu'à plusieurs Grands Prix (classement Fédéral) en France.

C'est en 2006 que Christophe décide de poser ses valises au Maroc plus précisément à Casablanca où le secteur du Golf reste à développer. Il commercialise alors l'annuaire des Membres du Royal Golf Anfa Mohammedia avec Les Editions Mauro.

Pour élargir son relationnel il reprend sa carrière de directeur commercial dans différents secteurs d'activités, puis en 2012 il décide enfin de se consacrer à sa passion de toujours «Le Golf». Il crée alors sa propre société pour lancer aujourd'hui Hole In 1 Event.



## LE RIAD N°9

**R**iad n°9, dans la médina de fès, est une résidence historique du XVIIIème siècle qui a aujourd'hui retrouvé sa splendeur d'antan réincarnée en une maison d'hôtes de luxe. Achetée comme résidence de vacances en 1999, les propriétaires actuels ont rapidement entrepris de rénover entièrement la propriété, une opération qui s'est déroulée sur trois ans.

Le Riad n°9, situé dans la médina de Fes, est une petite maison d'hôtes de luxe. Cette propriété a été la maison de vacances de Stephen di Renza, le propriétaire, pendant de nombreuses années avant qu'il ne l'ouvre au public. La décoration n'est pas spécifiquement marocaine mais plutôt vintage français, anglais et asiatique avec beaucoup de meubles et objets recueillis par Stephen

### LA TERRASSE

Le coup de coeur pour les propriétaires actuels a été le toit-terrasse offrant une vue époustouflante sur la médina.

lors de ses voyages de par le monde (Paris, Londres, Hanoi)

Le lieu fait honneur aux styles décoratifs fassis. Il a entièrement été rénové.

L'idée était d'utiliser uniquement des matériaux traditionnels et de faire appel à des artisans locaux pour la restauration et la décoration, mais surtout pas de copier ou de « reproduire » une propriété historique.

Un carrelage traditionnel noir et blanc, quelques immenses photos monochromes au mur, sont les seules concessions faites à l'embellissement des lieux.

L'intention était de créer un espace qui





«Ce qui est important pour nous, c'est que nos hôtes se sentent à l'aise et s'approprient l'espace, tout en s'imprégnant pleinement de l'esprit de la médina.»



contraste avec l'hyperactivité qui règne à l'extérieur, afin que les convives n'aient qu'à pousser la porte du restaurant pour se retrouver dans l'ambiance médiévale de l'ancienne médina.

L'espace est ainsi très clair et très aéré, combinant avec subtilité architecture et décoration locale traditionnelle dans un esprit et un confort très contemporain.

Côté chambres, le propriétaire a restructuré intentionnellement cette maison en demeure d'hôtes avec seulement trois chambres, dotées de deux salons privés au rez-de-chaussée.

Le lieu met également à la disposition des hôtes un choix extrêmement varié de livres et de musiques. Deux chats, Boots et Ruby (non autorisés dans les chambres), des oiseaux et des poissons vous réserveront également le meilleur accueil.

Veuillez noter que cette demeure



#### DISTINCTION

A noter que Condé Nast a élu le riad n°9 l'un des meilleurs petits hôtels du monde en 2013.

typiquement marocaine avec ses marches d'escalier très hautes n'est pas adaptée aux personnes à mobilité réduite.

9 derb lamsside - zkak el ma  
Fès médina  
[stephen@riad9.com](mailto:stephen@riad9.com)



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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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



## LA NOUVELLE IDENTITÉ D'UN ACTEUR DYNAMIQUE ET RESPONSABLE

Fort de ses 85 ans de succès dans la production sucrière, des atouts que lui octroient la diversité et la stabilité de ses actionnaires et de son capital humain, COSUMAR fait évoluer son identité visuelle, affichant de nouvelles ambitions stratégiques. Son nouveau logo, aux couleurs et aux formes adoucies, exprime les valeurs d'une marque dynamique, conviviale et naturelle. C'est une nouvelle étape de son développement qu'annonce aujourd'hui COSUMAR à tout son écosystème : partenaires agriculteurs, acteurs régionaux, clients professionnels et plus de 30 millions de Marocains consommateurs de sucre, fidèles à ses produits de qualité, innovants et ancrés dans la tradition.



# GRUPE CRÉDIT AGRICOLE DU MAROC PARTENAIRE DU SIAM



GRUPE CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE