

BILAN SIAM 2015 : UN RÉEL SUCCÈS

15 mai - 15 juin 2015

25MAD / 5€ / 6\$

N° 59

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

SPÉCIAL RAMADAN

- * LES PRODUITS PHARES
- * CONSOMMATION ET SUR-CONSOMMATION
- * DES FTOURS D'EXCEPTION



CAHIER HoReCa

PROCESS : LA CHAÎNE DU FROID



ASSISES
INVENTER L'AGRICULTURE DU FUTUR



CONNECTIVITÉ :
LE DÉFI DU TOURISME



CERTIFICATIONS ISO
À QUOI SERVENT-ELLES?



Nouvelle agence spécialisée en hôtellerie et tourisme

Chaque emploi nous engage

Pour répondre au mieux à vos besoins et exigences en personnel qualifié dans les métiers de l'hôtellerie et du tourisme et de l'événementiel.

Tectra a ouvert une nouvelle agence spécialisée dans ce secteur qui assure :

- Une expertise, des conseils et assistance personnalisée.
- Des réponses rapides et flexibles qui s'adaptent à vos besoins (CTT, CDD, CDI).
- Un personnel dynamique et qualifié dans le secteur hôtelier grâce à une base de données axée métiers.
- Une disponibilité 7 jours sur 7 de notre équipe pour vous aider dans la gestion des urgences liées à votre activité.

Choisir Tectra, c'est avant tout choisir une équipe d'experts, spécialisée dans les métiers de l'hôtellerie et du tourisme, à l'écoute de vos besoins.

« DES CHAINES HÔTELIÈRES DE RENOMMÉE INTERNATIONALE NOUS FONT CONFIANCE »

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 Duflot
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°59



Le mois de Ramadan est une période particulière, aussi bien économiquement, socialement qu'au niveau nourriture et vie quotidienne. Pour certains il est source de recueillement et apporte beaucoup de bienfaits sur la santé. Il permet entre autres de nettoyer l'organisme de ses toxines, la régénération cellulaire, une élimination des réserves grasses et la stimulation des défenses immunitaires. Et pour d'autres le manque de sommeil, la somnolence, la faim, la nervosité, ... sont autant de problèmes qui perturbent le travail.

Mais le Ramadan c'est surtout le devoir de prier, de réfléchir sur la place de la foi dans la vie et sur la façon de développer ses qualités humaines, et bien sûr c'est la meilleure occasion de se rassembler en famille et entre amis pour consommer un repas de fête.

Resagro a décidé de vous proposer un dossier Ramadan en 2 parties. Dans la rubrique agroalimentaire où l'on s'est attardé sur l'état d'approvisionnement des produits de grande consommation et les problèmes de surconsommation et dans le Cahier HoReCa qui propose nos coups de coeur « Fours au restaurant ».

D'autres dossiers complets vous attendent, notamment un bilan très complet sur le SIAM, un état des lieux du Plan Maroc Vert, des conseils sur la certification et le respect de la chaîne du froid et, pour préparer vos futures vacances, une visite des plus belles îles du monde!

Bonne lecture et excellent Ramadan à tous !

Alexandre DELALONDE

Sommaire

Périscopes 06

Salons 32



RESAGRO 59
Le manuel des décideurs

Agroalimentaire

Nouveaux produits	14
SIAM 2015 : une très belle réussite	16
MaroCarne : 3ème édition	26
L'Agroforesterie	28
Ramadan : consommation	30



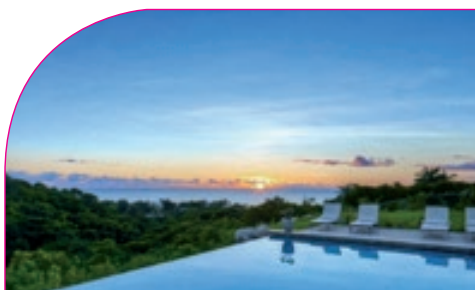
Solutions

Les cybermenaces financières en 2014	34
A quoi servent les certifications ISO?	36
Bien respecter la chaîne du froid	40
Nouveaux matériels	44



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

Recettes ludiques selon Kiri	46
Les News	48
Le Food Swap	54
Connectivité : le défi du tourisme	56
Hôtellerie : les meilleurs ftours	60
12 îles de rêve (1ère partie)	62
Le restaurant du mois	66





AGRICULTURE RAISONNÉE,
PRODUITS DE BIOCONTRÔLE
www.ab7-industries.fr



MATÉRIEL D'ÉLEVAGE EN
ACIER GALVANISÉ
www.agritubel.com



TRANSFERT DE SAVOIR-FAIRE
DES FILIÈRES AGRICOLES



CORNADIS, LOGETTES,
RACLEURS
www.ck-industries.com



SPÉCIALISTE DU
TRAITEMENT DE LISIER
www.c-r-d.com



EXPORT GÉNISSES GESTANTES ET
SEMENCES DE RACE MONTBÉLIARDE
www.coopex.com



HYGIÈNE, TRAITEMENT
DE L'EAU, NUTRITION
www.cth.fr



PÉPINIÈRE FRUITIÈRE,
NOUVELLES VARIÉTÉS
www.dalival.com



PÉPINIÈRES FRUITIÈRES



PLANTS FRUITIERS
CERTIFIÉS



CERTIFICATION
BIOLOGIQUE
www.ecocert.com



PETITS ÉQUIPEMENTS
TRANSFORMATION LAITIÈRE
www.elecrem.com



ALIMENTS D'ALLAITEMENT,
JEUNES ANIMAUX
www.elvor.com



SPÉCIALISTE
DES PLANTS FRUITIERS
www.pepinieres-escande.com



PÉPINIÈRE



EXPORTATEURS
DE GÉNISSES
GESTANTES



ÉDITEUR DE LOGICIEL
INFORMATIQUE F&L
www.informia.fr



INNOVATION, CONSERVATION,
FRUITS, LÉGUMES
www.jannymt.com



QUALITÉ - INNOVATION
OUTILS DU SOL
www.labbe-rotiel.com



DÉCOUPE LASER,
PLIAGE, SOUDURE
www.bretagne-laser.com



CONCEPTION, FABRICATION,
INSTALLATION ABATTOIRS
www.norman-sa.com



VÉTÉRINAIRE
DIÉTÉTIQUES - LOGICIELS
www.obione.fr



PÉPINIÉRISTE FRUITIER
www.pepinieres-grard.fr



PÉPINIÈRES VITICOLES
www.comtat.com



CORNADIS - LOGETTES
ABREUVOIRS
www.cosnet.fr
www.lagee.com



RÉGULATION - VENTILATION
SURVEILLANCE - ÉLEVAGES
www.sodis-france.fr



EXPORT-IMPORT
BÉTAIL ET VIANDES
www.sofrana.fr



SALON PROFESSIONNEL
INTERNATIONAL ÉLEVAGE
www.space.fr



VENTE À
L'EXPORTATION DE PLANTS
DE PÉPINIÈRE



LOGISTIQUE - EAU & ENVIRONNEMENT
AGRO-INDUSTRIE
www.suddefrance-developpement.com



RÉSEAU D'ENTREPRISES COUVRANT
LA TOTALITÉ DU CYCLE DE L'EAU
www.swelia.com



LOGISTIQUE ET TRANSPORT
www.translog-lr.com



PREMIER, MINÉRAUX
TOUTES ESPÈCES
www.calcialiment.fr



FOURNISSEURS ET ÉQUIPEMENTIERS
DU SECTEUR VITI-VINICOLE
www.vinseo.com



NÉGOCE DE BOVINS
À L'EXPORT
www.etsweber.fr

BANQUE ATTIJARINET



Afin de mieux vous accompagner au quotidien dans la gestion de vos comptes et de vos opérations bancaires, Attijariwafa bank propose la solution de banque en ligne Attijarinet. Attijarinet vous permet, 24h/24

et 7j/7, de consulter vos comptes, d'effectuer des opérations en temps réel et vous fait bénéficier de nombreux services à travers une nouvelle interface simplifiée, intuitive et sécurisée.

- Connectez-vous à votre banque à tout moment
- Réalisez l'ensemble de vos opérations en instantané
- Accédez à une large gamme de services en ligne
- Bénéficiez du module DocNet 1 (service de banque à distance permettant la consultation et le téléchargement de vos documents bancaires)
- Naviguez en toute sécurité

Pour toute information : contacter un conseiller en agence ou appelez le 05 22 58 88 55

AGRO-INDUSTRIE LESIEUR CRISTAL



Fidèle à sa stratégie d'innovation, Lesieur Cristal a lancé cinq nouveaux produits en l'espace de moins d'un an. Dernier en date, la toute nouvelle huile de table Lesieur 3Graines, qui pour

la première fois combine les 3 graines de Soja, Colza et Tournesol (voir rubrique nouveaux produits). Un peu plus tôt, Lesieur Cristal a lancé aussi HuilOr Duo, Cristal EcoPro, El Kef poudre et Taous gel douche.

Autant d'innovations de qualité qui répondent avec excellence à de nouveaux besoins du consommateur, couronnées par l'obtention du Trophée de l'innovation attribué à la marque El Kef, à l'occasion des récents « Morocco Awards 2015 ». Ainsi depuis 2012, Lesieur Cristal a développé plus de neuf nouveaux produits dont le succès ne s'est jamais fait attendre, avec pour rappel la nouvelle huile d'Olive Al Horra, puis les condiments Lesieur ketchup et mayonnaise, suivis d'innovations sur les segments du « personal care » et « home car » avec les produits Taous liquide et El Kef pâte.

www.lesieur-cristal.ma

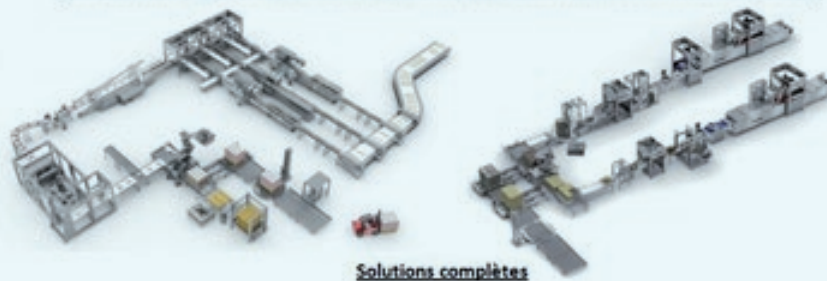
ULMA PACKAGING CHOISI AMB PROCESS

ULMA Packaging, Entreprise spécialisée dans la Conception et la Production d'équipements et de Services de packaging. Fort d'une expérience de 50 ans et d'une équipe de professionnels très qualifiés associée aux technologies de Conception et de Fabrication les plus pointues, ULMA Packaging propose une large et innovante gamme de solutions d'équipements et de services de Packaging avec pour seul but d'apporter de la valeur ajoutée à ses clients. ULMA Packaging a choisi AMB PROCESS pour les représenter au Maroc et vient ainsi renforcer la gamme de grandes marques internationales représentées au Maroc par AMB PROCESS.

www.amb-process.com



Ensacheuses, Fardeleuses, Filmeuses, Flow pack, Opérculeuses, Robots, Thermoformeuses



Solutions complètes

CONSTAT ACCES AU FINANCEMENT



L'accès au financement bancaire au 1er trimestre 2015 aurait été «normal», selon 72 % des entreprises et «difficile» selon 26 %, a indiqué Bank Al Maghrib

(BAM).

Par branche d'activité, plus de 80 % des industriels de l'agroalimentaire, mécanique et métallurgique et textile et cuir, déclarent l'accès au financement bancaire «normal», contre 61% et 53% respectivement pour la chimie et parachimie et l'électricité et électronique, précise la Banque centrale

S'agissant du coût du crédit, il aurait stagné dans toutes les branches à l'exclusion de l'agroalimentaire. Durant cette période, les dépenses d'investissement auraient été en hausse dans l'ensemble des branches, à l'exception de la mécanique et métallurgie

Ce constat est valable pour l'ensemble des branches, à l'exception de l'agroalimentaire où 55 % des dépenses d'investissement sont autofinancées et 45 % par crédit des sociétés financières.

CONFERENCE ECHANGER POUR MIEUX COMPRENDRE



La Fondation Attijariwafa bank a organisé jeudi 23 avril 2015, la neuvième édition de son cycle de conférence « Echanger pour mieux comprendre

», au siège du Groupe, à Casablanca. Lors de cette rencontre qui a réuni le monde universitaire, les acteurs associatifs ainsi que quelques opérateurs, la Fondation Attijariwafa bank a invité les intervenants du panel à se pencher sur la problématique du civisme dans notre pays et à explorer les voies susceptibles de provoquer ce sursaut citoyen que tout le monde appelle de ses vœux. A travers cette conférence débat, la Fondation Attijariwafa Bank démontre une fois de plus sa volonté d'être à l'écoute des problématiques sociales et sociétales qui concernent notre pays et de promouvoir un débat constructif pour contribuer à leur meilleure compréhension.

ABDL

INDUSTRIE

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

FORUM HUILE D'OLIVE A MEKNES



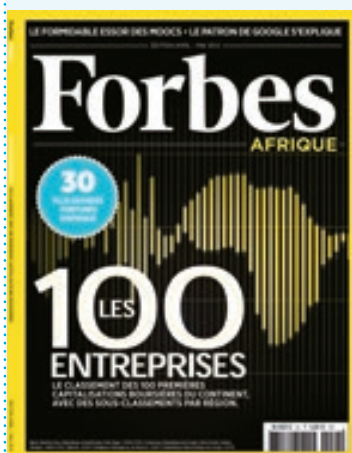
La 4e édition du Forum international de l'huile d'olives s'est tenue le 6 avril dernier à Meknès, sous le thème «Compétitivité et commercialisation de l'huile d'olive : expériences méditerranéennes». Organisé par l'Ecole nationale d'agriculture de Meknès, ce Forum international était conçu comme une 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.

D'éminents experts et opérateurs de la filière oléicole marocaine et méditerranéenne avaient été conviés pour faire le point sur les expériences espagnole, italienne, tunisienne et marocaine en matière de commercialisation de l'huile d'olive.

Les réflexions et les débats étaient orientés vers l'émergence des moteurs du changement et les stratégies futures de commercialisation de l'huile

d'olive, basées sur les technologies de l'information et de la communication. Les expériences des groupes de distribution, de conditionnement et les stratégies des coopératives d'huile d'olive (Groupe DCOOP), le positionnement des grandes marques et des petites coopératives (cas de l'Espagne et de l'Italie) furent débattues.

CLASSEMENT AWB AU TOP 100



Dans sa livraison datée d'avril/mai 2015, le Magazine « Forbes Afrique » a publié un classement du Top 100 des capitalisations boursières africaines. Attijariwafa bank occupe la 22ème place, en capitalisation boursière, tous secteurs confondus, à l'échelle de l'Afrique et se place en 1ère position, dans le secteur bancaire, au niveau de l'Afrique du Nord.

PARTENARIAT POUR LE CREDIT AGRICOLE DU MAROC



Le groupe Crédit Agricole du Maroc renforce ses partenariats par la signature de trois nouvelles conventions.

- Avec la Fédération interprofessionnelle du riz (FNIR)
- La Sonacos-FNIS
- Et l'Agence pour le développement agricole (ADA).

Le premier partenariat vise à accompagner et financer l'amont et l'aval de la filière de la riziculture, conformément au contrat programme établi entre le gouvernement et la profession.

Le deuxième vise le financement et l'accompagnement des agriculteurs afin de faciliter leur accès aux intrants commercialisés par la Sonacos, à savoir les semences sélectionnées, les engrais et les produits phytosanitaires.

Le troisième engage le GCAM à supporter l'accompagnement de l'ADA à travers la mise en place d'une offre bancaire adaptée en faveur de ses différents projets.

ENGRAIS DALIA COMODEX DISTRIBUE OCP



Dalia Comodex commercialisera, dorénavant, l'ensemble des produits de la gamme d'engrais de OCP S.A sous la marque «Elfeddan».

Ce contrat package de distribution d'engrais phosphatés se fera sur le marché marocain. Par ailleurs la société s'engage à réaliser de nombreuses actions de développement agricole au profit des agriculteurs marocain, telles que des formations sur les bonnes pratiques de fertilisation rationnelle et raisonnée, des essais de démonstration agronomiques et le développement de formules NPK adaptées aux sols et aux cultures.

daliacomodex.com - ocpgroup.ma

RAPPORT L'AFRIQUE DE DEMAIN



Répondre aux besoins de base sur les marchés régionaux, et construire des partenariats stratégiques autour de l'innovation technologique, voici deux opportunités d'investissement industriel en Afrique identifiées par la Coordination pour l'Afrique

de demain (Cade) dans un rapport intitulé « Bâtir des industries modernes et compétitives en Afrique »

Compte-rendu sur www.afrique-demain.org

α

ALPHA INOX MAROC

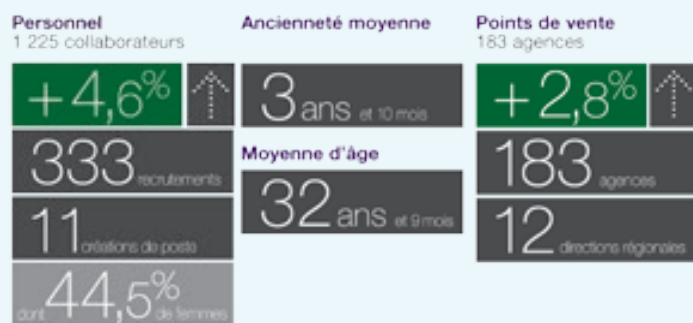
LE PARTENAIRE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES, PHARMACEUTIQUES ET COSMETIQUES

Inox
Tôle
Raccord
Tube
Robinetterie
Visserie
Quincaillerie
Outillage
Fournitures
Industrielles

10, Avenue Tizi Ousli Aïn Sebaâ - Casablanca - Tél.: 05 22 34 17 03 / 09 - 05 22 34 16 44

Fax : 05 22 34 17 16 / 05 22 34 17 22 - E-mail : info@alpha-inox.com - Site web : www.alpha-inox.com

ETUDE IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE MICRO CREDIT



Albaraka a réalisé une étude d'impact socio-économique au cours de l'année 2014 afin de suivre les réalisations de ses performances sociales, qui sont la traduction effective de sa mission en pratique. Tout d'abord, l'étude devait répondre à la problématique suivante: « Dans quelle mesure les services offerts par Albaraka participent-ils au renforcement de l'inclusion financière et à l'amélioration des conditions de vie des clients et de leurs familles ? ». Ensuite, l'étude devait répondre à deux objectifs majeurs : d'une part, évaluer à plusieurs niveaux l'impact des services d'Albaraka sur sa clientèle c'est-à-dire les performances financières, le développement personnel et professionnel et le bien-être du ménage; et d'autre part permettre une vision d'ensemble sur les différents comportements des clients en vue de faire évoluer les produits et les services de façon adaptée aux besoins des clients.

L'enquête a été effectuée sur un échantillon de 375 clients répartis en trois groupes selon leur ancienneté.

Les 4 principaux secteurs dans lesquels les clients ont investi leur dernier prêt contracté auprès d'Albaraka sont les suivants:

1. Commerce, négoce et vente au détail: 57%
2. Fabrication : 15%
3. Services : 12%
4. Agriculture : 11%

Etude complète sur resagro.com

AGROALIMENTAIRE LE MAROC SUR LE MARCHE AFRICAIN



Aujourd'hui, l'Afrique qui absorbe 22,2% des exportations marocaines (+10,7 points entre 2000 et 2014). Ainsi, le Maroc vend principalement sur le continent du poisson (51,4%), de la farine de blé tendre (11,8%) et de la chocolaterie/confiserie (6,6%), mais aussi des glaces et autres produits laitiers.

C'est dans ce contexte qu'une stratégie est en cours d'élaboration entre les ministères de l'Agriculture et celui de l'Industrie. Elle apportera des réponses concrètes pour remédier au déficit de compétitivité du secteur agroalimentaire. Cette stratégie vise aussi à aider les entreprises marocaines à améliorer leurs prix de revient et à diversifier leurs offres en allant vers les produits à forte valeur ajoutée comme les plats cuisinés, les pâtes et le couscous.

FOIRE LE MAROC A ABIDJAN



Directrice sectorielle du Centre marocain de promotion des exportations Maroc Export, Nadia Rhaoui était accompagnée d'une quarantaine d'entreprises de divers secteurs d'activités, à la première édition de la Foire internationale d'Abidjan. Ce rendez-vous ne sera certainement pas le dernier pour les opérateurs économiques marocains.

C'est en 2012 que le renforcement des relations entre les deux pays a pris naissance avec la signature de plusieurs accords de partenariat. D'autres sont arrivés, trois ans après. Autant dire que les échanges commerciaux entre le Maroc et la Côte d'Ivoire deviennent de plus en plus importants.

CAPITAL PLATINUM POWER



Platinum Power, opérateur dans le secteur de l'énergie, de l'eau et de l'environnement en Afrique, vient de procéder avec succès à une augmentation de capital d'un montant total de 30 millions de Dirhams,

souscrite pour l'essentiel par son actionnaire de référence le fonds d'investissement américain Brookstone Partners. Cette augmentation de capital va permettre de finaliser le développement des projets en cours, notamment en menant à terme les différentes études techniques, préalables et nécessaires à la réalisation de tout projet d'infrastructure et d'énergie.

platinumpower.ma

PECHE DUMEZ-MAROC A CASABLANCA



La société Dumez-Maroc, filiale de Sogea-Satom (Vinci Construction), a emporté l'appel d'offres de l'Agence nationale des ports du Maroc (ANP) pour

la construction d'un port de pêche à Casablanca. Ce nouveau port va remplacer celui existant, en plein centre-ville, dans le cadre des projets d'aménagement du front de mer de Casablanca.

Il va bénéficier d'une digue principale de 715 mètres linéaires, d'une digue secondaire de 500 mètres linéaires ainsi que de deux quais de respectivement 325 et 145 mètres linéaires. Le contrat prévoit aussi la construction d'un terre-plein d'une superficie de 11 hectares, d'un plan incliné de 70 mètres linéaires, un dragage du chenal et des bassins et la pose de 240 mètres linéaires d'appontements flottants. Après un investissement de 56,2 M€, la livraison est prévue en janvier 2017.

www.sogea-satom.com

Cultiver - Récolter - Transformer - Servir

Depuis 1981

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

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

 Purées naturelles de fruits pasteurisées

 Fruits surgelés IQF

 Préparations de fruits

 Coulis de fruits

Main sponsor



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

CERTIFICATION STOKVIS NORD AFRIQUE



Côté à la Bourse de Casablanca depuis 2007, Stokvis Nord Afrique, leader national de l'importation et de la distribution de matériels techniques, a annoncé avoir

procédé à la signature, avec la Direction Générale des Impôts (DGI), de la convention relative au statut de contribuable catégorisé classe A.

Ce statut va permettre à Stokvis Nord Afrique de bénéficier d'avantages dans la gestion administrative de ses dossiers fiscaux auprès de la DGI. Ils comprennent notamment des services personnalisés et rapides dans le cadre du guichet dédié, un dispositif d'anticipation préalable à toute procédure de relance ainsi que le traitement bienveillant de tout contentieux éventuel entre l'entreprise signataire et l'administration fiscale marocaine.

Stokvis couvre l'intégralité des besoins de ses clients à travers la mise à disposition de matériels hautement compétitifs dans diverses activités :

- Agricole ;
- Bâtiments et travaux publics ;
- Manutention, nettoyage et rayonnage ;
- Climatisation et froid industriel.
- Automobile

www.stokvis.ma

LABEL L'AMMC RELANCE LE DEBAT



L'Association Marocaine du Marketing et de la Communication (AMMC) a célébré son premier anniversaire lors d'une soirée qui a regroupé un grand nombre de professionnels de ces métiers, avec, en ouverture, une conférence sous le thème « Label Maroc, Levier de Croissance » animée par le Ministre de la Communication Porte Parole du Gouvernement, Mustapha El Khalfi et le Président de l'AMMC, Khalid Baddou. Lors de cette conférence, le Président de l'AMMC a présenté le bilan d'activités de l'association pour sa première année d'existence, notamment son projet phare « Nation Branding / Label Maroc ». A travers ce projet, l'Association vise à sensibiliser les pouvoirs publics et les opérateurs privés à l'importance de mise en place une stratégie transversale créant une consistance et une cohérence entre les différents plans sectoriels qui visent à la promotion de l'image du Maroc.

Plus d'information sur www.ammc.co

INDICES LES PRIX ALIMENTAIRES DECCROCHENT



L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), qui a publié son indice mensuel des prix alimentaires et son rapport semestriel Perspectives de l'alimentation, prévoit que cette année la facture mondiale des importations alimentaires devrait toucher son plus bas niveau en cinq ans

L'indice des prix alimentaires a atteint en avril son niveau le plus bas depuis juin 2010, à 171 points, en chute de 19,1% sur un an. Les cinq indices de produits qui le composent ont tous décroché au cours de l'année : -34,4% pour les produits laitiers, -24,2% pour le sucre, -20% pour les huiles végétales, -18,6% pour les céréales et -14,3% pour la viande. De fortes disponibilités, favorisées par de bonnes récoltes, expliquent ces baisses. Entre les campagnes 2013-14 et 2014-15, la production mondiale de

céréales s'accroîtrait in fine de 0,9%, à 2548,3 millions de tonnes (Mt). Selon la FAO toujours, de nombreux acheteurs s'attendent à une nouvelle diminution des prix du blé dans les prochains mois.

NOMINATION

ANTONIO MARIANI CHEZ MONDELEZ MAROC



Antonio Mariani a été nommé directeur général nommé de la société Mondelez Maroc, spécialiste en agroalimentaire. Il aura pour mission de gérer le portefeuille de

marque de la filiale marocaine de Mondelez international. L'entreprise compte parmi ses filiales les biscuits Bimo, les cafés Samar et Carte noire, les chewing-gums Trident et Clorets et les bonbons Halls. Antonio Mariani a occupé plusieurs postes de responsabilité au sein de Mondelez international depuis 2007. Initialement directeur de chaîne à Milan, il est devenu directeur de catégorie marketing en Espagne avant d'être nommé directeur général de la filiale portugaise de l'entreprise.

www.mondelezinternational.fr

FILIALES

UNIMER ET SANAM AGRO



Le groupe agro-alimentaire spécialisé dans les produits de la mer, Unimer, est passé sous le contrôle total de Sanam Agro. Les 2 entités appartenant au groupe Saïd Alj. Le PDG, qui contrôle Unimer depuis 1986, réorganise ainsi les participations croisées de ses filiales. Sanam Agro détient donc désormais 50,08% du capital d'Unimer contre 42% auparavant, a annoncé Sanam Agro le 30 décembre 2014. Sanam Holding dispose en parallèle de près de 30% d'Unimer, tandis que divers actionnaires possèdent encore près de 20% de son capital.

Bulletin d'abonnement

A compléter et envoyer, accompagné du règlement par chèque ou de la copie du virement bancaire, sous enveloppe affranchie à :

COMPAD – BP 20 028 Hay Essalam – CP 20203 Casablanca – MAROC

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

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

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

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

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

1^{er} abonnement :

Société : _____
Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____
E-mail : _____ @ _____
Adresse complète : _____

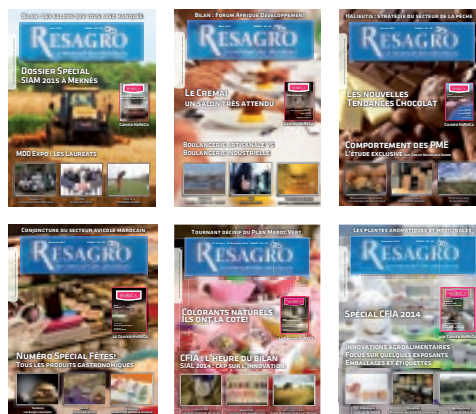
Code postal : _____ Ville : _____
Pays : _____

2^{ème} abonnement :

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____
E-mail : _____ @ _____

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

Tél : +212 522 249 597 - Fax : +212 522 242 200 - E-mail : contact@resagro.com - www.resagro.com



Nouveaux produits

PHILIBERT SAVOURS BAGUETTE CAMPASINE®

* Éluée et plébiscitée par les consommateurs

Cette année encore, la baguette Campasine® s'est distinguée dans les boulangeries en allant à la rencontre du marché avec son goût irrésistible.

Sa belle couleur ambrée, son croquant incomparable, sa mie moelleuse, sont des atouts pour fidéliser votre clientèle au quotidien, séduire les consommateurs avec de nouvelles saveurs et créer des opportunités de distribution.

Par son style, son allure et son goût authentique, Campasine® est plus qu'un simple pain quotidien : c'est un très beau et très bon pain.

* Sur toutes les bonnes tables

Les meilleurs boulangers et grands restaurateurs ont choisi Campasine® parce qu'avec des ingrédients simples, naturels et des saveurs soigneusement équilibrées... ils offrent chaque jour une baguette et des petits pains savoureux, d'une qualité régulière.

Jamais un pain n'aura fait autant sensation. Le succès, c'est aussi une histoire de goût !

* Une baguette irrésistible

La baguette Campasine® est née du mariage harmonieux du blé Camp Rémy et des notes puissantes du sarrasin. À la suite d'un lent procédé de fermentation naturelle à partir d'un levain mère, la farine de blé tendre Camp Rémy et celle de sarrasin sont transformées en adjuvant aromatique.

L'association de ces saveurs judicieusement dosées apporte un goût tout en rondeur, composé de légères notes de caramel, de miel et de noisette.

La réussite de Campasine® est aujourd'hui accessible à tous et offre à chaque artisan boulanger de nouvelles opportunités de vente avec la certitude d'un produit largement approuvé.

CETTE BAGUETTE EST DISTRIBUÉE AU MAROC PAR KENZ MAROC, QUI ASSURE EN PARALLÈLE LA COMMERCIALISATION DE LA FARINE SPÉCIALE ET LE SOUTIEN TECHNIQUE ET MARKETING.



LES DOMAINES AGRICOLES LAIT CHERGUI



Issu exclusivement des meilleures élevages des Domaines Agricoles, ce nouveau lait est le résultat d'une sélection très rigoureuse et d'une traçabilité garantie. Chergui

vous offre un lait de qualité supérieure 100% naturel, sans additifs ni conservateurs, sain et nutritif. Il peut rester jusqu'à 15 jours dans votre réfrigérateur.

EN GSM ET ÉPICERIES

LESIEUR 3 GRAINES



La marque Lesieur révolutionne l'huile de table en lançant une nouvelle formule unique, qui pour la première fois rassemble en une seule huile de table, les graines de Soja, Tournesol et Colza. Cette combinaison des 3 Graines, parfaitement équilibrée, présente tous les atouts nutritionnels :

- Soja : bonne pour le système cardiovasculaire – riche en Oméga 3 et Oméga 6
- Tournesol : légère, digeste, riche en Vitamine E
- Colza : aide à diminuer le taux de cholestérol

EN GMS ET ÉPICERIES

PASQUIER TARTE CITRON MERINGUÉE



Brioche Pasquier, spécialiste des produits de pâtisserie surgelée vient de lancer la tarte au citron meringuée à destination des professionnels de la restauration. Composée

d'une pâte sablée pur beurre à bords lisses, d'une crème citron aux oeufs frais et d'une véritable meringue italienne en forme de roses, cette savoureuse tarte demeure un incontournable des cartes de restauration.

Sans conservateurs, sans colorants.

Conservation 24h à 0-4°C et 12 mois à -18°C

Colisage 2 pièces. Protection par cloche plastique dans un étui.

WWW.BRIOCHEPASQUIER-PRO.COM

KINDER BUENO DARK



Depuis le mois de mars et jusqu'en juin, Ferrero propose Kinder Bueno Dark en édition limitée. Cette dernière variété est disponible en format individuel (T2 soit 2 barres):

par 3 (T2 x3)

par 5 (T2 x5).

Nous pouvons retrouver Kinder Bueno Dark en GMS.

WWW.FERRERO.FR/KINDER-BUENO

COMPAL
1952

Les jus ne sont pas tous créés égaux !

On sait que les nectars sont évidemment plus savoureux quand ils sont faits uniquement avec des fruits pressés.
C'est pour cela que sur la nouvelle gamme Compal NFC nous n'utilisons pas de concentrés.
Sans colorants ni conservateurs.
Compal NFC issu uniquement d'ingrédients naturels.

Nectar ORANGE MEDITERRANEE
MEDITERRANEE ORANGE

Nectar MULTI FRUITS
NFC

Nectar MANGUE COLOMBIENNE
COLOMBIENNE MANGO
NFC

FRUITS PRESSES
NFC
SQUEEZED FRUITS

SIAM 2015 : Encore une très belle réussite!

Par Fanny Poun



Le Commissaire du Salon international de l'Agriculture au Maroc (SIAM), Jaouad Chami, a qualifié de «très réussie sur tous les plans» la 10ème édition de ce rendez-vous annuel, qui a connu une grande affluence des visiteurs, pendant seulement cinq jours, dont le nombre atteint pas moins de 817.000.

UN SALON INCONTOURNABLE

Le SIAM a su, dès ses premières éditions, s'inscrire dans le calendrier des rendez-vous incontournables de l'Agriculture, et ce aussi bien au niveau national, continental qu'international se hissant au rang de premier salon du Maroc et d'Afrique.

Un engouement partagé par les acteurs du marché à l'international mais aussi sur le plan national qui sont plus nombreux et participent à faire de chaque année une édition record.

Une progression chiffrée mais également et surtout qualitative soulignée par l'identité unique du salon et sa vocation particulière à la croisée des chemins de l'information, de la mise en relation, et du benchmarking, et que vient parfaire un programme scientifique de haut niveau.



AFFLUENCE

La journée du 1er mai a connu une affluence du public des plus massives. On a pu comptabiliser environ 200.000 visiteurs qui ont pu circuler au niveau des différents pôles et stands en toute sécurité et avec une grande fluidité», a relevé M. Chami, qui s'est félicité des mesures prises, cette année, par les

organisateurs pour permettre au Salon de contenir et gérer au mieux les grands flux des visiteurs.

LES PÔLES

Les pôles «Elevage» et des «produits du terroir» ont été les plus fréquentés par les visiteurs venus en nombre à la découverte de produits qui font

partie de l'identité marocaine et qui font la singularité du Maroc, a-t-il fait observer.

Cette édition, marquée par une dynamique commerciale très importante au niveau de tous les pôles, a connu la signature d'environ 20 conventions, outre des partenariats scellés entre les sociétés du secteur privé, a noté le commissaire.



LES ASSISES DE L'AGRICULTURE

Placée sous le thème «Inventer l'agriculture du futur, un projet pour tous», la 8ème édition des Assises nationales de l'agriculture (qui s'est tenue le 27 avril dernier à Meknès sous

VISITEURS

«Cette édition a été très réussie sur tous les plans. Le nombre de visiteurs devrait atteindre environ 817.000 à la clôture du Salon, contre 850.000 lors de la 9ème édition qui s'est étalée sur dix jours», a déclaré à la MAP, M. Chami peu avant la fermeture des portes du SIAM, organisé du 28 avril au 03 mai sous le thème «l'Agriculture et les systèmes alimentaires».

le haut patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI) a choisi de se pencher sur l'avenir de l'agriculture marocaine et les moyens concrets pour faire de cette dernière une locomotive de développement économique et social du Royaume.

Organisé sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, ce rendez-vous annuel se veut un carrefour de rencontre de haut niveau des décideurs du secteur agricole nationaux et internationaux afin de développer leurs visions sur les perspectives d'une agriculture plus que jamais interpellée pour des défis majeurs liés à la protection des populations, des territoires et de l'équilibre de la planète.

DES RÉSULTATS TRÈS PROBANTS...

Depuis le lancement du Plan Maroc Vert (PMV) en avril 2008, le secteur agricole a connu un engouement sans pareil. La 8ème édition des assises de l'agriculture a dressé un bilan positif de l'évolution du secteur entre 2008 et 2014. Ainsi, l'agriculture marocaine, dont les systèmes de production sont aujourd'hui moins exposés aux aléas climatiques, a connu un taux de croissance annuel de 7.6% et une multiplication par 1.7 du rythme d'investissement dans le secteur. Le secteur est devenu plus rentable et affiche une croissance de 48% du revenu par tête en milieu rural. Il permet



par ailleurs d'assurer une plus grande sécurité alimentaire et la diminution des taux de malnutrition et de faim.

Avec une croissance du PIB agricole supérieure à celle de l'économie nationale dans sa globalité, l'agriculture marocaine joue ainsi un véritable rôle de locomotive.

Au niveau international, le PMV a permis une évolution de +34% des exportations agroalimentaires (câpres, haricots verts, conserves d'olives, agrumes...) hissant le pays au 3ème rang dans la région MENA et au 4ème rang en Afrique.

... et des objectifs ambitieux à l'horizon 2020

Si ces 7 premières années du PMV ont permis de poser les bases d'une agriculture performante et inclusive, l'objectif à l'horizon 2020 est de renforcer cet ancrage tout approfondissant les réalisations autour des défis suivants :

Pour le pilier 1 : poursuivre la modernisation du secteur et multiplier les investissements visant le renforcement de la valorisation des produits agricole

Pour le pilier 2 : pérenniser les acquis et poursuivre la réduction de la pauvreté dans le milieu rural à travers le lancement de nouveaux projet

Mobiliser davantage de moyens en faveur de l'agriculture et en diversifier les sources

Faire face aux défis institutionnels et assurer une régulation adaptée pour accompagner l'évolution du secteur

DYNAMIQUE COMMERCIALE

Le SIAM 2015 a été également marqué par une dynamique commerciale très importante au niveau de tous les pôles, avec la signature d'environ 20 conventions, outre des partenariats scellés entre les sociétés du secteur privé. Il faut rappeler, en ce sens, que le SIAM a su, dès ses premières éditions, s'inscrire dans le calendrier des rendez-vous incontournables de l'agriculture, et ce aussi bien au niveau national, continental, qu'international, se hissant au rang de premier Salon du Maroc et d'Afrique.

Ces éléments devraient permettre de faire passer la valeur ajoutée agricole de 70 milliards de dhs en 2008 à 140 milliards de dhs à l'horizon 2020. Cet objectif semble tout à fait réalisable puisque cette valeur ajoutée a déjà atteint 105 milliards de dhs en 2014.

SIGNATURE DE 5 CONVENTIONS

Au cours de cette 8ème édition des assises de l'agriculture, plusieurs conventions de partenariat ont été signées :

- Un accord tripartite entre le Maroc, le Swaziland et la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture) dans le cadre de la coopération Sud-Sud comprenant l'assistance technique dans le développement agricole et la sécurité alimentaire à travers le fonds fiduciaire du Maroc hébergé par la FAO.
- Un contrat-programme relatif au développement de la filière lait entre le Ministère de l'Economie et des Finances, le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et la Fédération Interprofessionnelle Marocaine du Lait. Ce contrat programme prévoit un investissement de 6,6 milliards de dhs à l'horizon 2020, dont 1,27 mobilisé par l'Etat. Il devrait permettre une augmentation significative de la production de lait de 2,4 milliards de litres à 4 milliards en 2020.
- Convention de création de l'Agropôle Souss-Massa entre le Ministère de l'Economie et des Finances, le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, le



LE PAVILLON FRANCE

Le Pavillon France organisé par Business France et la CFCIM accueillait cette année 35 entreprises et organismes de tous les secteurs agricoles et agroalimentaires.



LEISTER

**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

CCIC
Solutions de Maintenance

150, Rue d'Ifni, 20 500- Casablanca

Tél: +212 522 44 10 33- Fax: +212 522 44 20 03

Email: contact@ccic.ma- Site web: www.ccic.ma



Ministère de l'Industrie du Commerce de l'Investissement et de l'Economie Numérique, la Wilaya de la région de Souss-Massa, le Président du Conseil Régional de Souss-Massa et CDG Développement. Ce parc industriel d'une superficie de 74 ha est situé au sein d'Haliopolis Agadir et permettra la valorisation de la production agricole régionale.

- Deux conventions pour la mise en œuvre de la stratégie de développement durable pour le secteur agricole entre le Ministère de l'Economie et des Finances, le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et le Ministère de l'Energie, des Mines, de l'Eau et de l'Environnement. Il s'agit d'une convention cadre précisant les axes de partenariat ainsi que d'une convention spécifique relative à un projet de valorisation des déchets issus de l'oléiculture.

GRUPE CREDIT AGRICOLE DU MAROC

Le GCAM a signé bon nombre de conventions en marge de la 10ème

INVITATIONS

Le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime a invité 100.000 agriculteurs encadrés par les différentes structures du ministère (DRA, ORMVA, DPA...), les coopératives et les associations professionnelles.

édition du SIAM. Quelques exemples...

- Le Groupe Crédit Agricole du Maroc, la Société Nationale de Commercialisation des Semences « SONACOS » et la Fédération Nationale Interprofessionnelle des Semences « FNIS », ont signé dans la matinée du jeudi 30 Avril 2015, une convention de partenariat portant sur l'accompagnement et le financement des segments :
 - Agriculteurs utilisateurs ;
 - Agriculteurs multiplicateurs de semences ;
 - Distributeurs de produits de SONACOS (semences sélectionnées, engrais et produits phytosanitaires).

A travers ce partenariat tripartite, le Groupe Crédit Agricole du Maroc mettra à disposition de ces segments des financements appropriés et des produits à des conditions avantageuses: Iktar, Zaria....

La SONACOS mettra à la disposition de ses adhérents les technologies appropriées pour l'amélioration de leur production. La FNIS contribuera activement à la mise en place des programmes de multiplication de semences et à l'identification des multiplicateurs performants disposant de disponibilités d'investissement dans la céréaliculture. Aussi, elle participera financièrement et matériellement avec le GCAM et la SONACOS aux actions de promotion des semences et veillera au bon déroulement commercial.

- Le Crédit Agricole du Maroc a également signé une convention de partenariat avec la fédération Nationale Interprofessionnelle du Riz, portant sur l'accompagnement et le financement de l'amont à l'aval de la filière riz icône selon le contrat programme signé entre le MAPM et la profession dans le cadre du plan Maroc Vert. Cette convention vise entre autres en amont de la filière, la diminution de la consommation en eau d'irrigation par submersion à moins de 11.000 m3 par ha et l'encouragement à l'utilisation des semences certifiées. Pour l'amélioration de l'aval de la filière, il a été prévu la généralisation de la modernisation des lignes d'usage



pour une meilleure qualité de la production nationale. Pour ce faire, le GCAM s'engage à accompagner la FNIR ainsi que ses membres à travers l'étude des projets objet de financement et la contribution aux événements promotionnels de la filière rizicole.

- Avec l'ADA, l'Agence pour le Développement Agricole le GCAM » a signé une convention de partenariat portant sur les éléments suivants :

- Le montage des différents projets pilotés par l'ADA dans le but de faciliter l'accès au financement et de bénéficier ainsi d'un effet de levier afin d'élargir la base des bénéficiaires desdits projets ;
- La mise à disposition au profit du GCAM la liste des projets et des bénéficiaires comprenant des informations techniques, financières et commerciales (diagnostics, attestation...Etc.) ;

- L'élaboration conjointe des mécanismes de maîtrise des risques à même de faire réussir les projets financés et impacter positivement les

CONVENTION

L'ambassade des Pays-Bas et le groupe Crédit Agricole du Maroc (GCAM) ont signé, jeudi 30 avril au salon SIAM, deux conventions pour renforcer la coopération entre les deux pays dans le domaine agricole. Le GCAM a signé une autre convention sur le financement en Afrique avec la Caisse nationale du Crédit Agricole (CNCA) du Sénégal.



populations concernées ;

- L'engagement du GCAM à accompagner les bénéficiaires des projets viables via ses trois canaux de financement : le CAM, TEF et ARDI ;

- La bancarisation des populations concernées en proposant des produits et services bancaires adaptés ; y compris pour les besoins personnels.



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



LES BÉNÉFICES DE L'AMONT LAITIER

auprès du monde rural

Le secteur laitier est un précieux vecteur d'équilibre socio-économique pour les populations rurales au Maroc. En tant que chef de file de la filière laitière au plan national, Fimalait a la responsabilité d'inscrire au cœur de ses projets de croissance la dynamisation de la filière et la professionnalisation de ses acteurs. Pourvoyeur d'emplois, le secteur laitier représente aujourd'hui plus de 460.000 emplois permanents au Maroc.



A lui seul, l'amont laitier fait vivre 400.000 exploitations, ce qui représente des centaines de milliers de familles rurales. Chaque jour, Fimalait aide ainsi les éleveurs professionnels à travers le Royaume en soutenant activement les coopératives et centres de collecte, en améliorant leurs revenus et en les formant à la bonne conduite de leurs élevages.

UNE BARRIÈRE CONTRE L'EXODE RURAL

Principal défi des campagnes marocaines, la désertification des zones rurales trouve en l'amont

laitier un obstacle de premier plan. En permettant aux éleveurs de s'orienter vers des structures plus productives, ce qui leur permet d'améliorer leurs revenus et d'assurer une plus grande sécurité alimentaire au pays, Fimalait se positionne comme un acteur majeur dans la lutte contre l'exode rural au Maroc.

UN OBSTACLE AU LAIT DE COLPORTAGE

Le colportage du lait cru, qui représente 20% à 30% de la consommation de lait au Maroc, n'est soumis à aucun contrôle sanitaire et sa vente directe

Des missions en ligne avec le Plan Maroc Vert

Le Plan Maroc Vert a contribué à accélérer la production de lait au Maroc via l'apparition de grandes fermes laitières et de petites fermes ainsi que l'amélioration de la quantité et de la qualité du lait récolté par ces dernières, notamment grâce aux mécanismes d'appui dont elles bénéficient aujourd'hui. En parfaite synergie avec les orientations du Plan Maroc Vert, Fimalait s'engage depuis des années en faveur du développement et de la dynamisation de la filière laitière en soutenant les efforts de dizaines de milliers d'éleveurs professionnels. Dans ce cadre, Fimalait prévoit de multiplier les revenus de l'amont laitier par 2 ou 3 d'ici 2020, de porter le chiffre d'affaires de l'aval laitier à 18 milliards de dirhams d'ici 2020 et de créer 40.000 emplois permanents dans la même période.

représentent un danger potentiel pour la santé des consommateurs. Circulant en approvisionnement direct, sans conditions d'hygiène, refroidissement ou traitement, ce lait non pasteurisé présente en effet des risques de pollution qui peuvent être dangereux pour les enfants et les adultes. Afin de lutter contre ce fléau, Fimalait soutient l'amont laitier et offre chaque jour des formations pour transmettre aux éleveurs les bonnes pratiques autour de la conduite d'élevage, de l'hygiène et du respect de la chaîne de froid et des normes sanitaires.

FIMALAIT

Créée en 2009, la Fimalait (Fédération Interprofessionnelle marocaine du lait) regroupe l'ensemble des acteurs professionnels de la filière laitière, de l'amont à l'aval. Elle a pour objectif d'offrir une structure durable et pérenne dédiée à l'accompagnement et à la professionnalisation des acteurs de la filière laitière au Maroc.

LE PROGRAMME DE L'ONCA

Dans le cadre de sa participation à la 10ème édition du Salon International de l'Agriculture de Meknès, l'Office National du Conseil Agricole a mis en place un espace d'animation dédié au conseil agricole au profit des agriculteurs visiteurs du Salon.

Dans cet espace, ont été organisées plus de 20 séances d'animation et de conseil au profit des agriculteurs, professionnels du secteur agricole durant toute la période du SIAM. Un programme d'animation technique était assuré par les conseillers agricoles de l'ONCA et portait sur des thématiques agricoles adaptées aux spécificités des différentes filières.



A travers la mise en place de cet espace d'animation du Conseil Agricole, l'ONCA vise à :

- Véhiculer des messages de sensibilisation à caractère technique et managérial dans un souci de développement durable de l'agriculture;
- Permettre aux agriculteurs venant des différentes régions du royaume de se rencontrer et d'échanger dans un cadre innovant, original et professionnel

L'ONCA, fidèle à sa mission qui est l'accompagnement des agriculteurs et des autres acteurs et à l'instar de l'édition précédente a organisé, pour cette 10ème édition un programme de voyages encadrés au profit de 12000 petits et moyens agriculteurs et agricultrices ainsi que les conseillers agricoles de l'ONCA.

En effet, le Salon International de l'Agriculture de Meknès constitue une

plateforme unique et incontournable qui offre aux différents acteurs régionaux et nationaux du secteur de l'agriculture un cadre d'échanges techniques, pratiques et managériales autour des différentes filières du Plan Maroc Vert

Plus de 250 voyages intégrant les meilleures conditions logistiques étaient programmés pour ces 12.000 petits et moyens agriculteurs et agricultrices provenant des différentes régions du royaume.

Dans le cadre de l'opérationnalisation des axes de la stratégie du conseil agricole et principalement les domaines d'encadrement, d'accompagnement et de formation, l'Office National du Conseil Agricole a donné le lancement d'un programme annuel de journées de formation, de sensibilisation et d'information au profit des agriculteurs et producteurs, des Groupements

d'Intérêt Economique (GIE), des techniciens et conseillers agricoles et des acteurs locaux dans les différentes régions du Royaume.

Afin de réaliser ces programmes, l'ONCA a mis en place une méthodologie de concertation à partir des Plans d'Action Régionaux de Conseil Agricole qui accompagnent les Plans Agricoles Régionaux du Plan Maroc Vert, en particulier celles du pilier II.

Ces programmes visent l'accompagnement et l'encadrement des agriculteurs et des acteurs locaux le long de la chaîne de valeur en matière de techniques de production, de commercialisation, de santé animale, de protection des plantes, et des projets générateurs de revenu, tout en leur inculquant de nouveaux savoirs les incitant à adopter les bonnes pratiques dans la gestion de leurs projets agricoles.



COSUMAR

Une nouvelle identité visuelle

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

APPROVISIONNEMENT

COSUMAR assure l'approvisionnement régulier en sucre du marché national à hauteur de 1,2 million de T/an (besoins du marché), à travers un réseau de distribution de 13 points de vente, pour garantir l'accessibilité de ses produits sur l'ensemble du territoire national. Le sucre est commercialisé sous quatre formes: le Pain de sucre, le lingot, le morceau et le granulé.

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.



UNIQUE OPERATEUR

Créé en 1929, COSUMAR est l'unique opérateur sucrier du Maroc et le n°3 en Afrique, spécialisé dans l'amont agricole, l'extraction, le raffinage, le conditionnement et la commercialisation du sucre.

A ce titre, COSUMAR est un acteur majeur de la filière sucrière au Maroc et un agrégateur reconnu, catalyseur de développement socio-économique régional.

ACTIVITES A L'EXPORT

Forte d'une capacité de production installée de 1,65 million de T par an, qui dépasse la consommation domestique de 1,2 million de T, COSUMAR a depuis 2013 lancé ses premières exportations à l'international.

Véritable test de compétitivité, car ne bénéficiant d'aucune subvention, COSUMAR exporte aujourd'hui du sucre blanc vers la Mauritanie, le Canada, la Guinée Conakry, les Pays-Bas, l'Albanie, la Turquie et la Syrie, dans le cadre du régime d'admission temporaire, ne bénéficiant d'aucune subvention.

Par ailleurs, plusieurs pistes de diversification géographique ont été explorées en Afrique puisant dans le fait que le continent importe plus de 6 millions de T de sucre par an.

BUSINESS FRANCE

Une très belle exposition

Pourquoi une participation de Business France au SIAM?

Le SIAM est le premier salon du secteur en Afrique et un rendez-vous incontournable de l'agriculture. Pour cette 10ème édition du SIAM, le Pavillon France était organisé pour la 7ème année consécutive par Business France (le nouveau nom d'UBIFRANCE depuis janvier 2015) sur ce salon vitrine de l'agriculture marocaine, porteur de nombreuses opportunités pour les sociétés françaises. Nous avons chaque année de nombreuses demandes d'entreprises françaises souhaitant participer à ce salon, nous nous devons d'être présent pour les accompagner.

Quels profils de sociétés étaient présentes sur le pavillon France?

Le Pavillon France a regroupé des sociétés de secteurs agricoles et agroalimentaires très divers : Elevage, génétique, commerce de bovins à viande, équipements, matériels et

services pour l'élevage, équipements pour les abattoirs, horticulture et pépiniéristes, équipements de conservation des fruits et légumes, services pour la filière, machinisme agricole, logistique, traitement de l'eau, etc. Etaient présents également plusieurs organismes et Régions, avec la Bretagne et le Languedoc-Roussillon.

Vous participez depuis quelques années à ce salon. Selon vous, quelles en ont été les évolutions?

Le SIAM a beaucoup évolué au fil des années, il a en particulier quasiment doublé sa surface depuis l'année dernière permettant ainsi une amélioration sensible de la disposition de l'espace, de la circulation des visiteurs, et la création d'espaces plus orientés vers les professionnels ce qui est très apprécié. Au niveau de la présentation, et de l'organisation les évolutions sont également importantes. Les exposants du Pavillon



UBIFRANCE et AFII (l'Agence Française pour les Investissements Internationaux) fusionnent pour créer Business France. Avec cette fusion des deux agences publiques, le gouvernement français entend accroître les investissements étrangers en France, favoriser le développement des entreprises françaises à l'international et renforcer la promotion de l'image économique de la France.



FIDÈLE AU RV

Le Pavillon France, organisé pour la 7ème année consécutive par Business France, en partenariat avec la CFCIM, a réuni cette année 35 entreprises et organismes de tous les secteurs agricoles et agroalimentaires. Elles occupaient plus de 650 m² sur le pôle International. Une Journée France a été programmée le 29 avril. Elle s'articulait autour de deux ateliers :

- « Un partenariat agricole et agroalimentaire franco-marocain pour le développement de l'Afrique subsaharienne »
- « Une marque collective pour valoriser les produits alimentaires méditerranéens ».

France sont d'accord pour dire que le salon ne cesse de se professionnaliser et qu'il génère de très bons contacts.

Comment s'est déroulée cette édition?

Très bien en ce qui nous concerne ! Le Pavillon France bénéficiait d'une très belle exposition au sein du Pôle international, et les exposants ont tous été très satisfaits de leur participation.

Quels en ont été les points forts?

En parallèle du Pavillon France, le Service Economique de Rabat organise tous les ans une « Journée France » à l'occasion des conférences qui se déroulent sur le salon. Cette année 2 ateliers ont été organisés le 29 avril, avec la participation de M. AKHANNOUCH le Ministre de l'Agriculture et de la Pêche maritime, et la présence d'intervenants de haut niveau.

Un autre événement a été le cocktail d'inauguration du Pavillon France, organisé par notre partenaire la CFCIM, permettant de développer les échanges entre exposants et officiels français et leurs partenaires potentiels marocains.


MaroCarne

المعرض الدولي للحوم الحمراء
 ٥٥١١٥٥ ٥٤٥١٥١ ١ 8٢08٤ ٥٢٢٢ ٥٢
 Salon International des Viandes Rouges

من 2 إلى 4 دجنبر
2015 du 2 au 4 DÉCEMBRE
 Office des Foires et Expositions de Casablanca

3^{ème}
 Édition
 الدورة الثالثة



MAROCARNE : 3ÈME ÉDITION

Le MaroCarne est le premier salon en Afrique du Nord spécialisé dans le secteur des viandes rouges. Miroir de la chaîne de valeur de la filière, il reflète l'ensemble de ses aspects, de l'élevage au produit fini, en passant par l'abattage, la découpe et la transformation. Organisé par la Fédération Interprofessionnelle des Viandes Rouges, qui regroupe tous les professionnels de la filière en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, le salon se démarque par une compétence distinguée.

LE MAROCARNE C'EST...

Présenter les technologies et les innovations

Le MaroCarne est le seul événement orienté vers le besoin de l'industrie des viandes, qui permet aux acteurs de s'informer sur les technologies et les innovations en matière d'élevage et de production de viandes rouges. Lors de l'édition 2013, 65 exposants venant de 7 pays ont rencontré plus de 3000 clients potentiels.

Mettre en contact les investisseurs et leurs futurs partenaires d'affaires

Grâce aux engagements des professionnels et du Gouvernement



marocain, le marché des viandes est en plein essor. Jusqu'en 2020, l'Etat investira 1,45 milliards de dirhams (150 millions d'euros) ; les investissements privés attendus s'élèvent à 3,55 milliards de dirhams (330 millions d'euros). Le secteur devrait réaliser un chiffre d'affaires de 35 milliards de dirhams (3,3 milliards d'euros), soit une augmentation de 40%.

Promouvoir la production d'une viande de qualité

La consommation marocaine des viandes rouges a augmenté, entre 2009 et 2013, pour passer de 11,7 kg/an/habitant à 14,2 kg/an/habitant. En 2020, la consommation devrait atteindre 17,3 kg/an/habitant. Aujourd'hui, le consommateur marocain est devenu plus exigeant quant à la qualité et la diversité de l'offre de viande rouge. Conscients de l'évolution de ce besoin, Etat et professionnels investissent de plus en plus dans des unités de production modernes pour la production d'une viande de qualité.

Honorer le progrès de l'amélioration génétique et les résultats en matière de recherche

Le Maroc a investi fortement dans l'amélioration génétique pour la production des viandes. Les races à haut potentiel génétique et élevées dans les meilleures conditions servent pour satisfaire la demande du marché. Le MaroCarne prime les meilleurs animaux et les efforts de leurs éleveurs.

Présentation de la FIVIAR

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie du Plan Maroc Vert, les acteurs économiques de la filière viandes rouges se sont regroupés dans la Fédération Interprofessionnelle des viandes rouges « FIVIAR » le 18 Avril 2008. Cette interprofession constitue un partenaire du Gouvernement avec lequel elle a passé deux Contrats Programmes pour les périodes 2009-2014 et 2014-2020.



CE QU'ON Y TROUVE

- Elevage

Génétique et géniteurs
Bovins
Ovins
Caprins
Camelins
Matériel d'élevage
Equipement d'étable
Aliments de bétail
Hygiène et santé
Produits pharmaceutiques

- Abattage et transformation

Equipement d'abattage
Matériel de découpe

Equipement de préparation de viande
Système de froid
Packaging et étiquetage
Hygiène et nettoyage
Ingrédients
Sous-produits

- Produits finis et Distribution

Produits carnés
Charcuterie
Produits surgelés
Plats cuisinés
Agencement des points de vente
Equipement des espaces de restauration

- Services

Bureaux d'études
Cabinets de conseil
Laboratoires
Organismes de contrôle de qualité et de certification
Services financiers



Pavillon France sur MaroCarne

Cette opération collective, inscrite au Programme France, bénéficie du soutien financier du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.

Elle permet de mettre en contact exportateurs français et importateurs ou distributeurs locaux. Pour toute information complémentaire : ubifrance.fr





L'AGROFORESTERIE

Une pratique à développer

Les monocultures intensives ont banni les arbres du paysage agricole. Pourtant, associé aux cultures, l'arbre est capable d'améliorer à la fois la qualité de la production et le rendement. Ainsi, l'agroforesterie propose de réintroduire les arbres dans les cultures et les pâturages.

Qu'est ce que l'agroforesterie ?

Ce sont toutes les pratiques agricoles qui intègrent l'arbre dans un environnement de production, et s'inspirent, en termes agronomiques, du modèle de la forêt.

Planter ou laisser pousser

spontanément des arbres pour valoriser les ressources d'un milieu, et agir positivement sur des facteurs de production agricole aussi déterminants que l'eau, le sol, le climat, le carbone, la biodiversité, ...

Est-ce une pratique innovante ?

Cultiver avec les arbres combine l'innovation, le savoir-faire et un retour à l'évidence. Les systèmes agroforestiers sont ancestraux, variés, multifonctionnels, présents partout dans le monde.

L'agroforesterie maintient des systèmes agroforestiers existants (pré-vergers, bocages, cultures intercalaires en vergers fruitiers, joualles, vigne, sylvopastoralisme...), grâce à la réalisation de nouveaux projets en lien avec la Recherche, les dynamiques de conservation des sols (TCS, semis

RENDEMENTS

Des études de l'INRA ont montré que l'on augmentait les rendements en associant arbres et cultures plutôt qu'en séparant les deux. Par exemple l'expérimentation INRA sur un système blé-noyers à Restinclières (Hérault) a montré qu'une parcelle agroforestière de 100 ha pouvait produire autant de biomasse (bois et produits agricoles) qu'une parcelle de 136 ha où arbres et cultures auraient été séparés, soit un gain de 36%.

directs...) et l'agroécologie.

Quels bénéfices pour l'agriculteur ?

Améliorer les capacités de production agricole, augmenter le potentiel énergétique, diminuer les intrants, diversifier les produits et les revenus.

Les arbres fournissent des services indispensables à l'agriculture et constituent un excellent capital sur pied, qui donne de la valeur à l'exploitation.

EAU : Augmentation de la réserve utile. Limitation de la pollution des nappes et des cours d'eau, par le travail des racines dans les profondeurs du sol.

SOL : la biomasse des arbres, riche en lignine, contribue à former un humus stable et fertile.

CLIMAT : les arbres protègent cultures et animaux des excès climatiques (chaud, froid, vent, tempêtes, inondation, sécheresse). Ils stockent du carbone, et réduisent les émissions de Gaz à Effets de Serre (GES).

BIODIVERSITE : les arbres structurent des habitats utiles qui abritent une faune et une flore diversifiées,



DEFINITION

Définition proposée par l'ICRAF (Centre Mondial de l'agroforesterie) : « Système dynamique de gestion des ressources naturelles reposant sur des fondements écologiques qui intègre des arbres dans les exploitations agricoles et le paysage rural et permet ainsi de diversifier et maintenir la production afin d'améliorer les conditions sociales, économiques et environnementales de l'ensemble des utilisateurs de la terre. »



(pollinisation, lutte contre les ravageurs). Ils créent des ressources et maintiennent une trame écologique, évolutive dans l'espace et dans le temps.

Pour quelles cultures, quelles pratiques ?

L'agroforesterie vise à optimiser l'espace, produire plus et mieux : l'arbre a partout sa place. L'arbre est un outil de production et d'aménagement profitable à toutes les échelles, sur tous les sols, pour tous les enjeux de territoire (développement économique, réouverture de milieux abandonnés...) et tous les systèmes de cultures : grandes cultures, maraîchage, viticulture, bois patûrés, élevage ovin, bovin, volailles...

Retrouver une culture de l'arbre « hors-forêt » passe par une agriculture de l'agronomie et par les nouveaux usages du bois (débouchés biomasse, chimie verte), capables d'intégrer d'innombrables savoirs paysans (conduite des arbres en têtards, ...).

Remerciements à l'Association Française d'Agroforesterie (AFAF)



RAMADAN

Consommation et sur-consommation!

Par Claude Vieillard

Chaque année, pour le Ramadan, les produits phares restent les mêmes. Outre les feuilles de brick, les dattes et le lait fermenté qui connaissent un pic de ventes, d'autres produits comme les sodas, jus de fruits et boissons fruitées bénéficient également d'une hausse de la consommation, tout comme les oeufs et la farine.

A chaque ramadan, on assiste au même rituel. La plupart des ménages se ruent dans les grandes surfaces et les marchés pour faire leurs achats alimentaires. On voit alors des caddies surchargés et de longues files d'attentes devant les caisses et les boutiques. Pire, certains ménages

s'endettent pour acheter, très souvent, beaucoup plus qu'il ne faut comme s'ils allaient devoir tenir pendant un siège... Et surtout sans savoir vraiment pourquoi! Stockage, surconsommation et gaspillage des produits alimentaires, nos comportements deviennent irrationnels. C'est pour cela que chaque année, nous consacrons un article à ce dérèglement comportemental. Etat des lieux

SUBVENIR AUX BESOINS

Le Maroc, pour subvenir aux besoins des jeûneurs, n'aura pas besoin d'importer de produits étrangers comme le lait et ses dérivés, contrairement à l'année dernière.

Mohamed El Ouafa, ministre

des Affaires générales et de la Gouvernance, a tenu à rassurer les Marocains en déclarant que ce ramadan se passerait dans de bonnes conditions. Le gouvernement a commencé à prendre les mesures nécessaires pour assurer un bon approvisionnement des différentes régions.

DE BONNES CONDITIONS

La consommation durant le mois de Ramadan se déroulera dans de bonnes conditions, à la faveur des mutations qu'a connues l'économie nationale et la politique de stockage des produits agricoles favorisée en cela par une bonne campagne agricole dans l'ensemble du Royaume.



PRODUITS BIEN APPROVISIONNES

Les dattes seront bien approvisionnées. Les lentilles, les pois chiches, les fèves seront quant à eux disponibles en grande quantité grâce à la bonne saison agricole (stock de 353.000 quintaux de lentilles et réserve de pois chiches de 153.000 quintaux).

Pour les légumes et fruits, les prix devraient être intéressants car ce Ramadan coïncide cette année avec la saison des récoltes. Un certain seuil de prix sera pourtant respecté, pour ne pas pénaliser les agriculteurs.

PLUS DE CONSOMMATION

Ce sont les achats de viande qui pèsent le plus lourd dans le budget des ménages même si ce n'est pas le produit qui enregistre la plus grande hausse de vente (+20%). Ce sont plutôt les produits associés traditionnellement au Ramadan comme les feuilles de brick, les dattes, les oeufs et le lait fermenté et plus généralement le lait et les produits laitiers (+60%) qui sont beaucoup plus prisés durant ce mois sacré.

Mais ce ne sont pas les seuls à rencontrer du succès. Sorti du cadre des produits traditionnels, d'autres produits sont surconsommés comme les sodas, les jus de fruits et plus généralement les boissons (+50%) et les fromages à pâtes fondues.

La tomate reste un produit phare durant le Ramadan et un ingrédient de base utilisé pour de très nombreux plats cuisinés

La farine, la semoule et les pâtes enregistrent aussi une belle hausse des ventes. On assiste d'ailleurs, pour ces produits, à de grandes campagnes publicitaires sur tous les supports existants.

De nouveaux produits font leur entrée dans le monde de la surconsommation comme les barres chocolatées, les céréales et les produits surgelés.... Certainement due à un public plus



jeune qui vit avec son temps!

SPECULATION

Le gouvernement a pris les mesures nécessaires et compte bien redoubler de vigilance pour éviter la spéculation sur les prix des denrées alimentaires. De graves sanctions répressives attendent les contrevenants (fermeture de leur commerce, retrait d'autorisation).

CONSEILS POUR UNE BONNE ALIMENTATION



Le bon aliment, en bonne quantité et au bon moment. Pendant la période du Ramadan, il faut continuer à prendre ses trois repas, avec quelques petites spécificités liées au jeûne.

» Le 1er repas est celui de la rupture de jeûne. Il faut manger sucré pour sustenter l'organisme et le nourrir rapidement pour récupérer de la journée. Des dattes, des amandes, des noix, etc. et des boissons chaudes (thé, café, infusions, etc.) sont conseillées. Ce repas ne doit pas être surchargé, il doit juste apaiser les sensations de soif et de faim.

» Le 2ème repas, pris généralement 2 ou 3 heures après la rupture de jeûne, doit être léger en qualité, mais peut être



plus lourd sur la quantité. Traduction : il faut à tout prix éviter les repas lourds et trop copieux (couscous, steak frites, etc.) et ce, pour deux bonnes raisons.

La première, c'est qu'il ne sert à rien de manger beaucoup avant de dormir puisque tout ce qui est mangé sera stocké et pas assimilé. L'assimilation des aliments est optimale avant l'effort, pas avant le repos. La deuxième, c'est que si le repas est trop lourd, la sensation de faim ne se fera pas sentir au matin et pourrait faire sauter le petit déjeuner précédent le jeûne journalier. Ce dîner devra donc débuter par un bouillon ou un velouté de légumes, et être suivi par un plat de poisson ou de fruits de mer ou d'une viande blanche et d'un légume vert.

» Le 3ème repas précède le jeûne, et c'est pour cela qu'il ne faut pas le négliger et qu'il doit être très solide. C'est lui qui va fournir à l'organisme toute l'énergie nécessaire pour tenir toute la journée. C'est là que les réserves en eau vont pouvoir être constituées pour éviter la déshydratation. Typiquement, il se compose d'un potage (pour s'hydrater), de fromages, de viande et de féculents.



PROBLEMATIQUE DE LA SARDINE

Chaque année, le prix de la sardine passe de 6.50 DH à 20 DH le kilogramme. Le ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime cherche à réguler les prix par le biais de la loi 14-08 qui subordonne la vente de poissons à la détention d'une carte professionnelle.

EUROPEAN FOOD MANUFACTURING & SAFETY SUMMIT

European Food Manufacturing & Safety Summit

Agro-alimentaire Sécurité - Gestion des risques
Contrôle et Assurance Qualité, Maintenance
du 18 au 19 mai 2015 > à Noordwijk (Pays-Bas)
Tél. +44 (0)20 7202 7560
Fax : +44 (0)20 7202 7600
www.wtgevents.com enquire@wtgevents

IPACK-IMA



Emballage Agro-alimentaire
Logistique - Transport - Manu-
tention - Stockage
du 19 au 23 mai 2015 > à
Milan (Italie - Europe)
Tél. +39 02 3191.091
Fax : +39 02 3361.9826

www.ipackima.it ipackima@ipackima.it

FOOD HOSPITALITY WORLD (AFRICA)



Agro-alimentaire Métiers
de l'hôtellerie et de la
restauration
du 20 au 22 mai 2015
Cape Town International

Convention Centr, Le Cap - Afrique du Sud
Tél : +39 (02) 4997 1
Fax : +39 (02) 4997 7379
fieramilano@fieramilano.it www.fieramilano.it

SEMANA VERDE DE GALICIA



Agriculture - Machines
agricoles Agro-ali-
mentaire Elevage
Industries forestières

du 01 au 30 juin 2015
Feira Internacional de Galicia Silleda - Espagne
Tél : +34 986 577000
Fax : +34 986 580865
info@feiragalicia.com
www.feiragalicia.com

THE FOOD AND DRINK TRADE SHOW



Vin et spiritueux -
Vitiviniculture &
œnologie - Bière
Agro-alimentaire
du 03 au 04 juin

2015 à Cheltenham (Royaume-Uni)
Tél. +44 (0)1934 733433 Fax : +44 (0)1934 733233
www.hale-events.ltd.uk mail@hale-events.ltd.uk

EAST FOOD INDONESIA EXPO



Agro-alimentaire Métiers
de l'hôtellerie et de la res-
tauration
du 03 au 06 juin 2015 > à
Surabaya (Indonésie)

Tél. +62 21 6345861
Fax : +62 21 6340140
www.kristamedia.com info@kristamedia.com

SIAL BRAZIL



Vin et spiritueux - Vitivini-
culture & œnologie - Bière
Agro-alimentaire Métiers
de l'hôtellerie et de la res-
tauration
du 09 au 11 juin 2015 à :

Expo Center Norte São Paulo - Brésil
Tél : +33 (0)1 49 68 51 00
Fax : +33 (0)1 47 31 37 75
sial@sial.fr www.sial.fr

VINEXPO



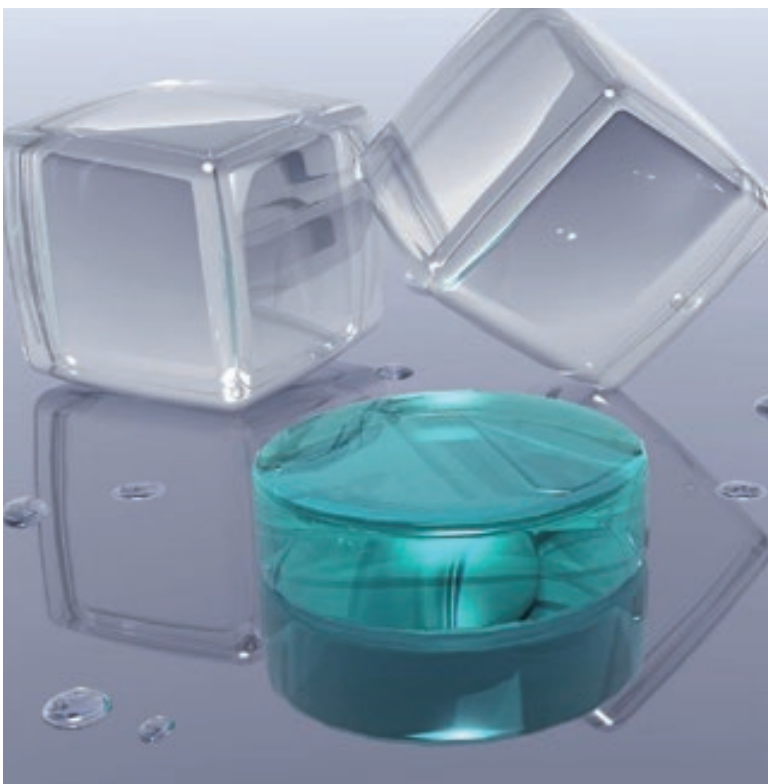
Vin et spiritueux
- Vitiviniculture &
œnologie - Bière
Agro-alimentaire
du 14 au 18 juin
2015

Parc des expositions de Bordeaux-Lac
Bordeaux - France
Tél : +33(0)556 56 00 22 Fax : +33(0)556 56 00 00
info@vinexpo.com www.vinexpo.com

1^{er}

SALON INTERNATIONAL

EMBALLAGE
IMPRESSION
MACHINES ET ACCESSOIRES



www.plast-pack.info

6^e

SALON INTERNATIONAL

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



www.plast-expo.com

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

Sous l'égide du



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

Organisateur



Organisateur délégué



En partenariat avec



Partenaires institutionnels



Ministère Délégué Chargé
du Commerce Extérieur



Partenaires média



Partenaire BtoB :



Partenaire technologie



Partenaires information



Contacts :



Angle rue Tamaris et Bd Mimosas - Ain Sebâa - Casablanca, Maroc - Tél.: +212-01522 66 24 58/59 - Fax: +212-01522 66 24 60 - amplasturgie@menara.ma - federationdeplasturgie@gmail.com - www.fmpplasturgie.com



5, Bd. Abdellatif Ben Kaddour, Angel Zerkouni - Casablanca - Maroc - Tél.: +212 0 522 36 06 04/71 - Fax: +212 0 522 36 06 21 - forum7@agenceforum7.com - forumsept@gmail.com - www.agenceforum7.com



Kürstern - Anlage 36 D-69115 Heidelberg - Allemagne - Tél.: +49-62 21-45 65-0 - Fax: +49-62 21-45 65-25 - info@fairtrade-messe.de - www.fairtrade-messe.de



CYBERMENACES FINANCIÈRES EN 2014

La situation a évolué

L'étude consacrée par Kaspersky Lab aux cybermenaces financières en 2014 révèle que 28.8 % des attaques de phishing l'an dernier avaient pour but de dérober des données financières auprès des utilisateurs. Cependant, pour leurs escroqueries, les cybercriminels délaissent les établissements bancaires pour s'intéresser davantage aux systèmes de paiement et aux sites de e-commerce.

Notre première analyse en profondeur de la scène des cybermenaces financières remonte à 2013. A l'époque, nous avons observé un pic soudain dans le nombre d'attaques qui visaient les informations financières et l'argent des victimes. Les détails de notre analyse furent publiés dans le rapport «Cybermenaces financières en 213» de Kaspersky Lab.

La situation a considérablement changé en 2014 : le nombre d'attaques et d'utilisateurs attaqués a considérablement diminué, à l'instar du volume de phishing financier. Nous vous présentons ici les principales

conclusions de notre état des lieux pour les cybermenaces en 2014.

ATTAQUES DE PHISHING FINANCIER

- Sur l'année 2014, les attaques de phishing financier, à savoir les campagnes de phishing visant les



banques, les systèmes de paiement et les magasins en ligne, ont représenté 28,73 % de l'ensemble des attaques de phishing (soit un recul de 2,72 points de pourcentage).

- Le phishing lié aux banques a constitué 16,67 % de l'ensemble des attaques.
- Le phishing contre les systèmes de paiement a quant à lui augmenté de 2,4 points de pourcentage. (il est passé de 2,74 % en 2013 à 5,14 % en 2014)

ATTQUES DE MALWARES

FINANCIERS

- En 2014, les produits de Kaspersky Lab ont détecté 22,9 millions d'attaques impliquant des malwares financiers. Ces attaques ont touché 2,7 millions d'utilisateurs. Il s'agit d'une augmentation de 19,23 % du nombre d'attaques et de 29,77 % d'utilisateurs sur un an.
- Sur l'ensemble des utilisateurs exposés à tous les types d'attaques de malwares, 4,86 % ont été impliqués dans des attaques basées sur une forme ou l'autre de menace financière, soit 1,34 point de pourcentage en moins par rapport à 2013.
- Le volume de malware bancaire a augmenté de 8,89 points de pourcentage pour atteindre 75,63 % de l'ensemble des attaques de malwares financiers en 2014.
- Le nombre d'attaques impliquant des malwares de minage de bitcoins a triplé: il est passé de 360.065 attaques en 2013 à 1.204.987 en 2014. Plusieurs raisons peuvent expliquer ces modifications. Tout d'abord, les autorités judiciaires et policières du monde entier ont poursuivi activement les cybercriminels accusés de pratiquer le phishing et de diffuser des malwares financiers. C'est ainsi que l'été dernier, les autorités judiciaires et policières du Royaume-Uni et des Etats-Unis ont mis un terme aux activités de deux campagnes malveillantes dangereuses: Gameover/Zeus et Shylock. Un deuxième élément qui pourrait expliquer ce recul du nombre d'attaques pourrait être le changement de tactique des cybercriminels qui, au lieu de s'en prendre aux utilisateurs finaux, visent désormais les organisations qui manipulent des informations financières ou qui travaillent avec

des outils de paiement. Tout au long de l'année, nous avons obtenu régulièrement des informations sur des attaques malveillantes menées contre de grands magasins, des chaînes d'hôtel ou des chaînes de fast-food qui servent des millions de clients par jour. Dans chacun des cas, les individus malveillants utilisaient des malwares qui pouvaient voler les données des cartes bancaires directement dans la mémoire des terminaux de point de vente utilisés dans les sociétés victimes des attaques. Les banques sont devenues une «nouvelle» cible de la cybercriminalité. En 2014, Kaspersky Lab a enquêté sur plusieurs attaques qui visaient directement les banques et non pas les comptes de leurs clients. Aucune de ces attaques d'un nouveau genre n'a provoqué une explosion de nouvelles détections antivirus pour la bonne et simple raison que le nombre d'organisations impliquées est bien inférieur au nombre d'utilisateurs privés qui utilisent des solutions antivirus. Il est donc difficile de comparer les attaques. Ceci étant dit, ces attaques ont provoqué des pertes s'élevant à des millions de dollars et par conséquent, cette menace ne peut être passée sous silence.

Une troisième cause possible de la réduction du nombre de cyberattaques pourrait être une tendance générale décelée par les experts de Kaspersky Lab en 2014. A en croire les spécialistes de la société, les cybercriminels sont moins intéressés par des attaques malveillantes «massives» contre les utilisateurs. Il préfèrent se limiter à un nombre réduit d'attaques «ciblées». Il suffit de voir l'augmentation du nombre de cas de phishing ciblé: les cybercriminels visent uniquement un groupe particulier d'utilisateurs (par exemple, des utilisateurs d'un service de banque électronique) au lieu de diffuser en masse des messages contenant des liens malveillants.

Cette tactique laisse penser qu'une campagne malveillante sélective a moins de chance d'être détectée par les experts en sécurité de l'information et que, par conséquent, la durée de vie des liens malveillants et des échantillons de malware sera plus longue. Cela

ne marche pas toujours, mais le fait est que le recours à cette tactique a entraîné un recul du nombre absolu de cyberattaques enregistrées.

ATTQUES DE MALWARES

FINANCIERS SUR ANDROID

Et qu'en est-il des menaces financières sur les appareils mobiles ?

Tout d'abord, lorsque nous abordons le sujet des menaces financières sur les appareils mobiles, nous nous concentrons sur les menaces pour Android. D'après les experts de Kaspersky Lab, plus de 99 % des malwares pour appareils mobiles dont ils connaissent l'existence ont été développés pour la plateforme Android. En 2014, Kaspersky Lab et Interpol ont publié une étude commune sur les cybermenaces pour appareils mobiles. Elle abordait, entre autres, les malwares financiers qui visaient les utilisateurs Android. D'après les conclusions de ce rapport, 3.408.112 attaques contre 1.023.202 utilisateurs avaient été enregistrées entre le 1er août 2013 et le 31 juillet 2014. Environ 500 000 utilisateurs ont trouvé au moins une fois un malware Android développé pour voler de l'argent. Plus de six mois se sont écoulés depuis la fin de la période couverte par le rapport Kaspersky Lab/INTERPOL et la situation est désormais la suivante :

- 48,15 % des attaques contre des périphériques Android bloquées par les logiciels de Kaspersky Lab reposaient sur des malwares qui visaient les données financières (catégories Trojan-SMS et Trojan-Banker).
- Par rapport à l'année 2013, le nombre d'attaques financières contre les utilisateurs Android a été multiplié par 3,25 (on est passé de 711.993 attaques à 2.317.194). Le nombre d'utilisateurs attaqués a quant à lui été multiplié par 3,64 (de 212.890 utilisateurs à 775.887).

En d'autres termes, la hausse constante des attaques financières menées contre les utilisateurs de périphériques Android est une tendance soutenue qui n'affiche aucun signe de déclin.

Remerciements à Kaspersky Lab

A QUOI SERVENT LES CERTIFICATIONS ISO?

Par Claude Vieillard



La certification est un instrument utile qui, en démontrant que votre produit ou service répond aux attentes de vos clients, renforce votre crédibilité. Dans certains secteurs, elle est même une obligation légale ou contractuelle.

Comment l'ISO élabore-t-elle les normes?

Une norme ISO est élaborée par un groupe d'experts au sein d'un comité technique. Une fois que le besoin d'une norme a été identifié, ces experts se réunissent pour étudier et trouver un accord sur un projet de norme. Dès que le projet est finalisé, il est communiqué aux membres de l'ISO, qui font part de leurs observations et procèdent à un vote. Si le projet fait l'objet d'un consensus, il devient une norme ISO.

L'ISO n'exerce pas d'activités de certification.

L'organisme ISO élabore des Normes Internationales, comme ISO 9001 et ISO 14001, mais ne fournit pas de services de certification selon ces normes, et ne délivre pas de certificats. Ces services sont assurés par des organismes de certification externes. Par conséquent, une entreprise ou une organisation ne peut pas être certifiée par l'ISO.

Choisir un organisme de certification

Quelques suggestions pour choisir un organisme de certification :

- évaluer plusieurs organismes de certification.
- chercher à savoir si l'organisme de certification met en œuvre la norme du CASCO appropriée
- demander si l'organisme est accrédité. L'accréditation n'est pas obligatoire, un organisme qui n'est pas accrédité peut être parfaitement fiable. L'accréditation

n'en reste pas moins une confirmation indépendante de compétence. Pour connaître les noms des organismes de certification accrédités, contactez l'organisme national d'accréditation dans votre pays ou consultez le site de l'International Accreditation Forum.

Comment afficher votre certificat?

Pour faire figurer, sur un produit ou un service, la mention de la certification selon une norme ISO :

Il ne faut pas écrire : « certifié ISO » ou « certification ISO »

Mais : « certifié ISO 9001:2008 » ou « certification ISO 9001:2008 » (par exemple).

Comment utiliser le logo ISO ?

Le logo de l'ISO est une marque déposée qui ne saurait être utilisée en dehors de l'ISO, sauf autorisation expresse.

Si vous souhaitez utiliser un logo pour afficher votre certification, prenez contact avec l'organisme de certification qui vous a délivré le certificat.

Les avantages des Normes internationales

Les Normes internationales offrent des avantages sur le plan technique, économique et sociétal. Elles contribuent à harmoniser les spécifications techniques des produits et des services permettant ainsi de renforcer l'efficacité de l'industrie et d'éliminer les obstacles au commerce international. La conformité aux



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.



Normes internationales est un gage de confiance pour les consommateurs que les produits sont sûrs, efficaces et sans danger pour l'environnement.

Pour les entreprises

Les Normes internationales sont des outils stratégiques et des lignes directrices destinés à aider les entreprises à relever les défis les plus urgents pour l'économie moderne. Elles garantissent l'efficacité optimale des opérations commerciales, augmentent la productivité et aident les entreprises à accéder à de nouveaux marchés.

Avantages:

- Economies de coûts – les Normes internationales aident à optimiser les opérations et ont donc un impact positif sur le bilan
- Renforcement de la satisfaction clientèle – les Normes internationales aident à améliorer la qualité, à renforcer la satisfaction clientèle et à accroître les ventes
- Accès à de nouveaux marchés – les Normes internationales aident à

L'ÉTUDE ISO 2013

L'édition 2013 affiche une hausse générale pour les sept normes de systèmes de management ISO comprises dans l'Étude, avec une augmentation de 4 % du nombre de certificats de conformité délivrés à l'échelle mondiale.

Conformément aux tendances observées en 2012, trois secteurs présentent une croissance régulière, à savoir le management de la sécurité de l'information (ISO/IEC 27001) et le management de la sécurité des denrées alimentaires (ISO 22001) avec, respectivement, une augmentation de 14 % et 15 % du nombre de certifications, ainsi que le secteur des dispositifs médicaux qui progresse également de 15 %. On note la présence des États-Unis en tête du palmarès en matière de dispositifs médicaux, un secteur où l'Europe maintient par ailleurs une large assise, avec 60 % des parts du marché.

Les tableaux 1 et 2 présentent le nombre de certifications au Maroc.



CASCO

Le comité pour l'évaluation de la conformité (CASCO) a produit un certain nombre de normes qui se rapportent au processus de certification, à l'usage des organismes de certification.

Year	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ISO 13485															2		2				
ISO 9001		2	9	34	60	71	77	86	158	164	64	296	403	457	504	405	399	414	601	614	689
ISO 14001																		63	38	45	92
ISO 16949												6	20	31	40	42	40	43	58	60	71
ISO 22000															29	37	49	52	46	40	52
ISO 27001																2	2	1	5	7	9
ISO 50001																					

éliminer les obstacles au commerce et à ouvrir l'accès aux marchés mondiaux

- Augmentation des parts de marché
- les Normes internationales aident à accroître la productivité et les avantages concurrentiels
- Avantages environnementaux - les Normes internationales aident à réduire les effets négatifs sur l'environnement.

Pour l'agroalimentaire

Ce sont les normes ISO : 22000 (Systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires) qui

ISO Survey of Certifications 2013 - Industrial sectors

Morocco	ISO 9001	ISO 14001	ISO/IEC 27001
Agriculture, Fishing and Forestry	1	0	0
Mining and quarrying	6	2	0
Food products, beverage and tobacco	30	6	0
Textiles and textile products	2	0	0
Leather and leather products	0	0	0
Manufacture of wood and wood products	2	0	0
Pulp, paper and paper products	1	0	0
Publishing companies	0	0	0
Printing companies	1	0	0
Manufacture of coke & refined petroleum products	1	0	0
Nuclear fuel	0	0	0
Chemicals, chemical products & fibres	7	0	0
Pharmaceuticals	4	0	0
Rubber and plastic products	5	3	0
Non-metallic mineral products	2	1	0
Concrete, cement, lime, plaster etc.	3	0	0
Basic metal & fabricated metal products	11	2	0
Machinery and equipment	4	0	0
Electrical and optical equipment	11	2	0
Shipbuilding	0	0	0
Aerospace	0	0	0
Other transport equipment	5	4	0
Manufacturing not elsewhere classified	3	0	0
Recycling	0	0	0
Electricity supply	3	1	0
Gas supply	0	0	0
Water supply	1	0	0
Construction	12	2	0
Wholesale&retail trade,repairs of motor vehicles	6	0	0
Hotels and restaurants	0	0	0
Transport, storage and communication	25	0	0
Financial intermediation, real estate, renting	3	0	0
Information technology	4	0	1
Engineering services	7	0	0
Other Services	30	4	0
Public administration	0	0	0
Education	0	0	0
Health and social work	0	0	0
Other social services	2	0	0
TOTAL	192	27	1

NE PAS CONFONDRE

Certification - Assurance écrite (sous la forme d'un certificat) donnée par une tierce partie qu'un produit, service ou système est conforme à des exigences spécifiques.

Enregistrement - En Amérique du Nord on parle d'enregistrement plutôt que de certification.

Accréditation - Reconnaissance formelle par un organisme indépendant, en général un organisme d'accréditation, qu'un organisme de certification est compétent pour procéder à la certification. L'accréditation n'est pas obligatoire mais elle est un gage de confiance supplémentaire. L'organisme de certification dit «accrédité» a fait l'objet d'une vérification pour garantir sa conformité à des Normes internationales.

NORMES DE SYSTEME DE MANAGEMENT CELEBRES

- ISO 9001 Systèmes de management de la qualité
- ISO 50001 Management de l'énergie
- ISO 27001 Management de la sécurité de l'information
- ISO 22000 Système de management de la sécurité des denrées alimentaires

sont les plus importantes :

- ISO 22000 : Systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires (Exigences pour tout organisme appartenant à la chaîne alimentaire)
- ISO 22002 : Traçabilité de la chaîne alimentaire (Principes généraux et exigences fondamentales s'appliquant à la conception du système et à sa mise en œuvre)
- ISO 22004 : Systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires (Recommandations pour l'application de l'ISO 22000:2005)
- ISO 22005 : Traçabilité de la chaîne alimentaire (Principes généraux et exigences fondamentales s'appliquant à la conception du système et à sa mise en œuvre)

L'ISO 22000 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

AU MAROC

Mars 2015 : Newrest Maroc Services est la première société de restauration collective au Maroc à obtenir pour ses établissements la certification ISO 22000.

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.



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.



L'ISO 9001:2008

Suite aux évolutions technologiques fulgurantes et à la mondialisation des marchés, il devient nécessaire de gérer la qualité en s'appuyant sur des processus, afin d'améliorer continuellement l'organisation de l'entreprise en matière de développement et de processus internes.

L'ISO 9001:2008 spécifie les exigences relatives au système de management de la qualité lorsqu'un organisme a besoin de démontrer son aptitude à fournir régulièrement un produit conforme aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables, et vise à accroître la satisfaction de ses clients par l'application efficace du système, y compris les processus pour l'amélioration continue du système et l'assurance de la conformité aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables.

Toutes les exigences de l'ISO 9001:2008 sont génériques et prévues

LE CHIFFRE!

L'ISO a publié plus de 19.500 Normes internationales qui couvrent la quasi-totalité des secteurs de l'industrie – des technologies à la sécurité des denrées alimentaires, et de l'agriculture à la santé. Les Normes internationales de l'ISO ont un impact partout, pour tous.

pour s'appliquer à tout organisme, quels que soient son type, sa taille et le produit fourni.

Quand une ou plusieurs exigences de l'ISO 9001:2008 ne peuvent pas être appliquées en raison de la nature d'un organisme et de son produit, leur exclusion peut être envisagée.

Lorsque des exclusions sont faites, les demandes de conformité à l'ISO 9001:2008 ne sont acceptables que si ces exclusions se limitent aux exigences de l'Article 7 et n'ont pas d'incidence sur l'aptitude ou la responsabilité des organismes à fournir un produit conforme aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables.

Contactez ISO
Organisation internationale de
normalisation
Secrétariat central de l'ISO
Chemin de Blandonnet 8
CP 401
1214 Vernier, Genève
Suisse
E-mail: central@iso.org
Tél. : +41 22 749 01 11
Fax : +41 22 733 34 30

BIEN RESPECTER LA CHAÎNE DU FROID

Par Safia Ouakil



Les acteurs des différentes filières alimentaires sont tenus de respecter les températures prescrites au niveau de la fabrication, du stockage, du transport et de la distribution.

La chaîne du froid, qu'est-ce que c'est?

C'est maintenir les aliments réfrigérés à une température basse qui leur permet de conserver leurs qualités nutritionnelles et organoleptiques et de les garder sains, du lieu de production à la cuisine.

Le froid limite voire stoppe la prolifération des micro-organismes. De ce fait les denrées alimentaires périssables doivent être maintenues entre 0°C et +4°C pour les produits très périssables (1) et inférieur à +8°C pour les denrées périssables (2)

Les acteurs de la chaîne du froid

La réglementation s'applique à tous les acteurs des différentes filières alimentaires et offre de sérieuses garanties de respect de la chaîne du froid aux niveaux de la fabrication, du stockage, du transport et de la distribution des produits.

Ainsi, le lait, qui est collecté dans les fermes, est réfrigéré dès la traite.

La réglementation sanitaire qui fixe les températures optimales de conservation de denrées s'appuie sur des bases scientifiques traditionnelles. Elle prend en compte l'évolution des habitudes de consommation, les progrès techniques agro-alimentaires et leurs risques inhérents, son objectif étant de garantir la sécurité du

consommateur.

Nature de la denrée

Chaque type de denrée possède un facteur limitant dans le choix de la température de conservation. Souvent il s'agit d'un micro-organisme qui peut être naturellement présent (plusieurs espèces non pathogènes de salmonelles sont des hôtes normaux du tube digestif des volailles). Dans ce cas, la température de conservation par le froid préconisée pour la denrée s'inspire des connaissances microbiologiques du milieu critique de vie du micro-organisme, en gardant à l'esprit que le froid ne permet qu'une inhibition c'est à dire un arrêt ou un ralentissement de la multiplication et que ce phénomène est réversible sitôt que la denrée se trouve exposée à une température plus élevée, coïncidant alors avec un milieu de vie optimal pour la bactérie.

Le traitement thermique par très basse température (congélation ou surgélation) pendant une durée plus ou moins longue peut également s'appliquer pour l'assainissement des viandes trichinées ou ladres (ténia). Au contraire les oeufs en coquille, s'ils doivent bien sûr être conservés à une température ambiante normale (20C) , à l'abri du soleil, ne doivent pas subir de chocs thermiques répétés,



ce qui diminue la protection naturelle de la coquille. En revanche chez le consommateur final, la réfrigération des oeufs optimise leur conservation. Le poisson frais subit des phénomènes enzymatiques très fragilisant, aussi la conservation est-elle demandée à la température de la glace fondante



CHAÎNE DU FROID ET RESTAURATION COLLECTIVE

Le respect de la chaîne du froid doit être la préoccupation principale des personnels qui travaillent en cuisine ou qui participent au transport des denrées.

Ainsi, la rupture permanente de la chaîne du froid, autrement dit la mise à température ambiante, ne peut s'effectuer que lors de la préparation des aliments, soit juste avant leur cuisson, ou juste avant d'être servis.

PRODUITS TRES PERISSABLES (par ex) : viandes, produits tripiers, volailles, lapins, préparations de viande, produits traiteurs frais, charcuterie cuite ou à cuire, laits pasteurisés, desserts lactés, fromages frais...

PRODUITS PERISSABLES (par ex) : beurre et matières grasses, produits laitiers frais autres que précédents...

c'est à dire entre 0°C et +2°C. Les viandes hachées et les filets de poisson demandent également une température comprise dans cette plage car le morcelage ou le filetage sont des transformations qui en déstructurant la chair la rendent plus vulnérable. Les coquillages commercialisés vivants ne doivent surtout pas être entreposés aux mêmes températures que les poissons,

auxquels ils sont pourtant couramment associés pour des raisons commerciales évidentes.

Le cahier des charges d'un fabricant ou d'un conditionneur, voire d'un distributeur peut aller plus loin que la réglementation. Pour des raisons de présentation commerciale ou pour garantir le maintien de certaines

qualités organoleptiques, un client ou un fournisseur peut demander que le produit soit conservé à des températures inférieures aux températures réglementaires (crèmes glacées). Toutefois, il convient que ce cahier reste du domaine du possible et d'éviter une surenchère inapplicable.

De plus, lorsque la durabilité du produit est fixée sous la responsabilité du fabricant ou du conditionneur, il est important que tous les autres intermédiaires assurent une parfaite maîtrise de la température du produit au cours des étapes qui préludent à sa mise sur le marché.

Denrées alimentaires réfrigérées	T°C max
• Produits de la mer frais, notamment les poissons, crustacés, mollusques.	+2°C
• Abats.	+3°C
• Viandes découpées de boucherie et viandes conditionnées en unité de vente au consommateur.	+3°C
• Lait cuisiné à l'avance.	+3°C
• Plats froids préparés le jour même, sandwichs et fonds de sauce.	+3°C
• Pâtisserie fraîche, crème pâtissière entremets frais.	+3°C
• Volaille, lapins, gibiers.	+4°C
• Produits de charcuterie non stables, notamment le cachir, le paté et les merguez.	+4°C
• Ovoproduits.	+4°C
• Œufs en coquille réfrigérés.	+6°C
• Lait cru, lait pasteurisé.	+6°C
• Produits laitiers non stérilisés, notamment le yaourt, le lait fermenté et la crème dessert.	+6°C
• Beurre.	+6°C
• Crème fraîche, fromage frais.	+6°C
• Fromage à pâte molle, fromage à pâte persillée.	+6°C
• Autres fromages.	+10° à +15°C
• Viandes en carcasses et en quartiers.	+7°C
• Lait destiné à l'industrie.	+8°C
• Toutes semi-conserves exceptées celles à base de produits de pêche.	+10°C
• Produits de charcuterie stables (produits stabilisés par fumage ou fumaison).	+15°C
• Semi-conserves de produits de la pêche, notamment l'anchois.	+15°C
Denrées alimentaires congelées ou surgelées	T°C
• Abats.	-12°C
• Volailles, lapins.	-12°C
• Ovo produits.	-12°C
• Beurre graisses alimentaires y compris la crème destinée à la beurrerie.	-14°C
• Produits de la pêche.	-18°C
• Viandes.	-18°C
• Plats cuisinés.	-18°C
• Toutes denrées préparées avec des produits d'origine animale.	-18°C
• Cuisses de grenouilles, escargots.	-18°C
• Glaces et crèmes glacées.	-20°C

Et la rupture de la chaîne du froid ?

Elle est la conséquence de l'élévation des températures prescrites. Toute hausse de température provoque et accélère la croissance microbienne et réduit la durée de vie du produit : un produit sain peut devenir un produit à risque, l'aspect et le goût peuvent se dégrader.

Selon le type de produit réfrigéré, il y a rupture de la chaîne du froid dès que la température indiquée sur l'étiquette est dépassée, au delà de +4°C pour les produits très périssables, au delà de +8°C pour les produits périssables.

En cas de rupture de la chaîne du froid, quels sont les risques encourus ?

La majorité des intoxications alimentaires est bénigne.

Néanmoins, l'élévation de la température peut entraîner la prolifération de certains germes (salmonella, staphylococcus aureus, listeria monocytogenes, ...) et rendre alors le produit dangereux.

Ainsi, la listériose (due à la présence de listeria monocytogenes) est une maladie rare mais grave en

SACHEZ-LE

La chaîne du froid est longue et sa rupture peut se produire à tout moment.

- lors de l'entreposage sur les lieux de production;
- du transport;
- au niveau du commerce de détail;
- négligence du consommateur durant un transport trop long ou lors de son entreposage.

particulier pour les personnes dont les défenses immunitaires sont affaiblies (femmes enceintes, nourrissons, personnes âgées fragiles, patients immunodéprimés).

Le dernier acteur est le consommateur. Il doit être vigilant pour poursuivre et maintenir – jusqu'à l'assiette – les efforts menés en amont par les professionnels.

Comment ne pas rompre la chaîne du froid?

La chaîne du froid, c'est maintenir les aliments réfrigérés ou surgelés à une température basse qui permet de conserver leurs qualités (hygiéniques, nutritionnelles et organoleptiques) et de les garder sains, du lieu de production jusqu'à la cuisine.

Le froid ralentit, voire stoppe la prolifération des microorganismes qui peuvent être à l'origine d'intoxications alimentaires.

Lors de l'achat, placez les produits



frais réfrigérés, pasteurisés, surgelés ou congelés dans un sac isotherme. À défaut, ne prenez ces produits qu'au dernier moment, juste avant de passer en caisse.

Lors du transport, utilisez de préférence un sac isotherme et limitez au maximum le temps de transport entre le moment de l'achat et l'arrivée au domicile où les denrées seront rapidement rangées

dans le réfrigérateur ou le congélateur. Rangez les produits à la bonne place (voir le mode d'emploi de l'appareil). Respectez les températures maximales indiquées sur les étiquetages des denrées préemballées. Le fabricant de la denrée fixe sa date limite de consommation en tenant compte de cette température.

Consignes de stockage

Catégorie de denrée Température de conservation

Poissons, crustacés, et mollusques autres que vivants 0 °C à + 2 °C

Viandes crues ou cuites, charcuteries, pâtisseries à la crème, produits frais au lait cru, fromages découpés, produits décongelés... + 4 °C maximum

Produits laitiers frais, desserts lactés, beurres et matières grasses... + 8 °C maximum

Tout aliment congelé - 12 °C

Tout aliment surgelé, glaces, crèmes glacées et sorbets - 18 °C

NB: ne jamais recongeler une denrée décongelée



LES OPÉRATEURS

- Les équipements et matériels frigorifiques utilisés dans les établissements de conservation des denrées alimentaires altérables réfrigérées ou congelées doivent être fabriqués en matériaux appropriés et aménagés de sorte à répartir uniformément la température ambiante en tout point de la denrée stockée ;
- Les matières premières ou produits finis doivent être entreposés sous froid (négatif ou positif selon le cas) dans les lieux de production ;
- Le transport des denrées alimentaires altérables doit être organisé de façon à respecter les conditions requises selon que celles-ci soient réfrigérées ou congelées ;
- Les denrées alimentaires altérables présentées à la vente au détail doivent être conservées dans des comptoirs réfrigérés.

Contrôlez régulièrement le bon fonctionnement des appareils, en mesurant les températures internes au moyen d'un thermomètre.

Si votre réfrigérateur est muni d'un indicateur de mesure dans la zone la plus froide (0 à 4 °C), vérifiez que la température affichée est correcte, sinon réglez-la au moyen du thermostat.

Dégivrez et nettoyez à l'eau javellisée aussi souvent que nécessaire les appareils, au moins une fois par trimestre.

Nouveaux matériels



MOULINEX EXTRACTEUR DE JUS INFINY PRESS

Appareil à jus Infiny Press
Révolution

Technologie presseur
qui permet d'extraire
35% de jus en plus, 30%
de vitamines et 75%
d'antioxydant par rapport
à une centrifugeuse.

Pressoir à jus pour une
utilisation simple et
agréable.

Une pression lente et
douce pour extraire le
meilleur des fruits et
légumes.

CHEZ HOME & COOK

KLEIN EXTENDO

Le système de portes coulissantes vitrées sans cadre
Extendo© est une véritable innovation. Il peut être
installé dans tous les espaces, en particulier lorsqu'une
large zone de passage libre est requise, car il offre une
ouverture allant jusqu'à 5 mètres, sans aucun rail au sol.
Extendo© est disponible en plusieurs versions: 2,3, ou 4
portes avec ouverture simultanée.

Ce système est composé de l'innovant mouvement
synchronisé et télescopique Klein : il suffit d'ouvrir
manuellement la porte principale pour que les portes
adjacentes coulisent de manière simultanée, en ne
demandant qu'une zone de stockage réduite.

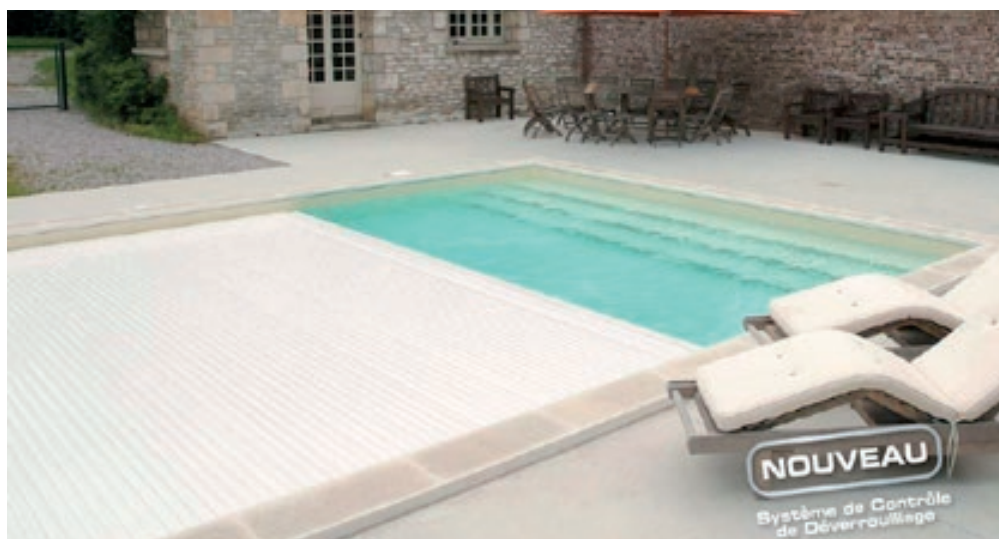


WWW.KLEIN-EXTENDO.COM

HYDRA SYTEME COUVERTURE DE PISCINE IMMEO

La couverture IMMÉO conjugue confort et élégance
pour tous ceux qui souhaitent préserver l'esthétisme
de leur piscine. Issues de 19 années de recherche
et d'expérience, cette couverture est un concentré
d'innovations capable de satisfaire tous vos besoins.

La suppression de la commande à clé au profit d'une



commande digitale avec
écran couleur se veut plus
accessible et interactive.
Grâce à sa liaison hertzienn
sécurisée entre le boîtier de
commande et le coffret de
puissance, l'installation de
la couverture est facilitée.
L'absence de câbles à
tirer et son design exclusif
permettent une intégration
plus esthétique sur les
façades extérieures.

L'alimentation du boîtier de

commande est assurée grâce à un panneau solaire intégré à la façade relevable du boîtier de commande.

WWW.HYDRA-SYSTEME.COM/IMMEO

LG MUSIC FLOW

LG étoffe sa gamme Audio au Maroc en lançant la gamme LG Music Flow sur le marché marocain.

Présentée au CES® 2015, LG ajoute à sa gamme Multiroom deux barres de son Wi-Fi (HS9 et HS7) ainsi que l'enceinte nomade Wi-Fi (H4).

Bien qu'à un usage domestique, ce système est idéal également pour les restaurants. La gamme de produits audio Music Flow Wi-Fi se caractérise par sa simplicité d'utilisation : réglages faciles, intégration rapide au réseau.

L'enceinte nomade Wi-Fi LG H4 et les barres de son HS9/HS7 offrent la possibilité d'être connectées à n'importe quel matériel Wi-Fi.

WWW.LG.COM/FR



SMURFIT KAPPA MACHINE AUTOMATIQUE DE REMPLISSAGE

Smurfit Kappa

Smurfit Kappa a annoncé le lancement d'une nouvelle machine automatique de remplissage de Bag-in-Box®, développant ainsi sa gamme de machines phare BIB 700. La nouvelle machine, appelée BIB 700 Double Tête, surprend par sa cadence, tout en bénéficiant des innovations de la version originale Simple Tête.

Cette remplisseuse automatique performante est conçue pour les installations industrielles en quête d'efficacité, de fiabilité et de remplissage de qualité. Tout comme la BIB 700, elle dispose de la nouvelle vanne de remplissage dernière génération, affichant les meilleures valeurs de l'Oxygène total de l'emballage (Total Package Oxygen) juste après le remplissage grâce aux circuits d'azote et de vide séparés. Cela contribue à améliorer la conservation du Bag-in-Box® et apporte un avantage significatif aux clients de Smurfit Kappa et au consommateur final.

WWW.SMURFITKAPPA.COM

BONNET COMPACT KITCHEN

Compact Kitchen, c'est le nouveau concept de cuisine «compact et évolutive» regroupant les nouveaux produits «innovants et compressés dans très peu de mètres» lancés en ce début d'année par Bonnet. La marque a lancé 4 nouveaux modules à la fois simples, robustes et efficaces à savoir : Equapan (une braisière polyvalente intégrable de 400 mm de large avec une surface de cuisson de 17dm² pour 18 litres de volume utile), Precipan (une braisière qui reprend les caractéristiques d'Equapan mais dispose d'une double cuve de 2 x 17 dm²), Minijet (un four 6 niveaux de 52,5 cm de large avec une empreinte au sol de 0,43dm². Il est doté d'une interface de pilotage intuitive le Visiopad et propose 6 modes de cuisson) et bloc Froid (qui s'intègre à l'espace de cuisson et permet le maintien des aliments à la température désirée.



WWW.BONNET.FR

RECETTES LUDIQUES SELON KIRI... POUR LES ENFANTS

L'ENTRÉE : GASPACHO Kiri®



LES INGRÉDIENTS

3 portions Kiri®
500 g de tomates
3 tranches de pain de mie
1 échalote
½ concombre
Vinaigre balsamique
Huile d'olive
Sel
Poivre

LA RECETTE

- Coupez les tomates en 4 puis chaque quartier en 2. Ensuite coupez le demi concombre en 4 puis en morceaux d'1 cm.
- Epluchez l'échalote et émincez-la finement.
- Mettez tous les ingrédients dans un mixer, ajoutez une cuillère à soupe d'huile d'olive et une de vinaigre, une tranche de pain de mie, une portion Kiri®, un peu de sel et un peu de poivre.
- Mixez le tout jusqu'à ce que ce soit bien lisse.
- Faites griller les 2 tranches de pain de mie restantes dans un grille-pain jusqu'à ce qu'elles soient bien dorées, puis coupez-les en petits cubes pour faire des croûtons.
- Ouvrez 2 portions Kiri® et coupez-les aussi en petits cubes avec les doigts.
- Remplissez des verrines avec le gazpacho et ajoutez ensuite les croûtons et les cubes de fromage Kiri®.

LE PLAT : BRIOUATES DE POULET ET Kiri®



LES INGRÉDIENTS

6 portions Kiri®
250 g de poulet
1 oignon
3 branches de persil
250 g de feuilles de brick
2 cuillères à soupe d'huile d'olive
1 gousse d'ail
Sel
Poivre

LA RECETTE

- Emincez le poulet et l'oignon le plus finement possible.
- Effeuiliez les branches de persil.
- Hachez le persil à l'aide d'une paire de ciseaux.
- Chauffez une poêle avec un peu d'huile et faites y revenir l'oignon ; ajoutez le poulet haché. Assaisonnez de sel et de poivre et laissez sur le feu jusqu'à ce que le poulet soit cuit.
- Mettez le fromage Kiri® dans un récipient ramollissez-le à l'aide d'une spatule.
- Ajoutez le persil et mélangez poulet, oignon et fromage et mélangez.
- Coupez les feuilles de brick en deux.
- Etalez sur chaque moitié un peu de farce et pliez les feuilles de brick en triangle.
- Faites chauffer une poêle avec un peu d'huile et faites y cuire les briouates ou placez les au four 5 minutes à 200°C (th 6-7).

LE DESSERT : COOKIES AU CHOCOLAT BLANC ET Kiri®



LES INGRÉDIENTS

2 portions Kiri®
½ sachet de levure chimique
1 citron vert
100 g de chocolat blanc
170 g de beurre doux
225 g de sucre
280 g de farine
1 œuf

LA RECETTE

- Préchauffez le four à 180°C (th. 6).
- Cassez le chocolat blanc en petits morceaux, râpez le citron vert, ouvrez les portions Kiri® et coupez les en petits cubes avec les doigts.
- Malaxez le beurre pour qu'il se ramollisse puis mélangez-le au sucre. Ajoutez ensuite la farine, la levure et les zestes de citron vert, mélangez bien puis ajoutez l'œuf et les morceaux de chocolat blanc et mélangez jusqu'à ce que la pâte soit bien lisse.
- A l'aide d'une petite cuillère, réalisez des petits tas espacés, puis enlèvez un peu de pâte par endroit pour ajouter les cubes de fromage Kiri®. Mettez les cookies au réfrigérateur environ 1h.
- Enfournes les cookies environ 10 à 12 minutes, jusqu'à ce qu'ils soient bien dorés.
- Une fois qu'ils ont refroidis, décollez-les.



Le cahier

HORECA

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Voyages paradisiaques

12 séjours de rêve sur une île

Connectivité

Le grand défi du tourisme

Ramadan & Hôtels

Les meilleurs ftours

OUVERTURE HYATT PLACE TAGHAZOUT



Bienvenue au Hyatt Place Taghazout, un hôtel haut de gamme situé au sein du nouveau centre de villégiature de Taghazout Bay, à seulement 17 kilomètres d'Agadir. Bénéficiant d'une localisation de premier choix, Hyatt Place Taghazout surplombe majestueusement l'océan Atlantique et jouxte le golf de 18 trous conçu par l'architecte Kyle Philips. Le centre de villégiature de Taghazout Bay s'étend sur plus de 615 hectares, le long d'un front de mer de 4,5 km de plages d'une beauté à couper le souffle.

Tél. : +212 5 28 29 68 68

DÉTENTE PISCINE ET BRUNCH AU COLISÉE



A Marrakech, profitez des beaux dimanches ensoleillés et rendez-vous au Colisée de Tigmiza. Dès votre arrivée, vous

êtes invités à vous prélasser sur les transats ou dans les cascades de la nouvelle piscine avant de déguster un délicieux brunch (voir id prestige 27). Un cadré époustouflant, une sélection musicale branchée, un buffet composé de salades, grillades et farandoles de desserts et une tranquillité pour vos enfants qui s'en donneront à cœur joie dans un espace dédié.

Ouvert tous les dimanches de 11h00 à 19h00

Forfait journée piscine avec brunch : 400 dh par personne

Réservation : +212 (0)5 24 39 37 00

RESTAURATION NOUVELLE CARTE SLOW-FOOD AU ES SAADI



Slow Food est un réseau d'associations qui envisage un monde où chacun puisse avoir accès à une nourriture bonne pour lui, pour ceux qui la produisent, et pour la planète.

Slow Food a été créée en 1989 pour contrer le phénomène du fast food et de la fast life, en réagissant à la disparition des traditions alimentaires locales.

Maintenant Slow Food arrive au Es Saadi car depuis toujours, l'hôtel propose à ses hôtes une expérience de bien-être global. L'on retrouve aussi bien une cuisine saine et raffinée proposée par les différents restaurants du Resort, préparée avec des ingrédients provenant de ressources locales ou de la ferme bio du « bled » que la philosophie « total wellness » au Spa du Palace qui en est également l'incarnation parfaite.

Information et réservation au 05 24 33 74 00

OUVERTURE UN 9ème KENZI HOTEL



Le Groupe Kenzi Hotels continue de s'agrandir et vous annonce l'ouverture d'un troisième hôtel en Septembre 2015 à Casablanca, en accord avec la société Salima Holding. Cet établissement sera situé en plein cœur de la métropole à 15 mn de l'aéroport Mohamed V et du centre ville que le Kenzi Sidi Maarouf. Il sera doté de 130 chambres alliant confort et décoration moderne, dont 8 suites junior, 2 suites sénior et 7 duplex. L'hôtel Kenzi Sidi Maarouf vous offre également un restaurant buffet d'une capacité de 150 personnes et un restaurant à la carte de 40 couverts, en plus d'un bar lounge qui vous accueillera tous les jours jusqu'à 23h. Les 05 salles de réunion offrant la lumière du jour sont modulables et sont entièrement équipées pour accueillir tous types de réunions à partir de dix personnes et jusqu'à 150 personnes. Pour votre bien être l'hôtel vous propose aussi un Spa avec Hammam, Sauna, Jacuzzi, gymnasium et 04 cabines de soins... et pour finir en beauté, vous pourrez au dernier étage, vous rafraîchir ou faire des longueurs dans notre piscine à ciel ouvert avec une vue imprenable sur la ville.



aramex

OPEN DU TRANSPORT ET DE LA LOGISTIQUE

SAMEDI 06 JUIN 2015
CASA GREEN GOLF CLUB CASABLANCA



MEDIA OFFICIEL

LE MATIN



Christophe Harivel +212 664 906 871 - Marion Gabrielli +212 661 318 993



CONSOLIS



MIXOLOGIE

WORLD CLASS MOROCCO



Bourchanin et Diageo, numéro 1 mondial des spiritueux, ont organisé la finale de la compétition « World Class Morocco 2015 » à Casablanca.

Cette compétition, la plus prestigieuse au niveau mondial en terme de mixologie, a pour ambition d'inciter les barmen à aller plus haut, plus loin, dans l'excellence et la culture du bartending. Elle permet aussi de positionner le Maroc sur la carte internationale des pays qui offrent des cocktails fins et délicats. Après les demies finales tenues en mars à Marrakech

et à Casablanca qui ont vu la participation de plus de 30 barmen qui exercent dans les meilleurs hôtels et lounge bars Marocains, la finale a permis d'élire Brahim Hamouali, exerçant au Sofitel Agadir Royal Bay Resort, comme le barman le plus talentueux en 2015.

Brahim représentera le Maroc à la grande finale internationale de la compétition «World Class», qui regroupera cette année 53 barmen, parmi les plus prestigieux au monde, représentant 53 nations. La compétition finale 2015 se déroulera au mois de septembre à Cape Town en Afrique du Sud.

Le Podium de la Competition World Class Maroc 2015

- Vainqueur : Brahim HAMOUALI (Hôtel SOFITEL BAY Resort - Agadir)
- Finaliste : Youssef LARHRABLI (COMPTOIR DARNA - Marrakech)
- 3ème : Fatim - Zahra JRAJRI (LA MAMOUNIA - Marrakech)

ENVIRONNEMENT

PLANET 21 DAY



A l'occasion de Planet 21 Day, la journée mondiale de mobilisation des collaborateurs Accor en faveur du développement durable, le Groupe a

mis en partage ses réalisations et ses avancées tant environnementales que sociales. L'occasion également de valoriser les initiatives des hôtels du Continent africain.

Pour Arnaud Herrmann, Directeur du Développement Durable de Accor «Dans un contexte de réorganisation de l'entreprise, nous avons enregistré des résultats globalement à la hausse en 2014 et le niveau d'avancement de l'ensemble des engagements pris dans le cadre du programme Planet 21 est encourageant au regard de l'horizon 2015. Je retiens notamment de cette année la création d'un Comité Éthique et RSE et le déploiement de notre charte Éthique et RSE, afin de superviser et de renforcer notre démarche de responsabilité tant en matière d'éthique du management, d'intégrité et de respect des lois que de responsabilités sociale, sociétale et environnementale ».

accor.com

RECOMPENSE

ETIHAD REMPORTE LE CRYSTAL CABIN AWARD



Etihad airways a remporté le très convoité Crystal Cabin Award 2015 catégorie « Première Classe & VIP », pour le design et les produits innovants du pont supérieur de l'Airbus A380. La cérémonie s'est tenue à Hambourg, en Allemagne, durant l'Arircraft Interiors Expo. Le Crystal Cabin Award est le prix international qui récompense l'excellence dans l'innovation des intérieurs des avions. Le jury, un panel international, est composé de plus de 20 universitaires, ingénieurs, représentants de l'industrie aéronautique, ainsi que de journalistes spécialisés dans le domaine du design d'intérieur des avions.

La récompense a été conjointement présentée à Etihad Airways et aux membres d'Etihad Design Consortium (EDC)- un groupement unique de trois agences de marques & design, qui ont joint leur savoir-faire pour répondre à la volonté d'Etihad Airways de révolutionner le voyage aérien en ré-imaginant complètement l'expérience de vol.

etihad.com/fr-ma

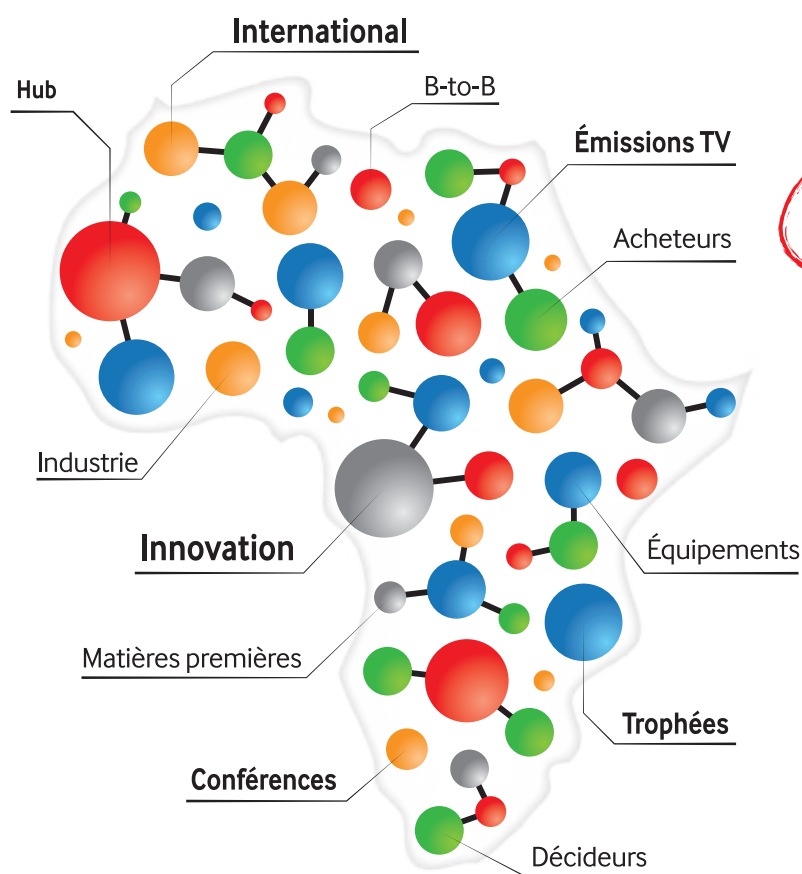


Du 6 au 8 octobre 2015

Centre International de Conférences
et d'Expositions de Casablanca

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@qfcim.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



CONGRES

BEST WESTERN FRANCE



Le 45ème congrès de Best Western France s'est tenu cette année à Prague, du 7 au 9 avril. Ce congrès s'est déroulé dans un contexte de renouvellement stratégique puisque l'enseigne et ses dirigeants présentaient à l'ensemble de ses adhérents la nouvelle vision à trois ans de l'entreprise.



Durant ces trois jours, 502 personnes étaient présentes, parmi lesquelles 196 hôtels Best Western® étaient représentés. L'occasion pour eux d'accéder à un programme à la carte, composé de différents contenus stratégiques et opérationnels sous forme de conférences plénières, semi-plénières, ateliers, carrefour des fournisseurs et, pour la première fois cette année, de rendez-vous individualisés avec les experts métiers du siècle.



Ce congrès était aussi l'occasion de mettre à l'honneur et de récompenser les hôteliers dans différentes catégories.



Prix du Meilleur «Petit-Déjeuner» : BEST WESTERN PLUS Terrasses de Bréhat, Ploubazlanec

Prix «Campus» : BEST WESTERN Hôtel Colbert, Châteauroux

Prix Best Western Rewards® : BEST WESTERN La Marina, Saint-Raphaël

Prix Meilleure Progression en Satisfaction Client : BEST WESTERN Hôtel Mercedes, Paris 17ème

Prix «Satisfaction Client» : BEST WESTERN Hôtel d'Angleterre, Bourges

bestwestern.fr

GESTION

MOVENPICK AU MANSOUR EDDAHBI



La marque internationale Mövenpick devient gestionnaire de l'hôtel Mansour Eddahbi & Palais des Congrès de Marrakech. En effet, dans le cadre du processus de recherche d'une société de gestion de renommée internationale pour assurer la gestion de l'hôtel Mansour Eddahbi & Palais des Congrès, et dans le but d'assurer le meilleur rendement au propriétaire, Al Ajial Holding a sélectionné la société Mövenpick, chaîne internationale d'hôtels haut de gamme, forte de sa notoriété et son image de marque et présente dans 24 pays avec plus de 80 hôtels à travers le monde.

La cérémonie de signature du contrat de gestion de l'hôtel Mansour Eddahbi Palais des Congrès a eu lieu mercredi 29 avril entre M. Adham El Toura, Directeur Général d'Al Ajial Holding, ainsi que Jean Gabriel Perez, CEO du Mövenpick, et Alan O'Dea, Senior Vice President de Mövenpick Africa.

hotel-mansoureddahbi.com

AWARDS

POUR PALMERAIE RESORTS



Palmeraie Resorts vient d'annoncer que son spa PalmSpa & Fitness a remporté plusieurs des prestigieux « Word Luxury Spa Awards 2015 », positionnant ainsi le resort et le spa en tant que destination leader de Spa dans le Monde. Cette consécration récompense l'un des aspects les plus importants du Voyage et du Tourisme : l'Expérience Client.

Cette distinction « World Luxury Spa Awards » consiste en un programme d'Awards global et prestigieux dans l'industrie des Spas à travers le monde. « Cette récompense figure parmi les plus grandes distinctions qu'un spa puisse espérer recevoir. Je tiens particulièrement à remercier le personnel du PalmSpa & Fitness pour avoir permis à nos clients de vivre une expérience aussi exceptionnelle. C'est ce qui nous a permis de gagner ces Awards ! », commente Kaltoum Salime, Directrice du PalmSpa & Fitness.

En effet, ces prix sont considérés parmi les meilleures distinctions pour les spas de luxe et récompensent la qualité de service, les efforts d'amélioration continus et le respect des meilleurs standards par le PalmSpa & Fitness.

Les gagnants ont été sélectionnés par le biais du processus de vote annuel où des milliers de clients à travers le Monde et au Maroc ont eu la possibilité de voter en ligne.

palmeraiemarrakech.com

TANGER SALON DU TOURISME



Du 21 au 24 octobre 2015 se tiendra le Tanger Tourisme Expo 2015. De nombreux exposants nationaux et internationaux sont attendus parmi eux, chaînes hôtelières, hôtels boutique, riads, agences de voyages, parcs de loisirs, offices du tourisme, Chambres de commerces et d'investissement et Conseils régionaux du tourisme. Des animations et tombola sont prévues pour les visiteurs à qui les portes seront ouvertes samedi. Cocktails, soirées privées, dîner de Gala avec remise de trophées seront offertes aux exposants et invités. Des conférences seront animées par l'Organisation Mondiale du Tourisme, les Ministères du Tourisme, de la Culture, du Commerce, de la Santé (Tourisme de Santé) et de l'Artisanat. L'évènement sera organisé sur l'esplanade près de la gare de Tanger.

RECOMPENSE WORLD LUXURY SPA AWARDS

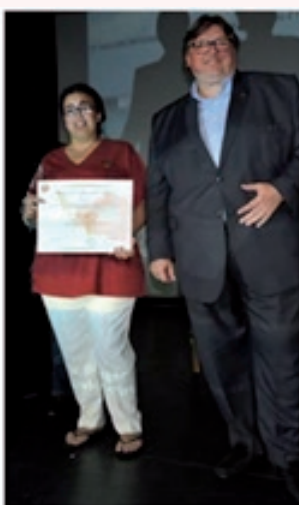


L'institut du Sofitel Agadir Thalassa sea & spa a remporté deux Awards dans le cadre des World Luxury Spa Awards dans les catégories suivantes :

- Meilleur Spa Manager au Maroc
- Meilleur Resort de luxe Spa en Afrique

L'institut du Sofitel Agadir confirme sa position à travers deux nouveaux awards, décernant à la directrice de l'institut Thalassa sea & spa, Najah Tamaoui, le titre de meilleur manager spa au Maroc et à l'hôtel, le prix de meilleur Resort de luxe spa en Afrique.

Deux Magnifiques victoires qui s'ajoutent aux autres confirmant que le Sofitel Agadir Thalassa sea & spa est la référence bien-être au Maroc. Placée en bordure de l'Atlantique avec pour seule lisière la plage de sable fin, la thalassothérapie fait partie intégrante de l'hôtel. La décoration de l'espace bien-être a été confiée comme pour l'hôtel à Didier Rey qui a voulu un espace immaculé, blanc, épuré pour un repos total de l'esprit dans une saine ambiance « detox ».



Aziza El Hilali, Meilleure main du Maroc 2015 et M. Karbownik Directeur Accor Maroc LUB SUD

RECOMPENSE MEILLEURES MAINS DU MAROC

Pour la première édition du concours national « Meilleures mains du Maroc », organisé par le label Spa Maroc et le Salon International du Spa et du Bien-Être au Maroc, l'Institut de thalassothérapie Thalassa sea & spa de l'hôtel Le Médina Essaouira MGallery Collection a remporté le premier prix. Et c'est Aziza El Hilali, thérapeute et représentante de l'Institut de thalassothérapie de l'hôtel Le Médina Essaouira Thalassa sea & spa MGallery Collection, qui a été élue meilleures mains du Maroc. Elle est ainsi invitée à concourir lors de la finale du concours des meilleures mains de France en 2016, organisé par le label « Spas de France » à Paris.



LE FOOD SWAP

LA NOUVELLE TENDANCE À DÉCOUVRIR

Par Laetitia Saint Maur

Dans le sillage de la co-consommation, du DIY (fais le toi même) ou encore de l'up-cycling, le « Food Swap », tout droit venu des Etats-Unis, prône le partage et le retour aux valeurs simples pour créer un nouvel art de vivre.

Le Food Swap c'est le troc de nourriture ou de préparations déjà cuisinées mais uniquement « home made ». C'est aussi réunir mère de famille, jeune étudiante ou encore professeur de sport dans un seul et même endroit, pour créer un environnement chaleureux et de nouveaux contacts par le biais du goût.

Tout droit débarqué des Etats-Unis, ce nouvel art de vivre risque bien de faire des émules et notamment en Angleterre et en France.

LE CONCEPT

Crise oblige, les gens surveillent de près leur budget, ce qui est un réel atout pour le troc qui voit sa cote de popularité





grimper en flèche. Basé sur le principe du « rien de ne se jette, tout s'échange », le phénomène du Food Swap connaît donc un réel engouement en Angleterre. Les échanges de nourriture et événements dédiés au troc de denrées sont régulièrement organisés. Le principe est simple : une quarantaine de personnes se retrouve avec de la nourriture (ou des préparations déjà cuisinées) qu'elle souhaite troquer. Une seule condition : que la nourriture soit « home made », à savoir faite maison.

L'événement est divisé en 2 temps : le 1er est consacré à l'installation de sa marchandise et à la rencontre entre les participants. On partage un verre, on discute, on explique d'où viennent les produits apportés etc.

Le 2ème est dédié au swapping. Quelqu'un est intéressé par la boîte d'oeufs proposée par l'un des exposants ? Rien de plus facile, on s'inscrit sur une petite liste en indiquant ce qu'on souhaite lui proposer en échange.



Les « swappers » (troqueurs) organisent leurs rencontres sur le site <http://foodswapnetwork.com/>. Lors de ces événements, aucune transaction d'argent, seulement de la nourriture contre de la nourriture!

INTERETS

« Les Food Swappers », c'est comme cela qu'on nomme ceux qui participent aux échanges Food Swap, le font pour économiser de l'argent mais pas seulement.

Ces derniers optent aussi pour cette solution pour le côté « social » qu'elle recouvre. En effet, à cette occasion, on rencontre de nouvelles têtes, les amoureux de la cuisine échangent des recettes et surtout, il s'agit d'un moment très convivial à passer.

Ajouté à cela, le Food Swap permet d'oeuvrer contre le gaspillage alimentaire et d'assurer une traçabilité des produits consommés. En effet, sur la fiche d'échange sont mentionnées les denrées contenues dans chaque plat ainsi que leur composition.

Et c'est sur le salon parisien « Saveurs » des tendances food, en novembre dernier, que chacun a été invité à pratiquer cette nouvelle forme de troc gourmand.





LA « CONNECTIVITÉ », le vrai grand défi du Tourisme?

La question de la connectivité est centrale aujourd'hui dans l'offre touristique. De plus en plus, les régions, les villes et les hôteliers devront mettre en place des services spécifiques pour séduire une clientèle de plus en plus connectée.

Une ville comme Edimbourg peut presque se vivre et se visiter sans mettre en péril son forfait téléphonique. Entre l'aéroport, les transports en commun et les hôtels, les offres de Wi-Fi sont disponibles partout sur le territoire, le plus souvent gratuitement, et permettent de se renseigner très facilement lors de sa visite.

En France, le diagnostic est tout autre. Les usagers réguliers des transports parisiens peuvent témoigner des difficultés de connexion dans le RER ou le métro, sans parler de Wifi. Si la

France veut rester une destination touristique majeure à l'international, il faudra qu'elle passe par un grand chantier sur ce point...

Mais plutôt que de pointer du doigt les problèmes, il est peut-être bon de montrer quelques initiatives.

Par exemple, le Wi-Fi de Séjour mis en place il y a quelques années par les Offices de Tourisme de la Loire. Le principe est simple : les offices de tourisme et quelques réceptifs se mettent d'accord pour partager des noms de réseau et des mots de passe commun pour leur accès wifi

Pour utiliser la connectivité lors de voyage il faut utiliser le roaming qui revient très cher. Apple remédie à ce problème en lançant sa propre carte SIM. Préinstallée sur les modèles wi-fi+réseau cellulaire des nouveaux iPad, cette carte SIM permet au consommateur de choisir entre des offres sans engagement d'opérateurs et d'activer le service mobile depuis l'écran de sa tablette, sans changer de carte SIM. Cette carte SIM ne donne accès qu'à l'Internet mobile ce qui n'empêche pas d'utiliser les services et les applications de voix sur IP (Skype, Viber, etc...) sur réseaux 3G/4G ou sur réseau wi-fi. Reste à trouver des partenaires pour miser sur la carte Apple SIM.



grand public. Résultat : les touristes n'ont qu'une seule configuration à mettre en place sur leurs tablettes ou mobiles. Qu'ils se renseignent dans un grand office urbain ou dans un petit réceptif de campagne, la configuration est la même. Très pratique !

HIPPOCKETWIFI

L'Office de Tourisme de Lyon se démarque également sur le sujet avec la mise en place d'un Wi-Fi de poche : une borne wifi qu'il est possible de louer à l'office de tourisme, de garder dans sa poche, et qui émet un signal continu auquel vos appareils se connectent. Ainsi, de n'importe quel point dans la ville, vous

possédez une connexion gratuite au web. Pratique pour visiter Lyon, et se renseigner sur les musées, visites ou restaurants à n'importe quel moment. La solution technique derrière ce système s'appelle HippocketWifi et se commercialise comme un Internet de location auprès des touristes internationaux.

WiFiLib

L'initiative de Mulhouse rejoint la même idée. Là, ce sont des bornes d'accès qui sont réparties sur l'ensemble du tracé de la ligne de tramway et qui permettent un accès gratuit et continue dans les transports en commun... Bref, les solutions existent et l'absence d'une connectivité de qualité à Paris ne doit pas cacher l'ensemble des initiatives locales réussies.

Remerciements à Travel

De plus en plus de villes de par le monde offre une wifi gratuite afin de découvrir au mieux tous les lieux touristiques.



Les clients sont de plus en plus friands de connectivité et les hôteliers doivent pouvoir s'y adapter afin de répondre aux attentes de leurs clients.

Quels sont les outils et services dont les hôteliers doivent impérativement s'équiper pour répondre à ces nouveaux besoins ?

- Le wifi bien sûr!

Il est disponible dans 90% des hôtels dans le monde, mais seulement 67 % proposent un accès gratuit au wi-fi. Généralement les clients ne sont pas satisfaits par le Wi-Fi payant et préfère choisir un hôtel qui propose cette prestation gratuite.

- Le développement sur mobile

Fini les clients qui réservent leur séjour plusieurs mois à l'avance, le choix se fait souvent quelques jours avant. Les réservations d'hôtels via les tablettes nomades et mobiles ont donc considérablement augmenté. L'hôtelier doit donc être présent sur les applications de réservations (il y est d'ailleurs parfois contraint). Parmi les applications phares : Trivago, Booking, hotels.com, ebookers ou encore hotels.info. Si l'hôtelier n'est pas référencé sur les sites de comparateurs d'hôtels, un site adapté au mobile est largement recommandé !

- La réservation express



De nombreux Booking Engines proposent des formulaires de réservation sous forme d'une « one-page check-out ». Ces formulaires, en une seule page, plus fluides et simples, regroupent toutes les informations du client & de son séjour. Un véritable gain de temps autant pour les hôteliers que pour les clients.

- Le check-in dématérialisé

Ce sont des bornes de check-in & check-out installés dans les lobbys afin de gagner du temps et d'éviter la galère de la file d'attente.

- La montre connectée

Que ce soit Starwood Hotel et l'Apple Watch ou Hotels.com et leurs montres Android, tous deux entament une révolution dans l'expérience client: disparition de la clef de chambre traditionnelle, recommandations d'itinéraires personnalisés, commande au restaurant/bar instantanée, etc. Les montres connectées vous disent tout !

- Le service 3.0 : créer du brand content via des applications mobiles

Les acteurs de l'hôtellerie & OTA sont de plus en plus nombreux à développer des applications mobiles, permettant d'enrichir l'expérience client et d'attirer une clientèle plus jeune et plus « connectée ». Ces applications favorisent l'interaction du client avec les services

Comment faire si les appareils se déchargent. La borne Gidophone est une solution. Elle est compatible avec 100% des appareils mobiles: téléphones portables, tablettes tactiles, lecteurs MP3, consoles de jeux, appareils photos... de toutes marques... Elle peut être mise à disposition dans toutes sortes de lieux publics : aéroports, gares, galeries marchandes, centres sportifs, universités, hôtels ...

de l'hôtel (Réception, Conciergerie, Voiturier, Bar / Restaurant). Ces services connectés permettent par exemple de guider le client lors de leurs déplacements, de lui recommander de sorties, de commander instantanément un room-service ou même de communiquer via messagerie instantanée avec le personnel de l'hôtel.



Pour équiper l'ensemble des TGV en Wi-Fi, la SNCF annonce une facture de près de 300 millions d'Euros. Certains pays dans le monde ont pourtant déjà franchi le pas, à l'image d'Amtrak aux USA, ou de la Hongrie sur certaines liaisons. En France, les expériences restent cantonnées à la ligne TGV Est ou au Thalys avec plus ou moins de succès.

Remerciements à Morgane Lannou

LES 10 TENDANCES ET MEILLEURES PRATIQUES EN TOURISME MOBILE:

De nos jours, le tourisme mobile est incontournable : inclure la connectivité mobile dans les stratégies de marketing touristique des destinations, des attraits et des hébergements est un enjeu commercial de plus en plus important.

Voici donc un résumé de ces 10 tendances et pratiques qui sont des incontournables.

1. Jamais sans mon Wi-Fi : les compagnies de transport telles que les compagnies d'autobus, les compagnies aériennes ou encore ferroviaires offrent désormais la connectivité Wi-Fi pendant les transports.

2. Les applications mobiles de guide touristique

Les offices de tourisme sont maintenant en compétition directe avec les applications mobiles de guide touristique très performantes. elles

doivent donc s'adapter à cette réalité et adapter leurs outils mobiles afin de proposer des attraits et services touristiques qui soient qualifiés en fonction de la position géographique du visiteur, du moment de la journée et des intérêts du visiteur.

3. La relation client instantanée

Il ne suffit plus d'accueillir le client au comptoir, il faut maintenant porter l'information en dehors de la destination. Certaines compagnies dédient un hashtag Twitter pour aider directement leurs clientèles.

4. Du hashtag dans #MaDestination

Les offices de tourisme ainsi que les entreprises touristiques ont su tirer profit des hashtags maintenant utilisés par plusieurs médias sociaux. Ayant comme objectif primaire de filtrer les discussions par sujet précis, ces hashtags sont maintenant utilisés comme outil de communication territoriale.

5. Curateur-en-chef de destination

Le web regorge de contenu et il est parfois difficile de s'y retrouver. C'est pourquoi la curation de contenu est nécessaire pour permettre aux visiteurs d'avoir accès rapidement à de l'information intéressante et pertinente. On connaît déjà Flipboard qui est une application mobile qui permet de connecter plusieurs flux distincts afin de découvrir les dernières nouvelles sur des sujets déterminés.

6. Une nouvelle expérience pour la visite culturelle

Les musées et attraits touristiques voient un potentiel très intéressant dans les technologies mobiles qui leur permettent de faire découvrir leur site aux visiteurs tout en jouant. Sous le principe d'une chasse au trésor ou encore d'une course aux réponses, certains musées ont su repousser les limites en renouvelant complètement l'expérience muséale et en intégrant le mobile au cœur de cette stratégie.

7. La « gamification » territoriale

Une autre pratique intéressante réside dans l'utilisation de la popularité des jeux mobiles dans les stratégies marketing des destinations, hébergements et attraits. Par exemple, la Thaïlande a su développer un écosystème de gamification invitant les visiteurs à découvrir la destination tout en s'amusant à devenir le meilleur voyageur.

8. Du bon usage de la réalité augmentée
Il y a un très fort potentiel pour la réalité augmentée dans le domaine touristique.

9. Les objets connectés

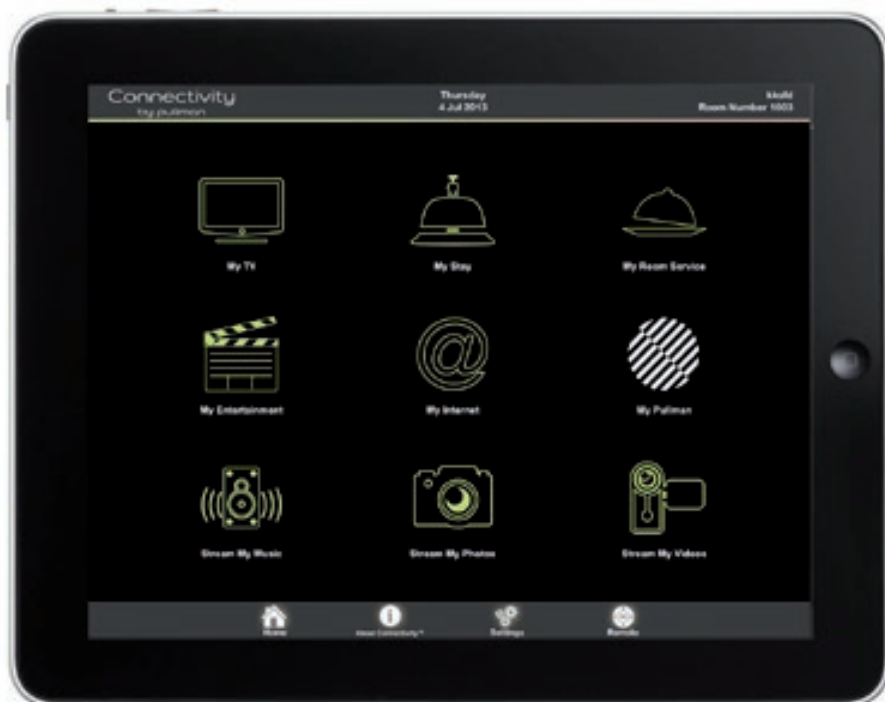
Cette tendance est de plus en plus populaire et de plus en plus nécessaire.

10. Le marketing de la nomophobie

La nomophobie se définit comme étant la phobie de ne pas avoir son téléphone portable à portée de voir. L'être humain est de plus en plus connecté et la simple idée de ne pas avoir accès à son téléphone pendant quelques jours en fait angoisser plus d'un.

Connectivity by Pullman

Dans les hôtels Pullman, la connectivité n'est plus réservée à un espace mais est un véritable concept avec Connectivity by Pullman qui offre : grande vitesse, mobilité, intuition, sécurité au service du plaisir et de la performance. L'expérience s'étend du lobby à la piscine.



Remerciements à HDMarketing

RAMADAN ET HÔTELS

Les meilleurs Ftours

Par Laetitia Saint Maur

Comme chaque année, les hôtels vous ouvrent les portes de leurs restaurants pour vous proposer des ftours d'exception. Petit tour d'horizon....

LA MAMOUNIA : DANS UN CADRE IDYLLIQUE



A l'occasion du mois sacré de Ramadan, La Mamounia offre à ses convives la possibilité de profiter d'un moment unique dans un cadre d'exception : le Ftour du Ramadan au Restaurant Le Marocain.

Le Chef Rachid Agouray propose une large variété de plats traditionnels, comme la Harira, soupe incontournable pendant ce mois, le Msemen, B'ghir ou Batbout (variété de pain traditionnel et de pâte cuite), ainsi qu'une multitude de mets qui feront le bonheur des épicuriens... Un menu riche et varié incluant des plats traditionnels au choix comme le tagine ou les brochettes.

Proposé au tarif de 400 dh, le Ftour sera l'incontournable de vos soirées ramadanesques.

Réservation : +212 (0)5 243 88 600



ROYAL MANSOUR : DÉLICES DU RAMADAN

Pour le mois de ramadan, La Table se met à l'heure du Ftour. La terrasse, aménagée spécialement pour l'occasion, vous accueillera dans une atmosphère chaleureuse et une ambiance musicale traditionnelle.

Boissons chaudes et primeurs, seront servies à table, en ouverture de ce moment convivial, suivies

du rituel de la Harira et pâtisseries marocaines, Le Chef Jérôme Videau vous fera Voyager au gré des plats aux saveurs traditionnelles marocaines, entre sucrés et salés. Pour clôturer avec brio ce concerto, une sélection de desserts de la bibliothèque pâtissière.

Prix : 450 dh / personne

Du 18 Juin au 17 Juillet

Réservations : Tél. +212 529 80 80 80
ou restauration@royalmansour.ma

LE ROYAL PALM : UN FTOUT AUTHENTIQUE



A l'occasion du mois sacré du Ramadan, le restaurant Al Aïn du Royal Palm Marrakech offre la promesse d'un ftour authentique et traditionnel dans un cadre d'exception.

Face aux montagnes majestueuses de l'Atlas, alors que les lueurs du soleil commencent à disparaître, l'appel à la prière vient annoncer la rupture du jeûne. C'est le moment de déguster le délicieux menu préparé et servi selon les coutumes et la tradition marocaine. Une belle sélection de crêpes et gâteaux marocains, de délicieux jus de fruits frais ainsi que l'incontournable Harira et la spécialité de la maison « Soupe de Pigeons »....

Un ftour exceptionnel accompagné d'un duo Andalous, proposé à 320 dh par personne.

Pour toute réservation, veuillez contacter le 05 24 48 78 00.

SOFITEL : LES NUITS DU RAMADAN

A l'occasion du mois sacré du Ramadan, le Sofitel Marrakech offrira à ses visiteurs un ftour impérial à déguster dans un cadre



paisible et spirituel, au restaurant le jardin des senteurs. Le menu du ftour à 350 dh par personne, proposé par notre Chef Ahmed Ed Efaa, sera une jolie inspiration des 4 coins du Maroc, avec de nombreuses variétés.

-Variétés de soupes (Harira, Chorba, Balboula) accompagnées de dattes, figues, selou, chabakia...

-8 variétés de Salades marocaines

assaisonnée à la charmoula,

-Fromages, charcuterie, oeufs,

-Tajines de Khili, de poisson, de kefta, cervelle d'agneau...

-Animation Msamane, Baghrir, sardine frit, pastillas

-Buffet de pâtisseries (Mhancha, briwat, cornes de gazelle, Fakkass...)

-Bar à fruits frais (ananas, mangue, kiwi, grenade, pastèque, raisin...)

Tous les jours, à partir de l'heure de la rupture du jeun pendant 2 heures

Animé par un joueur de Kanoun.

Renseignements : +212 (0)524 425 600

PALAIS NAMASKAR: UN NOUVEAU RESTAURANT



Véritable destination en soi, le Palais Namaskar accueille du 1er juin au 30 Septembre, Marhaba, un nouveau restaurant éphémère dirigé par le célèbre chef libanais Fadi Al Ajami.

Honneur est donné à la gastronomie et à la culture libanaise, avec un partenariat exclusif avec Al-Ajami, l'une des plus prestigieuses tables libanaises, Médaille d'Or du

mérite en 1970, puis Médaille d'Or des Arts de la Table en 2000, établie depuis plus de 90 ans, à deux pas des Champs Elysées. Au menu, mezze, kebabs, Kafta et l'incontournable «Michoui» pour ne citer que quelques uns des plus emblématiques plats que comporte la carte exclusive élaborée par le Chef Fadi Al Ajami.

Pour terminer sur une note sucrée, « Muhalabia »- Pudding au lait parfumé à la gomme d'arabie et à la fleur d'oranger, accompagné de ashta ou encore un « Baklawa » célèbre gourmandise libanaise finiront d'enivrer les convives.

Tous les jours de la semaine à partir de 19 heures.

Contact : +212 (0) 524 299 800

RAMADAN EN MODE VACANCE BY KENZI

Vivez les nuits magiques du Ramadan dans l'un des établissements du Kenzi Hotels Group.

Kenzi Tower Hotel : l'expérience complète

Vivez l'esprit et les traditions de cette période spéciale de l'année avec notre offre ramadan du terroir. Rompez le jeûne en famille et entre amis et goûtez au buffet traditionnel composé de différents plats concoctés par notre chef en participation d'une guest chef de renommée internationale. Au delà de la vue imprenable sur la ville, et le coucher de soleil en avant première... Un buffet où les produits du terroir seront mis à l'honneur et une animation musicale.

De 400 à 650 dh selon la formule (Expérience Gourmet au Restaurant panoramique Sens, Expérience du Partage au Sky28, Expérience Sport et Ftour du O'Spa)

Informations et réservations avec prépaiement au
05 2297 80 00 /66

Service voiturier et parking gratuit

KENZI FARAH : L'EXPERT NOMADE



Vivez l'aventure du ramadan aux couleurs des touaregs. Dans une ambiance festive, chaleureuse et décontractée, venez nous rejoindre pour savourer un délicieux ftour en famille ou entre amis. Sous les tentes bédouines parsemées dans le grand parc centenaire de l'hotel un buffet copieux ravira vos papilles à seulement 180 dhs par personne..

Chambre single + ftour à 700 dh

Chambre double + ftour à 850 dh

Information et réservation : 212 524 44 74 00 ou
indivfarah@kenzi-hotels.com

12 SÉJOURS DE RÊVE SUR UNE ÎLE

(1ère partie)

Par Dominique Pereda



Vous avez toujours rêvé de passer vos vacances sur une île?
Voici 12 destinations et 12 lieux d'exception pour des souvenirs inoubliables!
Vous recherchez une villa d'exception pour votre prochain voyage ?

Voici 12 propriétés au top pour un séjour de rêve sur une île.

Une plongée dans l'ultra-luxe! Une évasion sur une île lointaine! Des propriétés idylliques pour faire pâlir de jalousie vos ami(e)s! Voici une sélection des plus prestigieuses! Fermez les yeux... Vous êtes au paradis !

The Glasshouse avec ses murs vitrés et sa situation privilégiée sur l'île de Hamilton est un lieu à vous couper le souffle. Elle peut accueillir jusqu'à 10 adultes dans le luxe et le confort. 5 chambres, 5 salles de bains, piscine privée, bar Teppanyaki, Meublée avec goût avec des peintures originales, des meubles modernes et de l'état de l'art audio et visuel, la maison de verre représente le summum du luxe hébergement tropicale.



Non loin de là, la résidence The Palms sur l'île Hamilton offre un aperçu de la vie luxueuse à l'Australienne. La propriété offre deux étages luxueux avec 4 chambres. Une propriété unique entourée de jardins tropicaux luxuriants magnifiquement entretenus.

Vues sur la mer et les lumières de la petite ville, cette maison spacieuse est idéale pour une famille nombreuse, des couples ou un groupe d'amis.



À la Barbade, vous serez traité comme un roi dans l'Atelier House, une propriété spacieuse et lumineuse. Cette villa élégante et contemporaine nouvellement construite et dotée de 4 chambres est située sur une crête et offre des vues spectaculaires sur la mer au dessus d'un ravin impressionnant pouvant être admirées depuis la piscine à débordement, la terrasse spacieuse, les espaces de vie et les chambres. Atelier House représente un niveau de style, d'élégance et de design rarement offert à la Barbade.



Si vous préférez des vacances emplies de volupté et de sérénité, avec un accès direct à la plage, optez pour la Villa Babar à Bali. Rien n'est plus luxueux qu'une villa avec son propre hélicoptère. Située sur la côte ouest de Bali, dans la régence de Tabanan, cette grande villa en front de mer compte six chambres et est l'une des propriétés les plus impressionnantes de Bali. Elle se trouve en hauteur sur une colline, entourée d'un océan de rizières émeraude et de montagnes, et offre l'une des plus belles vues de l'océan indien. Elle est l'endroit idéal pour les visiteurs à la recherche de vacances au calme.

Ce sanctuaire unique a été décoré avec goût à l'aide de matériaux, tissus et couleurs naturels, en faisant un véritable miroir de la culture balinaise.

À chaque coin de cette villa à étage, vous aurez le privilège d'admirer une vue à 360 degrés sur les montagnes, les rizières et l'océan. L'équipe, choisie avec soin, s'assurera que vous disposez de tout ce que vous souhaitez.





Luxueuse à souhait, la résidence Tropical Hideaway à Saint-Vincent-et-les-Grenadines vous donnera le sentiment de posséder votre propre île paradisiaque. La propriété propose un fabuleux studio donnant directement sur la piscine et une Penthouse Suite incroyable englobant tout le dernier étage. Le «Pool House» spacieux est entièrement équipée, avec une deuxième chambre en mezzanine et jouxte la superbe piscine à débordement. Vous disposez également de 2 cottages pour profiter des plus belles vues sur la mer des Caraïbes. De 2 à 12 personnes.

Dans le prochain numéro nous vous emmènerons sur l'île de Gili Trawangan, en Indonésie, où vous serez séduit par la sublime Villa Gili Beach Resort et ses typiques décors en bois. Quant à la Villa Miki Miki, en Polynésie Française, elle combine une architecture traditionnelle et un confort moderne, le tout à proximité d'une plage de sable fin.

Partons enfin, pour ce numéro, à Boracay, aux Philippines, pour découvrir la prestigieuse Miami White Villa qui offre une vue spectaculaire sur l'océan. C'est une luxueuse villa, spacieuse et moderne avec une vue fantastique sur l'île de Boracay, sur la mer bleu vif, les magnifiques levers de soleil et même le lever de la lune.

La villa peut accueillir jusqu'à 8 personnes. Le style est moderne et les espaces ouverts donnent à la maison une atmosphère apaisante et fluide.



Dans un registre un peu plus simple, vous passerez un délicieux moment de détente dans la Villa Paradise à Bali. Le charmant Bungalove à Bora Bora permet de goûter aux délices exotiques sans se ruiner. Et parce qu'une île n'a pas besoin d'être tropicale pour être idyllique, échappez-vous en Islande dans la Reykjavik House, une maison exceptionnelle «luxurieusement» équipée, ou passez des vacances chaleureuses dans la pittoresque Haus zum Leuchtturm sur l'île de Sylt en Allemagne.

KITCHEN CLUB

Ambiance urbaine chic et saveurs du monde

Un restaurant aux ambiances urbaines chics new yorkaises proposant une cuisine riche en influences culturelles, aux saveurs du monde et aux couleurs des saisons avec des plats toujours inventifs, telles sont les valeurs du Kitchen Club.



Le Kitchen Club est le tout nouveau restaurant branché de la capitale économique, situé au 38 rue Abbas Mohmoud el Akkad, Boulevard d'Anfa à Casablanca.

Un espace où se mêlent rétrospectives culinaires sans pareil et amour de recevoir. C'est dans cet écrin purement contemporain que l'on peut découvrir une philosophie, prête à être consommée, en toute conscience et sans modération.



Aux commandes : Le grand chef cuisinier nommé Kamal Bensouda ainsi que son acolyte Youssef Benlamlih qui se feront une joie de vous recevoir, comme à la maison.

Pour ceux qui ne connaissent pas la cuisine de Kamal Bensouda, épurée, subtile et insolente de simplicité, découvriront ce que rajoute Youssef Benlamlih à cette oeuvre généreuse qu'est le Kitchen Club.

Le travail d'une rencontre de deux hommes aussi exceptionnels l'un que l'autre, dont l'objectif initial est de recevoir, plus tard, les confidences de clients revenant pour retrouver l'émotion d'un moment.

Ne jamais donc oublier l'amour que leur procurera

Après avoir créer de toutes pièces son restaurant Kamalito à Marbella, et avoir connu le succès auprès d'une cible andalouse et internationale, Kamal est rentré à Casablanca où il a fondé le Spoon Plaza, puis a offert ses talents de chef à domicile pour proposer désormais ses rétrospectives culinaires aux futures amoureux du Kitchen Club, sa nouvelle création.



EXEMPLE DE PLATS

Comme à la maison

Des plats mijotés et cuisinés avec amour, à déguster en individuel ou servis en milieu de table à partager entre amis

Fideua marinera à la catalane pour un, deux ou ...

Crevettes, gambas, calamars, lotte, palourdes, fideos

Poulet fermier du Gharb de chez Mme El Kmiti

Contisé sous la peau au lard halal et rôti, jus à l'estragon, pommes au four à la gremolata

Pêche du jour garantie

Loup, pageot, turbot ou daurade... Cuit au four dans un fumet corsé parfumé au thym citronné, sur un lit de pommes de terre, ail en chemise et piments d'oiseau

Fraîcheurs marines

Saumon aux shiitake et champignons

Cébettes confites, radis, concombres, haricots plats, sauce aux parfums du japon

Papillote de loup sur courgettes

Marmelade de citron, câpres, olives, ail, tomates confites et basilic, tatin de fenouils

Pad thai aux gambas

Noodles, oignons nouveaux, pousses de soja, gingembre, coriandre et arachides grillées

L'effet boeuf

Le filet rôti

A votre convenance et servi avec des légumes, des pommes au four et une sauce au choix

Carpaccio chaud de filet de boeuf

A la roquette, basilic, parmesan, tomate confite, champignons, huile d'olive et balsamique

L'entrecôte grillée, sa garniture et son mesclun (mix 300 g)

Conseil du chef: saignante pour plus de tendreté et de goût

l'un des plats cuisiné avec gaieté par le chef Kamal Bensouda ou l'accueil chaleureux que leurs offrira Youssef Benlamlih.

Car, ce lieu a été conçu pendant plusieurs mois afin que chaque détail s'exprime dans l'avenir.



Ouvert du Mardi au Dimanche :
de 12h à 15h et de 19h à 1h
38 rue Abbas Mahmoud el Akkad,
Boulevard d'Anfa - Casablanca
05 22 22 00 79



VOTRE CONFIANCE NOURRIT NOTRE QUÊTE PERMANENTE DE L'EXCELLENCE

LE GROUPE KOUTOUBIA GAGNE POUR LA 5^{ÈME} FOIS
LE PRIX DE LA VALORISATION DU PRODUIT ANIMALIER
DU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE AU MAROC 2015



30 ANNÉES DE QUALITÉ EXTRÊME



تمويل إضافي بقيمة 5 مليار درهم خزن و استثمار



القرض الفلاحي للمغرب

إلتزام دائم

القرض الفلاحي زاد في هذا الموسم الفلاحي 2016/2015

مبلغ تمويل إضافي 5 ملايين درهم :

- 2 ملايين درهم للفلاحة الصغار،
- 2 ملايين آخرين لشراء وتخزين الحبوب ،
- 1 مليار درهم للاستثمارات، مثلا السقي والآلات الفلاحية وغرس الأشجار .