

Janvier - Février 2016

25MAD / 5€ / 6\$

N° 65

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

HISTOIRE & CHOCOLAT



CAHIER HORECA

PROCESS : LES YAOURTS PRODUIT : LE MASCARPONE



EUROPAIN & INTERSUC 2016
LES LAURÉATS



TENDANCES
LE SECTEUR ALIMENTAIRE



SIDE EVENT
LA VALORISATION DES DÉCHETS



Sucre ENMER

Le goût authentique

Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré ou trop salé et essayez de pratiquer régulièrement des activités sportives.

MOSAIK



Alexandre Delalonde

Directeur de publication

Claude Vieillard

Responsable de rédaction

Service commercial

contact@resagro.com

Tél. : (+212) 522 24 22 00

(+212) 522 24 95 97

(+212) 672 22 76 58

Yves Hazette

Directeur commercial

yves.resagro@gmail.com

Hasnae Amali

Chef de publicité

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

Noureddine Malak

Responsable distribution

Ont collaboré à ce numéro :

Jean Duflot

jean@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

Tél. : (+212) 522 24 22 00

(+212) 522 24 95 97

Fax : (+212) 522 24 22 00

E-mail : contact@resagro.com

Site Internet : www.resagro.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°65



2016 sera écologique ou ne sera pas. Après la COP 21 de Paris et en attendant la COP 22 de Marrakech, notre planète doit être protégée. Depuis des années, la crise financière et économique a éclipsé les problèmes écologiques. Ils subsistent pourtant, dans toute leur acuité. Les secteurs de l'agroalimentaire et du tourisme qui sont les thèmes de prédilection de Resagro sont de gros consommateurs d'énergie et par la même occasion produisent énormément de déchets.

Le Maroc en a tout à fait conscience et s'investit dans des programmes très ambitieux concernant les enjeux et les défis en matière d'environnement et d'écologie.

Les contributions du Maroc sont de 3 ordres

- Contribution inconditionnelle : Comme l'a précisé Laurent Fabius, Ministre Français des Affaires étrangères et du Développement international, le Royaume a formulé un objectif national de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre de 13% en 2030, par rapport à un scénario de référence à politique inchangée.

- Contribution conditionnelle : Baisse de 32% des émissions d'ici à 2030, par rapport à un scénario sans nouvelle politique publique

- Et un objectif de 42% d'énergies renouvelables dans la capacité de production électrique à horizon 2020.

En 2015 le Maroc a été le deuxième pays en développement, après le Mexique, à annoncer une contribution nationale ferme (c'est-à-dire réalisée quoiqu'il arrive) et une offre nationale conditionnelle à un accès à de nouvelles sources de financement, notamment internationales. C'est un type de INDC qui se retrouve désormais chez la plupart des pays en développement.

Concernant la gestion des déchets, le Maroc a de grosses ambitions. Mme El Haite, la ministre déléguée chargée de l'Environnement, vient de les exposer à Abu Dhabi, lors d'une table ronde, en précisant que le Royaume appréhende désormais la question de traitement et de gestion des déchets dans un cadre législatif nouveau, rappelant la mise en place de la stratégie nationale du développement durable en 2014, conformément aux hautes instructions royales. Il faut savoir qu'une meilleure gestion des déchets et leur recyclage peut permettre de réduire de 18 % les émissions des gaz à effet de serre. Le Roi Mohamed VI l'a bien exposé dans son discours du 30 novembre à l'ouverture de la COP21, la menace est planétaire et personne, ni les nations, ni les régions, ni aucun continent n'échappera aux conséquences du dérèglement climatique. Et c'est en grande partie en Afrique que se jouera l'avenir de la planète.

Alexandre DELALONDE

Sommaire

Périscopes 08
Salons 48



Agroalimentaire

RESAGRO 65
Le mensuel des décideurs

Les Contrats-Programmes	16
Veille réglementaire : ce qui change	18
Side Event : Valorisation des déchets	20
Le boom du tourisme agroalimentaire	22
Histoire & Chocolat	26



Solutions

Europain & Intersuc 2016	30 et 40
Les yaourts	32
Le Mascarpone	36
Tendances du secteur alimentaire	38
Looking Further with Ford 2016	42

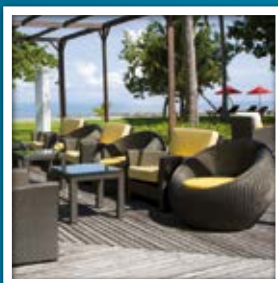
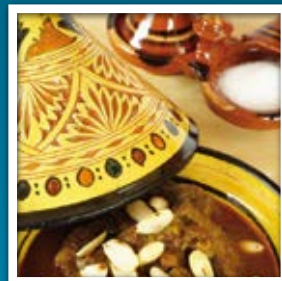
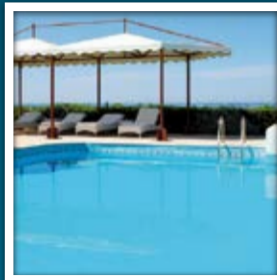
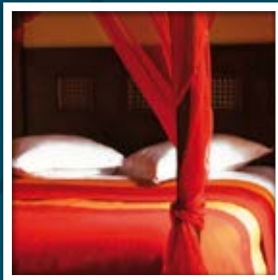


Le cahier
HORECA
LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Recettes selon Côte d'Or	50
Les news	52
Loi de finance 2016	56
Les brunchs ont la cote	58
Vacances sous le signe du cinéma	62
Parole de restaurateurs	66



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



Fédérer, Innover et Agir...



DETENDRE
DIVER TIR



NETTOYER
ENTRE TENIR



CUISINER
SER VIR



GÉRER
CONNECTER



CONCEVOIR
DÉCORER



ACCUEILLIR
RELAXER

Office des Foires et Expositions de Casablanca - OFEC

Avec le soutien de :



Partenaires Officiels :



Partenaires Seniors :



Partenaires Institutionnels :



Une équipe à votre service

Adil Karim : Directeur Business Unit • Tél. : +212 5 22 27 43 35 • Gsm : +212 6 61 39 71 57 / +212 661 97 53 11 • adil.karim@reedexpo.fr

Sanaa Iguerwane Benjelloun : Directrice de Projets • Tél. : +212 5 22 46 54 51 • Gsm : +212 6 61 42 65 93 • sanaa.iguerwane@reedexpo.fr

Organisateur :



www.marocotel.org

Sous l'égide
du Ministère du Tourisme



WINE ENTHUSIAST THE ENTHUSIAST 100_{of 2015}

Médaille Rouge dans le TOP 100 mondial !

Le célèbre magazine américain Wine Enthusiast vient de classer Médaille Rouge parmi les 100 meilleurs vins du monde.

Fondée en 1988, Wine Enthusiast est, avec plus de 800 000 lecteurs, la plus importante publication mondiale consacrée aux vins et aux spiritueux.

En figurant parmi les vins les plus vendus à l'exportation, Médaille Rouge et Médaille Blanc ont su faire rayonner les vins marocains à l'international.

Médaille de Thalvin - Domaine des Ouled Thaleb est un vin qui se distingue par ses nombreuses qualités. En tant que producteurs, passionnés et épicuriens, nous sommes convaincus de son excellence sur ce segment particulier de milieu - haut de gamme. Mais au delà des convictions, la reconnaissance des pairs revêt une importance capitale. Elle confirme le caractère d'un vin tout en rendant hommage au travail pointu des œnologues.



Des notes élevées pour Médaille Rouge et Médaille Blanc

93 points sur 100 pour Médaille Rouge

Wine Enthusiast, réputé pour ses notations et sélections de vin du monde entier, attribue cette année 93 points au Médaille Rouge. Cette note exceptionnelle récompense le travail d'élaboration extrêmement soigné accompli par Thalvin - Domaine des Ouled Thaleb.

Ce qu'en dit Wine Enthusiast

« Des arômes de cerise noire, grain de café et chocolat blanc flattent le palais dans cet assemblage marocain de 60 % Cabernet Sauvignon, 30 % Merlot, 10 % Syrah. C'est la luminosité qui prime - malgré des tanins puissants -, et les parfums de cerise noire, rhubarbe, piment, graine de coriandre, vanille et zeste de citron sont un plaisir en bouche »



88 points sur 100 pour Médaille Blanc

Médaille Blanc se voit quant à lui attribuer un magnifique score de 88 points confirmant ainsi le très haut niveau d'excellence de la production vinicole Thalvin et la capacité des vins marocains à séduire les amoureux du vin du monde entier.

Ce qu'en dit Wine Enthusiast

« Les arômes de pêche, pomme verte et fraise nous entraînent sur des notes d'abricot, pêche, zeste d'orange, pétale de rose. Légère et fondante en bouche, la finale est éclatante et agréablement veloutée.

Publi-rédactionnel

Thalvin



JUST RELAX

RÉCOLTÉ, VINIFIÉ, ÉLEVÉ ET MIS EN BOUTEILLE PAR *Thalvin*
AU DOMAINE DES OULED THALEB DE BENSLIMANE

SALON LE MAROC A LA SEMAINE VERTE



La Semaine Verte qui a lieu à Berlin est sans doute la plus grande foire agricole au monde. Et cette année, la manifestation,

organisée par Messe Berlin, et qui fête ses 90 ans d'existence, accueille pour la première fois un pays africain en tant qu'hôte d'honneur, le Maroc. A cette occasion, le Royaume a pu déployer une grosse opération de communication et de présentation des atouts du Maroc dans le domaine du développement agricole durable, de la mise en valeur de ses productions du terroir, du dynamisme de ses coopératives, mais aussi de la part de plus en plus importante prise en ces domaines par les femmes. Le pavillon, d'une superficie de 1600 mètres carrés était organisé autour de quatre grandes composantes du secteur agricole national : La Montagne avec ses olives et ses roses, la Plaine avec ses fruits et ses légumes, le Littoral avec l'argan et le safran et le Désert avec ses cactus et ses plantes aromatiques.

AGROALIMENTAIRE FORAFRIC RACHETE TRIA



Le groupe Forafric (un des grands groupes nationaux de la minoterie industrielle) a pris le contrôle du groupe Tria (acteur majeur du secteur). Le Groupe Tria compte deux minoteries industrielles, une société de

distribution, une unité de pâtes alimentaires et de couscous, ainsi qu'une société de négoce et de stockage de céréales.

De nombreuses synergies sont attendues, notamment dans les domaines du stockage, de la logistique, des achats, des ressources humaines, et permettra au groupe de présenter un éventail élargi de produits. Le groupe Forafric-Tria comptera près de mille collaborateurs pour un chiffre d'affaires consolidé de plus de deux Milliards de dirhams. C'est le cabinet Valyans qui a mené l'opération pour le compte du désormais Groupe Forafric-Tria.

CEREALES CEREMONIE DE SIGNATURE



Dans le souci d'assurer une meilleure adéquation Formation/ Emploi, la Fédération Nationale de la Minoterie (FNM), a organisé au siège de la société GROMIC, en partenariat avec le

Conservatoire national des arts et métiers (Cnam), une cérémonie de signature d'une convention de partenariat, portant sur la mise en place, à l'Institut de Formation de l'Industrie Meunière (IFIM), d'une licence professionnelle en industrie des céréales. Cette licence, dont le lancement est prévu pour le 22 février 2016 à l'IFIM, vise à maîtriser les techniques des industries de transformation des céréales (meunerie, alimentation animale, organismes de stockage, boulangerie industrielle, biscuiterie...etc.), et offre des possibilités d'évolution professionnelle plus larges aux participants souhaitant disposer d'un diplôme supérieur reconnu par l'Etat Français, ou d'une validation de leurs acquis professionnels en entreprise.

EMBALLAGE EUROPAC PACKAGING MED



Europac Packaging Med arrive sur le marché marocain du carton. La première usine du groupe hors Europe s'installe, à Tanger. Avec un investissement de 30 millions de d'euros, elle s'étend sur 30.000 m2. L'usine devrait atteindre une capacité de production de 100 millions de m2 de

carton ondulé grâce à un équipement à la pointe de la technologie notamment des presses automatisées de marque Fosber. Le site permettra de créer 120 emplois directs. Le choix du Maroc est justifié entre autres pour deux raisons : Le taux de croissance et la structure du PIB, dont 50% proviennent des secteurs de l'industrie et de l'agro-alimentaire, gros consommateurs de carton.

NOMINATION NOUVEAU PDG CHEZ AXA



Philippe Rocard remplacera Michel Hascoët aux fonctions de Président Directeur Général du groupe Axa Assurances Maroc. Monsieur Rocard occupait depuis 2009 le poste de Directeur Général d'Axa Corporate Solutions. Il est par la même occasion nommé directeur de la zone Afrique Subsaharienne. C'est Monsieur Rob Brown qui remplacera Philippe Rocard à la tête d'Axa Corporate Solutions.

www.axa.ma

SNI FINI L'AGROALIMENTAIRE



Avant l'arrivée du nouveau PDG Hassan Ouriagli à la tête de la SNI, le processus de désengagement du secteur agroalimentaire prend fin. Avant son arrivée le contrôle de Lesieur avait déjà été cédé au français Avril, Cosumar au géant Wilmar, et Bimo entièrement vendu à Mondelez. Hassan Ouriagli, lui, a finalisé la cession de Centrale laitière à Danone en deux tranches. Il reste encore à trouver preneur pour Sotherma, qui commercialise, entre autres, les eaux Aïn Saïss et Sidi Harazem.

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
MEDITERRANEAN ORANGE

Nectar MULTI FRUITS

Nectar MANGUE COLOMBIENNE
COLOMBIAN MANGO

FRUITS PRESSES
NFC
SQUEEZED FRUITS

LAUREATS MEILLEUR EMPLOYEUR AU MAROC



Les lauréats du programme des «Meilleurs employeurs au Maroc 2015» ont été dévoilés lors d'une soirée de remise des trophées qui s'est tenue à Casablanca en janvier. Ce programme organisé par l'institut américain Best Companies Group vise à rendre hommage aux sociétés marocaines et multinationales opérant au Maroc, qui offrent le meilleur environnement de travail. Le premier prix du «Meilleur employeur au Maroc 2015» a été décerné cette année à Lesieur Cristal, une entreprise qui œuvre dans le secteur de l'agroalimentaire au Maroc avec plus de 1.000 collaborateurs.

CONCURRENCE ASSURANCE AGRICOLE



Le ministère de l'Agriculture aimerait voir d'autres opérateurs, comme Mamda, investir le secteur de l'assurance agricole.

Cette concurrence pourrait permettre de mieux répartir les risques et couvrir plus de superficies. Dans une note adressée vendredi 22 janvier à la Fédération marocaine des assurances (FMSAR), le département a rappelé que l'assurance agricole est ouverte à toutes les compagnies. La superficie (1 million d'hectares) déjà couverte par la Mamda est insuffisante, surtout face aux aléas climatiques qui risquent de devenir récurrents. En effet, l'assurance agricole versera 1,2 milliard de DH aux agriculteurs dans le cadre du plan anti-sécheresse prévu pour la récolte 2016.

ALPHASCANTM TRIAGE COLORIMÉTRIQUE

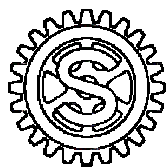
Le trieur optique pour les céréales:

- Blé
- Orge
- Maïs
- Riz
- Sorgho



Avantages:

1. Capacité élevée
2. Prix réduit
3. Encombrement réduit
4. Caméras numériques (pour inspection avant et arrière du produit)
5. Interface opérateur par écran tactile



BCSystèmes

Casablanca 20020
Gsm : +212 661 241 923
Gsm : +212 606 935 112
web: www.satake.co.uk
glenisson1941@gmail.com

AGRICULTURE PRODUCTION CEREALIERE MONDIALE



Dans son dernier rapport paru jeudi 21 janvier, le Conseil international des céréales a une nouvelle fois revu à la baisse ses estimations mondiales de production. 1992 millions de tonnes de céréales (Mt) seraient produites au terme de la campagne 2015-16, en recul de 0,2% par rapport à l'estimation communiquée mi-novembre, et de 1,9% par rapport à la campagne 2014-15. Cette légère baisse est due à une consommation moindre pour l'alimentation animale.

ONSSA

IDENTIFICATION DES BOVINS



Dans le cadre de la stratégie visant l'amélioration de la sécurité sanitaire du cheptel national et la traçabilité

des animaux et de leurs produits, l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) a mis en place un Système National d'Identification et de Traçabilité animales (SNIT) dont le démarrage officiel a été donné le 03 février 2015 à Berkane, par Mr. le Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime. La campagne généralisée d'identification des bovins a été effectuée par les vétérinaires sanitaires mandatés. Cette campagne a pris fin en décembre 2015 et a permis l'identification de plus de 2,8 millions de têtes bovines.

Au terme de cette campagne, l'ONSSA mettra en place un système de contrôle des mouvements des bovins, en collaboration avec les Autorités Locales et la Gendarmerie Royale, sur les axes routiers et au niveau des abattoirs et des souks. Ainsi, l'accès des bovins y sera conditionné par leur identification et la présentation de leurs cartes d'identification et d'accompagnement (CIAB).

www.onssa.ma

PRESENTATION

MODELE ENERGETIQUE MAROCAIN



La politique énergétique adoptée par le Maroc a été présentée à Londres devant des responsables et des investisseurs britanniques et étrangers lors d'une conférence internationale organisée sur le rôle des énergies renouvelables pour

une industrie minière propre et compétitive. Le modèle énergétique du Maroc repose sur le développement des énergies renouvelables (éolienne, solaire et hydroélectrique) dans le cadre d'une vision écologique.

• Industrie • Btp • Tertiaire • Public • Santé

Préventica

INTERNATIONAL



Casablanca

29 • 30 • 31 MARS 2016

CONGRÈS/SALON INTERNATIONAL POUR LA
MAÎTRISE GLOBALE DES RISQUES

المؤتمر و المعرض الدولي للصحة و السلامة المهنية و لحماية الأشخاص و الممتلكات

[3^{ÈME} ÉDITION]

• SANTÉ/SÉCURITÉ AU TRAVAIL • SÉCURITÉ INCENDIE
• SÛRETÉ & MALVEILLANCE • RISQUES MAJEURS



Parrainage officiel*

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE, DE L'INVESTISSEMENT
ET DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

MINISTÈRE DE LA SANTÉ

MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE, DES MINES, DE L'EAU, ET DE L'ENVIRONNEMENT

MINISTÈRE DE L'EMPLOI ET DES AFFAIRES SOCIALES

MINISTÈRE DÉLÉGUÉ CHARGÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

MINISTÈRE DÉLÉGUÉ CHARGÉ DU TRANSPORT

PARTENAIRES GOLD



PARTENAIRES SILVER



PARTENAIRES BRONZE



EXPOSER ET DEVENIR PARTENAIRE

+33 (0)5 57 54 12 64

INFORMATION ET INSCRIPTION GRATUITE

www.preventica.ma



* En 2015. En cours de renouvellement pour 2016

ONSSA FIN DE LA CAMPAGNE DE VACCINATION



L'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) déclare que dans le cadre des mesures de lutte contre la fièvre aphteuse au niveau national, la campagne de vaccination de rappel contre cette maladie est achevée. Elle a été réalisée par 558 vétérinaires privés mandatés et le personnel technique des services vétérinaires de l'ONSSA.

L'effectif bovin vacciné est de 3,2 Millions de têtes et a nécessité la mobilisation d'un budget de 50 millions de Dh environ. Cette campagne permettra de renforcer l'immunité du cheptel bovin.

Le taux élevé de couverture vaccinal a été atteint grâce à la mobilisation de tous les acteurs, notamment les autorités locales, les éleveurs, les organisations professionnelles, les chambres d'agriculture, les vétérinaires privés et les services des Directions Régionales de l'Agriculture et de l'Office National du Conseil Agricole.

A noter que la situation sanitaire de la maladie au niveau national est maîtrisée et aucun foyer n'est apparu depuis le 13 novembre 2015.

La fièvre aphteuse est une maladie contagieuse, non transmissible à l'Homme, causée par un virus qui atteint plusieurs espèces animales dont notamment les bovins.

www.onssa.gov.ma

AGRICULTURE PLAN ANTI SECHERESSE



Les mesures qui seront prises dans le cadre du plan anti-sécheresse, dont le coût global est estimé à près de 2 MMDH, ont fait l'objet d'un communiqué du Cabinet Royal.

Le Roi Mohammed VI a reçu, au Palais Royal de Casablanca, le Chef du gouvernement et le ministre de l'Agriculture et de la pêche maritime, afin de prendre les mesures nécessaires face au retard enregistré dans les précipitations et limiter ses effets sur l'activité agricole, indique un communiqué du Cabinet Royal.

Après l'exposé détaillé du ministre de l'agriculture, le Souverain a donné ses orientations visant à porter assistance aux agriculteurs dans le contexte de cette année caractérisée par ce phénomène climatique, souligne le communiqué. Un ensemble d'actions seront mises en œuvre d'urgence, à commencer par l'approvisionnement en eau potable des villages éloignés et excentrés qui sont dans le besoin, la protection des ressources animales à travers l'approvisionnement du bétail en aliments et en eau dans les meilleures conditions, ainsi qu'un suivi précis de la situation sanitaire du cheptel.

Le plan d'action prévoit également la protection des ressources végétales et particulièrement les acquis en termes de plantations réalisées dans le cadre de l'agriculture solidaire dans son volet reconversion, précise le communiqué.

LOGISTIQUE UN PRET DE LA BAD



Le Conseil d'administration de la Banque africaine de développement (BAD) a approuvé, mercredi 27 janvier 2016, à Abidjan, un prêt de 112,3 millions de dollars EU en faveur du Maroc et destiné à renforcer les infrastructures ferroviaires sur l'axe Tanger-Casablanca-Marrakech.

Destinés à l'Office national des chemins de fer (ONCF), les fonds serviront à doubler la voie ferrée qui relie la ville de Settat à celle de Marrakech. Le doublement de ce tronçon de 142km va générer des gains de temps et permettre l'accroissement du trafic de voyageurs

et de fret entre Casablanca, capitale économique du royaume, et Marrakech, principal pôle touristique. Le volume annuel de voyageurs pourrait ainsi passer de 4,5 millions actuellement à plus de 7,4 millions en 2020, année prévue pour l'achèvement des travaux. Quant au volume de fret, il pourrait plus que doubler.

Source : Groupe de la Banque africaine de développement (BAD)



Ingrédients, Additifs, Arômes et Epices pour l'Industrie Alimentaire



Mélange
d'épices
et d'herbe
pour la
décoration.



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



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

Assaisonne-
ments
et mélanges
d'épices
végétales.



Marinades
liquides et
en poudre.



Épices et herbes
naturelles hygiénisées,
entières et moulues.



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

Siège: Lot n°18, PARC INDUSTRIEL C.F.C.I.M
OULED SALAH BOUSKOURA.

Tél. : 05 22 59 25 83 / 05 22 59 25 86

Fax : 05 22 59 21 48 - Email : lacasemsarl@menara.ma lacasem01@menara.ma

Quinzaine des Produits Français

Du 16 décembre 2015 au 03 janvier 2016, les hypermarchés Marjane d'Agadir Founty, de Casablanca Californie et Morocco Mall, de Rabat Hay Riad, de Marrakech Ménara, de Mohammedia et de Tanger Médina ont organisé la quinzaine des produits français.

Cet événement fut une merveilleuse vitrine de l'offre française chez Marjane, leader de la grande distribution au Maroc et une excellente occasion de mieux faire connaître au consommateur marocain, de bons produits venus de France ainsi que toute la qualité et la diversité de l'offre française. S'inscrivant dans le cadre d'un programme global de promotion et de valorisation des produits agroalimentaires Français, la «Quinzaine» a été un cadre d'échange et de partage privilégié entre les marques participantes et les nombreux visiteurs qui ont répondu présent

à ce rendez-vous. Ce fut aussi un moyen d'amplifier davantage l'offre actuelle de produits français. A travers les allées des hypermarchés, c'était un petit voyage dans la capitale parisienne qui était proposé avec des présentoirs en forme de Tour Eiffel et un programme de dégustations.

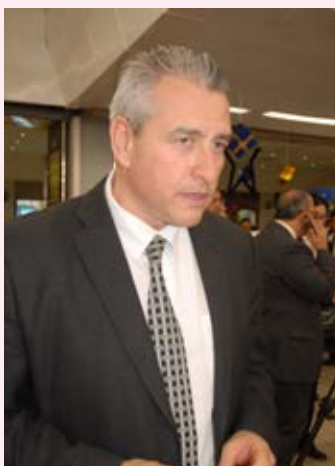
Plus d'une vingtaine de marques ont participé à l'événement comme D'Aucy, Bonne Maman, St Dalfour, Ducros, St Louis, Maille, Teisseire, Ile de France, Merci Chef! Tartare, Sojasun, Vittel, Perrier, BN, Delore, Gavottes, Paul Rocher, Verquin, Bjorg et St Malo. Les visiteurs ont pu



découvrir des produits qui font la richesse et la force de l'agroalimentaire hexagonal: conserves, confitures, épices, sucres, moutardes, sirops, fromages, boissons vitaminées, eaux minérales, biscuits, madeleines, bonbons), surimi et produits bios.

Une tombola a également été organisée pour gagner un week-end à Paris pour 2 personnes et des paniers gourmands des produits des marques participantes.

Le souhait des organisateurs est de voir cet événement s'élargir davantage sur l'ensemble des hypermarchés Marjane lors de futures éditions.



Remerciements à Michel Helfter, Conseiller pour les Affaires agricoles à l'Ambassade de France à Rabat, Pascal Rodriguez, Directeur Général Délégué de l'enseigne Marjane et au Ministère français de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.



ORIENTE RIZ DU MONDE

Novarroz est une entreprise novatrice, elle présente ces nouvelles gammes de riz avec un emballage sous vide pour sauvegarder la qualité du produit. La marque Novarroz est toujours à la recherche de l'innovation et attentive aux besoins des consommateurs. La gamme de riz propose entre autres : Basmati, Thai Jasmin, Sushi, Paella, Mix sauvage, Risotto.



MASCARPONE QUESCREM

Grâce à un process de production innovant, la Mascarpone Quescrem a une plus longue vie tout en gardant son essence naturelle. Sa qualité lui a valu le prix international «Superior Taste Award». Disponible en pots de 250 grs et 500 grs.

QUESCREM CREAM CHEESE

Grâce à un procédé de fabrication unique et le choix d'ingrédients (petit lait), Quescrem est une des marques de choix en matière de cream cheese pour les pâtisseries et les traiteurs. Ses qualités particulières sont notamment:

- texture crémeuse, tartinable
- goût de fromage caractéristique, avec une note de lait frais
- possibilités technologiques pour les préparations chaudes et froides.

Le Quescrem Cream Cheese est garanti et approuvé par l'IFS (International Featured Standards Food). Il a obtenu le prix "Superior Taste Award 2014", et a été nommé meilleur produit de sa catégorie.



CONTRATS-PROGRAMMES

pour le développement des filières de production

L'approche « filière » a été retenue par le Plan Maroc Vert comme principe fondamental du développement d'une agriculture performante et intégrée. À l'heure d'un commerce mondialisé et d'une concurrence accrue sur le marché des produits agricoles, l'organisation des filières et la prise en main du développement du secteur par les acteurs privés sont une condition nécessaire à l'amélioration de notre compétitivité.

Ainsi, les objectifs de mise à niveau de nos filières doivent être portés aussi bien par les pouvoirs publics que par les organisations professionnelles.

Aujourd'hui, sept ans après le lancement du Plan Maroc vert, nous avons assisté à la création et au développement de 19 fédérations interprofessionnelles, dont 14 représentants les filières végétales et 5 représentants les filières animales, et ayant, chacune, conclu un contrat-programme avec le Gouvernement.

Ces 19 contrats programmes mettent en valeur leurs objectifs et leurs plans d'actions, ainsi que les efforts consentis par le Gouvernement pour appuyer et inciter les professionnels à réaliser leurs objectifs de mise à niveau, de développement et d'accroissement de la production.

LES ORGANISATIONS INTERPROFESSIONNELLES ONT DES RÔLES ESSENTIELS

- Entreprendre des actions au profit de leurs adhérents: renforcement de la Recherche et Développement, amélioration des conditions de valorisation et adaptation de la qualité à la demande du marché.

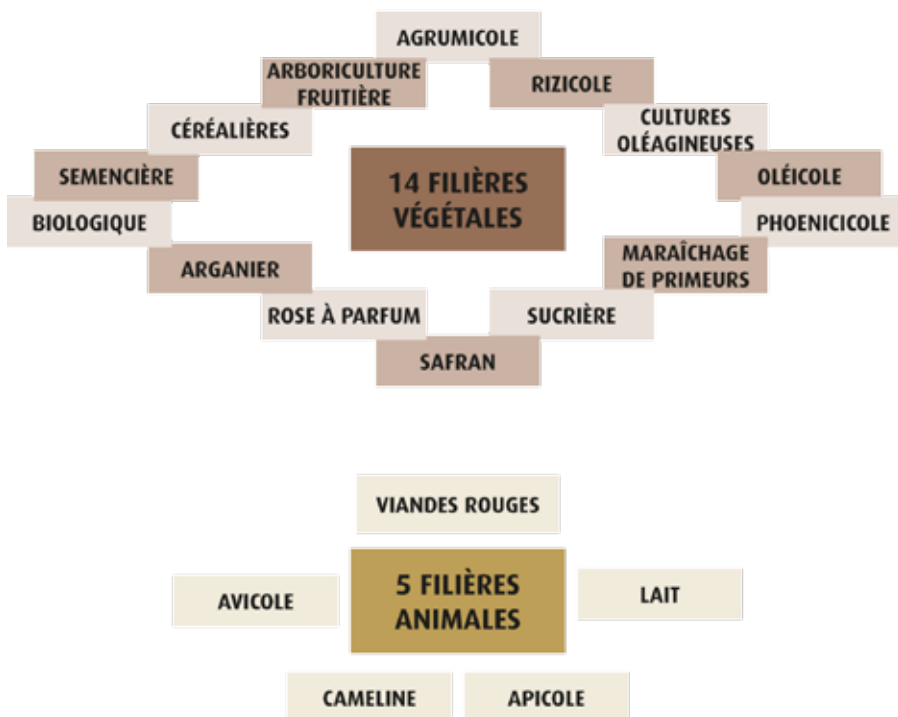


PARTENARIAT PUBLIC-PRIVE

ENGAGEMENTS MUTUELS

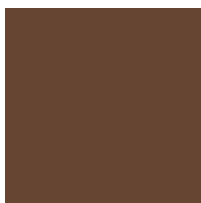
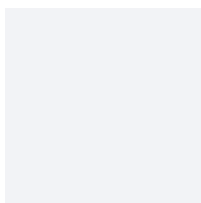


LES 19 INTERPROFESSIONS AGRICOLES



- Devenir l'interlocuteur unique et représentatif des acteurs de la filière auprès des pouvoirs publics.
- Contribuer à la mise en oeuvre des contrats programmes de mise à niveau des principales filières agricoles conclus avec le gouvernement.

- Regrouper l'ensemble des maillons de la filière autour d'une vision unifiée et concertée.
- Conjuguer les efforts de l'ensemble des opérateurs d'une filière dans les domaines-clés tels l'encadrement, la recherche et le transfert de technologie.



MISE EN PLACE D'UN CADRE JURIDIQUE ADAPTÉ AU PROFIT DES INTERPROFESSIONS

La loi 03-12 sur les interprofessions, publiée au Bulletin Officiel le 23 juillet 2012, et ses textes d'application constituent le cadre juridique réglementant la création et le financement des interprofessions agricoles et halieutiques.

Les interprofessions agricoles créées

à ce jour doivent se conformer aux dispositions de cette loi, notamment celles se rapportant au statut type et aux niveaux de la représentativité des associations professionnelles qui les composent.

OBJECTIFS DES CONTRATS PROGRAMMES : DÉVELOPPEMENT ET MISE À NIVEAU DES FILIÈRES DE PRODUCTION

- Incitation à l'investissement privé à tous les niveaux de la filière.
- Promotion de programmes de Recherche et Développement et de transfert de technologie aux producteurs et autres opérateurs intervenant dans la filière.
- Amélioration de l'environnement professionnel et des conditions cadre des filières.
- Renforcement de la compétitivité de la filière à travers l'amélioration de la production et des conditions de sa valorisation.
- Amélioration des conditions de commercialisation et promotion des exportations.

Nous vous proposerons de découvrir les différents contrats-programmes des différentes filières lors de nos prochains numéros.

Remerciements au Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et au Plan Maroc Vert

Huile d'Argane, la Santé au Naturel.



IGP Indication Géographique Protégée "Argane"
Garantie Officielle d'Origine et de Qualité.



TERROIR DU MAROC. NOTRE RICHESSE, NOTRE FIERTÉ.



.....
TERROIR DU MAROC

VEILLE RÉGLEMENTAIRE

Ce qui change

LOI DES FINANCES 2016

Dahir n°1-15-150 du 7 rabii I 1437 (19 décembre 2015) promulguant la loi des finances n° 70-15

Le présent dahir porte promulgation de la loi des finances au titre de l'année 2016. Les principales dispositions concernant les industries alimentaires sont (liste non exhaustive) :

- Droits de douane : application d'un droit de douane de 2,5% sur les aliments pour poissons importés par les éleveurs de poissons (p. 4830)
- Impôts sur les sociétés : application de taux d'IS proportionnels, en fonction du bénéfice réalisé (p.4831). Il s'agit d'une disposition générale, non spécifique aux IAA.
- TVA à taux réduit : application d'une TVA à l'importation de 14% sur le beurre, avec droit à déduction (p.4834)
- TVA à l'importation : application d'une TVA à l'importation au taux réduit de 10% pour :
 - les huiles fluides
 - le maïs et l'orge
 - les tourteaux et aliments simples (p.4835).

- Récupération de la TVA non apparente (p.4845) : introduction du principe de « TVA sur marge de transformation » pour les industriels utilisant des matières premières agricoles d'origine locale (légumes, fruits et légumineuses). Les modalités pratiques de mise en oeuvre de cette disposition seront fixées par circulaire de la direction générale des impôts.

- Taxe écologique sur les matières plastiques : élargissement de l'assiette de recouvrement de la taxe écologique. Abaissement du taux de la taxe à 1% ad valorem (p.4849)

* Dahir n°1-15-150 du 7 rabii I 1437 (19 décembre 2015) portant promulgation de la loi des finances 2016 n°70-15 pour l'année budgétaire 2016. BO 6423-bis page 4827 (Fr) BO 6423 page 10081 (Ar)

RÉGLEMENTATION SECTORIELLE

Modalités techniques et organisationnelles de la réalisation de l'identification des animaux, ainsi que les conditions de leur déplacement et de leur mouvement.

Arrêté n° 2021-15 du 24 chaabane 1436 (12 juin 2015)

Le décret n° 2-10-473 pris pour l'application de la loi 28-07 prévoit dans ses articles 78 et 80 à 85, l'identification et le suivi des animaux destinés à la consommation humaine.

Le présent arrêté du ministère de l'agriculture fixe les modalités pratiques de l'identification des animaux des espèces bovines et camelines: enregistrement des exploitations d'élevage, identification des animaux, déplacement des animaux.

*Arrêté du ministre de l'agriculture et de la pêche maritime n° 2021-15 du 24 chaabane 1436 (12 juin 2015) fixant les modalités techniques et organisationnelles de la réalisation de l'identification BO 6418des animaux, ainsi que les conditions de leur déplacement et de leur mouvement. BO 6418 page 4381 (Fr) BO 6418 page 9577 (Ar)

RÉGLEMENTATION ENVIRONNEMENTALE

Modalités de participation des agences de bassin au financement des investissements pour l'épuration des eaux usées.

Arrêté n° 1401.15 du 11 jourmada I 1436 (2 mars 2015)

Le décret n° 2-97-875 du 6 chaoual 1418 (4 février 1998) relatif à l'utilisation des eaux usées prévoit la possibilité pour les agences de bassin de participer au financement des investissements réalisés pour l'épuration des eaux usées. Le présent arrêté fixe les modalités de participation des agences de bassin dans le financement de ce type d'investissements. Entre autres, elle fixe les quotités de participation par type d'investissement.

* Arrêté conjoint du ministre de l'économie et des finances, de la ministre déléguée auprès du ministre de l'énergie des mines de l'eau et de l'environnement chargée de l'eau, de la ministre déléguée auprès du



ministre de l'énergie des mines de l'eau et l'environnement chargée de l'environnement, n°1401.15 du 11 jourmada I 1436 (2 mars 2015). BO 6425 page 10274 (Ar).

DOUANE ET COMMERCE EXTERIEUR

- Modification du droit d'importation applicable au blé tendre et à ses dérivés Arrêté n°2-15-998 du 20 rabii I 1437 (1er janvier 2016) Ce décret modifie le droit d'importation du blé tendre et ses dérivés. Il est fixé à 30% à partir du 1er janvier 2016.

* Arrêté n°2-15-998 du 20 rabii I 1437 (1er janvier 2016) fixant les droits de douane pour les importations de blé tendre et ses dérivés. BO 6426-bis page 4 (Ar)

- Modification de la quotité du droit d'importation applicable au blé tendre et à ses dérivés

Circulaire N°5557/211 (29 décembre 2015) de l'ADII

Cette circulaire de l'administration des douanes et des impôts indirects informe de l'entrée en vigueur à partie

du 1er janvier 2016 du nouveau droit d'importation du blé tendre et ses dérivés.

* n°5557/211 Note circulaire de l'administration des douanes et impôts indirects du 29 décembre 2015

- Application des dispositions douanières prévues par la Loi des Finances 2016

Circulaire N°5558/210 (29 décembre 2015) de l'ADII

Cette circulaire de l'ADII précise les modalités de mise en pratique des dispositions douanières prévues par la loi des finances 2016 : droits d'importation des aliments pour poissons d'élevage, TVA à taux réduits pour l'orge et maïs destinés à l'alimentation animale, taxe écologique sur la plasturgie.

* Note circulaire de l'administration des douanes et impôts indirects n°5558/210 du 29 décembre 2015

- Accord de libre-échange Maroc-USA : 11ème année de démantèlement tarifaire

Circulaire N°5562/211 (31 décembre 2015) de l'ADII

Cette circulaire de l'ADII informe que

conformément à l'accord de libre-échange Maroc-USA, il sera procédé à partir du 1er janvier 2016 au démantèlement tarifaire en sa 11ème année. La liste des produits concernés sont en annexe de la présente circulaire et des circulaires de base.

* Note circulaire de l'administration des douanes et impôts indirects n°5562/211 du 31 décembre 2015

- Accord agricole Maroc-UE : modification du droit d'importation préférentiel applicable au blé tendre Circulaire N°5563/222 (31 décembre 2015) de l'ADII

Suite à la modification du droit d'importation de blé tendre et dérivés au titre du régime de droit commun, l'ADII informe par cette circulaire des nouveaux taux préférentiels à appliquer aux importations de blé tendre et dérivés en provenance de l'UE.

* Note circulaire de l'administration des douanes et impôts indirects n°5563/222 du 31 décembre 2015



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



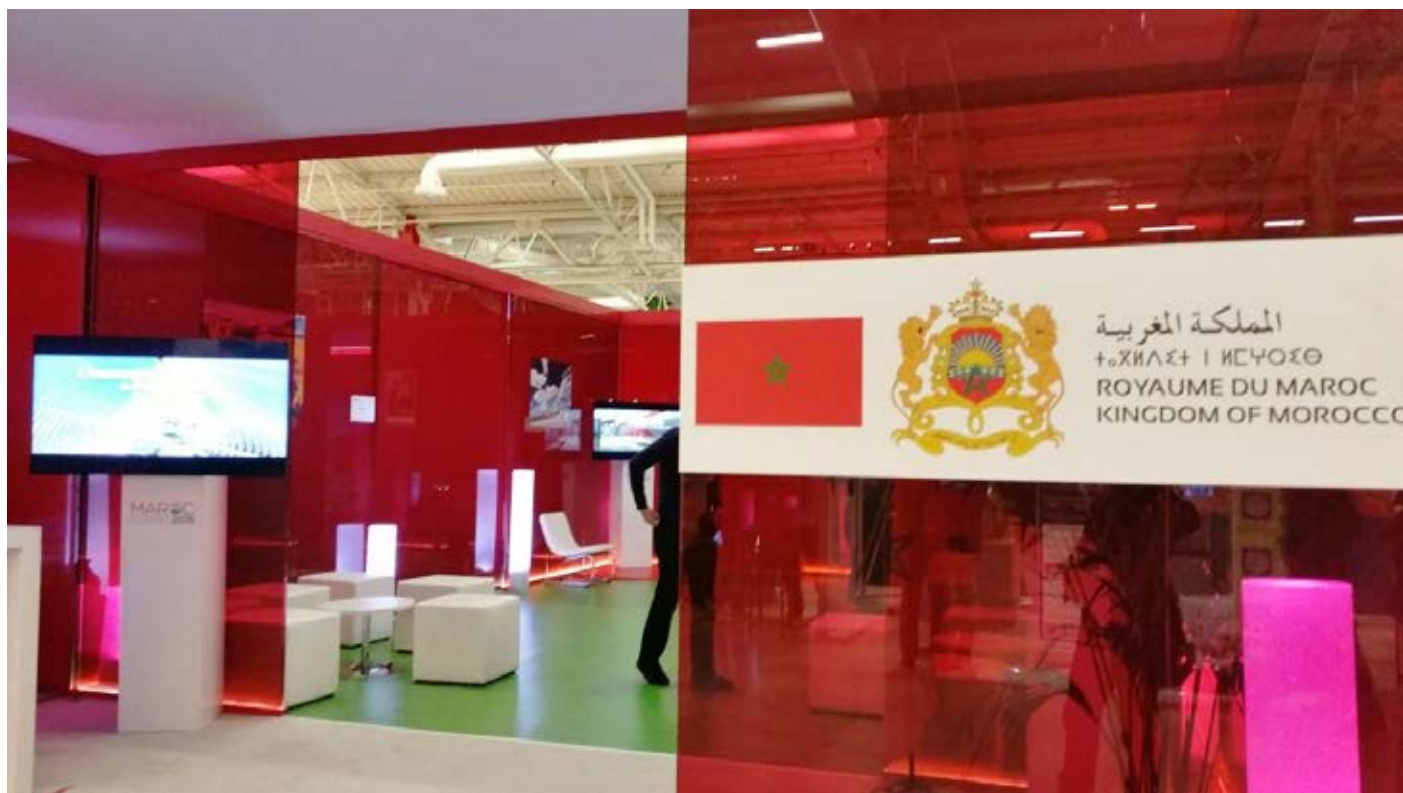
www.lubrinamaroc.com

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





SIDE EVENT

La valorisation des déchets

A l'occasion de la COP21, le Pavillon Maroc a organisé un Side Event sous le thème « Actions climat de la Coalition pour la Valorisation des Déchets au Maroc, un Appel à l'adhésion internationale ». Organisé par une coalition des représentants des secteurs privé, public et de la société civile, il a pour objectif principal de présenter la stratégie nationale de gestion intégrée des déchets et la contribution des différents acteurs locaux « membres de la coalition » à sa concrétisation.

Cette coalition s'est créée sous l'impulsion de Madame Hakima El Haite, Ministre déléguée chargée de l'Environnement, pour soutenir la stratégie du Royaume du Maroc en matière de valorisation des déchets et d'atténuation des Gaz à Effet de Serre (GES) et la transition vers une société et une économie résilientes et sobres en carbone.

Ont participé à ce side event, outre les représentants de la coalition, des ministres Africains, des organismes internationaux en matière de croissance verte et des bailleurs de fonds. L'occasion d'échanger et de partager les

expériences internationales réussies de chacun dans le domaine de tri, recyclage et valorisation des déchets.

Ainsi et à travers ses multiples actions (dont l'organisation de ce Side Event), la coalition ambitionne la mobilisation des acteurs concernés à l'échelle internationale en vue d'une action collective pour la lutte contre le réchauffement climatique et un positionnement stratégique soutenu lors de la COP22 organisée au Maroc.

**CONSITUION DE LA COALITION
POUR LA VALORISATION DES
DECHETS AU MAROC (COVADEM)**





Le secteur privé, le secteur public et la société civile s'allient pour la création d'une coalition chargée de soutenir la stratégie du Royaume du Maroc en matière de valorisation des déchets et d'atténuation des GES.

Dans un contexte international perturbé par le changement climatique, le Royaume du Maroc s'est engagé à s'inscrire concrètement dans une politique de croissance verte auprès de la communauté internationale. Des stratégies basées sur la conciliation entre le développement socio-économique et la préservation de l'environnement et des ressources naturelles ont été mises en œuvre.

Le secteur des déchets figure parmi les axes prioritaires pour l'atténuation des émissions des gaz à effet de serre. Les parties prenantes de ce secteur ont répondu à l'initiative du Ministère Délégué Chargé de l'Environnement, visant la constitution d'une coalition nationale pour la valorisation des déchets.

Grâce à Mme Hakima El Haïté, les différents acteurs des secteurs public et privé et de la société civile se sont mobilisés pour la création d'une coalition pour la valorisation des déchets au Maroc.

Cette coalition a pour principale mission d'accompagner les pouvoirs publics dans la mise en œuvre de la stratégie du Royaume en matière de réduction des gaz à effet de serre et la transition vers une société et une économie résilientes et sobres en carbone.

Afin d'atteindre ces objectifs, qui sont à la fois sociaux, économiques et environnementaux, la coalition s'engagera dans les principales lignes d'action suivantes :

- Se positionner en tant que force de proposition en matière de gouvernance et de réglementation auprès des instances environnementales nationales et internationales pour la réalisation des engagements pris par le Royaume ;
- Représenter les opérateurs du secteur des déchets dans leurs revendications communes auprès du gouvernement pour la promotion de la valorisation des

Objectif du Side Event

Le Side Event est une occasion pour présenter la stratégie nationale de gestion intégrée des déchets et la contribution des membres de la coalition à sa concrétisation. Elle ambitionne la mobilisation des acteurs concernés à l'échelle internationale en vue d'une action collective pour l'atténuation des émissions des gaz à effet de serre liés aux déchets et un positionnement régional soutenu lors de la COP22 qui se tiendra en terre africaine, à Marrakech.

déchets comme choix stratégique du Royaume ;

- Agir en faveur de la promotion de la valorisation et l'élimination des déchets ménagers et industriels ;
- Veiller à la mise en place et à la concrétisation des nouvelles filières de collecte et de valorisation des déchets initiées par le Ministère délégué chargé de l'environnement et ses partenaires institutionnels ;
- Développer l'échange de bonnes pratiques et favoriser leur déploiement ;
- Appuyer la recherche de financement de projets ;
- Contribuer à la sensibilisation des producteurs de déchets pour la mise en place de solutions écologiques en matière d'éco-conception et du tri pour la valorisation matière ou énergétique ;
- Participer à la COP 21 et contribuer à la préparation de la COP22 à Marrakech en novembre 2016.

La COVADEM se veut également un organe de représentation du Maroc à l'international et une locomotive pour la promotion de coopérations Nord-Sud-Sud dans le domaine de la valorisation des déchets et l'atténuation des GES et dans la lutte contre les dérèglements climatiques.

Elle est ouverte à tous les partenariats qui peuvent contribuer à la réalisation de ses objectifs et à l'accélération de la transition vers une économie circulaire dans les pays du sud.

© COVADEM



LE BOOM DU TOURISME AGROALIMENTAIRE

Par Claude Vieillard



Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à ouvrir leurs portes aux visiteurs. Parallèlement, les consommateurs sont curieux, avides de ce genre de tourisme original et, par la même occasion, à la recherche de plus de transparence dans leurs achats.

Souci de transparence et curiosité des «voyageurs gourmands», le tourisme agroalimentaire, est en plein boom ce qui amène les grandes marques et les régions des différents pays à s'organiser pour exposer leur savoir-faire.

Ce véritable engouement du public s'explique pour plusieurs raisons

- Par curiosité : il veut voir l'envers du décor
- Par soucis de comprendre : il veut voir comment ça marche

- Pour changer des habitudes : ce genre de tourisme sort des sentiers battus

Côté entreprises, les bénéfices sont grands

- on ne fait pas plus direct comme moyen de communication.

- attire pour les professionnels grâce à la vente directe aux visiteurs.

- gain financier parfois lorsque les visites sont payantes

- développement touristique de la région : tout le monde en profite que ce soit les restaurants, les hôtels ou les commerçants.

Il faut savoir que 95% des entreprises pratiquant le tourisme agroalimentaire sont des PME ou des TPE, c'est donc un moyen pour elles d'entrer directement en contact avec les clients. La visite s'appuie sur trois piliers : histoire de l'entreprise pour valoriser et justifier le savoir-faire et l'unicité du produit, communication et échange direct avec les consommateurs et passage à la boutique pour voir et acheter avec un œil neuf le produit fini.

Quelques règles cependant. Il faut tout d'abord que la visite donne envie. Elle doit être préparée et susciter de l'intérêt. Il ne suffit pas de se promener dans l'usine ou dans l'entreprise, il faut vraiment une valeur ajoutée au niveau du discours et de ce qu'on veut bien montrer. Attention, le tourisme agroalimentaire n'a pas que des points positifs. Certaines sociétés ne peuvent pas jouer la transparence à 100% pour des soucis de secrets de fabrication ou pour l'image de certains produits



vendus sur un marketing spécifique (comme le «fermier», le «bio», le «nature», etc.) alors qu'ils sortent de chaînes de production hautement technologiques.

LE BOOM EN FRANCE

Plusieurs collectifs se sont déjà formés en Bourgogne, Bretagne, Midi-Pyrénées ou Languedoc-Roussillon pour promouvoir les savoir-faire locaux. De la moutarde de Dijon aux caves de Roquefort en Aveyron ou aux sardines de la côte.

QUELQUES EXEMPLES

* Roquefort

Au sud de l'Aveyron, à 30 mn du viaduc de Millau, Roquefort est un petit village où l'on compte plus de personnes travaillant dans les caves Société, Papillon ou Gabriel Coulet que

d'habitants. Issu du lait des brebis de race Lacaune, le roi des fromages est décidément un grand original : dans ses saveurs autant que dans son mode d'affinage.

Le village de Roquefort s'étend en effet au pied de la corniche calcaire du Combalou, traversée par des failles naturelles qui ont permis, dès le XVII^e siècle, l'aménagement de caves.

10 étages sous terre, des corridors qui ressemblent à des ruelles, des caves bâties comme des cryptes avec arches et piliers : vous aurez le sentiment d'explorer une incroyable ville souterraine où s'activent des centaines de personnes devant des rangées impressionnantes de pains de Roquefort, posés sur des étagères de chêne.

Dans ce labyrinthe minéral règne un micro-climat humide, frais et constant de 8 à 10°C été comme hiver. En

FORUM

Le Forum sur l'industrie agroalimentaire : Relier le secteur agroalimentaire et les marchés associés au tourisme, une réunion de trois jours organisée à Nadi, dans les Îles Fidji du 1^{er} au 3 juillet 2015, a exploré les possibilités de synergies entre l'agriculture, la pêche et l'industrie du tourisme dans le but de favoriser la croissance économique durable et la résilience des petites communautés insulaires.

Relier l'agriculture à d'autres secteurs productifs est généralement perçu comme une stratégie de développement prometteuse dans de nombreux pays insulaires du Pacifique, à un moment où les revenus provenant de l'agriculture et de la pêche sont en net recul alors que le tourisme enregistre une croissance régulière. Les recettes totales du tourisme dans le Pacifique devraient presque doubler pour atteindre 4 milliards USD (3,58 milliards d'euros) d'ici 2019.



passant devant les fleurines (fissures) qui zèbrent la masse rocheuse, vous sentirez un petit vent très frais courir autour de vous pour réguler l'humidité des caves. Le tout donne naissance à la flore microscopique qui vient orner les fromages de leurs précieuses veines émeraude et bleu roi.

L'affinage du Roquefort, la plus ancienne AOC de France (1925), dure trois mois pendant lesquels l'ingéniosité et la sagesse s'expriment dans chacun des gestes des affineurs.

Roquefort Société : visitedescaves@roquefort-societe.com

Roquefort Papillon : +33 (0)5 65 67 23 50

Roquefort Gabriel Coulet : visitecoulet@orange.fr

Remerciements au comité régional français de tourisme midi-pyrénées

* Les Ateliers Saint-Michel

Les Ateliers Saint-Michel, à Contres (Loir-et-Cher). La marque célèbre pour ses galettes fabrique ici ses gâteaux «moelleux», comme les madeleines, et reçoit quelque 10.000 visiteurs par an. L'usine a ménagé un couloir spécifique permettant (sans crainte de contamination) de suivre le parcours

du gâteau, de la mise en pétrin à l'enfournement, jusqu'au contrôle qualité et aux sachets d'emballage. Et bien sûr tout se termine par la dégustation du produit qu'ils ont vu fabriquer.

www.atelierstmichel.fr/visiter

* La moutarderie Fallot

La Moutarderie Fallot vous propose de venir à Beaune (côte d'Or française) pour découvrir la moutarde à travers ses 3 espaces dédiés : un parcours Muséographique pour la découverte, un parcours Sensations Fortes pour une approche sensorielle et Enjoy Fallot, un espace dédié à la dégustation (Dégustation offerte en fin de visite)!

RÉGION DU CIDRE EN ESPAGNE



Découvrir la gastronomie et les coutumes d'une région n'est pas seulement un plaisir pour les sens, c'est aussi une expérience passionnante. Vous pouvez le vérifier par exemple dans la « Région du cidre », à savoir la partie est des Asturies. Ses municipalités de Villaviciosa, Colunga, Nava, Bimenes, Cabranes et Sariego offrent une foule

AU MAROC

Le secteur agroalimentaire occupe une place très importante dans l'industrie manufacturière du Maroc.

- Le secteur représente 27 % de la production industrielle totale.

- En 2012, la valeur ajoutée a atteint 2,7 Mds d'€ et la production totale 9,4 Mds d'€.

- En 2012, le secteur a enregistré 1,2 Mds d'€ à l'export, soit 12,2 % de la valeur totale des exportations marocaines.

- 2 067 établissements oeuvrent dans l'agroalimentaire, soit 26,6 % de l'ensemble des unités industrielles.

- 143 356 personnes y sont employées, soit 24,8 % des effectifs travaillant dans l'industrie de transformation. Pourtant le tourisme agroalimentaire est presque inexistant. Il serait peut être bon que les entreprises ouvrent enfin leurs portes aux touristes. Elles n'ont pourtant, semble t'il, rien à cacher!

d'activités en rapport avec le tourisme agroalimentaire.

Vous aimerez sûrement assister à la dégustation de produits typiques. Dans la Région du cidre, vous pouvez vous inscrire à des visites guidées (beaucoup d'entre elles sont gratuites) d'entreprises ou d'ateliers d'artisanat, afin de déguster et d'acheter des aliments et des souvenirs.

Pour découvrir la méthode d'élaboration du cidre, boisson par excellence des Asturies, le mieux est de visiter l'un de ses nombreux llagares (pressoirs où le cidre est extrait de la pomme).

LE VIN

On parle ici de tourisme viticole ou vinicole. Visiter les caves de dégustation des vins est sans doute le tourisme agroalimentaire le plus connu et le plus prisé. Très bien organisé, il permet des rencontres avec des viticulteurs passionnés, des visites instructives, toujours suivies d'une séance de dégustation et d'un passage à la «boutique». Les régions françaises du bordelais, de bourgogne et du beaujolais sont les plus réputées pour ce tourisme viticole.

Et même au Maroc, il est possible de visiter des caves. En effet, face à une demande sans cesse grandissante de la part des agences de voyages et tours opérateurs, Les Celliers de Meknès ont décidé la mise en place d'un service vous permettant de visiter le premier château viti vinicole marocain : «Château Roslane». Les visites se font exclusivement sur rendez-vous avec réservation 14 jours à l'avance.

11, Rue Ibn Khaldoun - 50 000 Meknès - Tél. : +212 (0)5 35 52 03 60

Email : visites@lescelliersdemeknes.net



EN FRANCE

En France, le tourisme agroalimentaire a le vent en poupe. En 2012, sur les 12 millions de personnes ayant visité une entreprise, plus de la moitié ont choisi le secteur alimentaire. Selon l'Association de la visite d'entreprise, les 100 entreprises agroalimentaires les plus visitées attirent à elles seules plus de 4,4 millions de personnes.

VISITES DE CHOCOLATERIES EN BELGIQUE

Si vous aimez à la fois le tourisme industriel agro-alimentaire et surtout êtes fans de chocolat nous avons trouvé quelques musées ou chocolateries ou ateliers de maîtres chocolatiers que l'on peut visiter. Il est toujours



AGROTOUTISME

Ne pas confondre tourisme agroalimentaire et agrotourisme. Pratiquer l'agrotourisme, c'est ouvrir les portes de son entreprise agricole aux touristes pour qu'ils puissent s'initier à l'agriculture et découvrir les productions.

Il s'agit d'une activité complémentaire à l'agriculture avec :

- interprétation, visite, animation
- hébergement à la ferme
- restauration
- vente de produits agroalimentaires (c'est le lien avec le tourisme agroalimentaire).

intéressant de découvrir les dessous de la fabrication de ces petites bouchées chocolatées. Il est vrai que, de plus en plus les fabriques de chocolat sont interdites au public mais il en existe encore quelques-unes accessibles. Deux exemples :

* Planète chocolat à Bruxelles

La Chocolaterie Planète Chocolat propose différentes formules combinant à la fois découverte, amusement, dégustation (pralines, chocolat chaud, fondue de chocolat) et expériences nouvelles. Si certains voient l'extraordinaire et fabuleuse histoire du chocolat comme incontournable, d'autres préféreront revêtir la tenue du chocolatier le temps d'un atelier chocolat où ils confectionneront leurs propres pralines, un véritable cours de chocolat. Dans cet établissement, mi-musée, mi-boutique, tout a été conçu pour vous faire aimer le délicieux monde du chocolat. De ses origines à sa transformation, ici on expose des chocolats de toutes les formes et pour tous les goûts. Saveurs inédites, design original, emballage surprise, chaque détail est finement pensé. Vous n'avez plus qu'à craquer !

www.planetechocolat.com

* Chocolaterie Jacques à Eupen

Une passerelle surplombant le hall de production permet de voir, sans les déranger, les chocolatiers à l'oeuvre. Sous les yeux des visiteurs, petits et grands, se fabriquent les délicieux bâtons et tablettes de chocolat Jacques. A la fin de la visite, l'espace gourmand, est pour chacun l'occasion de connaître et d'acheter les produits de l'assortiment Jacques ainsi que divers articles: pralines, biscuits, massapains, ... et autres spécialités de confiserie. info@chocojacques.be

D'AUTRES EXEMPLES

* Charlevoix au Canada

La région de Charlevoix est connue et reconnue pour le savoir-faire de ses artisans agroalimentaires et la qualité de ses produits locaux. Le lien entre les producteurs et les chefs cuisiniers est aussi très présent, et se reflète dans les menus des différents établissements. Le circuit de la Route des Saveurs tient son origine d'un lien étroit

entre producteurs et chefs cuisiniers. D'un côté, les producteurs ouvrent leurs portes aux visiteurs désirant découvrir les secrets de la ferme et de la transformation. Dans la plupart des établissements, il est également possible de goûter aux produits et de s'en procurer sur place. De l'autre côté, les chefs cuisiniers utilisent ces mêmes produits charlevoisiens, qu'ils marient aux aliments usuels, et se passionnent à les mettre en valeur. Parcourir la Route des saveurs, c'est une manière unique de découvrir la région de Charlevoix et ses habitants.

* En Italie



Sur la route en Toscane, un petit arrêt s'impose à Lari, tout près de Pise afin de visiter la fabrique de pâtes. Martelli, une histoire de famille qui dure depuis 1926. La fabrique est toute petite, tout comme la ville de Lari. L'odeur de pâtes fraîchement cuites envahit ses rues avoisinantes. On y apprend que 20% de leur semoule de blé provient du Canada, qu'on met plus de 50 heures pour sécher des pâtes artisanales contrairement à 3 heures en fabrication industrielle et qu'on utilise des matériaux en bronze, afin que la pâte soit rugueuse et non lisse ce qui permet à la préparation de sauce de bien s'imprégner dans la pâte. Un dernier conseil. L'ouverture au public n'est pas la même selon les entreprises (horaires, fréquence d'ouverture, tarifée ou non). Il faut vous renseigner avant de vous présenter aux portes des entreprises pour éviter les déconvenues comme une fermeture hebdomadaire juste le jour où vous désirez effectuer la visite ou un tarif prohibitif (ce qui est tout de même rarement le cas).



HISTOIRE ET CHOCOLAT À TRAVERS LE MONDE



Le succès du chocolat en Europe a entraîné le développement de la culture du cacaoyer à travers le monde. L'Angleterre, la France, les Pays-Bas et le Portugal, qui avaient pour des raisons économiques fondés des colonies sous des climats propices à la culture lucrative des épices, y créèrent également des plantations de cacaoyer.

Parti de l'Amérique centrale, l'arbre à cacao fut implanté aux Antilles, en Amérique du Sud, puis en Afrique, suivant l'extension de la consommation en Europe.

INDUSTRIALISATION

C'est en 1728 que la première fabrique de chocolat est construite à Bristol, au Royaume-Uni. Mais ce n'est qu'en 1732, que le français Debuissou invente une table à broyer les fèves de cacao, qui facilitera considérablement le travail.

Les américains ne découvrent le chocolat qu'en 1765, lorsque John Hannon et James Baker construiront la première usine de chocolat dans le Massachusetts.

Et en 1814 la première fabrique de chocolat voit le jour en France.

La population mondiale est alors de plus en plus friande de chocolat et les travailleurs des plantations deviennent rares quand l'instabilité politique se développe en Amérique latine. Les exploitants se tournent donc vers de nouvelles terres en Équateur, au Brésil, en Asie avant de s'installer en Afrique.

1828, le Hollandais Van Houten révolutionne l'industrie chocolatière. Il invente une presse permettant de séparer les matières solides et le beurre des fèves de cacao. En résulte une poudre de cacao dégraissée, beaucoup plus facile à diluer.

En 1840, la première tablette de chocolat est produite en Belgique par la compagnie Berwaerts et en 1848, la chocolaterie Poulain est créée à Blois, par Victor-Auguste Poulain.

1866, Henri Nestlé découvre le moyen d'évaporer le liquide de lait pour en tirer une poudre de lait et quelques années



plus tard, le suisse Daniel Peter crée (en 1875) le chocolat au lait. Deux ans plus tard, le suisse Rudolphe Lindt entre dans l'histoire du chocolat en inventant la première machine de conchage (le conchage consiste à mélanger le chocolat pendant des heures afin de rendre la pâte de cacao plus onctueuse). En ressort ce qui fera sa renommée, le chocolat fondant.

Entre la fin 19e et le début du 20e

siècle, d'autres grands noms du chocolat verront le jour : La Maison du Chocolat, Suchard, Côte d'Or, Fauchon, Callebaut, Cacao Barry, Neuhaus, Godiva, Sprüngli...

Autour de 1900, les prix du cacao et du sucre chutent considérablement et la libéralisation du commerce du cacao et la suppression des taxes gouvernementales sur le cacao conduisent à une



Le marché du chocolat augmente de 2 à 3% par an, selon Barry Callebaut, le plus grand fabricant de chocolat pur, basé à Zurich.

Le cacao est difficile à faire pousser, et les arbres ne produisent que trois à cinq années après avoir été plantés. De plus, le changement climatique menace de rendre encore plus difficile sa culture.



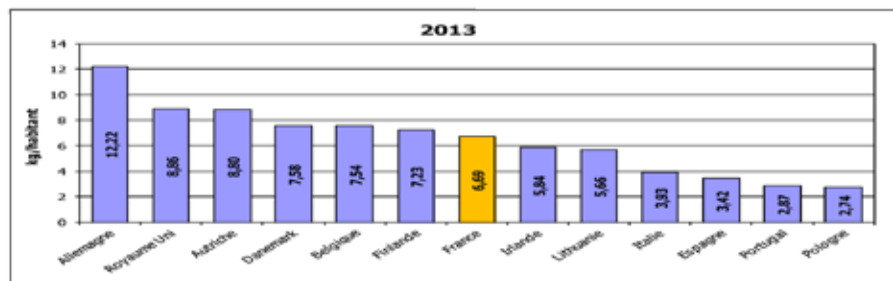
démocratisation croissante du chocolat. L'industrialisation et la commercialisation du chocolat explosent.

Au début du 20^{ème} siècle, le Royaume-Uni met au point des saveurs de chocolat uniques, en y ajoutant de la crème de menthe, de rose, de violette ou de gingembre. Certaines entreprises comme Charbonnel & Walker, Ackermans Chocolates, Bendicks de Mayfair, florissantes à cette époque, travaillent encore aujourd'hui avec la famille Royale.



Le cacao est devenu en deux décennies une denrée aux enjeux économiques importants impliquant pays producteurs, pays importateurs, industriels, artisans, nouveaux pays consommateurs et le consommateur final.

Alors que les consommateurs de cette douceur sucrée sont toujours plus nombreux et que le réchauffement climatique perturbe la production, les producteurs de fève de cacao ne parviennent pas à honorer toute la demande. La demande de chocolat ne cesse de croître en raison notamment de l'arrivée massive de nouveaux consommateurs en provenance des pays émergents (source : Wall Street Journal).



(*) Ratio production nationale + importations - exportations (Douanes nationales) sur population en kg en 2011. Source : Cadbury (édition janvier 2015)

En 1912, le fondateur de la maison Neuhaus, invente une nouvelle façon de consommer le chocolat, une coquille remplie de crème de noix ou de pâte, la praline. Avec la praline, Jean Neuhaus invente également le ballotin, emballage qui encore aujourd'hui renferment les fameux chocolats belges.

En 1920, la famille Kestekides lance la marque Leonidas : des pralinés au chocolat et confiserie. A la même époque, la marque Callebaut, invente un chocolat professionnel transportable sous forme liquide, évitant de le solidifier pour le fondre. Cela a aussi permis d'abaisser le coût de production et d'intégrer le chocolat dans de nouveaux produits alimentaires. Après la Première Guerre Mondiale, vient une nouvelle vague d'industrialisation

et d'automatisation de la production de chocolat. On voit alors arriver sur le marché une multitude de nouveaux produits à base de cacao : boissons, pralines, friandises, oeufs, truffes, biscuits, bâtonnets, crème glacée, pain au chocolat.

Petit à petit, le chocolat se démocratise et conquiert toute la population pour devenir un aliment de base.

Entre 1950 et 1980, de nouvelles habitudes alimentaires se créent à travers le monde et depuis les années 80, de nombreuses nouvelles marques et variétés de chocolat ont vu le jour.

LE CHOCOLAT COMME MEDICAMENT

C'est en 1528 que Cortès importe les premières fèves de cacao en Europe. Le chocolat est d'abord considéré et





utilisé pour ses bienfaits.

En 1653, Bonaventura Di Aragon, le frère du cardinal de Richelieu, décrit la consommation du chocolat comme stimulant le bon fonctionnement de la rate et d'autres fonctions digestives. Des médecins décriront ensuite le chocolat comme très efficace contre le rhume et la toux, encourageant la digestion, la fécondité, la résistance aux rhumes et à la grippe.

Le chocolat est même considéré comme «matière grise» pour renforcer la performance mentale, et utile pour les personnes souffrant de dépression. Le chocolat et ses vertus ne tardent pas à être exploités par les charlatans de l'époque qui le vendent comme le nouveau produit miracle.

On voit également apparaître de nouvelles sortes de chocolat, fait à partir de déchets de cabosses de cacao.

LE CHOCOLAT POUR LE PLAISIR

Ce sont des religieuses mexicaines, de l'État d'Oaxaca, qui popularisent la boisson chocolatée auprès des colons, en y ajoutant du miel, de la cannelle et du sucre de canne.

En 1606 l'italien Carletti révèle les secrets du cacao et du chocolat à ses

compatriotes. Il possède à l'époque du cacao et du chocolat en Espagne et dans les Antilles. Les italiens adoptent immédiatement le chocolat, et des cioccolatieri ouvrent dans toutes les grandes villes d'Italie. De l'Italie, le chocolat est introduit en Allemagne, en Autriche et en Suisse.

La France découvre le chocolat en 1615 : quand Louis XIII épouse Anne d'Autriche. La boisson chocolatée fait son apparition à la cour royale.

En 1659, le premier chocolatier français, David Chaillou commercialise des biscuits et des gâteaux au chocolat. Les Pays-Bas qui font partie de l'imperium espagnole, importent du cacao par le port d'Amsterdam via la West Indian Company, et entament la transformation et la vente du cacao aux négociants étrangers.

En Belgique, les premières traces de cacao sont retrouvées à Gand en 1635, dans l'abbaye de Baudeloo.

L'Allemagne goûte au chocolat en 1641, c'est le scientifique Johan Georg Volckammer, qui, à son retour de Naples, où il a goûté au délicieux mélange, décide de l'importer en Allemagne.

Les anglais, quant à eux, jugent le

chocolat «extravagant» avant d'oser y goûter en 1657.

La Suisse découvre le produit plus tard que la majorité des pays d'Europe, par le biais du maire de Zurich, Heinrich Escher, qui rapporte des échantillons de Bruxelles. C'est une révolution pour ce qui va devenir l'une des plus grandes nations du chocolat.

Pendant plus d'un siècle, pour la majorité de l'Europe, le chocolat reste un produit de luxe, uniquement accessible à la noblesse.

Mais au 18^{ème} siècle, avec l'arrivée de la science moderne, le chocolat est moins utilisé pour ses vertus médicinales que pour ses qualités nutritives et gustatives. Ensuite, on adoucit la recette de la boisson chocolatée : on abandonne le musc, l'ambre et d'autres ingrédients médicaux pour ne conserver que le cacao, le sucre, la vanille et le lait ou l'eau.

En 1725, la monographie du cacaoyer est établie par le botaniste Henry Sloane.

Remerciements à Event International
Syndicat français du chocolat
Au portail français du chocolat



Au cours de l'année 2013, le monde a consommé pour la première fois plus de quatre millions de tonnes de cacao, 32% de plus qu'il y a dix ans.

Une flambée de la demande qui a fait grimper le prix de la précieuse denrée de plus de 9% depuis début 2015 et de près de 40% en un an (source : Le Figaro).

EUROPAIN & INTERSUC 2016

Les lauréats aux Trophées Européen et Collections Intersuc (suite page 40)

Europain & Intersuc, salon international de la boulangerie, pâtisserie, glacierie, chocolaterie et confiserie est un événement global et complet qui rassemble le savoir-faire français et les nouveautés internationales en produits, équipements et services. Ce salon permet aux professionnels, artisans et industriels de trouver les solutions pour répondre aux attentes et aux nouveaux modes de consommation de la boulangerie-pâtisserie-chocolaterie-confiserie.

Le salon accueille aussi les plus grands concours internationaux et français de la boulangerie pâtisserie : La Coupe du Monde de la Boulangerie alternée avec les Masters de la Boulangerie, Le Mondial des Arts Sucrés, la Coupe de France des Ecoles.

COLLECTIONS INTERSUC 2016



- Azelia 35% noisette et chocolat - Société : Valrhona / (Stand 5C104)

Quand Valrhona décide de s'attaquer à l'un des plus grands classiques de la gourmandise pour créer un nouveau chocolat, cela donne Azélia. Ce nouveau cru réussit l'accord parfait entre le chocolat, le lait et les noisettes. Il réveille l'imaginaire gustatif de

l'enfance et séduit les papilles des adultes les plus gourmands.

Valrhona a conçu Azélia à partir de cacao et de fruits secs, dont elle maîtrise à la perfection le goût et la qualité. Sa couleur brune et chaude attise nos instincts les plus généreux et régressifs, quelle que soit la forme qu'il choisit : bonbons, tablettes, ganaches, entremets, glaces ou sorbets. Son odeur gourmande, à peine dévoilée, invite à la dégustation. Les notes de chocolats et de noisettes grillées se conjuguent en bouche avec élégance.

Toute la beauté d'Azélia est d'offrir une extrême gourmandise tout en restant léger à la dégustation. Ses associations : Fruits jaunes (pomme, poire), Fruits secs, Fruits exotiques, Caramel, Biscuit, Céréales soufflées, Café

Contact : Matthieu Drobniak
+33 (0)4 75 07 90 90
matthieu.drobniak@valrhona.fr

- Mascarpone - Société : Elle & Vire Professionnel / (Stand 5L134)



Un mascarpone classique a une DLUO courte, une texture ferme et il est souvent difficile à mélanger. Afin de répondre au mieux aux attentes des chefs, Elle & Vire Professionnel® lance un nouveau Mascarpone UHT 1 L avec toutes les caractéristiques d'un mascarpone frais. Grâce à sa texture semi-épaisse, le Mascarpone Elle & Vire Professionnel est lisse et homogène. Il est prêt à l'emploi et peut directement être mélangé avec d'autres ingrédients car il n'a pas besoin d'être détendu, ce qui représente un gain de temps en cuisine. Son format UHT offre une DLUO longue de 9 mois. Avec sa brique 1 L, il est plus facile à stocker et permet aux chefs de mieux gérer leur consommation.

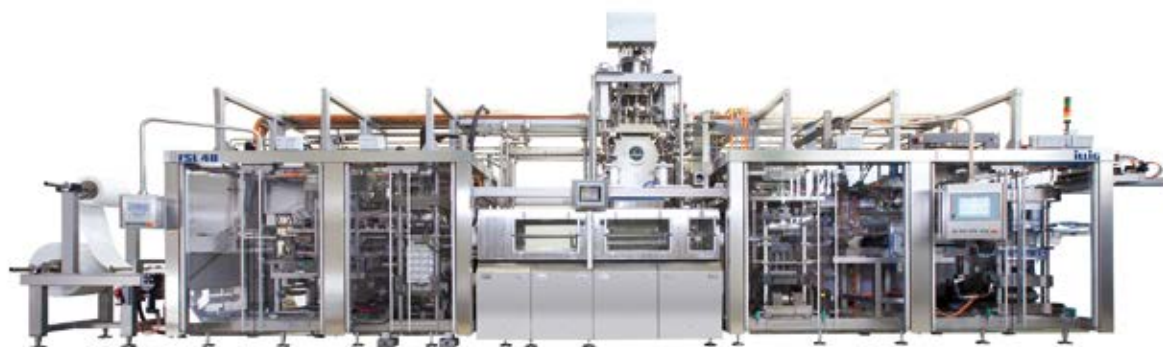
Contact : Emilie Martin
+33 (0)1 39 24 97 00 - emilie.martin@alliancefoodservice.fr

FSL 48 - IML

Formage, Remplissage et Scellage

De Nouvelle opportunités de réaliser des emballages attractifs

La FSL 48 est une ligne pour thermoformage, remplissage et thermoscellage des pots.
Elle intègre une station IML pour étiquetage dans le moule.
Les étiquettes sont pré-imprimées recto, recto-verso, 4 cotés,...



La FSL 48 conçu pour répondre aux exigences d'hygiène et sécurité de la classe IV selon le référentiel VDMA.

La zone de formage est conçu pour thermoformer jusqu'à 12 pots avec une cadence de 30 cycles / min.

La Nouvelle FSL 48 offre l'avantage de travaillé :

- Divers matériaux : PS, PP, multicouches, APET,
- Divers formes : cylindriques, coniques, ...
- Divers saveurs : fraise, banane, orange, ...
- Divers formats : 4, 6, 8 et 12 pots.



LES YAOURTS

Leur circuit de fabrication



Le yaourt est un aliment issu de la transformation d'une matière première animale : le lait. Cette transformation donne au yaourt l'ensemble de ses apports nutritifs ainsi que son goût. Comment et à partir de quoi fabrique-t-on un yaourt? Comment le lait est-il transformé en yaourt ? Quelles sont les différentes étapes de cette transformation? Comment le yaourt est-il conditionné?

Le yaourt est issu d'un mode de fabrication bien précis. Ce n'est en effet que sous certaines conditions qu'un lait fermenté peut porter l'appellation de yaourt ou yoghourt.

DE LA TRAITE À LA LAITERIE

La matière première du yaourt est le lait, comme pour tous les produits laitiers. Le traitement de cette matière première entre donc dans le cycle de fabrication du yaourt. Le lait nécessaire à la fabrication du yaourt est collecté dans des fermes laitières, où les vaches sont élevées et traitées, en respectant des règles d'hygiène strictes. Le lait ainsi collecté par camions-citernes isothermes prend ensuite la direction de la laiterie, où il sera analysé pour vérifier sa qualité.

LA PASTEURISATION

Si cette étape de pasteurisation n'est pas obligatoire à l'obtention d'un

yaourt, elle est toutefois effectuée le plus souvent afin d'éliminer les micro-organismes présents dans le lait et indésirables pour l'homme. La pasteurisation consiste à chauffer le lait jusqu'à une température de 72°C pendant 15 secondes.

L'ENSEMENCEMENT

Avant d'êtreensemencé, le lait est refroidi et maintenu à une température de 43°C, température à laquelle les enzymes présents dans les ferments lactiques effectueront au mieux leur tâche. L'ensemencement consiste ainsi à introduire des ferments lactiques spécifiques dans le lait, afin que celui-ci prenne une nouvelle consistance. Les règles de fabrication d'un yaourt sont ainsi strictes : pour faire un yaourt on doit introduire deux types de ferments lactiques, le *Lactobacillus bulgaricus* et le *Streptococcus thermophilus*.

L'ÉTUVAGE

Une foisensemencé, le lait est mis en pots. Les pots fermés entrent ensuite



en salle chaude pendant 3 heures afin de permettre aux ferments de se multiplier et d'ainsi transformer le lait en yaourt.

LES FERMENTS LACTIQUES DU YAOURT

Ces ferments lactiques ont donc pour propriété de faire fermenter le lait afin d'obtenir du yaourt. Ils « digèrent » le lactose et produisent de l'acide lactique. Ces bactéries contenues dans les ferments lactiques doivent demeurer vivantes au moment de la consommation du yaourt. Elles facilitent le transit, notamment celui des personnes digérant difficilement le lactose. On attribuerait ainsi aux

Faire ses yaourts à la maison

De nombreuses personnes apprécient de pouvoir faire leurs yaourts elles-mêmes, à la maison. La technique est assez simple et le résultat tout aussi savoureux. Aussi, pour faire vos propres yaourts, il vous faudra : 1 cocotte minute, 1 litre de lait pasteurisé, 1 casserole, 1 yaourt nature ou du ferment pour yaourt disponible en pharmacie, 1 thermomètre et 8 pots en verre vides. Faites chauffer, pour commencer, un demi-litre d'eau dans la cocotte-minute. Chauffez le lait dans une casserole jusqu'à ce qu'il atteigne la température de 43°C. Attention, le lait ne doit surtout pas bouillir. Mélangez le lait et le yaourt nature et remplissez les pots. Videz l'eau de la cocotte et placez les pots dedans, avant de bien fermer la cocotte. Laissez reposer toute une nuit. Vos yaourts sont ensuite prêts à être dégustés.



Digestion du lactose

Parce que les ferments lactiques des yaourts sont vivants et actifs tout au long du transit digestif, leur capacité à digérer le lactose profite à l'organisme. Non seulement la consommation de yaourt ne cause aucune difficulté digestive aux personnes qui digèrent mal le lactose, mais elle leur est recommandée pour pouvoir bénéficier de tous les avantages nutritionnels du lait. Ce bénéfice des ferments du yaourt a été confirmé dernièrement par un avis positif de l'EFSA (autorité européenne de sécurité des aliments) rendu le 19 octobre 2010 : « Les ferments vivants du yaourt, dans le yaourt, améliorent la digestion du lactose chez les personnes qui le digèrent mal ».

Le yaourt et les produits laitiers fermentés sont apparus de manière spontanée en Asie centrale au cours du Néolithique (10 000 à 2 000 av. J.C), mais les historiens sont convaincus que le yaourt était également connu au Moyen-Orient et en Inde. La Turquie étant considérée comme son pays d'origine, le nom turc « yogurt » a été conservé dans la plupart des langues. © Tetra Pak

yaourts des vertus digestives qui seraient bénéfiques dans les cas de troubles intestinaux et dans la prévention de certaines diarrhées.

LE CONDITIONNEMENT

Une fois fabriqués, crèmes, desserts et yaourts doivent atteindre le pot qui leur est destiné, protégé par un opercule et habillé de la bonne étiquette. C'est la mission du conducteur de machine de conditionnement. Chargé d'assurer un parcours sans faute aux produits laitiers frais de la cuve au pot, il supervise la bonne marche des opérations pour un conditionnement dans les meilleures conditions d'hygiène et de qualité. Chaque jour, le conducteur vérifie l'état de la machine avant de démarrer : il lance le nettoyage de sa ligne, contrôle les réglages, dose les quantités (impossible de faire rentrer 125 centilitres dans un pot de 100 !) et vérifie



l'approvisionnement pour assurer colle et opercules en quantité suffisante. Reste à vérifier que l'emballage et les étiquettes correspondent bien au produit, puis à tester la chaîne "à vide", avant de donner le départ.

Une dose de vigilance dans chaque pot. Une fois la machine lancée, la vigilance est de mise car les capteurs d'incident peuvent tomber en panne ! Un oeil sur le remplissage, l'autre sur la mise en place des étiquettes, le conducteur supervise la bonne marche des opérations. Il vérifie que les pots sont bien positionnés, qu'ils se remplissent correctement, que les opercules se placent comme prévu et que l'estampille de la date est lisible et centrée.

Son défi quotidien : assurer aux produits laitiers frais un parcours de la cuve au pot dans les meilleures conditions d'hygiène et de qualité.

En cas de panne ou de casse, il faut être réactif, établir un premier diagnostic et selon le cas, intervenir directement ou alerter l'équipe de maintenance. Car la machine a ses limites, et c'est alors

Histoire

La Norvège et la Suède sont les deux premiers marchés du yaourt en Europe. Parallèlement, plusieurs marchés d'Asie-Pacifique devraient obtenir de bons résultats au cours des cinq prochaines années, en particulier en ce qui concerne la croissance des yaourts à boire.

GALDI RG270UCS

La machine Galdi RG270UCS a été conçue pour préserver la qualité du produit tout au long de sa durée de vie requise et est adaptée pour le remplissage des produits liquides frais et de durée de conservation prolongée (ESL) dans toutes les tailles des cartons disponibles. Le châssis de la machine robuste est fait à 100% en acier inoxydable AISI 304 et protégé par des panneaux autour de la machine, qui permettent aux opérateurs de la surveiller en toute sécurité pendant son fonctionnement. Toutes les pièces en contact avec le produit sont conformes à la norme FCM (Food Contact Material) 1935/2004.

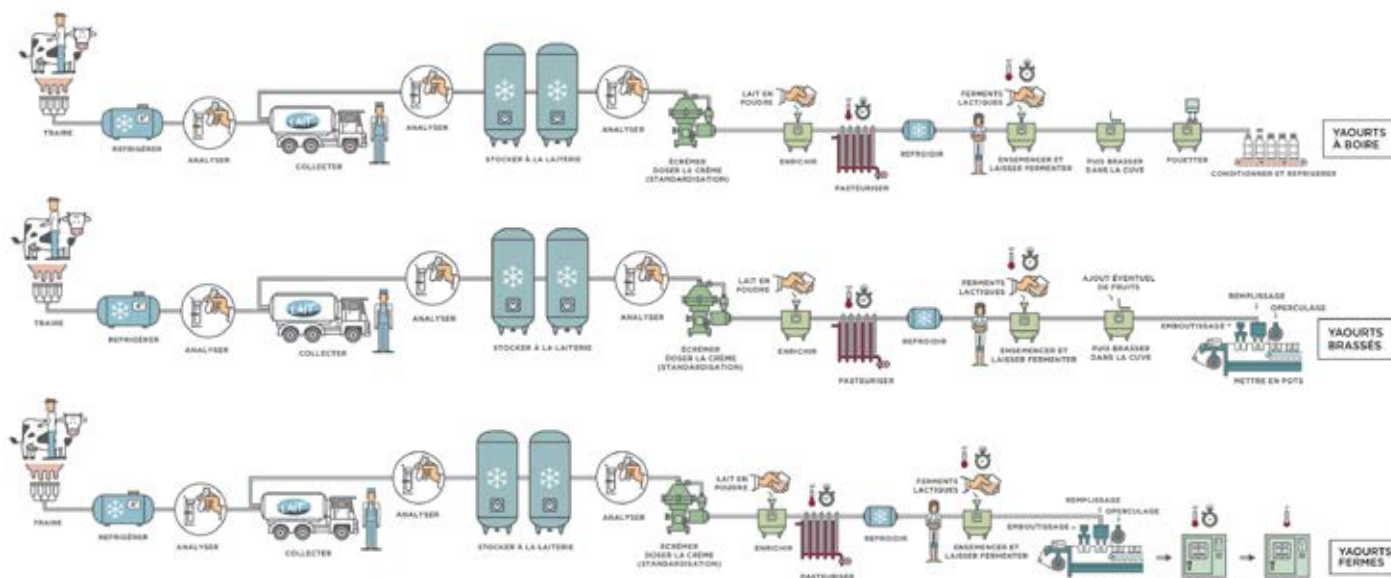


au conducteur d'avoir l'esprit vif et d'adopter les bons gestes pour éviter l'incident...

S'ADAPTER À DE NOUVEAUX HORIZONS

Les conducteurs travaillent en binôme, chacun en bout de ligne, ce qui permet d'alterner chaque jour les postes. De plus, en fonction de la taille de son unité de production et de l'évolution des machines, le conducteur peut changer de ligne. Il peut ainsi passer d'une ligne de conditionnement de yaourt en pot de verre à celle de mise en pot de plastique "thermoformé". Chaque machine ayant sa propre spécificité, à charge pour le conducteur de reconfigurer son carnet de bord pour s'adapter à de nouvelles particularités...

Remerciements au CNIEL (France),
Centre National Interprofessionnel de
l'Economie Laitière
© N. Carnet - L. Page - V. Besnault/
Qualipige - D. Meignan - M. Stive
CNIEL



LES DIFFÉRENTES TEXTURES ET VARIÉTÉS DE YAOURTS

Il existe sur le marché de nombreux types de yaourts et laits fermentés. Ils peuvent être fermes, brassés ou encore liquides, nature, sucrés ou édulcorés, additionnés de fruits ou encore aromatisés. Certains affichent 0% de matières grasses, d'autres sont enrichis en crème.

- La fabrication du yaourt « ferme » : le lait estensemencé directement dans les pots, lesquels passent dans une étuve à 42°- 44°C pendant environ trois à cinq heures, condition favorable au développement des ferments qui se multiplient par millions et digèrent une partie du lactose, en produisant de l'acide lactique.

- La fabrication du yaourt « brassé » ne s'effectue pas en pots mais dans des cuves. Le gel obtenu après fermentation est brassé, puis refroidi,

Un aliment de haute valeur nutritionnelle

Le yaourt contient relativement peu de calories (en moyenne 60 kcal pour un pot de 125g de yaourt nature classique) et couvre seulement 2 à 5% d'un besoin énergétique moyen de 2200 kcal.

Les protéines du yaourt sont particulièrement intéressantes tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif. En effet, les protéines sont rassasiantes^{1,2} et favorisent l'assimilation du calcium.

Les yaourts sont des aliments pauvres en matières grasses, ils en contiennent, en moyenne, de 0 à 4% selon la nature du lait utilisé pour sa fabrication (lait entier, partiellement écrémé ou écrémé).

Le lactose, le sucre du lait, est l'unique sucre d'un yaourt nature ; sa teneur s'élève seulement à 4g/100g. Conformément au code professionnel des fabricants, les yaourts aux fruits contiennent un minimum de 5% de fruits. La teneur en sucres des yaourts aux fruits est de 13g/100g en moyenne.

avant d'être conditionné et stocké en chambre froide.

- Le yaourt « à boire » a une texture liquide pour être consommé sans cuillère, comme une boisson. Après avoir été brassé, il est battu dans les cuves jusqu'à l'obtention de la texture souhaitée et enfin conditionné en bouteilles.

- Les yaourts 0%, au lait demi-écrémé, ou au lait entier : la maîtrise du pourcentage de matière grasse d'un yaourt est très simple. On utilise un lait écrémé (qui contient 0% de matière grasse) pour fabriquer du yaourt 0%, un lait demi-écrémé pour fabriquer du yaourt au lait demi-écrémé et un lait entier pour fabriquer un yaourt au lait entier.

- Les yaourts aux fruits ou aromatisés aux fruits : les yaourts aux fruits contiennent au minimum 5% de fruits, intégrés à une préparation que l'on peut

comparer à de la confiture de fruits. La préparation de fruits est ajoutée à des yaourts nature brassés, après les étapes de fermentation, brassage et refroidissement. Les yaourts aromatisés sont des yaourts nature auxquels on a ajouté des arômes.

- Les yaourts au lait de chèvre ou de brebis : le processus de fabrication est absolument identique pour tous les types de yaourt. Seule l'origine du lait change pour les yaourts au lait de chèvre ou de brebis.

Désignation

Pour pouvoir désigner le produit fini « yaourt », les deux souches de ferments doivent rester vivantes tout au long du processus de fabrication ainsi que dans le produit fini, à raison d'au moins 10 millions de bactéries par gramme, et ce jusqu'à la date limite de consommation. La fabrication des autres laits fermentés suit le même type de fabrication ; seuls les ferments et les paramètres de fermentation (température, durée,...) diffèrent.





LE MASCARPONE

Le néologisme «mascarpone» vient de l'espagnol «mas que bueno», que l'on pourrait traduire par «plus que bon». Ce produit a pris naissance en Lombardie, où il est utilisé comme fromage à tartiner. Mais comment le fabrique t'on, le conserve t'on et l'utilise t'on?

Le mascarpone est un fromage frais crémeux, de couleur blanc nacré avec une texture onctueuse, compacte et souple. Il est fabriqué à partir de crème et on peut le tartiner. En raison de sa forte teneur en crème, il présente une saveur douce (ni sel ni aucun autre ingrédient exhausteur de goût ne sont ajoutés).

LA FABRICATION

Contrairement à la plupart des variétés de fromage, le mascarpone n'est pas fabriqué à partir de lait, mais de crème. Cette crème est centrifugée afin d'accroître la teneur en matière grasse (catégorie triple crème). Elle est ensuite chauffée à 90°C et on y ajoute de l'acide citrique, tartrique ou acétique.



Mascarpone Quescrem

Grace à un processus de production innovant, la Mascarpone Quescrem a une plus longue vie tout en gardant son essence naturelle. Sa qualité lui a valu le prix international «Superior Taste Award».



Poids	100 gr	Poids unitaire 250 g
IG (Indice Glycémique) non renseigné		
CG - Charge Glycémique		-0
Calories	354,7kcal	886,75kcal
Protéines	5,8 gr	14,5gr
Glucide	3 gr	7,5gr
Lipide	35,5 gr	88,75gr
Alcool	0 gr	0gr



Sous cette effet, la crème caille, puis le caillé (protéines) se sépare du petit-lait. Le fromage est enfin directement conditionné (il n'y a pas d'affinage).

Dans la mesure où vous n'avez pas le temps de le préparer ou que vous préférez les produits tout prêts, le mascarpone est disponible dans le commerce. Il est généralement présenté dans une boîte avec une contenance qui varie selon les modèles et selon les marques. Sachez qu'il faut utiliser le produit au plus vite pour qu'il ne se détériore pas.

LA CONSERVATION

Le mascarpone s'imprégnant vite des odeurs étrangères, il convient de le conserver au réfrigérateur à l'abri de ces dernières. Le produit doit être consommé rapidement après ouverture. La température doit être comprise entre 0 et 3°C pour qu'il ne se détériore pas. Toutefois, la durée de conservation ne doit pas excéder une semaine. Par ailleurs, pour une plus grande durée de conservation, il faut le congeler à une température avoisinant les - 18°C. Dans ce cas, il peut être conservé durant 3 mois environ. Lorsque vous devez vous en servir, vous pouvez utiliser immédiatement le mascarpone congelé dans vos sauces qui nécessitent une cuisson, mais il faut recourir à un feu très doux. En revanche, lorsque vous ne le mettez

pas sur feu, il faut le décongeler lentement au réfrigérateur. Il faut donc prévoir une journée à l'avance pour la décongélation. Toutefois, pour les crèmes glacées, vous pouvez utiliser le produit lorsqu'il est à peine décongelé. Il faut noter qu'une fois le produit décongelé, il ne faut plus le recongeler pour qu'il garde toutes ses vertus. Quoi qu'il en soit, le producteur est tenu d'indiquer sur l'emballage la date de durée de conservation minimale ou la date limite de consommation.

L'UTILISATION DU MASCARPONE

La plus célèbre utilisation du mascarpone est le tiramisu. Il s'agit d'un dessert composé de couches de biscuits, de couches de crème et de poudre de cacao. La crème est réalisée avec des œufs, du sucre et de mascarpone. Il est mis quelques heures au réfrigérateur pour obtenir la consistance désirée, sans toutefois le congeler. Par ailleurs, ce fromage peut aussi être utilisé dans plusieurs autres recettes.

- Pour tous types de desserts (crèmes, mousses, glaces, tartes, etc.)
- En remplacement de la crème (avec des fruits)
- Pour des pâtisseries

Au niveau des plats, ce fromage italien



Informations nutritionnelles pour 100g de mascarpone

Le mascarpone est un fromage frais double-crème avec 80% de matière grasse dans l'extrait sec (MG/ES). Cette indication correspond à la teneur en matière grasse en pour cent de la masse de fromage après en avoir retiré toute l'eau. 100g de mascarpone contiennent env. 42g de matière grasse.



se marie très bien avec de nombreuses sortes de pâte comme le spaghetti, la penne, la tagliatelle ou les raviolis. Il est possible d'ajouter des tomates, du jambon ou d'autres types de charcuterie, ou encore des légumes. Par ailleurs, le produit peut servir de base pour divers types de sauce. En le cuisant avec de l'huile, des épices et des releveurs de goût, vous pouvez obtenir une sauce onctueuse pouvant accompagner des amuse-bouches, de la viande ou même des plats entiers. Vous pouvez aussi y ajouter des fines herbes pour une meilleure saveur. Il peut aussi affiner des potages. Enfin, le mascarpone est un excellent liant et supporte l'acidité.



10 GRANDES TENDANCES DU SECTEUR ALIMENTAIRE ET DES BOISSONS À OBSERVER

La tendance de « l'alimentation propre » a inspiré une approche de retour aux sources dans le développement de produits et constitue un thème fondamental de la liste des 10 grandes tendances 2016 d'Innova Market Insights.

Le nombre de nouveaux produits commercialisés en tant que produits « bio » est passé de 6,3 % durant la première moitié de l'année 2013 à 9,5 % durant le premier semestre de l'année 2015. On a également remarqué une augmentation des lancements de produits « sans » et des options « flexitariennes ».

« Les étiquetages propres et clairs et les aliments « sans » ont tous gagné du terrain et sont passés au niveau supérieur en 2015, a déclaré Lu Ann Williams, directrice de l'innovation chez Innova Market Insights. Alors

que d'autres nouvelles tendances pour 2016 comprennent l'augmentation du nombre de consommateurs semi-végétariens (« flexitariens »), l'envie de revenir à des aliments traités de manière naturelle ou artisanale, la recherche de plaisirs que l'on peut se permettre et le renouvellement des liens avec les « vrais » aliments. »

LES GRANDES TENDANCES POUR 2016 SONT MENÉES PAR :

- Une croissance organique de l'étiquetage propre : Les « étiquettes propres » se sont établies en tant que

grande tendance en 2015. La plus grande transparence et l'attention accordée aux produits plus simples





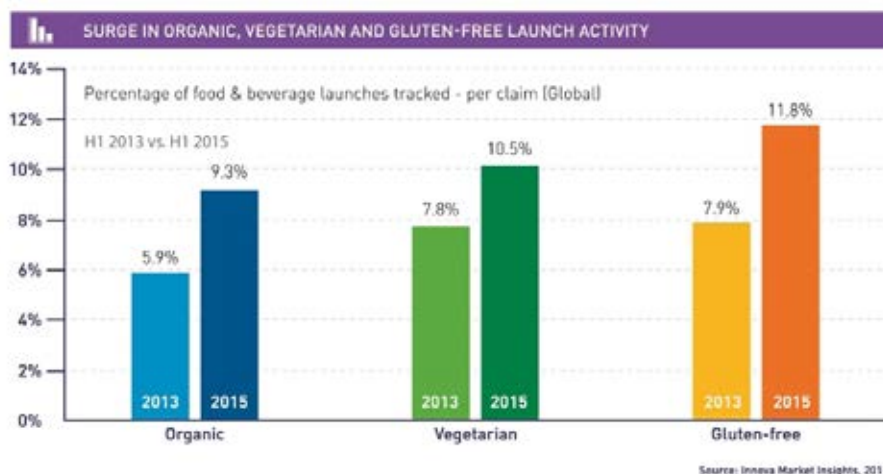
et contenant moins d'additifs font passer « l'étiquetage propre » au niveau supérieur. L'augmentation de conception de produits la plus importante a été constatée au niveau des produits bio, ce qui indique qu'il s'agira d'une plateforme importante à court terme, bien que les défis liés puissent créer des plateformes plus avantageuses pour l'étiquetage propre à long terme.

- Rien que du « sans » : De nombreux consommateurs n'ont pas réellement besoin de produits sans gluten, froment ou lactose, mais en font toutefois la demande, car ils estiment qu'ils sont plus sains. Le secteur n'a d'autre choix que d'y répondre et l'augmentation récente des produits sans gluten a été incroyable. D'autres plateformes « sans » gagnent aussi de l'ampleur.

- L'effet « flexitarien » : L'augmentation du nombre de semi-végétariens, qui ont réduit leur consommation de viande pour des raisons de santé, de durabilité ou d'inquiétudes quant au bien-être des animaux, exerce un impact majeur sur les nouveaux produits. Cela comprend le développement technologique et la promotion de produits au meilleur goût, semblable à la viande, ainsi que l'usage de sources alternatives de protéines et de procédés plus respectueux des animaux.

Les autres tendances identifiées par Innova Market Insights sont :

- Créer un lien « réel »,
- Petits joueurs, grandes idées,
- Derrière l'athlète,
- L'excuse du plaisir et des goûts pour des nouvelles expériences.



- Le traitement au naturel : Les procédés de traitement alimentaire qui existent depuis des siècles ont la cote. Ils procurent une image naturelle et authentique qui contrebalance certaines des perceptions négatives liées aux aliments amplement transformés. Les bienfaits des aliments fermentés sont de plus en plus connus des consommateurs occidentaux. Les nouvelles technologies, telle que la pascalisation, pourraient être adoptées si elles sont considérées comme des alternatives aux conservateurs en matière de fraîcheur.

- Feu vert pour les légumes : Les consommateurs sont conscients qu'ils doivent manger plus de légumes, mais résistent en raison de leurs attentes



de goût. Il est possible d'encourager les enfants à en manger davantage au moyen de produits contenant des légumes cachés, tandis que l'augmentation de smoothies mixtes et de pâtes riches en légumes indique qu'il est également possible de stimuler les adultes à augmenter leur consommation.



EUROPAIN & INTERSUC 2016

Les lauréats aux Trophées Européen et Collections Intersuc (suite de la page 30)

Les comités de sélection, composés de professionnels de la filière boulangerie-pâtisserie et de représentants de la presse, ont distingué 9 trophées : 6 Trophées Européen Innovation et 3 Trophées Collections Intersuc.

La remise des prix aux lauréats aura lieu le vendredi 5 février à 14h30 sur le Café des Conférences. Chaque produit ou matériel primé sera mis en lumière pendant toute la durée d'Europain & Intersuc sur l'Espace Innovations et Nouveautés.

Du vendredi 5 février au mardi 9 février 2016
Paris-Nord Villepinte (France)
www.europain.com

TROPHÉES EUROPAIN INNOVATION 2016

• Gamme sans gluten - Société : Bridor / (Stand 5R32)



Forte de son expertise en boulangerie, Bridor a relevé le défi de produits sans gluten de qualité avec sa nouvelle gamme sans gluten composée d'une madeleine pur beurre 30 g, d'une briochette pur beurre au sucre 50 g, d'un petit pain nature 45 g et d'un petit pain aux graines 45 g. Croustillants et fondants, ces produits sont aussi gourmands que les produits conventionnels, grâce à l'alliance d'ingrédients de choix (farines complètes adaptées aux intolérants, beurre, oeufs, graines de pavots). Leur conditionnement individuel les protège des contaminations croisées. Cette gamme 100 % cuite est caractérisée par un temps de remise en oeuvre très court : la décongélation se fait au four conventionnel ou au micro-ondes directement dans l'emballage.

Contact : Marie Legoupil
+33 (0)2 99 00 11 67 - mlegoupil@le-duff.com

• Les Sublimes - Société : Chovolat Weiss / (Stand 5C114)



Co-développées avec Raoul Maeder, les Sublimes se marient aux notes beurrées d'une brioche, à l'amertume d'un fruit sec torréfié ou à l'acidité d'un agrume. Ces pépites au vrai goût de chocolat sont les plus gourmandes du marché avec 55 % de cacao et une forme parfaitement étudiée. Leurs avantages sont nombreux : une

bonne longueur en bouche pour un goût de chocolat rond, une rhéologie complètement maîtrisée pour obtenir des Sublimes en forme de gouttes aux bords arrondis, sans découpe de la pâte lors de la préparation et enfin des pépites qui fondent tout en gardant une tenue remarquable après cuisson pour des éclats de chocolat immédiatement reconnaissables et un visuel plus gourmand.

3 gammes de Sublimes au choix : Les Sublimes chocolat noir 55 % de cacao, les Sublimes chocolat au lait 29 % de cacao et les Sublimes chocolat blanc 23 %

Contact : Muriel Assailly
+33 (0)4 77 49 65 26 - muriel.assailly@weiss.fr

• **Semi-confits orange et citron - Société : Les Vergers Boirons / (Stand 5H134)**



Les semi-confits sont des préparations surgelées, obtenues par concentration du jus et confisage d'écorces d'agrumes, à température

modérée. Toutes les qualités organoleptiques originelles des fruits frais sont préservées. Coupés en petits dés et assemblés avec un liant savoureux et peu sucrés, les semi-confits sont disponibles en deux saveurs. C'est grâce au confisage très doux dans le propre jus de l'agrumes que les petits dés de semi-confits sont plus moelleux et beaucoup moins sucrés que les fruits confits.

Les avantages :

- Goût puissant, typique d'agrumes frais, plus fruités qu'un fruit confit traditionnel, peu sucrés et sans amertume,
- Textures agréables à la fois moelleuse et légèrement croquante,
- Gain de temps et qualité irréprochable,
- À fortes températures, ils gardent toute leur tenue et leur fraîcheur. À températures négatives, leur texture est tendre et savoureuse
- Produits surgelés à conservation longue (30 mois à date de fabrication).

Contact : Catherine Bonnardel

+33 (0)4 75 47 87 21 cbonnardel@boironfreres.com

• **Umami - Société : Van de Leur / (Stand 5R150)**



Des tests de goût ont prouvé que l'Umami aiguise l'appétit à tel point que l'on en veut encore plus. Pour ce faire, il suffit de décongeler l'Umami, le couper en portions de la taille souhaitée, et de le servir chaud ou froid en accompagnement d'un plat ou en apéritif. Cette

savoureuse gamme a tous les atouts pour être populaire parmi les établissements de restauration haut de gamme et les boulangeries spécialisées. Dotés d'une longue durée de vie, l'utilisateur peut prélever ce dont il a besoin.

Contact : Pieter Scholten

+31 (0)5 15 57 57 17 - p.scholten@vandeleur.nl

• **Jac Slim - Société : Jac SA / (Stand 5D42)**



Convaincante dans tous les tests, la JAC SLIM est la première trancheuse à pain à épaisseur variable, complètement automatique avec une surface au sol de 60 x 60 cm et peut malgré tout couper des pains de 42 x 25 cm.

Disponible en version économique ou exclusive, l'artisan trouvera dans tous les cas une solution adaptée à sa boulangerie.

Contact : Stéphane Guillaumont

+33(0)6 07 46 12 89 - s.guillaumont@jac-machines.com

• **ScariCool - Société : Merand Mecapate / (Stand 4A36)**



ScariCool est une machine pour scarifier les pâtons dans les filets avant la cuisson. L'opérateur a ainsi seulement à verrouiller le chariot et ScariCool prend,

un par un, les filets dans les chariots et les emmène sous la tête de coupe (droite ou oblique) avant de le remettre dans le chariot après la scarification.

Les avantages :

- Gain de temps : la scarification se fait en temps masqué
 - Grand confort pour les opérateurs : ils n'ont plus de charges lourdes à porter comme dans la version classique
- Cette machine est idéale pour les boulangeries de tailles moyennes telles que les fournils d'hypermarchés et les boulangeries semi-industrielles car elle fonctionne sans robot et avec des lames de coupe standards.

Contact : Yannick Gérard

+33 (0)2 99 04 15 30 - salesdpt@merand.fr



LOOKING FURTHER WITH FORD 2016

Malgré les défis mondiaux, les consommateurs sont optimistes et de plus en plus engagés dans la perspective de rendre le monde meilleur, selon une étude de Ford sur les tendances en 2016.

Malgré les défis du moment, dont la crise des réfugiés, le terrorisme et les chutes inattendues des icônes autrefois aimés, les consommateurs montrent une indéniable détermination à faire du monde un endroit meilleur en 2016. Les consommateurs délaissent la frustration et la résignation (pour le remplacer par l'espoir et l'optimisme) en raison d'un sens renouvelé de l'inspiration et de l'ingéniosité rendu possible grâce aux médias sociaux. L'étude révèle une détermination croissante des consommateurs à devenir plus collaboratifs et à tirer parti de la technologie et de la durabilité afin

de voyager librement et de choisir où vivre, travailler et se divertir.

Dans un monde en constante évolution, les nouvelles perspectives du rapport Looking Further de Ford sur les tendances en 2016 ont mis en avant le sens renouvelé des consommateurs en termes d'inspiration et d'ingéniosité afin de se battre pour une meilleure qualité de vie en 2016, devenant plus motivés que jamais pour rendre ce monde un endroit où il fait mieux vivre. Malgré un sentiment de désillusion, les consommateurs sont davantage inspirés à défier les événements et à utiliser l'innovation pour adopter de

nouvelles plates-formes destinées à promouvoir le changement. À travers les tendances que Ford a identifiées pour 2016, l'entreprise a étudié la façon dont la technologie, la durabilité et la collaboration seront mises à profit afin de soutenir l'émergence de solutions pour améliorer la façon dont les consommateurs vivent, travaillent et voyagent.

"Nos quatre années de recherche et de compilation des tendances des consommateurs indiquent un optimisme, une résilience et une autonomie encore jamais vus jusqu'à présent", a déclaré Sheryl Connolly,

Directeur des études de tendance mondiale et future chez Ford. "Ces résultats sont optimistes pour l'avenir et nous constatons que c'est cette même créativité et ce même esprit d'entreprise qui encouragent l'innovation dans chaque segment de notre activité chez Ford."

CONCLUSIONS CLÉS SUR LES CONSOMMATEURS

Les changements dans les points de vue sur les modèles de santé, de consommation, de transport et de travail bouleversent nos modes de pensée traditionnels, d'autant que la croissance de l'innovation et la technologie transforment rapidement la culture et le comportement des consommateurs. Parmi les conclusions:

- Globalement, plus de la moitié de la génération millénaire convient que se démarquer est plus important que de s'intégrer - révélant une attirance accrue pour l'autonomie et les choix individuels.
- Les consommateurs sont impatients de diffuser de bonnes nouvelles et sont plus susceptibles de partager des histoires positives via les médias sociaux.
- Les membres d'une population vieillissante en expansion cherchent à prolonger leur qualité de vie et agrandir leurs libertés personnelles.



- Alors que l'innovation présente de nouvelles façons d'améliorer la qualité de vie, les exigences de connectivité et de gain de temps sont en augmentation, et donc une société qui est toujours à jour.
- L'efficacité et l'utilité sont les maîtres-mots du type de vie dans laquelle nous sommes entrés. Tandis que les Américains passent près de cinq heures par jour sur leurs téléphones mobiles, les consommateurs sont à la recherche des manières d'être davantage conscients, de vivre plus intelligemment et de profiter au maximum des "petites choses de la vie."

LA TENDANCE EN 2016

Le rapport de Ford est un modèle pour comprendre comment les 10 tendances suivantes vont influencer les consommateurs et les marques en 2016, et au-delà :

1. Devenir un héros : la bonne volonté devenant de plus en plus rare parmi les leaders établis de ce monde, celle-ci gagne du terrain parmi les communautés et les individus qui repensent ce que cela signifie être un bon citoyen, un bon voisin et une bonne personne. Les héros de tous les jours prennent le relais, et inspirent les autres à faire de même.
2. La vie de l'armée suisse : l'accent particulier porté sur

l'autosuffisance a renforcé le sentiment d'utilité. Aujourd'hui, mieux vivre ne signifie plus posséder plus, mais vivre plus intelligemment en essayant de maximiser l'utilisation des choses en nombre limitée.

3. La rareté de temps : «Tant de choses à faire en si peu de temps» a toujours été l'une des principales maximes de la vie. Pourtant, avec plus de connectivité, nous sommes de plus en plus à jour, et le temps se révèle plus insaisissable que jamais.

4. EZ Life : Avec un soutien croissant de l'intelligence artificielle, la montée de la technologie permet de sous-traiter davantage de responsabilités aux fonctionnalités innovantes de consommation qui connaissent et s'adaptent à nos besoins, ce qui développe notre sentiment d'espoir et les possibilités d'une vie meilleure.

5. Les deux tiers des consommateurs à travers le monde affirment que la vigilance n'est pas une tendance passagère. Comme nos vies deviennent de plus en plus complexes et exigeantes, la voie à suivre par beaucoup de gens consiste à se vider la tête et à devenir plus attentif - se donner le temps et l'espace pour respirer, réfléchir et vivre en communauté.

6. Dans la crainte du vieillissement : Comme les gens vivent plus longtemps et en meilleure santé, la notion de vieillissement est en train de se redéfinir. Les changements



en termes de soins de santé et de nutrition, et les évolutions des sciences médicales, poussent les seniors d'aujourd'hui à rejeter les clichés sur l'âge qui ont la dent dure.

7. S'adapter à tout le monde : Aujourd'hui, la taille standard unique ne convient plus à personne. La relation entre les marques grand public et les consommateurs cède la place à des liens plus uniques, personnalisés et significatifs.

8. Ne pas gaspiller, ne pas vouloir : Dans une société de haute consommation, les innovateurs deviennent plus créatifs en tirant profit de ce dont les gens disposent. Cette tendance liée à la durabilité promet de repousser les limites de l'imagination et de l'ingéniosité.

9. Acheter dans une économie flexible: autrefois limité aux créatifs, le freelance est devenu la norme - et il est change radicalement notre façon de produire et consommer les produits et services.

10. La révolution de la vente au détail : le commerce de détail ne traite pas simplement du produit, il agit également sur l'expérience. Les détaillants trouvent aujourd'hui de nouveaux moyens de forger des liens significatifs avec les consommateurs.

LES CONNAISSANCES QUI MOTIVENT FORD

Les tendances mises en évidence dans ce quatrième rapport



annuel vont au-delà de l'industrie automobile et aide Ford à comprendre ce qui se passe à l'échelle mondiale au niveau sociale, technologique, économique, environnemental et politique. Ces connaissances engagent tous les aspects de l'activité de l'entreprise - stratégie globale, développement des futurs produits et services, expérience de la propriété et achat des consommateurs - et aident Ford à créer des solutions de mobilité innovantes qui répondent aux besoins évolutifs des consommateurs. Les tendances montrent l'accent mis sur la mobilité, comme un moyen

d'aider à développer de nouvelles façons d'aborder la complexité du transport urbain, les embouteillages et la connectivité chez les consommateurs. Près de 75% des adultes dans le monde affirment qu'une plus grande mobilité est importante pour la stabilité mondiale. Ford fait écho à ce point de vue et se dédie à utiliser la technologie, la durabilité et les approches collaboratives pour faire de ce monde un endroit meilleur à vivre.

"On ne peut échapper à l'impact du rythme rapide de la technologie sur la culture", a déclaré Connelly. "Ce qui est fascinant à observer, c'est la façon dont les entreprises comme Ford s'adaptent et arrivent à innover au même rythme. Ces connaissances nous aident à créer des produits et services qui dépassent non seulement les attentes d'aujourd'hui mais qui sont aussi des moyens innovants qui montrent comment faire face aux situations

difficiles de demain."

Grâce à l'innovation centrée sur le consommateur, Ford joue un rôle central dans la promotion de la mobilité en créant des réseaux de véhicules intelligents et en adoptant des modèles variables de propriété et de consommation qui favorisent un meilleur accès pour tous. Ford Smart Mobility est le plan mis en place par l'entreprise pour faire passer la connectivité, la mobilité, la technologie des véhicules autonomes, l'expérience du client et les données et analyses à un niveau supérieur. Les efforts de Ford seront ainsi capables de concevoir et proposer des méthodes plus sûres, plus pratiques et plus efficaces afin de résoudre les défis mondiaux liés au transport.

Pour plus d'information sur le rapport
Looking Further with Ford 2016 :
www.fordtrends.com

α

ALPHA INOX MAROC

LE PARTENAIRE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES, PHARMACEUTIQUES ET COSMETIQUES

Inox

Tôle

Raccord

Tube

Robinetterie

Visserie

Quincaillerie

Outils

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

Nouveaux Appareils

Livestream Movi

Caméra de poche

La plate-forme Livestream, spécialisée dans la diffusion en direct de vidéos filmées par webcam, présente une petite caméra capable de filmer en 4K pour un rendu en direct inégalable.



Parrot

L'aide Disco

L'aile de Parrot possède un module vidéo architecturé autour d'un capteur de 14 Mpx, un accéléromètre, un gyroscope, un magnétomètre, un baromètre, une sonde Pitot et un GPS. Autonomie de la batterie : 45 minutes pour une vitesse de pointe de 80 km/h. Le poids est de 700 g avec des ailes en ABS et polystyrène déclinables.



Sony

Bravia 4K HDR

La gamme 2016 de téléviseurs Sony est composée de six modèles, dont quatre haut-de-gamme tournant sous Android TV. Le géant nippon mise cette année sur plusieurs éléments clés, dont la 4K HDR (à plage dynamique étendue), compatible avec certains services en ligne tels qu'Amazon Video et Netflix affichant une plage de luminosité plus large que la plage dynamique standard, un nouveau système de rétroéclairage intensifiant les noirs et la brillance et un design toujours plus fin.



Sevenhugs

La télécommande magique

Avec une triangulation assurée par 3 culots de lampes connectées à dispatcher dans la pièce, la commande inventée par la start-up française Sevenhugs détermine votre position et la direction vers laquelle vous la pointez. Le mini-écran affiche l'objet reconnu et un menu ultra simplifié (intensité lumineuse, couleur, volume, etc.) et d'un clic, c'est réglé. Une utilisation très naturelle et instinctive qui fait la force de cette innovation astucieuse, loin d'être un gadget. Elle recèle aussi d'autres possibilités, comme l'affichage de la météo dès qu'elle est dirigée vers la fenêtre.



HTC

Casque Vive

Le casque Vive de HTC et Valve fonctionne avec deux contrôleurs sans fil (un pour chaque main) et nécessite un système de calibrage de la pièce avec utilisation de lasers. HTC et Valve proposent la meilleure expérience de réalité virtuelle qui soit, quitte à décaler son lancement.

La latence (synonyme d'un décalage entre ce qui est vu et les mouvements du porteur) a été réduite et la précision du casque est de quelques degrés. Le casque est également équipé d'un gyroscope et d'un accéléromètre pour compléter l'analyse des mouvements dans l'espace. Il intègre aussi un écran affichant une définition de 1200 par 1080 pixels (pour chaque œil) avec un taux de rafraîchissement de 90 images par seconde.

Zeiss

Objectifs pour iPhone

Carl Zeiss dévoile une gamme d'objectifs pour les smartphones iPhone les plus récents d'Apple, développée avec ExoLens. La gamme est composée de trois objectifs : un grand angle, un macro et un téléobjectif. L'installation est simplifiée à son maximum car il suffit d'attacher la monture à l'iPhone et l'objectif à la monture pour pouvoir commencer à shooter. Pratique et efficace.



Netgear

Répéteur Wifi

Le nouveau répéteur Wifi Netgear Nighthawk X4 AC2600 est le premier répéteur mural du marché doté de la technologie MU-MIMO. Il maximise la portée de votre routeur Wifi existant sur une superficie allant jusqu'à 930 m² afin de profiter de la diffusion en continu et des jeux dans toute la maison. Il peut transférer des données HD simultanément vers de multiples appareils à des débits ultra-rapides de 2,2 Gbit/s* (450Mbps + 1733Mbps).



Lenovo

3 nouveaux ThinkPad

Lenovo présente sa nouvelle gamme d'ordinateurs portables ThinkPad, essentiellement dédiés à un usage professionnel. 3 nouveaux portables couvrant différents types d'usages : un 2-en-1 façon Surface (ThinkPad X1 Tablet), un convertible tactile (ThinkPad Yoga : le premier convertible doté d'un écran Oled) et un ultraportable (ThinkPad X1 Carbon).



Activeon Solar X

Caméra solaire

Cette petite caméra 4K dispose d'une batterie à panneaux solaires intégrés ! Il ne faut qu'une heure pour la recharger complètement. Mieux encore, une demi-heure suffit à récupérer 80% d'autonomie. Sachez que la Solar X est aussi capable d'envoyer des images directement vers un mobile Android ou iOS.



Bang & Olufsen

BeoLab 90

La BeoLab 90 renferme une multitude de technologies. Elle combine en outre parfaitement un design et une acoustique au sein de ce qui pourrait bien être l'enceinte numérique la plus complète et la plus puissante conçue pour un usage domestique. Cette enceinte extrêmement intelligente vous offre une clarté, un éventail et un rendu sonore incomparables. La BeoLab 90, sans fil, présente un design à 360° impressionnant, dispose d'une multitude de paramètres et, quel que soit son emplacement, la pièce ou votre position d'écoute, elle vous proposera un son à vous couper le souffle.

SIEL ALGER



Agro-alimentaire
Métiers de l'hôtellerie et de la
restauration du 11 au 14 janv.
2016 Hôtel Hilton - Alger -
Algérie
Tél : +213 21 366 153

Fax: +213 771 839 576
siel.expoed@gmail.com
www.expoed.net

INTERNATIONAL WATER SUMMIT



Gestion et traitement de l'eau Pro-
tection de l'environnement Agricul-
ture - Machines agricoles Elevage du
18 au 21 janv. 2016 Abu-Dhabi National Exhibition
Center - A Abu Dhabi - Émirats Arabes Unis
Tél : +44 20 8271 2134
Fax: +44 20 8910 7823
rxinfo@reedexpo.co.uk
www.reedexpo.com

FOOD HOSPITALITY WORLD - MUMBAI



Agro-alimentaire Métiers de
l'hôtellerie et de la restaura-
tion du 21 au 23 janv. 2016
Bandra-Kurla Complex (MMR-
DA Grounds) Bombay - Inde

Tél : +91 22 67440499
Fax: +91 22 22885831
nijeesh@fieramilano.in
www.fhwexpo.com

MAISON & OBJET



Décoration, Ameublement,
Luminaire Cadeaux et Souve-
nirs Métiers de l'hôtellerie et
de la restauration du 22 au 26
janv. 2016 Paris Nord Villepinte
Paris - France

Tél : +33 1 44 29 02 00
Fax: +33 1 44 29 02 01
info@safisalons.fr
www.safisalons.fr

SIGEP



Agro-alimen-
taire Métiers de
l'hôtellerie et de
la restauration
du 23 au 27 janv.
2016 Rimini Fiera
Rimini - Italie

Tél : +39 0541 744111
Fax: +39 0541 744200
infovisitatori@riminifiera.it
www.fierarimini.it

WORLD'S LEADING WINES LONDON



Vin et spiritueux - Viti-
viniculture & œnologie -
Bière Agro-alimentaire
Métiers de l'hôtellerie
et de la restauration le
01 fév. 2016 Londres -

Royaume-Uni
Tél : +44 (0)20 7193 4823
contact@commerceinteract.com
www.commerceinteract.com

BIOENERGY EXPO



Production et transport d'énergie
Energies propres - Energies renou-
velables Agriculture - Machines
agricoles Industries forestières
du 03 au 06 fév. 2016 Verona Exhi-
bition Centre Vérone - Italie

Tél : +39 045 8298111
Fax: +39 045 8298288
mail@pec.veronafiare.it
www.veronafiare.it

FRUIT LOGISTICA



Agro-alimentaire Logistique - Trans-
port - Manutention - Stockage du
03 au 05 fév. 2016 Messegelände
Berlin Berlin - Allemagne
Tél : +49 (0)30 3038 0
Fax: +49 (0)30 3038 2325
central@messe-berlin.de
www.messe-berlin.com

Agenda International des Salons

EUROPAIN



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration du 05 au 09 fév. 2016
Paris Nord Villepinte Paris - France
Tél : +33 (0)1 55 07 82 22
Fax: +33 (0)1 42 85 29 00
contact@ekip.com

www.ekip.com

INTERSUC



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration Café, thé et chocolat du 05 au 09 fév. 2016
Paris Nord Villepinte Paris - France

Tél : +33 (0)1 55 07 82 22
Fax: +33 (0)1 42 85 29 00
contact@ekip.com
www.ekip.com

BIOFACH



Agro-alimentaire Alimentation biologique du 10 au 13 fév. 2016
Exhibition Centre Nuremberg Nuremberg - Allemagne
Tél : +49 (0) 911 86 06-0
Fax: +49 (0) 911 86 06 8228
info@nuernbergmesse.de
www.nuremberg-tradefair.com

CUCINARE



Agro-alimentaire Métiers de l'hôtellerie et de la restauration du 13 au 16 fév. 2016
Pordenone Fiere Porde-

none - Italie
Tél : +39 0434 232111
Fax: +39 0434 57 04 15
infofiere@fierapordenone.it
www.fierapordenone.it



DJAZ AGRO
LE CARREFOUR DES FILIÈRES AGROALIMENTAIRES

18-21 AVRIL 2016

Palais des Expositions SAFEX - Alger • Algérie

VOTRE LEVIER DE CROISSANCE !
VOTRE RENDEZ-VOUS PROFESSIONNEL INCONTOURNABLE

TOUS LES SECTEURS DE L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE REPRÉSENTÉS

- Process, conditionnement & emballage,
- Produits alimentaires & boissons,
- Ingrédients, arômes & additifs,
- Boulangerie, pâtisserie,
- Restauration.

DES VISITEURS PROFESSIONNELS QUALIFIÉS ISSUS DE TOUTES LES FILIÈRES

- Industriels de l'agroalimentaire,
- Distributeurs et importateurs d'équipements,
- Distributeurs et importateurs de produits finis,
- Grande distribution,
- Négociateurs, grossistes et détaillants,
- Boulangers, pâtisseries,
- Propriétaires de restaurants, traiteurs.

RESERVEZ VOTRE STAND !

- ▶ **20 125** visiteurs professionnels
- ▶ **637** exposants venus de **31** pays

un événement
comexposium
The place to be

Contactez notre équipe commerciale pour réserver votre stand:
djazagro@comexposium.com ou djazagro.com



Recettes selon Côte d'Or



LA MOUSSE AU CHOCOLAT AUTHENTIQUE

LES INGRÉDIENTS

1 orange sanguine découpée « à vif » (en quartier)
100 g de Chocolat Côte d'Or Culinaire
2 dl de lait entier
4 blancs d'œuf
2 dl de crème 40 %

LA PRÉPARATION

* Faites monter les blancs d'œuf en neige. Ajoutez-

la au chocolat Côte d'Or Culinaire refroidi et mélangez-la ensuite délicatement aux blancs en neige à l'aide d'une spatule. Laissez raffermir 4h au réfrigérateur.

* Faites chauffer le lait (70°C) avec le chocolat Côte d'Or Culinaire jusqu'à ce qu'il soit entièrement fondu.

* Entre-temps, battez et faites monter la crème jusqu'à formation d'une masse compacte et ferme, mais assurez-vous qu'elle reste encore légèrement liquide (comme celle recouvrant un Irish Coffee).

* Ajoutez-la au chocolat refroidi et mélangez-la ensuite délicatement aux blancs en neige à l'aide d'une spatule. Laissez raffermir 4h au réfrigérateur.



TRUFFES AU DOUBLE LAIT

LES INGRÉDIENTS

200 g de Chocolat Côte d'Or Double Lait
125 g de crème aigre
poudre de cacao tamisée

LA PRÉPARATION

* Faites fondre le chocolat Côte d'Or Double Lait au four à micro-ondes ou au bain-marie.

* Laissez refroidir légèrement et mélangez-y la crème aigre. Placez le tout dans un bol et couvrez d'un film plastique.

* Laissez cette crème épaissir une nuit au réfrigérateur.

* Formez des petites boules avec le mélange au chocolat à l'aide de 2 cuillères à café et roulez-les dans la poudre de cacao.

* Conservez les truffles dans un récipient fermé au réfrigérateur.



TARTE AU CHOCOLAT 'CLASSIQUE'

LES INGRÉDIENTS

200 g de Chocolat Côte d'Or au Lait
200 g de beurre fondu
5 oeufs

250 g de sucre semoule
20 g de farine à pâtisserie

LA PRÉPARATION

* Faites chauffer le four à 180 °C.

* Faites fondre le chocolat Côte d'Or avec le beurre.

Mélangez-y le sucre et laissez refroidir à température ambiante. Mélangez-y ensuite les œufs un par un, tamisez la farine, puis mélangez-la délicatement à l'aide d'une spatule.

* Déposez la pâte dans un moule à tarte et cuisez dans le four préchauffé pendant 20 minutes (la durée peut varier en fonction de votre four).

* Démoulez et servez tiède ou froid avec un peu de crème aigre, de fruits frais, de marmelade d'orange... pour encore plus de plaisir.



CAKE AU CHOCOLAT

LES INGRÉDIENTS

300 g de Chocolat Côte d'Or Culinaire
150 g de beurre fondu
5 oeufs
100 g de sucre

semoule
100 g de farine à pâtisserie
80 g de poudre d'amandes effilées

LA PRÉPARATION

* Pour commencer cette recette, faites chauffer le four à 180 °C.

* Faites fondre le chocolat Côte d'Or avec le beurre.

Mélangez-y le sucre et laissez refroidir à température ambiante.

* Cassez les œufs et battez les blancs en neige.

* Mélangez d'abord les jaunes d'œuf avec la poudre d'amandes, la farine et le chocolat Côte d'Or, puis ajoutez-y le blanc en neige à l'aide d'une spatule.

* Déposez la pâte dans un moule à cake et cuisez dans le four préchauffé pendant 25 minutes (la durée peut varier un peu en fonction de votre four).

* Démoulez et laissez refroidir.

Le cahier

HORECA

LE MAGAZINE DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Enquête

Les brunchs à l'honneur



Tourisme
Lois de finance 2016

Hôtellerie
Sous les feux de la rampe

VOYAGE CROISIERE SUR LE NIL



Le groupe Oberoi a annoncé que l'Oberoi Philae, Luxury Nile Cruiser, naviguerait sur le Nil en Égypte entre Assouan et Louxor au gré de croisières de quatre ou six nuits. L'Oberoi Philae offrira à ses hôtes des vues imprenables sur le Nil tout en leur permettant de découvrir 5.000 ans de culture égyptienne et d'apprécier le légendaire service Oberoi. Ce luxueux bateau de croisière compte 22 cabines et suites luxueusement aménagées, de grandes baies vitrées permettant de profiter d'un superbe panorama sur le Nil. Le bateau est en outre équipé des toutes dernières technologies et dispose notamment d'un accès Internet haut débit en Wi-Fi. Le restaurant sert une extraordinaire cuisine, mêlant les spécialités occidentales, asiatiques et moyen-orientales. Sur le pont supérieur, les

passagers peuvent déjeuner, prendre des repas légers et des collations au restaurant attendant la piscine chauffée. Le navire de croisière dispose aussi d'un élégant salon-bar où fumer le cigare en toute intimité, d'une piste de danse et d'une salle de cinéma ultramoderne. Ouverte 24h/24, la salle de fitness offre, à l'instar du spa Oberoi, un panorama exceptionnel, idéal pour se dépenser sans compter.

Pour toute information générale ou réservations, veuillez consulter le site www.oberoihotels.com.

OUVERTURE NESPRESSO AU CNIT PARIS



Nespresso ouvre une nouvelle boutique au centre commercial du CNIT à La Défense (Paris). La marque de café, connue pour ses capsules mais aussi pour son porte-parole, l'acteur américain George Clooney, a mis le paquet avec ses 256 m² d'espace de vente et ses trente-deux employés. Cette trente et unième boutique, qui ouvre quelques semaines après une autre à Londres, se veut aussi connectée : chaque vendeur sera doté d'une tablette pour saisir les commandes.

2 place de la défense - La Défense - Paris
Du lundi au samedi de 10h à 20h et le dimanche de 11h à 19h.

TOURISME LA FRANCE TOUJOURS 1^{ère} DESTINATION



Le secteur du tourisme international se porte de mieux en mieux : le nombre de voyageurs a augmenté de plus de 4% en 2015, l'Europe restant la région la plus visitée au monde quand la fréquentation de

l'Afrique du Nord, notamment la Tunisie, a chuté à cause du terrorisme.

Près d'1,18 milliard de personnes ont fait du tourisme à l'étranger en 2015, une augmentation de 50 millions par rapport à 2014 (+4,4%), a annoncé lundi l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), agence des Nations unies basée à Madrid.

La France reste la destination la plus prisée, devant les Etats-Unis, l'Espagne et la Chine, selon les données provisoires dont dispose l'OMT, qui comptabilise les déplacements internationaux impliquant une nuitée ou plus.

Pour 2016, l'OMT s'attend à une nouvelle progression de 4% des arrivées de touristes internationaux dans le monde, selon un communiqué.

Source : AFP

AÉROPORTS

LES BONS CHIFFRES DE L'ONDA

L'année 2015 est une année record pour les aéroports du Royaume qui ont accueilli 17 609 747 passagers, soit une hausse de +1,82% par rapport à l'année 2014. Hormis le segment Europe et celui des Pays du Maghreb qui ont accusé une légère baisse, les autres segments ont enregistré une évolution importante, du trafic domestique (+2,85%) et du trafic international, notamment avec l'Amérique du sud (+21,72%), le Moyen et Extrême Orient (+13,82%) et les pays de l'Afrique (+11,86%).

* La croissance a été particulièrement forte pour les aéroports Fès Sais (+12,00%), Laayoune (+23,32%), Dakhla (+31,99%), et Beni Mellal (+88,39%).

* L'aéroport Mohammed V a dépassé, pour la première fois, la barre des 8 millions de passagers, en enregistrant 8 180 083 passagers, soit une hausse de +2,61 par rapport à l'année précédente.

* Le fret aérien a quant à lui, connu durant l'année 2015, une croissance significative (+18,67%) en comparaison avec 2014, il a ainsi atteint 64 254,98 tonnes contre 54 148,18 tonnes.

* En 2015, les mouvements d'avions enregistrés dans les Aéroports marocains se sont accrus de +2,47% en s'établissant à 159 995 mouvements. La part de l'aéroport Mohammed V est de 49,51% de ce trafic, Marrakech Menara de 19,28% et Agadir Al Massira de 7,94%.

Ventilation du trafic aérien commercial en 2015 par nature

Aéroport	Cumul décembre 2014	Cumul décembre 2015	Var (%)	Part (%)
INTERNATIONAL	15 579 863	15 845 933	1,71	90
NATIONAL	1 715 008	1 763 814	2,85	10
Total général	17 294 871	17 609 747	+1,82	

Ventilation du trafic aérien en 2015 par faisceau géographique

Régions	2014	2015	Var (%)	Part (%)
EUROPE	12 482 701	12 475 633	-0,06%	70,85%
MAROC	1 715 008	1 763 814	2,85%	10,02%
AFRIQUE (AUTRES RELATIONS)	1 034 334	1 157 024	11,86%	6,57%
MOYEN ET EXTREME ORIENT	1 100 789	1 252 962	13,82%	7,12%
PAYS DU MAGHREB	649 706	622 739	-4,15%	3,54%
AMERIQUE DU NORD	282 405	301 147	6,64%	1,71%
AMERIQUE DU SUD	29 928	36 428	21,72%	0,21%
Total général	17 294 871	17 609 747	1,82%	100 %

© ONDA

VIGILANCE

LE MAROC EST UN PAYS SÛR



C'est sur France 2 que nous avons appris la bonne nouvelle. En effet, la France met en garde ses ressortissants à l'étranger en publiant une nouvelle carte

de vigilance dressée par le Quai d'Orsay. Et en Afrique, le Maroc est le seul pays dans la catégorie des pays sûrs. Les pays sûrs (dont le Maroc) sont en vert alors que les pays très déconseillés y figurent en rouge et en orange. En jaune apparaissent les pays où la vigilance est de rigueur

Sur 191 pays, 40 pays sont dits sûrs. Et dans le bassin méditerranéen, le Maroc est dans cette catégorie alors que la Tunisie est en jaune. La Turquie, elle, est coupée en deux : les zones Est, vers la Syrie, sont très déconseillées, contrairement aux zones Ouest, ouvertes au tourisme.

© Carte au 21 décembre 2015

Le BeepMe

CONNECTEZ vos tables directement à vos serveurs
CONNECTEZ votre cuisine directement à vos serveurs

Le Coaster

Organisez la file d'attente ou récupération de commandes grâce au Coaster

LE SERVICE AU BOUT DES DOIGTS

- ✓ Augmentation de la rotation des tables
- ✓ Augmentation des ventes
- ✓ Amélioration de la satisfaction des clients
- ✓ Optimisation des ressources humaines

CONTACT info.beepme@gmail.com **TEL** 06 06 21 32 12 / 06 62 21 61 76

SALON SEHODA AFRIQUE



La première édition du Salon International des Equipements professionnels pour l'hôtellerie, le Tourisme, la Restauration, les métiers de bouche et de l'alimentaire aura lieu du 18 au 21 Mai 2016 au CICES Centre International du Commerce Extérieur du Sénégal.

Vitrine d'équipements pour l'hôtellerie, la Restauration, les métiers de bouche, de bien-être et des loisirs, SEHODA est aussi la confirmation que le Sénégal, grâce à sa stratégie active de promotion du tourisme, reste un marché très porteur en termes d'import-export pour l'industrie hôtelière. Cette première édition est un nouveau rendez-vous inédit qui permettra aux visiteurs professionnels de découvrir les dernières offres d'équipements de technologie et produits pour développer leurs projets ainsi que des solutions financières, marketing et opérationnelles pour mieux gérer leurs activités.

Du 18 au 21 Mai 2016 au CICES Sénégal

MATERIEL GRILLE-PAIN PROFESSIONNEL



Avec ses deux niveaux permettant la pose de toasts épais jusqu'à 5 cm et une production atteignant les 240 toasts en une heure seulement, le grille-pain professionnel TP-20 de Sammic est la machine idéale pour le service du petit-déjeuner à la fois des bars, cafétérias, restaurants et autres hôtels. Grâce à son design à la fois compact et ergonomique, il peut être simplement posé sur les tables et les comptoirs pour une utilisation optimale.

En acier inoxydable, il comporte des résistances en quartz épaisses et est équipé d'un minuteur de 0 à 15 minutes ainsi que d'interrupteurs indépendants pour les groupes de résistances supérieur, milieu et inférieur.

Le grille-pain professionnel TP-20 de Sammic est également particulièrement simple à manier, puisqu'il suffit d'allumer et d'appuyer sur le bouton de la résistance souhaitée pour la mise en marche.

www.sammic.com

HOTELLERIE OBEROI AU MAROC

Et c'est Marrakech qui accueillera le premier établissement de la chaîne Oberoi Hotels& Resorts au Maroc. L'ouverture est prévue pour le 4ème trimestre 2016. L'hôtel est situé à 20 minutes du centre ville de la ville rouge. 77 villas avec piscines privées, 6 chambres Deluxe et une Suite Présidentielle situées sur 5 hectares accueilleront les résidents. Trois restaurants proposeront une cuisine internationale et marocaine. 2 bars sont prévus. Pour se détendre un SPA, plusieurs hammams et une salle de yoga seront à disposition. Deux autres ouvertures d'hôtels à Dubaï et en Inde sont prévues pour le 2ème et 3ème trimestre de 2016.



Photo : © The Oberoi Udaivilas, Udaipur

NOMINATION PDG ARKINVESTS



La société Marocaine Arkinvests, représentant exclusif de la marque AlTazaj au Maroc annonce, la nomination de Son Excellence M. Abdulkareem Hamza Arkobi nouveau Président Directeur Général et cela depuis Novembre 2015.

Par ailleurs, la société annonce la mise en place d'une nouvelle stratégie de gestion et d'expansion, qui comprend l'ouverture de plusieurs restaurants Tazaj dans différentes villes du Royaume, avec la mise en place de nouveaux standards et normes qui contribueront au développement et à la promotion de divers projets de l'entreprise.

GOLF LADIES & GENTLEMAN GOLF TOURNAMENT



Parrainé par la Fédération Royale Marocaine du Golf et en partenariat avec le Selman Marrakech, Atlas Elite a lancé la 3ème édition du Ladies & Gentlemen Golf Tournament en janvier dernier à Marrakech. Ce tournoi adressé aux couples et amateurs proposait 2 parcours de golf à l'Assoufid Golf Club et au Noria Golf Club. Plusieurs marques des secteurs de l'automobile, de l'aéronautique et de l'assurance étaient sponsors de l'évènement signé par Atlas Elite.

GASTRONOMIE PARIS CELEBRE SES CHEFS



Anne Hidalgo, Maire de Paris, a remis la médaille Grand Vermeil (plus haute distinction de la Ville de Paris) aux 84 chefs cuisiniers étoilés parisiens dans les salons de l'Hôtel de Ville, le 14 janvier dernier. Avec l'opération « Paris Célèbre ses Chefs », la ville de Paris entend « rendre l'hommage le plus solennel qui soit à ces femmes et

ces hommes qui font de Paris la capitale mondiale de la gastronomie », a indiqué Anne Hidalgo. « La gastronomie, c'est Paris ! Vous, chef étoilés [...] incarnez l'âme de notre ville, ses lumières que vous portez haut : le respect de soi-même et de l'autre par le sens du travail bien fait, l'inventivité perpétuelle, le dialogue des cultures, le plaisir indissociable des sens et de l'esprit, une liberté farouche : de créer, de partager, de réinventer. [...] Immenses talents de la cuisine, vous avez choisi d'exercer vos métiers à Paris, qui compte 84 restaurants étoilés. 81 d'entre vous sont présents parmi nous [...] Nous ferons tout pour rester à la pointe de l'excellence de la gastronomie française et mondiale.

LABELLISATION VILLE TOURISTIQUE



La Charte des villes touristiques marocaines a été signée par le Ministre du Tourisme, Lahcen Haddad et les élus locaux le 14 décembre en marge du 4° Sommet Mondial du Tourisme Urbain à Marrakech. Pour être labellisée Ville Touristique, les villes doivent répondre à un cahier de charges très strictes. Trois axes ont prioritaires ont été désignés :

- La Propreté avec entre autres l'installation de toilettes publiques.
- Accessibilité et accueil avec une amélioration du transport
- Marketing de la destination avec la mise en place d'actions de communication et de promotion de la ville .



LOIS DE FINANCE 2016

LA VISION 2020 DU TOURISME (1ÈRE PARTIE)

Compte tenu de ses impacts en matière d'emploi, de stabilité des équilibres extérieurs et de promotion de l'image de marque du pays, le secteur touristique constitue l'un des vecteurs de développement économique, social et culturel du Maroc.

A ce titre, ce secteur est piloté selon les axes directeurs de la « Vision 2020 » qui vise à conférer à notre pays une place de choix parmi les meilleures destinations touristiques mondiales, à travers la mise en place d'une offre touristique solide, diversifiée et équilibrée.

En effet, cette stratégie vise à hisser le Maroc au rang des 20 premières destinations touristiques mondiales à travers la multiplication par deux de la capacité d'accueil en construisant 200.000 nouveaux lits additionnels et le doublement du nombre d'arrivées aux frontières pour le porter à 20 millions de touristes.

En matière d'impacts projetés à l'horizon 2020, il est prévu la création de 470.000 emplois directs sur l'ensemble du territoire national, l'accroissement des recettes touristiques à 140 milliards de dirhams et le renforcement de la contribution du secteur au PIB pour atteindre 150 milliards de dirhams.

Malgré les perturbations qu'a connu l'environnement régional et international en 2015 suite à une succession d'événements défavorables, le secteur touristique national a montré une certaine résilience qui lui a permis d'enregistrer des résultats encourageants au cours de cette année,

fort de la stabilité politique et économique du pays sous la vision éclairée de Sa Majesté le Roi.

Ainsi, le volume des arrivées aux postes frontières a atteint 6 millions de touristes à fin juillet 2015, soit une progression de 1,5 % par rapport à l'année 2014 (-5,3% pour les Touristes





Etrangers de Séjours et +9,5% pour les marocains résidents à l'étranger). Les touristes en provenance de l'Allemagne ont enregistré une progression de 14%, suivi de ceux du Royaume Uni avec une hausse de 7%.

A fin juillet 2015, les nuitées totales réalisées dans les établissements d'hébergement touristique classés ont baissé de 8% par rapport à la même période de 2014 (-14,4% pour les touristes non-résidents et +11,9% pour les résidents).

Les recettes générées par les activités touristiques des non-résidents au Maroc ont atteint, fin août 2015, un total de 40,1 milliards de dirhams contre 40,9 milliards de dirhams, vvvv fin août 2014, soit une légère baisse de 1,9%.

L'année 2016 sera marquée par la poursuite de la mise en oeuvre de la «Vision 2020» à travers les principales actions ci-après :

* Le renforcement de l'environnement juridique du secteur.

A travers la poursuite de la modernisation du cadre juridique relatif à l'exercice des métiers du tourisme, notamment par la refonte de la loi n°31-96 portant statut des agences de voyage, la refonte de la loi n°61-



00 portant statut des établissements touristiques et l'adoption des textes d'application de la loi n° 05-12 réglementant la profession de guide de tourisme.

Il est prévu également de poursuivre la mise en place du nouveau système de classement des établissements d'hébergement touristique par la réalisation de 700 « audits à blancs » ainsi que le renforcement des actions de communication sur le système de classement cible.

* La diversification du portefeuille produit.

A ce titre, il est prévu de poursuivre le plan d'action engagé par la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT) afin d'accroître la viabilité et la rentabilité des projets touristiques et ce, moyennant le développement des

concepts produits pour un meilleur positionnement des territoires concernés par les projets structurants, l'élaboration de rapports de planification stratégique et l'identification du foncier devant abriter lesdits projets.

Dans ce cadre, un plan d'action ambitieux sera mis en oeuvre, portant sur la valorisation touristique au niveau de 31 médinas ainsi que le développement intégré du tourisme rural, à travers respectivement les programmes Mdinti et Qariati.

Une politique structurée sera adoptée également, en matière de promotion, de démarchage et de placement des produits touristiques auprès des investisseurs cibles.

Nous verrons dans le prochain numéro d'HoReCa les autres mises en oeuvre de la «Vision 2020» avec :

* Le développement de projets touristiques d'envergure (Wessal Casa Port et Wessal Bouregreg)

* La promotion de la destination Maroc

* Le renforcement des capacités des acteurs du tourisme

* Le renforcement du Capital humain



LES BRUNCHS ONT LA COTE

Difficile de faire plus tendance. Les brunchs ont la cote en ce moment. Contraction des termes anglais breakfast (petit déjeuner) et lunch (déjeuner), la brunch attitude déferle dans les grandes villes.

La tradition du brunch vient des États-Unis où la recette diffère d'une région à l'autre. Par exemple, en Californie, on peut se contenter de pain, de fromage et de fruits comme accompagnement de ce déjeuner-buffet tandis qu'à New York, il faut nécessairement du champagne. A partir du XIX^{ème} siècle, la Grande-Bretagne adopte cette tradition culinaire qui s'y développe et les ressortissants d'autres pays d'Europe et d'Amérique sont séduits. Ils l'important donc chez eux, ce qui fait le bonheur des fins gourmets. Désormais, le brunch est proposé dans les hôtels, les restaurants, les cafés même en semaine et non pas seulement le dimanche ou le week-end. Il faut préciser qu'en France et notamment à Paris, ce type de repas est apparu dans les années 1980. L'académie française a prescrit sans succès l'usage de l'expression « grand petit déjeuner » pour qualifier le brunch.

Le brunch est donc à la fois un petit déjeuner et un déjeuner, il se prend entre la fin de la matinée et le début de l'après midi.

Très souvent, le brunch s'apparente à un buffet où chacun se sert selon ses goûts et préférences. C'est ce qui explique en partie qu'on l'ait aussi appelé « déjeuner-buffet ». S'accompagnant parfois de cocktails (Bellini, Bloody Mary, Milk Shakes, ...) et de champagne, ce repas original est assimilé à New-York à un déjeuner qu'on prend dans l'après-midi. Pour ce qui est de sa composition, tout est fonction des habitudes alimentaires. Le principe est qu'il doit y avoir des entrées, des plats de résistance et des desserts. Tartes salées, salade, mayonnaise et oeufs peuvent constituer une excellente entrée tandis que crêpes, pancakes, muffins et cakes attendront pour le dessert. Pour le plat, chacun y va de son inspiration : on mangera différemment



selon qu'on est à la maison ou dans un grand restaurant de Paris, de Londres ou New York. On peut donc confectionner la recette de brunch à sa guise. Il faut cependant faire attention aux excès car il est aisé d'ingurgiter à ce seul rendez-vous ce qu'il y a au menu des deux types de repas. Il faut plutôt considérer cela comme une bonne combinaison entre les deux et se restaurer avec parcimonie.

ÉTAPES DE RÉALISATION

1. En principe dans le brunch, on garde les éléments du petit déjeuner. On

propose donc :

- croissants,
 - pain,
 - confitures,
 - jus de fruit (orange, multivitamins, pomme...),
 - boisson chaude (thé, café, chocolat)....
- Libre à vous d'élargir en fonction de vos habitudes.

PRINCIPE

L'idée du « pourquoi un brunch » est simple. Après la grasse matinée, la journée étant bien entamée, il devient évident de faire 2 repas en un.



OPEN DU TOURISME ET DES METIERS DE BOUCHE

SAMEDI 20 FEVRIER 2016
THE TONY JACHLIN CASABLANCA

PARTENAIRE OFFICIEL



MEDIA OFFICIEL



C/M/S/ Bureau Francis Lefebvre Maroc

Ermenegildo Zegna

Signature

2. On associe ensuite les éléments d'un repas. On trouve donc en général une partie salée :

- charcuteries,
- oeufs (à la coque, brouillés, en omelette...),
- salades,
- poissons,
- tartes salées, ...

On peut également définir une thématique.

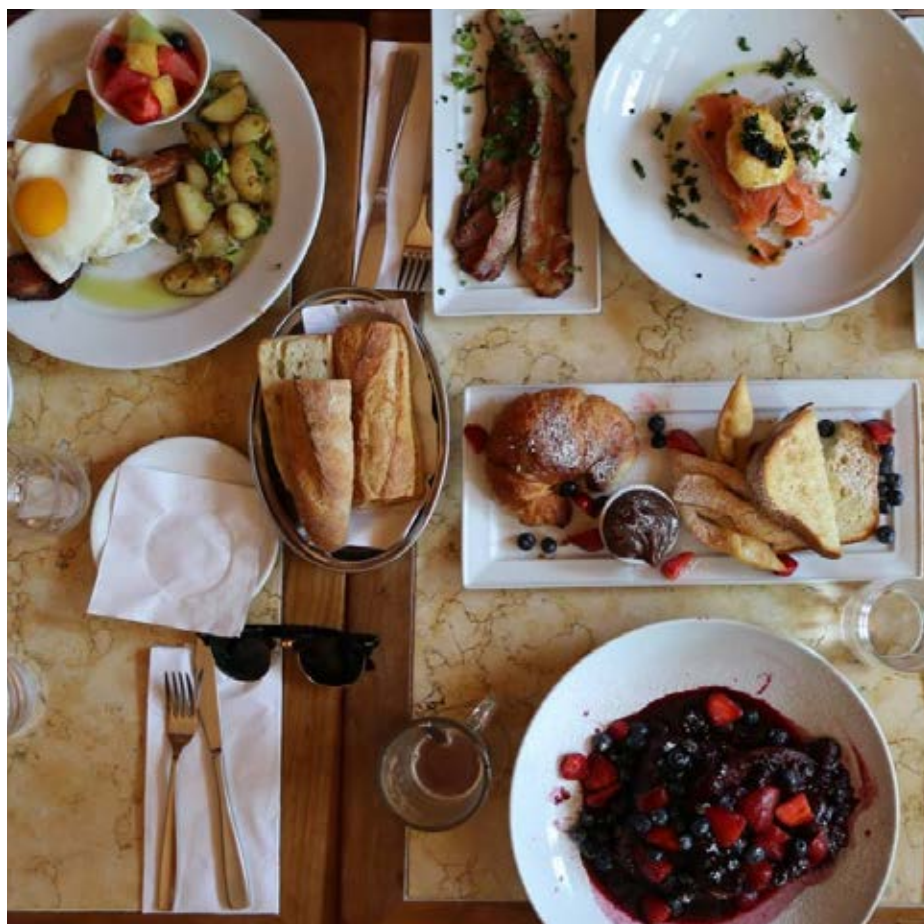
3. Pour les plus gourmands ou pour les estomacs qui ont encore de la place, vient le moment du sucré avec :

- pancakes,
- muffins,

BRUNCH MAROCAIN

Pour un brunch typiquement marocain, il convient de disposer des msemen au miel, des barh'ir, des seffae, de l'harira», des briouats et diverses salades : zaalouk, mechouia, betteraves à la chermoula, carottes au cumin, etc. Sans oublier les dattes et le thé!

Tout ceci ressemble à s'y méprendre à une rupture de jeûne!



- tartes sucrées,
- cookies,
- yaourts,
- fromage blanc,
- salades de fruits, ...

4. La richesse d'un brunch, c'est aussi la créativité et l'originalité que vous pourrez lui apporter, alors laissez libre cours à votre imagination.

QUELQUES BRUNCHS A CASABLANCA

La Squala
Boulevard des Almohades

Ô Gourmet
10 bis Rue Ibn Yaala Al Ifrani

Mood Café
75, Angle Boulevard d'Anfa et Rue Jean Jaurès

Tahiti Beach
Boulevard de la Corniche

Le Brunch
14 B, bd Mohamed Abdou, Palmie



LES BRUNCHS À TRAVERS LE MONDE

Le brunch danois

Une palette de fruits, de fromages, un demi-cœur à la coque, des brochettes de viande, des rouleaux émincés

de jambon, du yaourt et beaucoup d'aliments froids de toute sorte.

Le brunch coréen.

Contient traditionnellement un plat de viande de porc spécialement bouilli et servi avec des radis chill épicés.

Le brunch japonais

Contient des aliments crus ou des viandes cuites à la vapeur avec soupe et riz. Cela dépend en grande partie du climat.

Le Brunch américain

Un des plus célèbres. Il propose les incontournables crêpes, bacon, saucisses et œufs brouillés.

Le brunch russe

Pas de brunch russe sans Ikra (caviar). Vous y trouverez aussi des légumes, des fruits et entre autres des spécialités à base d'aubergines, des pommes de terre au caviar rouge, des petits pains russes,

Le brunch allemand

Semblable au brunch danois, il contient un plateau garni de viande en fines tranches des œufs, des fruits.

Le brunch parisien

Il réunit un petit condensé de la gastronomie française avec plusieurs pâtisseries et confitures, des canapés de toutes sortes et l'indispensable flûte de champagne.



DES VACANCES SOUS LE SIGNE DU CINÉMA

Par Dominique Pereda



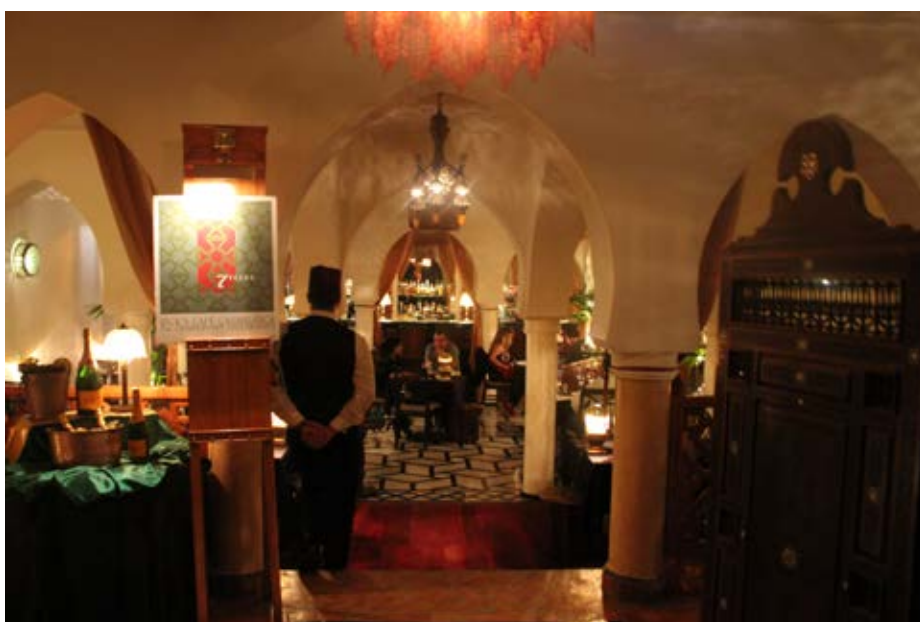
Premier studio de cinéma implanté au Maghreb, les célèbres studios de cinéma Atlas s'étalent sur 20 ha et offrent tous les services et équipements nécessaires à la présence dans ses murs d'une production : décors extérieurs et intérieurs, bureaux de production, ateliers, écurie avec des animaux entraînés. Et côté hébergement l'Oscar Hôtel peut accueillir toutes les équipes de tournage mais aussi les visiteurs et vacanciers.

Niché au cœur des fameux studios Atlas, aux portes de Ouarzazate, Oscar Hôtel vous offre un véritable havre de paix et de détente et vous prépare en douceur aux sensations extrêmes du désert. Magique, cet hôtel de charme vous accueille dans une ambiance chaleureuse pour un séjour exceptionnel qui se mesure à la force du moment. Vous serez conquis par une atmosphère qui bascule entre passé et présent et où le cinéma s'invite dans tous les recoins. Vous apprécierez les magnifiques statues immortalisant les visages familiers de l'histoire du cinéma, les posters célébrant les plus grands films ainsi que les authentiques objets et équipements récupérés lors des tournages.

L'hôtel a repris son envol depuis sa récente rénovation par les nouveaux propriétaires qui ont le dynamisme et la passion des grands entrepreneurs. Aujourd'hui, il s'affirme par son



Professionnel du cinéma ou simple visiteur de passage dans le sud Maroc, les célèbres studios de cinéma Atlas, créés en 1983, vous accueillent à Ouarzazate, aux portes du désert. Idéal pour l'organisation d'événements professionnels ou de soirées festives, le site est quotidiennement ouvert aux visiteurs de passage pour une découverte des lieux, temple tibétain, palais égyptiens, kasbahs, et autres ambiances insolites.



architecture faite de grands volumes, de lumières et d'espaces intimes. Entièrement décoré sous le thème du cinéma, c'est un lieu intemporel entre imaginations et rêve.

LES CHAMBRES

Spacieuses, confortables et dotées de superbes terrasses ombragées qui invitent à la rêverie et à la détente, les chambres sont de véritables chefs d'œuvre qui allient créativité, curiosités

décoratives et confort. Elles sont équipées de la climatisation, douche, T.V. satellite, et les fenêtres s'ouvrent sur un balcon avec vue sur le jardin. Sur demande : des chambres non fumeur et lits de bébé sont disponibles.

LA RESTAURATION

Régalez vous au restaurant Cléopâtre en dégustant une cuisine riche et variée, relevée par une extraordinaire diversité d'épices ...

Ou alors poussez les portes du Bar Gladiator et savourez de délicieux cocktails en vous laissant emporter par une musique riche et variée agrémentée des plus grands succès musicaux des films tournés dans les studios de Ouarzazate.

Une terrasse en bordure de piscine vous accueille du lever au coucher du soleil pour agrémenter votre séjour d'une fraîcheur bienveillante.

Exclusivité, intimité, quiétude, sérénité, plaisir des sens... Le tout baignant dans d'authentiques décors inspirés des plus belles réalisations cinématographiques de leurs époques.

LES SERVICES

- . Réception 24/24
- . Service bagages 24/24
- . Animaux de compagnie bienvenus
- . Accès pour personnes handicapées
- . WiFi gratuit
- . Service de Change

Plusieurs films primés mondialement ont été tournés à Ouarzazate comme :

- "Le diamant du Nil" de Lewis Teague avec Michael Douglas (1985)
- "L'île au trésor" de Raoul Ruiz avec Anthony Quinn (1989)
- "Un thé au Sahara" de Bernardo Bertolucci avec John Malkovich (1990)
- "Kundun" de Martin Scorsese (1996)
- "Le légionnaire" de Peter Mc Donald avec Jean-Claude Van Damme (1997)
- "Cléopâtre" de Franck Roddam avec Timothy Dalton (1998)
- "Gladiator" de Ridley Scott avec Russel Crowe (1999)
- "Asterix et Cléopâtre" d'Alain Chabbat avec Gérard Depardieu (2000)
- "Kingdom of Heaven" de Ridley Scott avec Orlando Bloom (2004)



En France

En Normandie, le Grand Hôtel de Cabourg remporte la palme des tournages. Ses murs ont servi de décor à La Boum, Le Coeur des hommes, Coco Channel et même à la séquence finale d'Intouchables.

Avec La Mémoire dans la peau, Les Femmes de l'ombre ou Chéri de Stephen Frears, le Regina est un habitué du septième art.



- . Réservation de Taxi & Location de voiture
- . Réservation d'excursions
- . Baby-sitter sur appel
- . Contact avec le centre médical à proximité
- . Coffres-forts, service de blanchisserie
- . Cartes de crédits acceptées : Visa, MasterCard

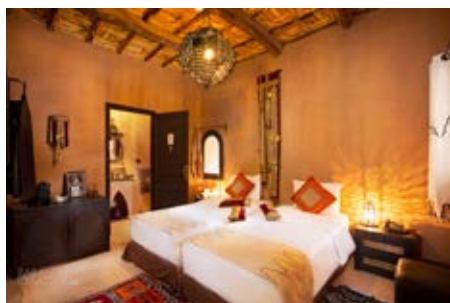
D'AUTRES LIEUX

«CINÉMATOGRAPHIQUES»

Riad Ksar Ighnda à Asfalou, près de Ouarzazate

C'est dans cet hôtel du Maroc qu'ont été tournées plusieurs scènes du film Indigènes qui revient sur les soldats





algériens et marocains envoyés en première ligne pour libérer la France de la domination nazie en 1943.

Le Rick's Café à Casablanca

Interprété principalement par Humphrey Bogart, Ingrid Bergman, Paul Henreid et Claude Rains, il se déroule pendant la Seconde Guerre mondiale dans la ville de Casablanca. Le "Rick's Café" est l'emblème du film qui pourtant n'a pas été tourné au Maroc, mais bien entièrement à Hollywood. A la suite de ce film, de nombreux visiteurs débarquaient à Casablanca, espérant

découvrir le fameux Rick's Café ! Ce n'est qu'en 2004, grâce à Bill Willis, et à la contribution de nombreux donateurs du monde entier, que le lieu sera rénové à l'identique de celui créé de toutes pièces à Hollywood pour les besoins du film... Le Cabaret-café reprend tous les éléments architecturaux du célèbre cabaret tenu dans le film par Humphrey Bogart : les arcades, les balcons, la grande porte d'entrée et la décoration intérieure.

La Mamounia à Marrakech

La Mamounia est un des plus grands

palaces du monde. C'est là qu'Alfred Hitchcock tourna plusieurs scènes de «L'homme qui en savait trop». Dans un Maroc sous domination coloniale française, un ressortissant américain, le docteur Ben Mc Kenna (James Stewart) en congé à l'hôtel Mamounia de Marrakech avec son épouse Jo (Doris Day) et son fils Hank, est témoin du meurtre d'un Français rencontré peu auparavant, qui lui révèle, au moment de mourir, un complot visant à assassiner à Londres un premier ministre étranger.



Demeures privées

De nombreuses demeures privées sont également le théâtre de tournage de films.

Exemple, L'Anniversaire de Diane Kurys qui a été tourné dans la somptueuse demeure de Marrakech du roi de la télé-réalité Raphaël Kessler.



PAROLES DE RESTAURATEURS :

LA RESTAURATION GAGNANTE 2016

Quels sont les leviers de croissance de la restauration commerciale d'aujourd'hui ?

Quelles sont les différentes typologies d'établissement et leurs attentes ?

Quels sont leurs points de force et leurs modes de gestion ?

Une étude unique partant de l'interrogation de 16 décideurs qui gagnent (grands chefs gastronomiques et patrons de chaînes) suivie d'une quantification auprès de 500 restaurateurs indépendants.

Une étude destinée aux directions générales et directions marketing de l'industrie agro-alimentaire, des distributeurs et des chaînes de restauration commerciale pour :

- Identifier le type d'offre (carte/ardoise, frais, local, fréquence de renouvellement ...) et les nouveaux services proposés aux clients
- Evaluer les méthodes efficaces pour attirer les clients (digital, réservation en ligne, promotions, ...)
- Connaître et comprendre les 7 profils de patron identifiés et leurs clés de succès (relations et attentes envers les fournisseurs, mode de management, type d'offre ...)
- Comprendre la restauration commerciale d'aujourd'hui et adapter vos stratégies.

Premiers enseignements clés issus de l'étude :

- La Restauration à table applique des recettes de la Restauration Rapide :
- 62% de la restauration gagnante propose un service en moins de 30 min.
- 62% des interviewés proposent au moins un service complémentaire en dehors de leur établissement (vente à emporter, livraison, service traiteur, vente à d'autres professionnels ...).



• Internet constitue une vitrine indispensable pour les établissements mais les restaurateurs restent prudents quant à l'utilisation des modes d'activation.

- 91% de la restauration gagnante est présente sur Internet, la visibilité en ligne est désormais un prérequis du succès.

- 33% ont mis en place un service de réservation en ligne.

- 12 % des interviewés pilotent leurs promotions et leur visibilité de manière dynamique en fonction de leur taux de remplissage.

• La restauration gagnante attend d'abord de ses fournisseurs un excellent sourcing et de la transparence.

- 97% de la restauration gagnante attend une prestation de sourcing de haute qualité avec un large choix de produits frais, locaux, d'exception ou de produits spécifiques.

- 51% des restaurateurs interviewés ont augmenté leurs achats de produits locaux.

Étude conduite en octobre 2015 par Food Service Vision avec les Editions de la RHF.

Une analyse complète des pratiques des restaurateurs :

- Quelle est l'offre proposée (thématisée ou diversifiée, courte ou large, ...) ? Quelle est la part du local et des produits frais dans leurs achats alimentaires ? A quelle fréquence renouvellent-ils leur offre ?

- Quels services sont pratiqués à date et ceux en développement (vente à emporter, service ultra-rapide, formules petit déjeuner, goûter, ...) ?

- Quelles sont les attentes envers leurs fournisseurs ?

- Quels sont les fournisseurs partenaires des restaurateurs ?

- Quels services proposer aux restaurateurs ? (aide au renouvellement



de la carte, produits sur-mesure, capacité à raconter une histoire autour des produits ...) ?

- Quels sont les modes de communication utilisés pour attirer des clients (réservation en ligne, promotions, page facebook, ...)

La méthodologie de l'enquête :

- Phase qualitative : 16 interviews approfondies confidentielles auprès de décideurs à succès (chefs gastronomiques, restaurateurs et dirigeants de chaîne) afin d'identifier leurs meilleures pratiques

- Phase quantitative

- Cible : 500 restaurateurs indépendants qui performant en France recrutés et triés en fonction de leur performance

- Échantillonnage : représentativité de la restauration avec service à table qui réussit

- Lecture des résultats par cible: Restaurants gastronomiques, Restaurants traditionnels à table et Brasseries

- Mode de recueil : questionnaire téléphonique de 20 minutes

- Terrain d'enquête : Octobre 2015

- Rapport : 150 pages

Pour commander ce rapport :

www.foodservicevision.fr

Prix : 9 800 € HT

Remerciements à «Le Chef»
le magazine des chefs de cuisine

Commerçants! pour une meilleure organisation

Voilà la solution..



SE-S400
SE-S3000

- Un design moderne et élégant idéal pour tous les types de commerce
- Toutes les informations disponibles d'un seul coup d'œil sur un grand écran LCD fonctionnel de 10 lignes
- Une flexibilité exceptionnelle : jusqu'à 3 000 articles/codes PLU pris en charge
- Une imprimante silencieuse et rapide à poste d'impression unique
- Intelligence et sécurité : configuration via un PC et sauvegarde sur carte SD
- Encombrement optimisé : deux tailles de tiroir caisse disponibles
- Excellente visibilité grâce au viseur client réglable
- Meilleure disponibilité des informations : impression de rubriques d'assistance pour les utilisateurs



TOP BUSINESS
الخدمات التجارية | الرقعة



CASIO
SYSTÈMES D'ENCAISSEMENT

القرض الفلاحي للمغرب في تضامن دائم مع الفلاحين

تنفيذا للتعليمات الملكية السامية ومواكبة لسياسة الحكومة، اتخذت مجموعة القرض الفلاحي للمغرب إجراء أوليا من أجل مساندة الفلاحين و مربى الماشية لتجاوز تأخر التساقطات المطرية و ذلك عبر ضخ مبلغ تمويل إضافي لهذا الموسم الفلاحي يناهز 1,5 مليار درهم سيخصص لـ :



- تسهيل و تشجيع توجه الفلاحين نحو
الزراعات الربيعية كالخضروات و الذرة
و عباد الشمس و غيرها؛



- تمكين مربى الماشية من شراء الأعلاف
و القيام بالعلاجات البيطرية للقطيع
و الزراعات الكلائية؛



- تمكين الفلاحين من العناية بالأشجار المثمرة
عبر عمليات الصيانة و عمليات السقي.

1.5 مليار درهم
غلاف قروض إضافي
لفائدة الفلاحين