Transformation structurelle du secteur agricole

Juillet - Août 2016 25MAD / 5€ / 6$ N° 69

RESAGRO
Le mensuel des décideurs

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

Spécial Été

Plein feu sur la crème glacée
Fruits tropicaux au Maroc
Les super-aliments
Recettes de cocktails

Glaces
Histoire et fabrication

Etude Mintel
Les nouveaux produits

COP22
Informations & événements

Depuis plus d'un demi siècle, MAMDA veille à préserver nos agriculteurs des aléas de la vie en couvrant leur santé et leur retraite, en assurant leurs récoltes, en protégeant leur cheptel et leurs outils de production.

MAMDA, plus de 50 ans au service des agriculteurs.

التعاضدية الفلاحية
mamda

Numéro gratuit Spécial Indemnisation 0800 000 002

Alexandre Delalonde
Directeur de publication

Claude Vieillard
Responsable de rédaction

Service commercial
contact@resagro.com
Tél. : (+212) 522 24 22 00
(+212) 672 22 76 10
(+212) 672 22 76 58

Yves Hazette
Consultant publicitaire
(+212) 672 70 42 08
yves.resagro@gmail.com

Safia Ouakil
Directrice administrative et financière

Mohamed El Allali
Directeur artistique / Chef de projets web

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

Fanny Poun
Correspondante anglophone
fanny@resagro.com

Laetitia Saint-Maur
Correspondante hispanophone
laetitia@resagro.com

Ont collaboré à ce numéro :
Noureddine Malak
Jean Duflot

Imprimeur
Imprimerie 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°69

Le mois d'août est le mois privilégié des vacances.
La plupart choisissent cette période pour voyager. Que ce soit au Maroc où à l'étranger, les marocains partiront. C'est d'ailleurs le marché national qui sauve nos chiffres peu encourageants du tourisme avec, cette année encore, des villes privilégiées comme Agadir ou des régions comme la côte méditerranéenne.
Tant que la conjoncture internationale ne sera pas plus clémente, le tourisme au Maroc sera très pénalisé.
Heureusement que les MRE seront encore en nombre cette année pour soutenir notre économie et remplir les hôtels et restaurants. Au 17 juillet 176.000 MRE avaient déjà rejoint le Maroc.
Août devrait être propice à beaucoup d'autres arrivées.
C'est dans cet esprit de vacances que Resagro vous propose plusieurs dossiers estivaux comme l'histoire et la fabrication des glaces. Magazine professionnel oblige, nous nous sommes aussi attardés sur les vitrines réfrigérées pour mettre en avant vos produits.
Les cocktails sont aussi à l'honneur avec quelques recettes très populaires.
Une enquête éditée par jevoyage.ma et intitulée : «Où partiront les marocains cet été?» vous est également proposée.
Côté agroalimentaire nous vous laissons découvrir un focus sur les fruits tropicaux et sur la nouvelle tendance des «super aliments».
Enfin, nous nous attarderons sur les dernières informations et événements liés à la COP22.

Toute la rédaction se joint à moi pour vous souhaitez de bonnes vacances et vous donne rendez-vous pour son numéro de rentrée spécial CFIA.

Bonne lecture!

Alexandre DELALONDE

Sommaire

RESAGRO Le mensuel des décideurs 69

Périscope

Dar Al Moukawil 06
APM Terminals Tangier 12
14

Agroalimentaire

Nouveaux produits 16
Transformation structurelle du secteur agricole 18
Fruits tropicaux au Maroc 22

Environnement

COP 22 : Informations et événements 26

Solutions

Nouveaux matériels 30
Histoire et fabrication des glaces 32
Les vitrines réfrigérées 36
Les super aliments 38

Le cahier HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

Spécial cocktails 42
Les news 44
Où partiront les marocains cet été? 50
L'expérience client en hôtel 54
SIAL Paris 58
EquipHotel 2016 60
Radisson Blu Marrakech 66
Le Boca Chica 66

RESAGRO
Le mensuel des décideurs

SAMSUNG

RÉVOLUTIONNEZ
VOTRE EXPÉRIENCE DE LECTURE

SAMSUNG
Galaxy

Vos magazines préférés à portée de main avec Papergarden exclusivement sur Samsung Galaxy Apps

Disponible sur Papergarden

BANQUE

EUROMONEY AWARDS

Lors des « Euromoney Awards for Excellence » Attijariwafa bank vient d'être désignée « Meilleure Banque au Maroc en 2016 » par le prestigieux magazine Euromoney, magazine de référence des marchés financiers du monde depuis 1992, qui traite avec les établissements prestigieux de la finance.
Cette distinction consacre l'excellence d'Attijariwafa bank. Les critères retenus, et qui ont porté sur le podium Attijariwafa bank, sont : la bonne conduite, l'innovation et l'élan sur les marchés dans lesquels le Groupe excelle.
Tous les Prix décernés ont un thème central - ils récompensent, en effet, des Institutions qui démontrent un leadership, de l'innovation et donnent de l'élan aux marchés dans lesquels elles impulsent une dynamique de croissance soutenue. Les banques sont invitées à soumettre leurs références pour les Prix qui, après analyses et entretiens, sont attribués par un comité de journalistes seniors d'Euromoney présidé par l'éditeur du magazine, Clive Horwood.

SANTE

QNET DÉVOILE EDG3

QNET, Société leader de vente directe en Asie, lance le EDG3, un complément en poudre avec des arômes de baies des bois qui renforce le système immunitaire, la récupération et la performance d'une peau radieuse et saine tout en régénérant les cellules de la peau de l'intérieur.
EDG3 apporte les acides aminés précurseurs indispensables (glycine, cystéine et glutamine) dont le corps a besoin pour produire du Glutathion (GSH) pour une utilisation optimale. Le Glutathion joue un rôle central dans la cellule et la protège des bactéries, virus, polluants, radicaux libres et les propres déchets des cellules.
Khaled Diab, Directeur Général Régional de QNET MENA affirme que "EDG3 peut donner un coup de pouce au désir de vivre une vie saine et active. Il nourrit les cellules de l'intérieur, et rayonne à l'extérieur, vous donnant l'énergie de la jeunesse et une peau éclatante de santé. Il assure une nouvelle force radicale du système immunitaire, délivre des phyto-nutriments qui prolongent votre santé et votre vitalité."

www.qnet.ae

EAU

UN DON DE LA FAE

La Facilité Africaine de l'Eau (FAE), qui soutient l'amélioration du service d'alimentation en eau potable au Maroc, vient d'approuver un don de 815.100 euros, dont bénéficieront près de 390 000 personnes réparties sur 31 communes, grâce aux projets d'El Borouj, de Larache Nord et de Safi Ouest, dans le nord du pays.
Grâce au modèle de sous-traitance adopté, les petites et moyennes entreprises du Maroc interviendront dans l'exploitation et la maintenance des ouvrages d'alimentation en eau potable et dans l'extension des réseaux de distribution en milieu rural. « Nous escomptons plusieurs effets de ce projet, a déclaré Mohamed El Azizi, directeur de la Facilité africaine de l'eau. Tout d'abord que les services d'alimentation en eau potable soient améliorés, grâce à la mobilisation du secteur privé qui gérera dans ces trois secteurs les réseaux d'eau potable en milieu rural, mais aussi qu'un modèle de contrat opérationnel soit établi et répliqué à de nombreuses zones rurales au Maroc. Ce projet pilote permettra encore de tirer des leçons pour de nombreux pays en Afrique où l'entretien des réseaux d'eau potable en zone rurale est problématique. Nous comptons créer 230 emplois sur l'ensemble des trois sites, 2 500 avec la réplication du modèle à une dizaine d'autres zones. »
Source : Groupe de la Banque africaine de développement (BAD)

RENCONTRES

CLUB AFRIQUE DÉVELOPPEMENT

Dans le cadre du cycle des Rencontres du Club Afrique Développement, le Club Afrique Développement et la Société Ivoirienne de Banque ont organisé une conférence autour du thème « Commerce intra-africain : leviers d'accélération de l'intégration régionale », animée par Monsieur Jean Louis Billon, Ministre du Commerce de la République de Côte d'Ivoire aux côtés de Madame Moono Mupotola, Directrice de l'intégration régionale à la Banque Africaine de Développement.
Devant un parterre de chefs d'entreprises, de représentants du monde économique et des médias, les intervenants ont adressé les enjeux d'une problématique fondamentale pour le continent et la création de valeurs, en l'occurrence la création d'emplois.
Ainsi Monsieur le Ministre Jean Louis Billon a-t-il évoqué les leviers d'accélération au commerce intra-africain.
Madame Mupotola, a, quant à elle, insisté sur les défis et opportunités se présentant au continent mettant en avant les piliers de la stratégie de la Banque Africaine de Développement, les « high 5 »: Electrifier, Nourrir, Industrialiser, Intégrer le continent et Améliorer la qualité de vie des Africains (Santé et Education en priorité).
Le Directeur Général de la SIB, Monsieur Daouda Coulibaly a réitéré l'engagement de la banque et à travers, le secteur privé, de poursuivre la concrétisation d'opportunités de coopération intra-africaine.

Photo : de gauche à droite :
- M.Daouda Coulibaly, Directeur Général du Club Afrique Développement
- Mme Moono Mupotola, Directrice de l'intégration régionale à la Banque Africaine de Développement
- M. Jean Louis Billon, Ministre du Commerce de la République de Côte d'Ivoire
- Mme Mouna Kadiri, Directeur du Club Afrique Développement

Votre badge gratuit avec le code G12114 sur www.all4pack.fr

COMEXPOSIUM

www.all4pack.fr

#ALL4PACK2016

DISCOUNTER

1ère OUVERTURE DE LEADER PRICE

C'est début juin que Leader Price a ouvert son premier magasin à Casablanca. L'enseigne promet cinquante points de vente en cinq ans et que 40% des produits référencés au Maroc viendront du sourcing local. Les positionnements sont les suivants : ce sera la seule enseigne dont la marque sera distribuée dans le magasin et qui constituera une part non négligeable de la gamme qui va être vendue. Ensuite, Leader Price se situera dans le soft discount, c'est à dire une gamme intermédiaire entre le hard discount et le haut de gamme. Et enfin, le discounter aura une politique de diversification de l'offre avec un prix optimum.

LABEL HALAL

POUR McDONALD'S

Les auditeurs (religieux et qualité) de l'institut Marocain de Normalisation IMANOR certifient l'abattoir qui fournit la viande des produits poulet de McDonald's Maroc et lui octroie son Label Halal. Suite à l'audit de cet abattoir, effectué en Mai 2016, les instances ont constaté que l'abattoir produisait bien exclusivement de la viande de poulet Halal, le respect strict des exigences de l'abattage rituel musulman, l'abattage manuel et individuel pour chaque animal et la présence impérative des superviseurs musulmans de l'organisme certificateur lors de chaque production ...
Cette nouvelle certification s'inscrit dans la politique de transparence de McDonald's Maroc qui a décidé d'hausser la barre encore une fois en ouvrant toutes les portes de son écosystème d'approvisionnement à l'Institut Marocain de Normalisation IMANOR afin de valider ses systèmes Halal et Qualité pour toutes ses filières alimentaires, en place depuis 1992 et d'attester de leur conformité à la norme marocaine relative aux produits Halal.

www.mcdonalds.ma

CFIA

250 ENTREPRISES ATTENDUES

Organisée par la Chambre française de commerce et d'industrie du Maroc (cfcim), en collaboration avec le Cabinet Aska international, la 5ème édition du Carrefour des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire (CFIA) va permettre à plus de 250 entreprises sénégalaises exposantes d'accueillir près de 5 000 visiteurs professionnels issus de 27 pays dont les acteurs majeurs de la filière agroalimentaire, autour des thèmes de l'équipement et des procédés, des emballages et conditionnements, des ingrédients et produits alimentaires intermédiaires, de l'hygiène et de la qualité, du stockage et de la manutention.
L'objectif, selon les initiateurs, est de favoriser les courants d'affaires grâce à des rencontres B to B (gagnant-gagnant) fournisseurs/industriels afin d'apporter de vraies réponses qualitatives et pertinentes.
Avec un chiffre d'affaires de production alimentaire estimé à près de 13 millions d'euros (environ 8 450 000 000 milliards de francs CFA), soit un bond de 63% en 10 ans, le Maroc souhaite ainsi profiter de cette dynamique pour intensifier les relations d'affaires avec les acteurs de l'industrie agroalimentaire sénégalaise, dont la présence est vivement attendue à ce carrefour.

Du 27 au 29 septembre
Centre international des conférences et d'expositions de Casablanca

EVENEMENT

AFRICA AGRI FORUM

La troisième édition d'Afrique Agri Forum aura lieu à Abidjan en novembre prochain. Le thème sera: «l'avenir agricole est dans le durable».
Plus de 25 intervenants, 20 pays représentés, 300 professionnels. Une plateforme B2B incontournable de networkin,g dans le secteur agricole en Afrique qui permettra de cerner les défis d'une agriculture durable dans la région.

24 et 25 novembre - Abidjan
Informations : klaraqui@sp.ma

BANQUE

SOLUTION POUR LES TPE

Soutenant les initiatives étatiques visant à encourager l'entrepreneuriat et la création d'entreprises, Visa et Attijariwafa bank ont conçu des solutions monétiques uniques destinées aux autoentrepreneurs en particulier et aux TPE en général, afin de leur permettre de mieux gérer leurs dépenses. professionnelles.
Ainsi, la gamme de cartes Entreprises exclusivement dédiée à la TPE érigée en personne morale et composée des deux cartes Rasmali Entreprise et Rasmali Voyage pour les TPE lancées en mars 2016, a été complétée par la nouvelle carte Rasmali Auto-Entrepreneur spécialement conçue pour les auto-entrepreneurs et disponible à partir depuis le mois de mai.
Ces deux offres garantissent une meilleure rationalisation des dépenses liées à l'activité professionnelle et propose des déclinaisons surmesure qui répondent aux besoins des TPE et des autoentrepreneurs à la recherche d'une meilleure maîtrise de leurs frais.

www.attijariwafabank.com

COLLOQUE

INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES

Le colloque international organisé à Guelmim par l'Association Ribat Al-Fath pour le développement durable et la Faculté des sciences de l'Université Ibn Zohr d'Agadir avait pour thème «Les industries agroalimentaires : un levier de développement durable dans les provinces du Sud», En partenariat avec l'Association girondine de recherche, d'échanges et de perfectionnement de Bordeaux, visait la promotion de l'agroalimentaire en tant que secteur jouant un rôle capital dans les stratégies de développement des provinces du Sud, la promotion de la recherche et l'innovation comme moyen de développement du secteur de l'agroalimentaire, et le développement de la coopération maroco-française, à travers la collaboration entre les entreprises et les institutions de formation et de recherche. Il est apparu que ce secteur très prometteur devrait avoir des effets directs sur le PIB national et en matière d'emplois au profit des jeunes issus des provinces du sud du Royaume.

SALON

SIAB 2016

Du 9 au 12 novembre 2016, la 1ère édition du SIAB Expo Maroc ouvre ses portes aux professionnels de l'alimentation et des boissons au Maroc comme à l'étranger. L'occasion de déguster leurs produits et vous présenter leur dernière nouveauté. Avec plus de 10.000 visiteurs professionnels attendus, le SIAB Expo Maroc vise à être le 1er événement professionnel international dédié à l'industrie alimentaire et les boissons en Afrique et au Maroc, mais également la 1ère plateforme d'échange promouvant les dernières tendances et les innovations du marché. Un rendez-vous annuel "B to B" incontournable pour rencontrer de nouveaux clients et fournisseurs SIAB Expo Maroc organisera également pendant 4 jours des ateliers destinés à tous les professionnels du secteur. Ces derniers permettront de présenter les avantages économiques de l'industrie alimentaire, de partager des expériences sur des sujets ciblés en fonction de vos centres d'intérêt, et de répondre à vos questions pratiques.

Du 9 au 12 novembre 2016 - Office des changes - Casablanca

PERSPECTIVES

LA FILIÈRE OLÉAGINEUSE

En marge du SIAM, la Fédération interprofessionnelle des oléagineux (FOLEA) a organisé une table ronde sous le thème « Bilan et perspectives de la filière oléagineuse». La rencontre a réuni l'ensemble des acteurs de la filière, privés et publics, ce qui a permis de faire le point sur les réalisations depuis la signature du contrat-programme de la filière en 2013.

La production des oléagineux est passée de 2.800 tonnes en 2012 à 22.500 tonnes en 2015. Pour l'année en cours, la FOLEA table sur une récolte avoisinant les 45.000 tonnes. En se basant sur cette tendance haussière, les acteurs de la filière se fixent pour objectif, à l'horizon 2020, une moyenne de 18 q/ha pour le tournesol, et 20 q/ha pour le colza. Ce qui permettra d'atteindre des volumes de 150 000 tonnes de graines de tournesol et de 82 000 tonnes de graines de colza, soit une production totale de 95 000 tonnes d'huile brute. Cette production devrait couvrir 20% de la consommation nationale en réduisant la dépense en devise, relative aux importations de tourteaux et d'huile, estimée à 8 milliards de dirhams par an.

TANGER-MED

INAUGURATION DU 1er ENTREPOT FRIGORIFIQUE

Le premier entrepôt frigorifique du port Tanger-Med a été inauguré au port de Tanger Med.
Baptisé Friopuerto, c'est une création innovante qui permettra de stocker les produits agricoles ou autre fruits de mer frais ou surgelés.
Cet entrepôt vise à encourager les exportateurs marocains de produits agricoles, alimentaires et de la pêche, à renforcer leur position sur les marchés internationaux, à répondre aux besoins des marchés étrangers et à renforcer la compétitivité de l'économie nationale.
Sa cérémonie d'inauguration s'est déroulée en présence des Ministres de l'agriculture et des transports, ainsi que des ambassadeurs espagnol et américain.

SALON

ALIMENTARIA

Pour son quarantième anniversaire, le salon Alimentaria a réuni 3.800 exposants et 140.000 visiteurs, dont 35% d'étrangers.
L'innovation était à l'honneur au sein d'un espace baptisé «the Alimentaria Hub», où pas moins de 230 produits alimentaires et boissons étaient exposés. Sur ce panel, les prix Innoval ont récompensé dix entreprises (Nestlé en a obtenu quatre, Bodegas Sanviver en a reçu trois). La remise des prix a eu lieu le deuxième jour du salon.
Parmi les produits primés : des barres de chocolat et une boisson chocolatée prête à boire, une bouteille d'eau minérale pour enfant, un mini- format de crème glacée, une gamme de saucisses sans viande, un morceau d'agneau facile et rapide à rôtir, du vinaigre balsamique sphérifié, une gamme de plats végétariens, un agent purifiant à base d'artichaut bio et des champignons en poches 100% naturels.

Voir détails dans notre rubrique Nouveaux Produits.
www.alimentaria-bcn.com

LubrinaMaroc

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

JAX
LubrinaMaroc
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

Dar Al Moukawil Attijariwafa

Une plateforme dédiée à l'accompagnement des petites entreprises

Fidèle à son engagement d'accompagner le développement des petites entreprises, Attijariwafa bank lance les services de Dar Al Moukawil, première plateforme web dédiée à l'accompagnement des petites entreprises. Cette nouvelle plateforme donne accès à des formations et des informations dans tous les domaines liés à l'entrepreneuriat, mais aussi à des mises en relation avec des partenaires potentiels et des experts.

Le concept Dar Al Moukawil répond concrètement aux attentes des petites entreprises en matière d'accompagnement afin de leur permettre d'atteindre des paliers supérieurs de développement, d'élargir leurs perspectives et de s'ouvrir sur de nouvelles opportunités.

Il s'agit d'un service non financier exclusif, totalement gratuit, complet et très riche en contenu, proposant :

- de l'information utile et actualisée en permanence sur tous les sujets qui préoccupent les entrepreneurs ;
- de la formation thématique quotidienne dans les domaines qui concernent l'entreprise ;

Les services proposés sur daralmoukawil.com ne se limiteront pas qu'au Web. En effet, ils seront disponibles et relayés dans l'ensemble des Centres TPE de la banque et plus tard, dans les nouveaux centres Dar Al Moukawil pour offrir aux TPE un accompagnement spécifique et sur-mesure par des conseillers dédiés, dans un esprit de proximité, d'écoute et de conseil.

- des conseils pour la création et le développement des petites entreprises
- de la mise en relation, permettant de rencontrer des partenaires potentiels et des experts, et leur offrir la possibilité d'évoluer dans un écosystème à grande valeur ajoutée pour l'activité de l'entreprise.

Une vaste base de données de vidéos, documents, modèles, guides, cours en lignes et webinaires continuellement enrichie, est désormais gracieusement mise à la disposition des petites entreprises sur daralmoukawil.com pour leur permettre de réussir leurs challenges.

Conscient du potentiel important que représentent les petites entreprises pour l'économie nationale, Attijariwafa bank réaffirme à travers cette nouvelle initiative et les diverses actions déjà entreprises, sa volonté de contribuer activement à l'accélération du développement des TPE et au renforcement de leur rôle dans le tissu économique marocain, ainsi qu'au développement de l'esprit d'entreprendre.

L'engagement d'Attijariwafa bank aux côtés des TPE traduit par le slogan « ana maâk », symbole de la volonté du Groupe d'accélérer le développement des TPE et leur offrir le meilleur service, s'enrichit aujourd'hui d'une preuve supplémentaire de soutien et d'engagement.

Les patrons de TPE mettent la multiplicité de tâches au rang de premier frein à leur développement. Des tâches majoritairement non maîtrisées et donc un besoin fort en accompagnement.

Ouverture du Premier Centre Dar Al Moukawil en Octobre 2016.
Couvrir l'ensemble du territoire national à l'horizon 2017

NOOR

UN MODELE POUR D'AUTRES AFRICAINS

Tunisie, 23 July 2016 / PRN Africa / A cette occasion, le Président Adesina a salué la vision de Sa Majesté le Roi Mohammed VI qui, dès 2009, a priorisé l'énergie solaire dans le modèle énergétique marocain à travers le lancement du programme solaire ''NOOR'. Développé dans le cadre d'une approche holistique qui accorde une grande importance au développement local, ce projet vise à développer 2000 mégawatts de capacités de production d'énergie électrique à l'horizon 2020, avec un coût total de 9 milliards de dollars.

Lors des entretiens avec la direction de l'agence marocaine pour l'énergie durable (MASEN) représentée par M. Moustapha Bakkoury, le président de la BAD a salué la mise en service en janvier 2016 de la centrale NOOR1 avec une puissance installée de 160 mégawatts. Il s'est ensuite félicité de l'avancement des travaux de construction des sites NOOR II (200 MW) et NOOR III (150 MW) et dont la mise en exploitation en 2017 portera la capacité totale du complexe NOOR-Ouarzazate à 510 mégawatts.

Adesina a ensuite souligné que la coopération entre la BAD et MASEN a démarré en 2010, soit quelques mois seulement après la création de cette entité. Il a par ailleurs précisé l'engagement financier de la Banque qui s'élève à un total de 397 millions d'Euros. La BAD a été le premier contributeur financier de la centrale NOOR I, avec 28% du coût total d'investissement.

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

CONVENTION

UN PARTENARIAT FRUCTUEUX

A Libreville. Encore méconnue au Gabon il y a quelques années, la RSE est un enjeu de société pour lequel de nombreux acteurs se mobilisent. L'Union gabonaise de banque (UGB) est passée de la parole à l'acte en signant avec JA Gabon une convention de partenariat afin de soutenir l'apprentissage de l'entreprenariat auprès de la jeunesse gabonaise et en aidant les jeunes entrepreneurs à développer leur projet.

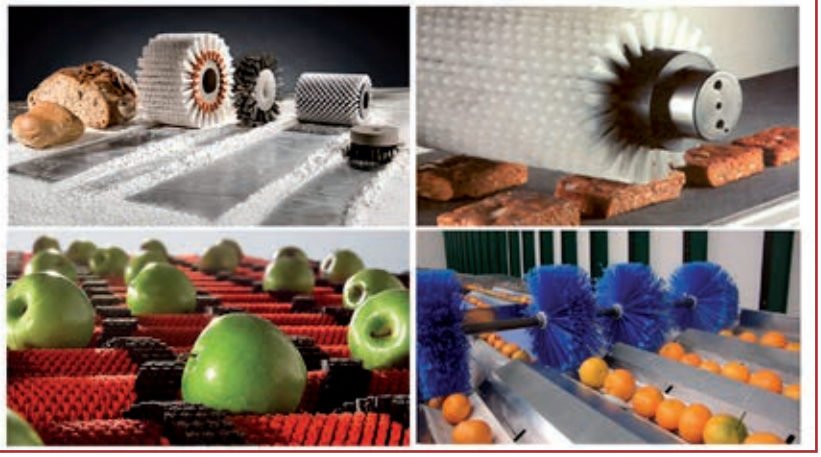
Ce protocole d'accord scelle et pérennise une relation entamée il y a longtemps entre le groupe Attijariwafa bank et Junior Achievement au Maroc. Cette fois, UGB va financer à hauteur de 30 millions de FCFA le programme Young Enterprise Project destiné aux étudiants, ainsi que Startup Programme destiné aux entrepreneurs en incubation à JA.

Photo : Mme Radia Garrigues, Directrice Exécutive de JA Gabon et M.Abdelaziz Yaaqoubi, Directeur Général d'UGB Gabon

Genesco
Brosserie Industrielle, Matériel de nettoyage & Environnement

FABRICANT DE TOUS TYPES DE BROSSES POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

81, RUE IFNI - 20300 - CASABLANCA
TÉL.: 05 22 31 42 34 / 44 34 37 - FAX: 05 22 31 52 98
EMAIL: GENESCO@GENESCO.MA
SITEWEB: WWW.GENESCO.MA



APM Terminals Tangier innove pour le climat

APM Terminals Tangier, l'opérateur leader du port Tanger Med, a présenté ses solutions en faveur du climat à l'occasion de la MEDCOP Climat qui s'est tenue à Tanger les 18 et 19 juillet 2016.

Depuis le démarrage de ses activités en 2007, le terminal a été conçu de manière éco-responsable pour réduire son impact sur l'environnement. L'entreprise n'a cessé depuis lors d'innover en développant de nombreux projets verts visant à réduire ses émissions de gaz à effet de serre et à optimiser ses dépenses énergétiques.

Un terminal pensé dès sa conception pour réduire son impact sur l'environnement

APM Terminals Tangier s'est placé d'emblée dans une démarche durable en concevant ses infrastructures de manière responsable, en intégrant des solutions écologiques et en mettant en place des indicateurs de performance environnementale.

Le terminal été conçu de manière à éviter les fuites dans le bassin. En cas de fuite accidentelle, des valves permettent rapidement d'empêcher tout déversement de produits dangereux dans la mer.

Le terminal a par ailleurs fait le choix dès le départ d'acquérir des RTG (portiques sur roues) munis d'un moteur innovant et de filtres permettant de minimiser les émissions de CO2. Ce choix permet au terminal de réduire les émissions de CO2 de 146 000 tonnes par an.

L'opérateur a également initié le remplacement des ampoules traditionnelles sur l'ensemble du terminal, en commençant par les équipements. L'objectif est d'équiper à terme l'ensemble du site, y compris les bâtiments. Cette politique permet aujourd'hui au terminal de réduire ses émissions de 78 tonnes de CO2 par an.

Des projets greens innovants

APM Terminals Tangier a mis en place des projets green innovants pour réduire davantage son impact sur l'environnement. L'optimisation de process opérationnels a permis de réduire ses émissions de CO2 de 57 tonnes par an, notamment grâce aux projets Dual Cycling et Twin Lift qui améliorent en même temps la productivité du terminal et allongent la durée de vie des équipements.

La production d'eau chaude grâce à l'énergie solaire est également un projet pilote récent initié par le terminal qui devrait permettre l'économie de 294 MWH et de 154 tonnes d'émission de CO2 par an.

L'opérateur a également allongé la durée de vie des pneus utilisés sur les équipements, réduisant ainsi les déchets produits par le terminal.

Le terminal participe dans un autre registre au recyclage des huiles usagées qui sont réutilisées dans les cimenteries. 100 tonnes de déchets sont ainsi recyclées par an.

Une politique de sensibilisation tournée vers l'extérieur

APM TerminalsTangier contribue à la sensibilisation de ses employés, de ses partenaires et des communautés locales en menant des actions de proximité sur l'importance du développement durable.

Le terminal organise chaque année une journée dédiée à l'environnement. L'occasion de faire le point sur les performances de l'opérateur et de sensibiliser ses employés et partenaires sur les bonnes pratiques, à travers des ateliers en partenariat avec des ONG.

Le terminal a par ailleurs pris en charge depuis 2015 la mise à niveau et l'entretien de la plage de Oued Aliane, à proximité de Tanger, dans le cadre du programme national Plages Propres. Un investissement conséquent qui a permis à la plage d'obtenir le label Pavillon Bleu à l'été 2016.

L'opérateur mène également une politique d'achat responsable en faisant le choix de collaborer uniquement avec des prestataires de service adoptant une culture en conformité avec la politique environnementale de l'opérateur.

Pour rappel, APM Terminals Tangier est labellisé RSE par la CGEM et est certifié ISO 14001 par Bureau Veritas pour la gestion de l'environnement.

AGRICULTURE

LE BIO EN POUPE

Inscrit dans une démarche du respect de l'environnement, le Maroc se joint aux tendances mondiales se préoccupant de la nature de la nutrition, et décide de définir un contrat-programme pour l'agriculture bio.
Ainsi, un montant de 1,1 milliard de dirhams a été alloué pour développer l'agriculture axée vers un mode de production respectant les normes environnementales, le bien-être animal et la biodiversité. Les objectifs ciblés se résument en la réalisation de 400.000 tonnes en production végétale et 8.500 de produits d'origine animale d'ici 2020. Ce qui permettrait la création de 35.000 emplois et l'export de 60.000 tonnes pour un chiffre d'affaires de 800 millions de DH..
Aujourd'hui, l'agriculture biologique au Maroc est cultivée sur une superficie qui avoisine les 7.400 ha pour une production de l'ordre de 75.000 tonnes, dont 12.000 exportées en 2015.

ONSSA

PRIX NATIONAL DE LA QUALITE

L'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) a obtenu le prix national de la qualité au titre de l'année 2015 pour la catégorie «Grands Organismes de Service», remis par le Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie Numérique.
Ce prix initié par ce Ministère depuis plus d'une dizaine d'années, récompense annuellement les entreprises et organismes qui se sont distingués par la mise en place d'un système de management performant.
Suite aux résultats des évaluations sur dossier et sur site, la commission d'experts chargée de l'évaluation a jugé que la démarche qualité mise en œuvre par l'ONSSA au sein de ses structures répond aux critères et normes nationales en la matière.
Cette distinction vient récompenser les efforts déployés par l'ONSSA depuis sa création en 2010, pour assurer d'une manière continue l'amélioration de la qualité de ses prestations et faire de l'Office un organisme performant, fiable et crédible vis-à-vis de ses clients, ses prestataires ainsi que des pays tiers et des consommateurs.

www.onssa.gov.ma

LES 10 NOUVEAUTÉS PRIMÉES À ALIMENTARIA 2016

Catégorie meilleure innovation internationale.

Limburg

La marque a été retenue pour son Ecopouch, une gamme de champignons emballés et cuits dans leur propre jus sans additif ni sel.

Catégorie Alimentation sèche, déshydratées, conserves et semi-conserves.

Aneto Natural

Lancement d'un bouillon d'artichaut fabriqué à partir d'ingrédients frais et biologiques et sans sel.

Prix de la catégorie Pains, snacks et confiserie et Prix de la catégorie Tendance plaisir.

Nestlé

«Les recettes de la chocolaterie» de Nestlé, des tablettes de chocolat «à l'air artisanal», qui font la part belle aux ingrédients nobles : amandes et noisettes accompagnées de raisins, groseilles ou myrtilles proposées sur des bases chocolat noir ou au lait.

Catégorie Huiles, vinaigres et condiments.

Eurocaviar

Prix pour mes perles de vinaigre balsamique, des sphérifications de vinaigre de Modène (sans gluten).

Catégorie Viande et Produits carnés.

Moralejo Selección

Innovation pour le concept de barbecue facile (« asado »), décliné en une gamme de produits à cuire au four, en deux fois moins de temps qu'un asado traditionnel.

Catégorie « Tendance santé ».

Noel Alimentaria

Développement d'une gamme de saucisses sans viande, qui se sert de blanc d'œuf comme base protéique, idéale pour les végétariens. A l'instar du Salami Veggie 0% viande, sans colorant, sans gluten et sans lactose.

Catégorie glaces et surgelés

Nestlé

Mini-glaces Gold 6x60 ml aux feuilles croquantes de chocolat.

Catégorie Vins et spiritueux - Prix Retail et Prix distribution RHF.

Bodegas Sanviver

Un prix pour son Vermouth écologique baptisé Zarro, dont une édition limitée, Zarro Unico, élaborée à partir des meilleurs vermouths et une sélection d'herbes aromatiques macérées et infusées en barriques.

Catégorie Produits lactés et dérivés - Tendance praticité

Calidad Pascual et Idilia Foods

Nouveauté primée pour le Cola Cao Shake, une boisson au chocolat prête à boire. Elle se conserve à température ambiante, et peut se déguster froide ou réchauffée au micro-ondes. Elle est aussi disponible en version 0% de matière grasse et sans sucres ajoutés.

Catégorie eaux, boissons rafraîchissantes et bières - Prix Canal vente d'impulsion.

Aguas Font Vella y Lanjarón (groupe Danone)

Une nouveauté avec ces bouteilles d'eau minérale aux étiquettes attractives pour les enfants de 4 à 11 ans.

Secteur agricole

La transformation structurelle continue

Après deux décennies marquées par une croissance faible et erratique, la trajectoire du modèle de développement au Maroc s'est inscrite, au cours de cette dernière décennie, dans un schéma porteur d'une croissance soutenue et moins volatile, fruit de la diversification de la base productive et de la tertiairisation croissante de l'économie nationale.

En effet, les différentes stratégies sectorielles lancées au cours de ces dernières années ont induit progressivement des modifications profondes de la structure économique et une modernisation du tissu productif national. Un des faits marquants de la mutation progressive de l'économie marocaine est le processus de sa tertiarisation croissante avec une part de 60% de la valeur ajoutée totale en 2014 contre 52,8% en moyenne dans les années 80, soit un gain de 7,2 points, grâce aux grandes réformes engagées, principalement, dans les secteur des NTIC, du secteur bancaire, des services rendus aux entreprises...

De même, la mutation structurelle du secteur agricole impulsée par le Plan Maroc Vert a changé le profil de la croissance de la valeur ajoutée agricole marquée, désormais, par une faible volatilité, suite à la forte progression de la contribution des spéculations agricoles à forte valeur ajoutée au détriment de la part de la céréaliculture.

Reconfiguration structurelle agricole

Depuis le début des années 2000, l'agriculture marocaine connait une profonde mutation de la structure de sa production avec une tendance forte vers la réduction de la volatilité de ses performances. Cette dynamique a été davantage renforcée à travers l'adoption du Plan Maroc Vert qui a eu le mérite, depuis son lancement en 2008, non seulement de poursuivre et d'approfondir la reconfiguration structurelle du secteur agricole national, mais d'asseoir une vision ambitieuse et inclusive du développement agricole couvrant les différentes catégories d'acteurs de la chaine de valeur en relation avec l'agriculture aux niveaux national et régional.

L'avènement du PMV a, en effet, généré un dynamisme probant du secteur avec, notamment, une multiplication des investissements agricoles (privés et publics) par 1,7 entre 2008 et 2014 et une amélioration significative de la valeur ajoutée agricole avec un taux de croissance annuelle moyen de l'ordre de +6,7% (selon la base 2007) pour la même période contre +3,9% pour le reste de l'économie nationale. Cet essor a été constaté pour l'ensemble des filières agricoles dont, en particulier, les agrumes (amélioration de leur production de +79,9% en moyenne annuelle sur la même période), l'olivier (+105,5%) et les viandes rouges (dépassement de près 11,1% de l'objectif fixé en 2014).

Ces réalisations ont contribué à la consolidation du nouveau profil de la croissance de la valeur ajoutée agricole qui est désormais marqué par une faible volatilité avec une diminution de l'écart-type de cette dernière de près de 60% entre les deux périodes 1990-1999 et 2000-2014. Cette résilience du secteur à l'égard des aléas climatiques a été davantage renforcée grâce aux efforts engagés dans le cadre du PMV dans le sens de l'augmentation des plantations à fortes valeur ajoutée de l'ordre de 37%, permettant un renforcement des filières plus résistantes à la sécheresse au détriment des céréales. En effet, une régression du poids de la céréaliculture dans la valeur ajoutée agricole à des niveaux nettement plus bas que ceux enregistrés dans le passé (ramené à 19% après 30%) a été constatée, contrastant avec la place désormais

Un secteur clé de l'économie marocaine

L'agriculture occupe une place de premier rang dans l'économie marocaine, représentant entre 13 % et 15 % du PIB selon les années.

Le pays, soumis à des influences climatiques diverses (méditerranéennes, atlantiques, arides), dispose d'un riche éventail de produits régionaux.

L'évolution du PIB agricole (PIBA) est en hausse constante. Il se positionne aujourd'hui au desssus du seuil des 10,8 Md EUR, contre 6,9 Md EUR en 2008.

Le secteur agricole emploie 40 % de la population active (jusqu'à 80 % en milieu rural) et constitue le premier pourvoyeur d'emploi du pays avec plus de 4 millions d'emplois.

Le Maroc améliore progressivement son autosuffisance alimentaire pour certaines denrées. Ainsi le pays assure 100 % de ses besoins en viandes, fruits et légumes et de ses besoins en lait, 60 % en céréales et 50 % en sucre.

Le Maroc dispose d'une surface agricole utile (SAU) de 8 M d'hectares, contre 450 000 en 2008.
65 % de la surface agricole utile (SAU) sont dédiés à la culture des céréales et des fourrages.
80 % des exploitations ont une superficie inférieure à 5 hectares et 15 % des terres sont irriguées.
Le taux de mécanisation des exploitations s'élève à environ 47 %. Le Maroc ne produit que très peu d'équipement agricole, les machines utilisées sont essentiellement importées.

prépondérante des productions à fortes productivité et valeur ajoutée (élevage : 27,7% de la VAA ; arboriculture : 22,5% et cultures maraîchères : 18,9%) dans les performances du secteur agricole.
Cette orientation a été, également, renforcée par l'amélioration de la valorisation des ressources hydriques disponibles avec une augmentation de l'ordre de 3.500 dirhams par hectare de la valeur ajoutée agricole au niveau des zones irriguées, et ce, à travers le renforcement de la politique d'économie d'eau engagée depuis 2008, et une augmentation des superficies sous micro-irrigation de près de 127%.
Par ailleurs, les actions stratégiques PMV ont mis l'accent sur l'amélioration et la stabilisation de la productivité de l'agriculture marocaine, tout en ciblant le renforcement des revenus des acteurs les plus fragiles à travers un programme de reconversion des cultures inscrit dans le cadre du Pilier II du Plan. Dans ce sens, les aides et l'accompagnement prévus dans le cadre de la mise en oeuvre des projets de ce pilier ont touché plus de 500.000 personnes contribuant à l'appréciation du PIB agricole par habitant de l'ordre de 48% en milieu rural.

Transformation structurelle au niveau du secteur des phosphates et dérivés.

Résultat des choix stratégiques pris par le groupe à travers, notamment, une meilleure valorisation du phosphate roche (la part des dérivés de phosphate est passée de 78% des exportations globales de l'OCP en valeur en 2014 contre moins de 68% en 2000) et un recentrage des exportations sur les

principales puissances agricoles et démographiques à l'instar de l'Inde et du Brésil et de plus en plus l'Afrique, ce secteur a marqué une véritable rupture à partir de 2006 comme en témoigne l'évolution des principaux agrégats suivants :

• La hausse importante de la valeur ajoutée de ce secteur passant d'un palier de valeur ajoutée moyenne de 8.731 millions de dirhams sur la période 2003-2007 à 21.734 millions de dirhams durant la période 2009-2013.

• La hausse spéctaculaire du volume des investissements du Groupe de 22,7% par an durant la période 2000-2013 pour atteindre un record d'investissement de 29,5 milliards de dirhams en 2014.

• L'évolution soutenue des exportations des phosphates et dérivés ont évolué favorablement de 8,8% en moyenne annuelle avec deux périodes d'évolution distinctes : la première période 2000-2009 (hors année 2008) marquée par un niveau moyen des exportations ne dépassant pas 16 milliards de dirhams et centrées, principalement, sur le phosphate roche et la deuxième période 2010-2014 marquée par le passage vers un nouveau palier avec une moyenne d'exportations qui dépasse 41,5 milliards de dirhams fortement tirées par les dérivés du phosphate (en 2014, la part des dérivés dans la valeur totale des exportations est de 78,5%).

L'ampleur de ces transformations avérées n'apparait pas encore au niveau des données de structure et appellent une prise en considération continue lors des analyses consacrées à l'évolution de l'économie nationale et à sa croissance en attendant les résultats de la nouvelle enquête de structure lancée par le HCP.

Eléments de contexte pour le cadre macroéconomique 2015-2016

A la lumière des transformations structurelles susmentionnées, non encore complètement perceptibles à travers les données de la Comptabilité Nationale, le débat sur les prévisions devrait, désormais, être repositionné sur le comportement de la croissance sous le prisme de la création de richesse, en essayant d'éliminer les effets comptables (sources éventuels d'incompréhensions et de biais d'interprétations)

A titre d'exemple, on s'intéressera ici, également, à l'évolution d'une composante de calcul du PIB qui s'est imposée à l'observation ces deux dernières années et dont l'interprétation peut altérer la compréhension du cheminement de la croissance dans notre pays. Il s'agit de la rubrique « impôts sur les produits nets de subventions ».

En effet, les évolutions opérées durant la période récente 2012-2014 révèlent un apport devenu considérable de cette composante qui a enregistré une croissance de l'ordre de 13,4% en 2014 et de 14,7% en 2013 après 6,8% en 2012. Ce renforcement du rythme de progression a reconfiguré la structure du PIB dans le sens où :

- La part relative de la valeur ajoutée agricole dans le PIB a accusé une baisse de 0,8 point entre 2012 et 2014 pour s'établir à 10,7% compte tenu du nouveau poids de cette composante;
- Il en est de même pour la part de la valeur ajoutée non agricole qui a, également, affiché un repli de 1,6 point pour se situer à 79,1% ;
- Ces « baisses » relatives ont été réalisées au profit de la composante « impôts sur les produits nets de subventions » qui a connu une amélioration de sa part dans le PIB de 2,4 points pour s'établir à 10,2%, alors même que d'un point de vue strictement économique cette rubrique relève plus de la sphère de la répartition et non de celle de la production au sens de la création de richesse stricto sensu.

Les importations de produits agricoles et alimentaires représentent entre 14 % et 24 % du total des importations marocaines.
A l'export, ces mêmes produits représentent entre 15 % et 24 % du total des exportations du pays.
Les principaux clients du Maroc sont les pays de l'Union européenne tels que l'Allemagne, la France, l'Espagne, etc. Les exportations sont passés de 1,28 M EUR en 2008 à 1,83 M EUR en 2015, soit une augmentation de 43 %.

Remerciement au Ministère de l'Economie et des Finances
Direction des études et des prévisions financières
Nom de l'étude : Situation et perspectives de l'économie nationale :
Au-delà de l'écran comptable, la transformation structurelle continue
Etude complète disponible sur :
resagro.com/liens/EconomieNationale.pdf

Développement des cultures fruitières tropicales au Maroc

La réussite de toute culture est étroitement liée aux conditions du milieu, parmi lesquelles figure le climat régnant au niveau du site de plantation. Ces conditions peuvent être naturelles ou artificielles. L'utilisation des serres en est un exemple d'artifices culturaux adoptés pour remédier à certaines défaillances climatiques in situ. Il est à noter également que de très nombreuses espèces ont été introduites, à travers l'histoire, dans des régions autres que leurs berceaux d'origine et se sont acclimatées aux nouvelles conditions.

Le climat est défini par de nombreux éléments, entre autres, la température, l'insolation, les précipitations, l'humidité relative et les vents. Il dépend de plusieurs facteurs tels que la latitude, le relief, les courants marins et la proximité des côtes, et résulte de l'interaction de l'ensemble des facteurs mis en jeux. Plusieurs méthodes de classification des régions climatiques ont été développées. Comme exemple, on peut citer celle basée sur la température (Tropical, Tempéré et Polaire) ou mieux celle basée sur la température et l'humidité, associées ou non au couvert végétal en place.

Les régions tropicales se situent entre les tropiques du Cancer (Nord) et du Capricorne (Sud), correspondant à la zone située entre les latitudes 23° 27' Nord et Sud. La température moyenne de cette région est d'environ 27°C, avec seulement quelques degrés de différence entre le mois le plus 'chaud' et le mois le plus 'froid'. La longueur du jour varie peu et reste inférieure à 13 heures. Le rayonnement solaire est d'environ 3500 Joules/cm2.

Les espèces tropicales sont sensibles aux basses températures et ne tolèrent pas les gelées tout au long de leur cycle de croissance. Elles ont besoin de suffisamment de chaleur pour la maturation de leurs fruits. Parmi ces espèces figurent le bananier, le manguier, l'ananas et le papayer.

Pour les régions subtropicales, elles peuvent être définies comme étant les zones situées entre les deux tropiques et approximativement la latitude 40°. Ces régions sont caractérisées par des hivers plus froids, des étés plus chauds, des humidités généralement plus faibles, et des longueurs de jours variables (10h/14h à 30°). Ce dernier facteur affecte le rayonnement solaire (2250 à 4090 J/cm2 à 30°).

Les espèces subtropicales tolèrent légèrement les gelées mais n'ont pas de besoins de froid pour leur fructification. Parmi ces espèces figurent le palmier dattier, le figuier et l'avocatier qui ont été considérés par certains auteurs comme étant intermédiaires, suivies par les agrumes, l'olivier et le grenadier. La culture de la plupart des espèces tropicales est restée restreinte au niveau de leurs régions d'origine (ex. sud-est Asiatique, Amérique du sud et centrale). La dissémination du bananier et du manguier a débuté avec la découverte du nouveau continent. L'ananas a été introduit et maintenu sous-serre en Europe vers le 16-17ème siècle. Plusieurs autres espèces ont été propagées lors de l'expansion des diverses civilisations ainsi qu'en périodes de colonisation.

Pour des raisons économiques, plusieurs pays, notamment méditerranéens et d'Amérique du nord, ont introduit de nombreuses espèces tropicales et subtropicales au niveau de ces zones, d'ailleurs plus fraîches que les régions d'origine, et ont ainsi réussi à étendre les limites de nombreuses espèces. Le climat méditerranéen est caractérisé par des étés plus chauds, des hivers plus froids, des écarts importants de températures, des humidités

plus faibles, et une importante fluctuation de la longueur du jours, comparativement au climat tropical. Il est à noter que la croissance et le développement des plantes peuvent être altérés en dehors de leurs régions naturelles où les conditions pédo-climatiques sont idéales. Ainsi, l'on assiste, généralement, à une réduction de la croissance et à un allongement des phase de développement des espèces tropicales une fois plantées au niveau des régions subtropicales. Le choix variétal est dans ce cas déterminant pour perfectionner le choix de l'espèce à planter et réussir sa culture. Les activités de recherche doivent s'articuler autour des aspects de physiologie et de génétique des plantes pour comprendre et surmonter les difficultés rencontrées au niveau de ces régions.

Situation au Maroc

Situé entre 21 et 36° latitudes Nord, le Maroc est limité par la mer Méditerranée au Nord et par l'océan atlantique à l'Ouest. Il est caractérisé par une diversité topographique

et climatique. Ainsi, on distingue la présence de la zone côtière de basse altitude localisées le long de l'atlantique, de zones montagneuses au niveau de l'Atlas et du Rif et des plateaux et vallées fertiles, et enfin des zones semi-arides et arides à climat sec, à l'Est, au Centre et au Sud du pays. Le climat prédominant au niveau de la zone nord du pays est méditerranéen, avec des hivers doux et des étés secs. Au sud, le climat est plutôt sec, aride à semi-aride.

Du fait de sa position géographique privilégiée et de sa diversité topographique et climatique, le Maroc offre la possibilité de culture d'une multitude d'espèces horticoles. Ainsi, peuvent être plantées les espèces tempérées telles que le cerisier, le pommier, et le pêcher, ayant besoin de froid hivernal suffisant pour lever leurs dormances; les espèces subtropicales à feuilles persistantes telles que les agrumes, l'olivier et l'avocatier, et les espèces tropicales telles que le bananier. Dans ce dernier cas, il est généralement nécessaire, de point de vue économique, de procéder à la culture de ces espèces sous-abri, surtout du fait de leurs exigences climatiques particulières, notamment thermiques.

Compte tenue de ces atouts, l'horticulteur marocain dispose d'une importante marge de manœuvre lui permettant de diversifier ses cultures et de mieux valoriser ses terres et, en conséquence, améliorer le revenu de son exploitation. Des actions bien étudiées et concertées sont à même de permettre un développement conséquent à l'échelle de nombreuses régions du pays.

Parmi une centaine d'espèces recensées, les cultures fruitières tropicales, exception faite du bananier, les mieux adaptées aux conditions du Maroc et pouvant être développées à moyenne, voir à grande échelle pour certaines d'entre elles, sont l'Ananas, le Papayer, le Manguier, l'Avocatier et le Chérimolier. D'autres espèces prometteuses peuvent aussi être recommandées, mais ne peuvent être considérées qu'à petite à très petite échelle. Celles-ci incluent le Litchi et le Sapotier blanc.

Conseils pratiques aux producteurs

- Se renseigner, au préalable, sur les caractéristiques des espèces choisies, leurs exigences pédo-climatiques précises, les techniques de culture adoptées, la possibilité de conservation des fruits, et sur les possibilités de commercialisation et les marchés potentiels;
- Vérifier si les conditions locales répondent bien aux exigences des cultures concernées, et dans quelle mesure il serait possible de remédier aux facteurs défaillants sans altération de la production et de la qualité et sans charges excessives.

Afin de réussir votre projet, n'hésitez pas à consulter la documentation spécialisée, à approcher les experts dans le domaine et à prospecter les échecs/réussites des autres. Aussi, n'oubliez pas qu'il est généralement difficile et/ou coûteux de remédier aux défaillances dues à un choix non raisonné des espèces et/ou des cultivars, dans le cas des plantations fruitières.

- Se renseigner sur la disponibilité en plants de qualité et sur les prix pratiqués pour effectuer les commandes à temps, en fonction du calendrier de plantation;
- Prospecter le marché et faire une estimation approximative des besoins;
- Déterminer la superficie minimale à planter et établir un calendrier de travail et d'approvisionnement en matériel nécessaire.
- Dans le cas de cultures arboricoles, envisagez la possibilité de mettre en place des cultures associées lors des premières années de non production. Ceci permettrait d'équilibrer les dépenses engagées pendant cette phase non productive. Les cultures associées doivent être à cycle court, rentables et compatibles avec la culture en place.
- Et dans la mesure du possible, mettre en place des essais de comportement collectifs, par groupes de producteurs, et/ou contribuer au financement des travaux de recherche appliquée dans ce domaine. L'association de producteurs permettra aux affiliés d'échanger l'information, de produire et/ou d'importer les plants et de se partager les frais communs, tels que la documentation, les essais de comportement, les consultations d'experts et les charges publicitaires.

Superficies et Productions

La superficie plantée des espèces mentionnées ci-dessus est de l'ordre de 1300 ha et la production est évaluée à près de 12.700 tonnes de fruits tropicaux et subtropicaux. L'avocatier est l'espèce quasi dominante (95%), suivi par le chérimolier (2,5%). Les principales régions de production sont le Gharb et la région de Rabat-Salé, suivies par la région de Khémisset. Les espèces les plus productives sont le papayer, suivi par l'ananas et par l'avocatier. Il est à noter que ces productions sont variables d'une région à l'autre et d'une année à l'autre.

L'Avocatier

La culture de l'avocatier a connu une certaine extension ces dernières années, surtout du fait de sa facilité d'entretien, du faible coût de production et des prix de vente généralement élevés (pouvant atteindre 15-20 Dh/Kg) engendrant des bénéfices nets intéressants. Sa culture est surtout concentrée au niveau des régions du Gharb (35,5%) et de Rabat-salé (33,1%). Les rendements moyens ont varié entre 6 et 15 T/ha.

Le Maroc est aussi importateur d'avocats mais exporte également une partie de la production vers les pays du Golfe et certains pays africains. Les quantités importées ou exportées sont très variables d'une année à l'autre et les tendances enregistrées sont fonction des niveaux de production enregistrés.

Les principaux critères de culture avancés par les producteurs sont:

- la facilité de conduite et d'entretien

de la culture et la limitation, voir l'absence, des attaques parasitaires. Ceci se traduit par une réduction des interventions et des charges (main d'œuvre, produits phytosanitaires, etc.);
- le prix de vente généralement intéressant surtout pour les productions tardives (Fuerte et surtout Hass);
- la demande croissante en avocats;
- la possibilité de conservation des fruits après leur récolte, pour une durée acceptable et sans investissement supplémentaire, ce qui permet une meilleure gestion des ventes.

Parmi les problèmes recensés figurent l'alternance de la production, l'hétérogénéité des plantations, la rareté de données expérimentales locales sur le choix des dispositifs de plantation appropriés et sur la pratique raisonnée de l'irrigation et de la fertilisation, la limitation du profil variétal testé localement.

L'ananas

L'ananas est une culture tropicale dont les exigences climatiques nécessitent la conduite sous serre. La superficie plantée n'a cessé de s'accroitre qu'à partir des années 90. La culture de l'ananas est concentrée au niveau des régions de Rabat-Salé (71,4%) et du Gharb (28,6%). Les cultivars plantés sont Cayenne, Queen
(Tahiti) et Honey.

Le Maroc importe des fruits frais mais surtout de l'ananas en conserve et du jus d'ananas, et les quantités n'ont cessé d'augmenter ces dernières années. Le développement de la production locale peut répondre à ce besoin de plus en plus exprimé.

Le choix de la culture d'ananas est surtout lié à sa facilité de conduite et d'entretien et à sa rentabilité. Les interventions culturales et la main d'œuvre engagée sont limitées, et le prix de vente est intéressant. La substitution au bananier a aussi été avancée comme argument au niveau de certaines exploitations enquêtées, du fait de la baisse de la rentabilité de cette culture enregistrée ces dernières années.

Parmi les entraves au développement de l'ananas figurent le facteur thermique (basses et hautes températures), la non maîtrise de l'induction florale, les nématodes et les difficultés de conservation et/ou de commercialisation des fruits.

Le manguier

C'est un arbre, pouvant atteindre 15 mètres de haut. Son fût, court et trapu, supporte de denses frondaisons pourvues de feuilles allongées, odorantes et luisantes. Les Inflorescences terminales, parfumées, paniculées (45 cm de long) sont composées de minuscules fleurs hermaphrodites à cinq pétales. Ses fruits, les mangues, sont des drupes de taille et de forme variables, à peau cireuse, lisse, jaune-verdâtre à rouge orangé, à gros noyau central. Originaire d'Inde et de Birmanie, le manguier est aujourd'hui cultivé dans la plupart des pays tropicaux. Il exige beaucoup de chaleur, il cesse de fructifier au dessus d'une altitude maximum de 400 mètres, sauf dans des endroits très ensoleillés. Le manguier s'accommode de tous les sols, mais préfère des sols profonds, limoneux et frais. On le cultive pour son fruit, la mangue, qui à maturité a une pulpe molle et juteuse de saveur sucrée.

En matière de culture, la densité pratiquée est de l'ordre de 270 arbres/ha (6×5).

Cette culture assure un rendement allant de 15 à 20 T/ha.

Du fait de la sensibilité du manguier au gel, aux vents et à la salinité, un choix plus rigoureux du site de plantation doit être fait, surtout dans le cas des cultures en plein champs, et une surveillance particulière des plants doit être menée surtout lors des premières années de culture. En plus de la mise en place de brise-vents, des petits abris individuels, confectionnés localement, sont utilisés sous nos conditions pour protéger les plants dès la plantation.

La taille est très limitée et l'anthracnose est la maladie à redouter chez cette espèce, bien que certaines variétés sont réputée être tolérantes.

D'autres espèces, notamment le Papayer, le Sapotier et le Litchi, sont aussi représentées, mais uniquement à très petite échelle et sont encore très peu connues localement.

Le papayer

Il est généralement cultivé sous-serre de bananier du fait de ses exigences et de son développement. La densité peut

Cultures fruitières tropicales dans la région du Gharb-Chrarda-Béni Hssen

La région du Gharb-Chrarda-Béni Hssen comporte l'un des plus importants périmètres de grande hydraulique du Maroc, le Gharb, et une partie du périmètre du Loukkous. La région est incontestablement la plus riche en ressources hydriques mobilisables superficielles et souterraines.

La libéralisation des assolements a permis de redynamiser le secteur primaire dans la région par la diversification des cultures. De plus, l'abondance de ressources en eaux souterraines a ouvert la voie au développement de l'irrigation privée et la conduite de cultures à forte valeur ajouté.

L'abondance et la diversité de productions agricole permettraient d'ériger la région parmi les pôles à potentiel de production agroindustrielle les plus importants du Maghreb.

atteindre 2500 plants/ha mais une plantation en ligne jumelées, espacés de 4 m environs, soit une densité de 1500 plants/ha, est adéquate. Cette espèce est très prolifique et peut produire plus de 30 T/ha dès la première année. Au niveau des plantations commerciales, on procède à la replantation après une ou au maximum deux récoltes. Les fruits sont très fragiles et périssables et doivent être manipulés avec soin.

Le Sapotier blanc

Il est originaire du Mexique et de l'Amérique Centrale. C'est un arbre à feuilles persistantes pouvant atteindre 15m de hauteur. Il est adapté aux zones tropicales froides et, subtropicale chaude avec une saison sèche. Les arbres adultes supportent les gelées. Ce sapotier produit des fruits très appréciés, à pulpe fondante de couleur blanc-crème, parfumée, riche en glucides et contenant les vitamines C et A. il est consommé frais ou utilisé pour la production de jus, de confiture, pour aromatiser certains produits, etc. Cependant, sa peau est fine et par conséquent très fragile, nécessitant des précautions particulières lors de la récolte et du transport des fruits. La densité de plantation est de l'ordre de 150-220 arbres/ha. Les abeilles améliorent la pollinisation du sapotier.
La chlorose en sols calcaires et la mouche des fruits sont à redouter sous nos conditions. La culture du Sapotier est concentrée essentiellement au niveau de la région du Gharb.

Le Litchi ou Cerisier de Chine

C'est un arbre à feuilles persistantes originaire du sud de la Chine.
Les meilleurs résultats sont obtenus au niveau des régions subtropicales à hiver froid et été chaud et certaines espèces de ce genre et plusieurs cultivars ont besoin de froid pour fleurir. La pollinisation est entomophile. La densité de plantation est de l'ordre de 150 arbres/ha et doit être réduite avec l'âge.
Les fruits, d'environs 20 g, sont consommés frais ou séchés, ou bien mis en conserve. La production est très variables est peu dépasser 200kg/arbre au niveau des plantations commerciales bien entretenues. Les fruits doivent être récoltés, à maturité, avec soin et peuvent être conservés frais à 1.5°C pendant 2-3 semaines. La mouche des fruits et les nématodes sont à redouter. Ses exigences particulières pour une bonne floraison et l'irrégularité de la fructification sont parmi les principales limitations au développement de cette espèce. Cette culture est prometteuse pour l'exportation.
Actuellement, la région du Gharb concentre l'essentiel des superficies agricoles réservées à cette culture.
A l'exception du papayer, les autres espèces fruitières de cette catégorie (Manguier, Sapotier et Litchi) sont conduites en plein champ. La production reste limitée et la demande très réduite. Le manguier vient en tête en matière de superficie. Il est à noter que le Maroc procède à l'importation de mangues et de papayes.
L'analyse des résultats des enquêtes et études effectuées au niveau des principales régions de production des espèces fruitières tropicales a permis de prendre connaissance des principaux critères de choix de ces cultures tels qu'ils ont été présentés par les producteurs et des itinéraires techniques adoptés. Les principaux problèmes entravant le développement de ces cultures ont aussi été recensées.
Il est à noter que d'autres cultures peuvent aussi convenir au Maroc mais à condition de prendre les mesures d'accompagnement nécessaires à la réussite de leur développement, notamment la mise en place des procédés et des structures de transformation correspondants, et la plantation de superficies minimales garantissant le fonctionnement de ces unités.

Afin d'améliorer le secteur des cultures fruitières tropicales, il est recommandé
- D'optimiser la production des cultures en place et d'améliorer la qualité de leurs produits par un choix judicieux des cultivars et par une maîtrise des différents facteurs de production;
- De mieux valoriser les productions existantes, notamment en intégrant la transformation de certains fruits pour la production du jus et/ou de conserves (en fonction des besoin du marché; en cas d'excédents), et en valorisant certains sous-produits;
D'œuvrer pour encourager la consommation des fruits tropicaux via une campagne publicitaire bien étudiée, mettant l'accent sur les avantages nutritionnels, diététiques et médicales de ces produits.

Remerciement tout particulier pour son étude au Professeur Abdelhadi Abousalim - Département d'Horticulture - IAV Hassan II
Remerciements au Ministère de l'Intérieur, Wilaya de la région du Gharb-Chrarda-Béni Hssen, CRI-Kénitra (+212.37.37.46.27), Ministère de l'agriculture et du développement durable MADER/DERD - PNTTA ABHAT

COP22

Les dernières informations et événements.

A chaque numéro jusqu'à la COP22, Resagro vous tiendra au courant des avancées, des événements, en relayant le maximum d'informations que reçoit notre rédaction. Pour ce numéro, nous évoquerons l'adaptation dans les NDCs* et la coopération sud sud, le plan d'action de la Coalition Marocaine pour la Justice Climatique, l'engagement des opérateurs économiques, nous reviendrons sur la loi 77-15 et l'opération «Zéro Mika» et partirons voir où en est le chantier de Bab Ighli.

L'ADAPTATION DANS LES NDCs* ET LA COOPÉRATION SUD SUD.

En marge de la conférence de Bonn sur le climat, qui a eu lieu en mai dernier, le Maroc a organisé un side event sous le thème «favoriser la composante adaptation dans le NDCs* : Un cas de coopération Sud Sud».

Hakima El Haité, envoyée spéciale pour la mobilisation pour la COP22 et championne de haut niveau pour le climat, Christiana Figueres et Rodolph Cleveringa, secrétaires exécutifs, respectivement de la CCNUCC et du partenariat global pour l'eau (GWPO), ont ouvert cette rencontre dont l'objectif était de créer une opportunité d'échange entre les pays africains sur les pratiques et les moyens d'amélioration de l'adaptation dans leurs NDCs*. «Quand nous avons commencé à parler d'adaptation c'était pour porter la voix des pays les plus vulnérables. Aujourd'hui, 32 millions d'africains sont menacés d'insécurité alimentaire. L'adaptation est donc devenue un impératif et ses défis s'ajoutent aux défis de développement et de lutte contre la pauvreté», a affirmé Hakima El Haité. Elle a également exprimé ses regrets quant au manque d'intérêt envers l'adaptation, qui n'a bénéficié, selon elle, que de moins de 20% de la finance climat. Pour sa part, Christiana Figueres a appelé les pays africains à mettre en œuvre leurs plans d'adaptation : «Tous les pays africains disposent de la composante adaptation dans leur NDCs*. Je les encourage à poursuivre leurs plans nationaux pour l'adaptation ou du moins les entamer», a déclaré la secrétaire exécutif de la CCNUCC.

Cette rencontre a connu la participation de plusieurs experts de l'adaptation et de représentants ministériels de l'environnement notamment du Ghana, du Mali, de la Côte d'Ivoire, du Congo, de l'Ile Maurice et du Maroc.

Trois principaux axes ont été développés

- L'intégration de l'adaptation dans la planification du développement ;
- Les moyens de mise en œuvre ;
- La coopération sud sud.

Les participants africains ont exposé les moyens avec lesquels leurs efforts pour l'adaptation ont été intégrés dans la planification de leurs stratégies nationales pour le développement. Ils ont également présenté leurs stratégies de planification, de mise en œuvre et de suivi des actions pour l'adaptation en vue d'atteindre l'objectif fixé par leurs plans nationaux.

Par ailleurs, les intervenants ont exprimé leurs besoins, défini les moyens de mise en œuvre (renforcement de capacités, transfert de technologie, et financement) et identifié les initiatives pour les améliorer comme le GWP, programme pour l'eau, le climat et le développement.

Les initiatives des entreprises pour améliorer le partage de connaissances et d'expériences, ont également été débattues lors de cette conférence, modérée par Mohamed Benyahia, chef du pôle side event au sein du comité de pilotage de la COP22.

* NDCs: nationally determined contributions

LES OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES S'ENGAGENT

Salaheddine Mezouar, Président de la COP22 et Ministre des Affaires étrangères et de la Coopération, a reçu à Rabat les plus importants opérateurs économiques du Maroc, afin de leur présenter les opportunités de partenariat et les modalités de participation dans le cadre de la COP22

Dans son allocution il a souligné le rôle majeur du secteur privé dans la lutte contre le réchauffement climatique. «Cette mobilisation contre le changement climatique est aussi une mobilisation pour le développement. Elle doit être globale et élargie en associant aux cotés des gouvernements, le monde des affaires et les acteurs financiers» a-t'il déclaré.

Le président de la COP22 a aussi appelé les patrons à agir pour que le prochain rendez-vous planétaire du climat joigne l'ambition à l'action : «Nous comptons sur votre mobilisation à nos cotés pour réussir cet évènement d'envergure mondiale et vous invitons à faire de la COP22 une étape importante du développement d'un Maroc émergeant» a-t'il dit.

Cette rencontre a également été marquée par l'allocution de Othman Benjelloun Président du GPBM. Le Patron de BMCE Bank of Africa a indiqué

devant le parterre économique présent que : «les banques marocaines ont d'ores et déjà intégré dans leur culture les nouvelles contraintes liées aux changements climatiques. Aujourd'hui, elles œuvrent à la décarbonisation de leurs actifs de manière à être conforme aux normes internationales». A Othman Benjelloun d'ajouter que «le secteur bancaire marocain est impliqué bien avant la COP21 dans la défense des énergies renouvelables». «Je tiens à vous assurer de la mobilisation du secteur pour réussir le challenge de la COP22 de Marrakech» a-t'il ajouté.

Fayçal Mekouar, Vice Président de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM) a, pour sa part, présenté les actions du patronat en matière de développement durable et exprimé sa volonté de contribuer à la réussite de la COP22. «Dans le cadre de la COP22, les engagements de la CGEM s'inscrivent dans la durabilité» a-t'il souligné.

De son coté, Said Mouline, Chef du pôle partenariat public privé au sein du comité de pilotage de la COP22, a assuré que «le secteur privé est le fer de lance de la COP22». Lors de son intervention, le Directeur général de l'Agence Nationale pour le Développement des Energies Renouvelables et de l'Efficacité Energétique (ADEREE) a exposé aux représentants du monde des affaires les modalités prévues de coopération et les a appelés à devenir partenaire de la COP de l'action. «Nous avons la chance d'avoir au Maroc un secteur privé organisé. Ce dernier doit montrer au reste du monde qu'il a un rôle à jouer dans la lutte contre le changement climatiques et cela représente aussi un investissement» a-t'il déclaré.

S'exprimant sur les espaces du village de Bab Ighli, Abdeslam Bekrate, a réaffirmé l'engagement du comité de pilotage de la COP22 à être proche et à l'écoute de tous les acteurs : «Au delà de formulaires, nous somme prêts à aller vers nos partenaires pour leur expliquer».

Face aux challenges du réchauffement climatiques, la COP22 Marrakech représente une occasion pour les opérateurs économiques de saisir de nouvelles opportunités et d'accélérer leur démarche de transition énergétique et de responsabilité sociale et environnementale.

Chantier de Bab Ighli : calendrier respecté

Après la phase d'étude, lancement de travaux de viabilisation

Après l'achèvement des études d'exécution, les travaux de viabilisation du site de Bab Ighli ont démarré jeudi 9 juin 2016, en conformité avec le calendrier prévisionnel validé par le Comité de pilotage de la COP22. « Nous entamons cette phase avec sérénité et confiance. Nous sommes pleinement satisfaits de l'avancée des travaux et nous serons au rendez vous. Le professionnalisme des entreprises mobilisées est un motif de satisfaction malgré des conditions d'exigences élevées en termes de technicité et de rigueur. Le travail se fait main dans la main avec le Comité de pilotage, et ce partenariat est une réussite », a affirmé Abdeslam Bekrate, Chef du pôle de la Logistique et de la Sécurité. Depuis le lancement officiel du chantier le 10

L'opération «Zéro Mika»

En juin dernier, la Coalition marocaine pour la justice climatique (CMJC) a lancé une campagne «Zéro Mika», une initiative de sensibilisation à l'impact des déchets plastiques sur la santé et l'environnement et de mobilisation pour leur ramassage. L'opération a été déployée en deux phases. Dans un premier temps, une campagne de sensibilisation via les médias nationaux, les relais d'opinion et le tissu associatif a été lancée vendredi 10 juin 2016. Dans un, deuxième temps, un appel à l'action pour l'ensemble des citoyennes et citoyens a été proposée, afin qu'ils se mobilisent pour une large opération de ramassage ouverte au public pendant trois jours sur l'ensemble du territoire national.

mai dernier, de nombreuses études techniques détaillées ont été menées avec succès, permettant au Comité de pilotage de la COP22 de valider la première étape du chantier.

Ces études relatives aux aspects géotechniques et topographiques du site d'implantation générale, architecturale et urbanistique, de mise en place des réseaux et voiries, ont été réalisées en collaboration avec les meilleurs experts. Elles intègrent l'ensemble des exigences du cahier des charges de la Convention Cadre des Nations Unies sur le Changement Climatique, notamment sur l'objectif clé de la neutralité carbone du projet.

Ce lancement inaugure le début d'une nouvelle phase qui durera jusqu'à la fin du mois de juin. Faisant intervenir une vingtaine d'engins de dimensions importantes et une équipe de plus de cent personnes, ces travaux incluent le terrassement et le nivellement du site. Ils prévoient également le passage des parcours des flux électriques et d'assainissement ainsi que des réseaux de télécommunication et informatique sous les différentes zones amenées à recevoir les structures du village Bab Ighli.

C'est la Société de Travaux Agricoles Marocain entreprise de référence dans les grands travaux de terrassement qui est en charge de cette phase importante.

Ce chantier très technique et normalisé est validé à chaque étape par le Comité de pilotage. Les différentes phases sont conçues pour s'assembler logiquement et sans approximation. La stricte maîtrise des délais nécessite en effet de rester vigilant à travers un processus de contrôle rigoureux.

Imprégné dans sa démarche d'une culture du respect environnemental, le chantier de Bab Ighli a permis de mettre en lumière la présence de nombreuses Khettaras (système ancestral d'adduction d'eau souterrain) sur le site. Celles-ci vont être sécurisées pour l'intégration des structures du village et leur parcours (en deux rangées sur plusieurs kilomètres) sera préservé.

Au total, la surface du site de Bab Ighli s'étend sur 223 647 m² (dont plus de 80.000 m² couverts). En phase d'exploitation, le village COP22 sera divisé en deux zones : la Zone Bleue, placée sous l'autorité des Nation Unies, et un espace ouvert réservé aux acteurs non étatiques, aux ONG, aux entreprises privées, aux institutions et aux collectivités territoriales, comprenant la Zone Innovation et Solution et la Zone Société Civile.

NOUVEAUX MATERIELS

VARIOCOOKING CENTER MULTIFICIENCY
FRIMA

Dans un seul appareil, jusqu'à 4 fois plus vite et 40 % d'énergie en moins.
Que ce soit en restauration commerciale ou collective, 30 couverts à la carte ou des milliers par service, des cuissons à l'avance, sous pression ou des préparations à la minute… cet appareil vous offre la solution adaptée aux challenges spécifiques auxquels vous avez à faire face dans votre cuisine.

Résultats de cuisson parfaits
Intelligence de cuisson
Meilleure efficacité énergétique
Système de chauffe
Technologie brevetée
Utilisable partout
Imbattable en collectivité
Idéal pour la restauration
Mise en place et service : un seul appareil!

www.frima-online.com

MACHINE A ETIQUETER AUTOMATIQUE
CDA

Machine à étiqueter avec distributeur de capsule, sertisseuse de capsule pour l'habillage de vos bouteilles
Machine conçue spécialement pour les petites cadences et les petites séries en production artisanale, elle permet un habillage de qualité pour un amortissement rapide
Convoyeur motorisé équipé d'une table de réception carrée
Poste d'étiquetage pour la pose d'étiquettes et de contre étiquettes – jusqu'à 800 bt/h selon habillage
Poste de sertissage pour capsules métalliques ou sertisseuse thermique pour capsules PVC avec centreur automatique multi format
Distributeur de capsules automatique équipé d'un centreur de bouteilles multi format automatique.

www.cdafrance.com

THERMOFORMEUSE R235
MULTIVAC

Nouveau modèle spécialement conçu pour l'emballage de produits tranchés. Appartenant à la gamme de moyenne puissance, cette machine est particulièrement économique et offre un choix d'options d'équipement axé sur la pratique.
En version standard, la nouvelle thermoformeuse est équipée de jeux de format et d'outils de soudure assortis pour la fabrication d'emballages plats de produits tranchés.
La R 235 dispose d'une interface permettant de lui ajouter des trancheuses.
Grâce à l'interface utilisateur HMI 2.0, même un personnel inexpérimenté peut utiliser toutes les fonctions de la machine ou de la ligne du bout des doigts. Comme toutes les machines MULTIVAC, la R 235 bénéficie du MULTIVAC Hygienic Design™, ce qui permet un nettoyage facile de son intérieur comme de son extérieur. De structure modulaire et évolutive, la machine s'intègre parfaitement aux lignes de conditionnement automatisées.

www.multivac-group.com

PROCESS ' INOX

Au service des industriels depuis 1992

PROCESS'INOX Maroc est en partenariat avec de nombreux constructeurs chacun dans son domaine , à savoir :
PROCESS'INOX SAS, RDC Productions, Inoxpa, Spxflow, Alfa-Laval, Definox ,Sudmo , Ksb, Guth ,Pierre Guerin, Gea , Magyar, Maisonneuve, Burkert, Spirax-Sarco, Endress+Hauser, Jumo Regulation, Krohne, Georgin, etc.

PROCESS'INOX Maroc,filiale de PROCESS'INOX SAS France , propose une large gamme de produits et services ; notamment la conception et la réalisation de tous équipements en acier inoxydable pour les industries agroalimentaires, chimiques, pharmaceutiques et cosmétiques.

- Conception et réalisation d'ensembles standards et spécifiques sur site et en préfabrication atelier;
- Calculs d'échangeurs, homogénéisateurs et pompes
- Fournitures de tous les équipements pour la réalisation d'un projet industriel;
- équipements de cuves de stockage et de process
- pompes de process toutes marques
- filtres standards et aseptiques
- échangeurs à plaques
- instrumentation électricité
- centrifugeuses
- homogénéisateurs
- camions citernes BSLT
- conditionneuses;

La société PROCESS'INOX Maroc,leader dans son domaine , est réputée pour la qualité et la diversité de ses produits et services, la compétitivité de ses prix, le respect de ses engagements, la qualité de son savoir-faire, la compétence et le professionnalisme de son personnel.

Les références PROCESS'INOX Maroc dans le secteur agroalimentaire sont nombreuses aussi bien au maroc qu'en afrique:
conserveries, huileries, laiteries, sucreries,chocolateries, mais aussi chez les fabricants de levures, farines, eaux, spiritueux, ...
On notera entre autres :Les brasseries du maroc, les eaux minérales oulmes, Les conserves de Meknes, Unimer, Lesieur, siof, les huileris de souss bel hassan ,Bel, Centrale Danone, Copag ,Safilait , MedMilk, Nestlé, Cosumar, Lesaffres, Somadir, Dari, Tria, Maymouna, Oulmès, Coca-Cola, Les Celliers de Meknes, ...

Les glaces
Histoire et fabrication

Les glaces ne datent pas d'hier et tout commence en Chine et en Arabie. Il y a quelques millénaires déjà, les Khalifes de Bagdad buvaient des sirops refroidis avec de la neige appelée «sharbet» (qui a donné naissance au sorbet).

Les premières glaces aux fruits apparaissent à la Cour du Célèbre Alexandre Le Grand (macédoines de fruits mélangées à du miel et refroidies au contact de la neige).
Trois siècles plus tard, la glace fait des adeptes chez les empereurs romains notamment Néron.
Au XIIème siècle, de retour de Chine avec une sorbetière dans ses bagages, l'aventurier Marco Polo fait découvrir au royaume italien les premières véritables recettes de glaces.
Puis c'est le tour de la France, grâce Catherine de Médicis, qui fit découvrir à son époux Henri II et toute la Cour les plaisirs de ce dessert. Les glaces évoluent ensuite au fil des progrès techniques.
À la fin du XIXème siècle, les premiers marchands de glaces ambulants apparaissent avec les progrès notables en matière de conservation.
En 1862, à l'exposition universelle de Londres, Ferdinand Carré présente une machine permettant de fabriquer en continu des cubes de glace (200 kg/heure). Puis quelques années après, Charles Tellier invente la première armoire conservatrice.
1904, exposition universelle de Saint-Louis, aux Etats-Unis, voit la naissance des premiers cornets.
1924, les bâtonnets sont inventés par l'américain Christian Nelson.
1929, l'américain Clarence Birdseye met enfin au point le principe de la surgélation. Les glaces ne cesseront jamais de plaire !

Sorbets, glaces, crèmes glacés, à chacun ses préférences.

Ces produits sont soumis à des règles strictes, définies dans un code des pratiques loyales et partagées avec les artisans glaciers.
Un sorbet est un mélange d'eau et de sucres dans lequel aucune matière grasse n'est ajoutée et contenant au

Crèmes glacées et nutrition
Intégrés dans une alimentation équilibrée, les crèmes glacées présentent de nombreux atouts notamment en terme de calcium. En effet, une portion de crèmes glacées de 125 ml (soit 2 boules) apporte environ 100 mg de calcium (contre 118 mg dans 100 g de lait). Le calcium est nécessaire à la croissance, la solidité des os et des dents. Chaque jour, un enfant a besoin d'environ 1200 mg de calcium.
Véritables «anti-coup de pompe», les crèmes glacées contiennent également des glucides à absorption rapide qui permettent de restaurer les taux de glycémie. Enfin, contrairement aux idées reçues, crèmes glacées font partie des desserts relativement peu caloriques. Il y a autant de calories dans une pomme (15 g = 76 kcalories) que dans une boule de crème glacée. Quant aux matières grasses, la plupart des glaces en contiennent moins de 10%.

minimum 25 % de fruits et/ou de légumes.
Une glace est un mélange de protéines (laitières, végétales et/ou d'œuf), de matières grasses (laitières, végétales et/ou d'œuf) et de sucres. Elle peut ensuite revêtir différentes formes : glace au lait, glace aux œufs, dont les compositions varient.

La crème glacée est le résultat de l'association de matières grasses exclusivement laitières et d'oeuf, de protéines laitières, de protéines d'œuf et de sucres. Elle doit contenir au minimum 5% de matières grasses laitières.
Toutes ces recettes doivent respecter des conditions strictes de conservation et de vente aux consommateurs, qu'elles soient fabriquées directement par les revendeurs ou achetées pour la revente.
La température de conservation des glaces est de –18°C. Les glaces en cornet, les bâtonnets, etc., présentés en vue de leur consommation immédiate, peuvent être conservés à la température de service qui ne peut pas être supérieure à –10°C.
La durée pendant laquelle les produits peuvent rester à –10°C doit être la plus courte possible et, en conséquence, les quantités stockées dans le conservateur, adaptées aux besoins du service.

L'hygiène
Les contrôles vérifient le respect des bonnes pratiques d'hygiène par le vendeur. Ils concernent les équipements (appareils de glaces à l'italienne), les installations et les conditions générales de préparation : nettoyage des cuves et des cylindres, utilisation correcte de produits de nettoyage, pratiques de mélange de préparations fabriquées à différents moments et formation du personnel, souvent saisonnier. Les produits font l'objet de prélèvements microbiologiques. L'hygiène et la qualité bactériologique des eaux de trempage des portionneurs à glaces, sources possibles de contamination bactérienne, font l'objet d'une attention particulière.

La fabrication de la crème glacée

La crème glacée est une préparation sucrée et parfumée à base de produits laitiers solidifiés sous l'effet de la congélation. La crème glacée traditionnelle contient du lait, de la crème, du sucre, des arômes naturels et quelquefois des œufs.

La crème glacée industrielle est généralement faite à partir d'un mélange de crème, de lait ou de lait évaporé additionné des solides du lait sans gras (16 à 24%), du sucre (14 à 16%), des émulsifiants, des stabilisateurs (tels que des gommes végétales), des essences et des colorants, parfois naturels, mais le plus souvent artificiels.

En fabrication commerciale, le lait entrant est d'abord condensé pour en retirer le surplus d'eau, puis on lui ajoute les matières solides, le sucre et divers additifs.

La préparation est battue après un début de congélation pour éviter la formation de cristaux de glace, ce qui permet d'obtenir un produit léger et onctueux.

Le mélange est ensuite pasteurisé. L'ajout de fruits, de noix, de raisins, de bonbons et autres produits se fait avant la pasteurisation à une température de 70 à 85°C durant 2 à 20 s. La pasteurisation peut aussi s'effectuer à UHT, soit 100 à 130°C durant 1 à 40 s.

Le résultat est alors homogénéisé afin d'uniformiser et de stabiliser l'émulsion.

La préparation est ensuite congelée dans des appareils qui barattent le mélange à l'aide de palettes ou de batteurs et qui incorporent de l'air afin de réduire la cristallisation. Le produit est congelé à une température se situant entre -5 et -6°C.

Une fois l'air introduite dans le mélange, la crème glacée est mise dans des contenants et surgelée en dessous de –18°C, température nécessaire à la bonne conservation des qualités du produit.

La crème glacée est ensuite conditionnée, stockée et livrée dans des camions frigorifiques sur les points de vente.

Tous les produits composés à partir d'œufs, de crème fraîche et tous les ingrédients qui se dégradent du fait de l'élévation de la température doivent respecter des conditions strictes de conservation. Entrent dans cette catégorie de produits à risque les crèmes glacées, les glaces, les sorbets, etc.).

Une consommation rapide après l'achat de ces produits est conseillée. La conservation dans une glacière est possible, mais il faut être vigilant. La glacière présentant des garanties de fraîcheur aléatoires selon les marques et les modes de réfrigération choisis.

LES VITRINES RÉFRIGÉRÉES

Pour mettre en avant vos glaces

Tout comme la vitrine réfrigérée, la vitrine à glace permet de présenter les crèmes glacées aux clients tout en les maintenant à la bonne température.

LES FONCTIONS

La vitrine à glace a deux fonctions principales : la présentation des crèmes glacées et des sorbets et le maintien à la bonne température.

La vitrine à glace est en effet un outil indispensable utilisée par les professionnels de la glace pour présenter et mettre en valeur les parfums tout en conservant la crème glacée à la bonne température.

Quel que soit votre commerce, ce type de vitrine peut être installée à divers endroits. Au comptoir de votre point de restauration, en façade pour la vente à emporter ou directement dans une salle de restauration pour les buffets à volonté.

LES AVANTAGES

Sur le plan commercial, la vitrine à glace est un choix stratégique qui permet de concilier les obligations réglementaires en matière de conservation des crèmes glacées, tout en assurant leur visibilité par les consommateurs.

Ainsi, la vitrine à glace permet de valoriser vos produits, de susciter l'envie de consommer, d'augmenter vos ventes et de se démarquer de vos concurrents.

LES DIFFÉRENTS MODÈLES

Les modèles de vitrine à glace sont variés, ce qui permet de répondre aux besoins de tous les commerçants Ils peuvent être adaptés à l'agencement de votre commerce ou à votre image, être réalisés avec des matériaux variés, avoir différentes capacités de stockage et différentes profondeurs de bacs à glace, etc.

Les vitrines professionnelles pour vos glaces, ou les « cabinets à crème glacée » sont une pièce essentielle de votre espace de vente. Elle ont généralement une surface inclinée qui permet au client une meilleure visibilité des bacs de crème glacée maison. La cuve de base de la vitrine est souvent isolée en polyuréthanne et possède un châssis en aluminium. A l'intérieur peuvent être placés de 12 à 24 bacs ou plus de crèmes glacées. Généralement en acier, on réalise aussi des modèles de bacs en verres pour donner au client une vue latérale des glaces maisons. Le refroidissement est obtenu par des ventilateurs à gaz chauds, tout en favorisant les effets de dégivrage. C'est sûrement l'une des méthodes de présentation et de conservation de la crème glacée maison la plus répandue de nos jours.

LES PRINCIPAUX TYPES DE VITRINE À GLACE

Les vitrines à glace à froid statique

Les armoires de réfrigérateur peuvent être placés à la fois en laboratoire et sur le point de vente et sont regroupées en en deux catégories : celles avec température positive et celles avec température négative. Les premières servent pour la conservation des matières premières (telles que lait, œufs, fruits, etc...) les secondes maintiennent les bacs à glaces artisanales congelés, à une température comprise entre -15 et -25 degrés. Les armoires de réfrigérateur placées à l'intérieur du magasin servent à la conservation des desserts congelés et des gâteaux congelés.

Outil de travail indispensable du glacier, le congélateur à glace permet de mettre en avant tous les parfums en maintenant une température constante de -16°C. Avec une vitrine de glacier de bonne qualité, le produit gardera sa texture dans les pires conditions. Sans oublier que la vitrine à glace permet de mettre en valeur les glaces aux yeux de tous.

sont sans ventilation. Le froid statique caractérise la technologie la plus courante. Cette dernière consiste à diffuser l'air froid par un évaporateur et à le laisser circuler. Certains modèles disposent d'options d'éclairages, de thermomètres numériques, de systèmes de dégivrages, ou d'une serrure.

Les vitrines à froid ventilé (ou système No Frost). C'est un système qui provient des réfrigérateurs américains. Grâce à une colonne de ventilation située sur la paroi du fond, le compartiment est ventilé par un air sec qui offre une température homogène à tous les niveaux. L'appareil est moins sensible aux entrées d'air chaud et à la température extérieure.

Les vitrines à poser ou mobiles. La vitrine à poser fait partie des meubles de vitrine visibles à l'intérieur d'un point de vente. Elle permet, avec les autres supports de vitrine d'affichage et de vitrine d'exposition, de mettre en avant un produit pour mieux le vendre. La vitrine mobile fait partie des éléments d'agencement de magasin. Elle est spécialement conçue pour être placée à différents endroits en toute facilité. Elle permet aux professionnels de promouvoir leurs produits, services ou offres promotionnelles à différents endroits selon les besoins et objectifs.

Les Pozzeti

Les comptoirs (ou pozzetti), utilisées souvent dans les salons de glaces artisanales, peuvent être de différents types : pozzetti à glycol, pozzetti ventilés.

Pozzetti à glycol

Ainsi appelé parce que le système de refroidissement est donné par un mélange d'éthylène glycol inhibé dans lequel les pozzetti qui contiennent la crème glacée artisanale sont immergés. Les pozzetti à glycol sont la méthode la plus traditionnelle de stockage pour la crème glacée artisanale. Ceux-ci ont cependant plusieurs inconvénients, notamment la clientèle ne peut voir la crème glacée, contrairement aux vitrines, et exigent des coûts élevés d'installation et un système compliqué d'élimination des déchets. Par

conséquence, les pozzetti sont éteints seulement à la fin de la saison rendant ainsi difficile l'étape du nettoyage.

Pozzetti ventilés

L'alternative du précédent, les pozzetti ventilés présentent plusieurs avantages, ils sont plus légers parce que la réfrigération est faite par un ventilateur et non pas avec l'utilisation d'un liquide. La phase de nettoyage est plus facile grâce à la forme des bacs et la température de fonctionnement est atteinte en un temps plus court (environ 10 mn par rapport à plusieurs heures de ceux à glycol). L'élimination des déchets est plus simple et les coûts de démarrage sont beaucoup plus faibles. L'inconvénient est également la non visibilité de la crème glacée artisanale par le client.

Remerciements à Ifi Gelato et à Ooreka.fr

SUPER ALIMENTS
LE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS
Une étude Mintel

Les super-aliments sont souvent commercialisés comme la réponse à nos problèmes de santé, mais à présent, une nouvelle recherche de Mintel souligne la popularité de ces aliments bourrés de nutriments.

D'après Mintel GNPD (Global New Product Database), il y a eu, entre 2011 et 2015, une augmentation phénoménale de 202 % à l'échelle mondiale dans la commercialisation des nouveaux produits alimentaires et boissons contenant les termes « super-aliment », « super-fruit » ou « super-céréale ».

Et il semblerait que la popularité de ces soi-disant super-aliments soit sans fin. Rien qu'en 2015, il y eu une augmentation de 36 % du nombre de produits alimentaires et de boissons commercialisés globalement avec les termes « super-aliment », « super-fruit » ou « super-céréale ». En 2015, les États-Unis ont accueilli la plupart des lancements de ces « super » produits alimentaires et boissons (30 %), suivis par l'Australie (10 %), l'Allemagne (7 %), le Royaume-Uni (6 %) et le Canada (6 %).

La flambée de ces lancements découle de la forte demande des consommateurs pour des produits hautement nutritifs. Aujourd'hui, plus de sept consommateurs sur 10 en France (72 %), en Allemagne (71 %), en Italie (73 %) et en Espagne (72 %) s'accordent à dire que les bienfaits santé présents dans les aliments naturels, comme les fruits et légumes, sont préférables aux avantages supplémentaires des aliments fonctionnels.

Mintel offre une gamme de services de l'abonnement aux services de conseil. Offerts en formats mulitples et soutenus par des standards de service, Mintel vous donne ce dont vous avez besoin, quand vous en avez besoin. Contactez les aujourd'hui pour découvrir comment Mintel peut vous aider à faire progresser votre entreprise.

fr.mintel.com/contact

De plus, la recherche révèle que l'effet « super-aliment » se soit propagé au-delà de la nourriture et des boissons. En effet, tandis que 43 % des produits lancés avec les mots « super-aliment », « super-fruit » ou « super-céréale » dans la description du produit appartenaient à la catégorie alimentaire entre 2011 et 2015 et 11 % à la catégorie des boissons, 3 produits sur 10 (30 %) appartenaient au segment beauté et soins personnels, tandis que 12 % relevaient de la catégorie santé et hygiène et 4 % concernaient les produits pour animaux domestiques.

Stephanie Mattucci, Analyste mondiale en science agro-alimentaire chez Mintel, a déclaré :

« La popularité des « super-aliments » est évidente tandis que les fabricants d'aliments et de boissons exploitent à l'échelle mondiale une demande pour ces ingrédients nutritionnellement denses. Mais ces super-aliments ne se

limitent pas seulement à la nourriture et aux boissons, ils surgissent régulièrement dans la beauté, la santé, l'hygiène et la nourriture pour animaux domestiques parce que les consommateurs d'aujourd'hui sont beaucoup plus conscients de ce qu'ils mettent dans et sur leur corps. »

En particulier, la tendance vers un régime sans blé a donné lieu à un nombre croissant de produits contenant les céréales d'antan « super-céréales . Et tandis que le quinoa et le sarrasin sont devenus des noms familiers ces dernières années, c'est le chia qui a connu la plus forte augmentation de son utilisation. Entre 2014 et 2015, il y a eu une augmentation de 70 % des lancements de produits alimentaires et

Mintel est la première agence d'intelligence marketing au monde. Il existe des bureaux à Londres, Chicago, Shanghai, Belfast, Kuala Lumpur, Mumbai, Munich, New York, São Paulo, Singapour, Sydney, Tokyo et Toronto.

boissons contenant du chia, alors que le pourcentage des produits alimentaires et des boissons contenant du teff a augmenté de 31 %. Entre-temps, le pourcentage de produits alimentaires et de boissons contenant du quinoa a augmenté de 27 %.

« Le désir d'alternatives au blé, plus saines et moins raffinées a alimenté la redécouverte des céréales anciennes. Les céréales d'antan, à la fois savoureuses et denses en nutriments, ont commencé à changer la perception négative de certains glucides en exploitant leur profil nutritionnel et leur riche patrimoine. Les céréales anciennes offrent une alternative au blé mais sont aussi dotées de composants fonctionnels et nutritionnels, proposant de nouvelles saveurs et textures. C'est une excellente manière pour les produits « sans » de nous parler santé, » poursuit Stephanie.

Outre la frénésie des activités de lancement, il y a aussi un fort intérêt des consommateurs pour les céréales d'antan, avec 30 % des consommateurs britanniques de pâtes disant que les pâtes à base de céréales d'antan, par exemple le quinoa, sont plus saines que les pâtes ordinaires. De plus, l'utilisation de ces céréales anciennes est élevée, puisque deux

consommateurs américains sur cinq (41 %) ont mangé des céréales d'antan.

« Tandis que le nombre de produits contenant des céréales anciennes est en hausse, nous pourrions par la suite connaître une hausse de popularité des céréales germées anciennes. L'ancien processus de germination accidentelle, où les grains entiers sont trempés et attendent de germer a été largement éliminé par les techniques de traitement modernes. Il y a eu un retour à cette pratique ancienne, avec l'introduction de pratiques de « germination » contrôlée, car l'avantage nutritif des céréales germées est maintenant reconnu. La céréale ancienne quinoa est en tête du retour des céréales germées, » poursuit Stephanie.

Et tandis que les céréales anciennes ont été à l'honneur au cours de l'année écoulée, avec l'ONU annonçant l'année 2016 comme l'année des légumineuses, les légumineuses ont elles aussi reçu une attention particulière. Au cours des deux dernières années, le pourcentage de lancements de produits alimentaires et boissons contenant des pois cassés verts a augmenté de 126 %, tandis que le pourcentage de produits alimentaires et boissons contenant des lentilles corail a augmenté de 62 % et le pourcentage des produits alimentaires et boissons contenant des pois cassés jaunes a augmenté de 21 %.

« Les légumes secs peuvent être utilisés pour ajouter un éventail de bénéfices santé naturels aux produits alimentaires et aux boissons. En outre, les légumes secs sains sont des denrées de base dans de nombreuses cuisines ethniques, offrant aux fabricants une voie vers l'innovation de produits pour les explorateurs de nourritures ethniques recherchant plus de commodité, » poursuit Stephanie.

La recherche Mintel révèle que les super céréales ont également bénéficié d'une légère hausse d'utilisation. Au cours des deux dernières années, le pourcentage de produits alimentaires et de boissons contenant des graines de chia a augmenté de 70 %, tandis que le pourcentage contenant des graines de citrouille a augmenté de 27 % et le pourcentage de produits alimentaires et boissons contenant des graines de tournesol a augmenté de 22 %.

« Certaines graines, y compris les graines de chia et de citrouille, offrent une protéine complète, contenant les neuf acides aminés essentiels dans des proportions correctes. Cependant, beaucoup de protéines provenant des graines sont incomplètes. Un mélange de graines peut contribuer à améliorer la qualité des protéines, » ajoute Stephanie.

À l'avenir, il semble que le curcuma connu pour ses bienfaits anti-inflammatoires, et le moringa, réputé avoir des propriétés esthétiques et anti-vieillissement, pourraient devenir les super-aliments à suivre.

« Le curcuma a un potentiel en tant que complément alimentaire ainsi que dans les produits alimentaires fonctionnels et les boissons, en particulier dans les produits destinés à une population grandissante de personnes âgées. En outre, le moringa pourrait être utilisé dans les produits alimentaires et les soins de beauté anti-âge. Alors que l'ingrédient est utilisé à l'heure actuelle dans de nombreux lancements de beauté, les feuilles ont des vertus nutritives exceptionnelles, » conclut Stephanie.

Spécial Cocktails

Le Gigi's, le plus cher du monde

Créée par un restaurant londonien, la boisson aurait été imaginée en hommage à l'actrice et chanteuse Grace Jones.
- Champagne Louis Roederer cuvée Cristal de 1990
- Armagnac Samalens Vieille Relique très rare de 1888
- Petites feuilles d'or comestibles
- Sucre

La préparation minutieuse oblige à commander au moins 4 jours avant la consommation.
Le prix de ce cocktail s'élève à 11 500 €.

L'Adios MF, le plus populaire au monde

Incontournable aux Etats-Unis depuis 2011, l'Adios Motherfucker est composé de
- 2 cl Tequila
- 2 cl Vodka
- 2 cl Rhum cubain
- 2 cl Gin
- 2 cl Curaçao
- 4 cl de jus de citron
- 1 cuillère à café de sucre
- 6 cl de soda

A préparer directement dans le verre en versant tout d'abord les ingrédients avec beaucoup de glaçons. Il faut ensuite allonger avec le soda, puis l'agiter. Vous pouvez décorer le tout d'une tranche de citron.

Le Cosmopolitan, le plus mythique

Appelé aussi Cosmo, il est particulièrement apprécié des femmes.
Dans un shaker, frapper les ingrédients dans l'ordre suivant avec 5 ou 6 glaçons :
- 4 cl de vodka au citron
- 1,5 cl de triple sec (Grand Marnier ou Cointreau)
- 3 cl de jus de canneberge
- 1,5 cl de jus de citron vert.

Servir dans un Verre à cocktail en forme de cône.

Le Sazerac, le plus ancien

Son nom tire son origine de la maison de Cognac Sazerac de Forge et Fils avec lequel il était préparé à ses débuts. Aujourd'hui, le cognac a été remplacé par du whisky. Voici les ingrédients :
- 1 cl de spiritueux anisé
- 4 gouttes d'angostura bitters
- 1 cl de sirop de sucre de canne
- 6 cl de cognac Sarezac ou whisky

A réaliser directement dans le verre en le rafraîchissant préalablement avec des glaçons. Une fois votre verre bien frais, versez alors les ingrédients dans le verre.

Le Mojito, l'incontournable

Né à Cuba dans les années 1910, ce cocktail des Caraïbes représente 80% des cocktails vendus en France. Il est également le plus consommé au Maroc.
Pour le préparer il vous faut placer dans l'ordre
- 10 feuilles de menthe verte
- 2 cuillerées à café de sucre de canne roux en poudre
- ½ citron vert en morceaux

Piler consciencieusement le tout
- Ajouter 5 cl de rhum cubain ou de rhum blanc
- Glace pilée
- Eau gazeuse ou champagne ou limonade

Quelques gouttes d'angostura si vous souhaitez
Servir dans un verre de type tumbler.

Le cahier
HORECA
Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration
Hôtel
Le Radisson Blu à Marrakech
jevoyage.ma
Où partiront les marocains cet été?
Génération Y
L'expérience client en hôtel
Salons à Paris
SIAL et EquipHotel

HOTEL

2CIELS OUVRE À MARRAKECH

Un nouvel établissement hôtelier 5 étoiles vient d'ouvrir à Marrakech. Le 2Ciels Luxury Boutique Hotel & Spa, avec ses 85 chambres, est idéalement situé dans le quartier résidentiel de l'Hivernage. L'hôtel propose 3 espaces de restauration : Le Lola Sky Lounge où l'on peut déguster des Tapas en terrasse, le Club Bar avec son service de restauration toute la journée et le Patron de la Mer qui offre une belle sélection de poissons de Mer. 5* oblige, l'établissement s'enorgueillit d'un espace bien-être et beauté avec un spa, 3 hammams, des salles de soins et un salon de beauté. Pour les réunions d'affaires, le 2Ciels propose 5 salles équipées.
Vous pouvez également devenir membre du Club de l'hôtel et avoir accès à des promotions spéciales, des améliorations tarifaires et des privilèges lors de votre séjour.

Rue Oued EL Makhazine, Angle Imam Chafai, (en face du Club Royal de Tennis) - Marrakech

RESTAURATION

McDONALD'S SUR L'AUTOROUTE

Deux nouveaux restaurants McDonald's dernière génération ont ouvert leur cuisine sur l'autoroute Casablanca-Rabat.
Ainsi, chaque côté de l'autoroute reliant les 2 plus grandes villes du royaume accueille désormais son propre restaurant McDonald's.
Les deux nouveaux fast-food sont le fruit d'une convention entre McDonald's Maroc et les Autoroutes du Maroc. Ils auront nécessité un investissement de l'ordre de trente millions de Dhs, et généré quelques 80 emplois directs.
McDonald's sur autoroute offre aux voyageurs de nouveaux espaces de restauration ultra modernes, équipés de cuisines dernière génération, qui proposent, à travers des Menus Boards Digitaux, tous les menus, sandwichs, desserts, et formules qui font le succès de la marque depuis des décennies partout dans le monde. La grande nouveauté : l'offre est enrichie par la gamme petit déjeuner chaud, notamment le très célèbre Egg McMuffin, pour la grande satisfaction des voyageurs.
Les deux nouveaux restaurants McDonald's ont chacun une capacité de 70 places assises en intérieur, en plus de 120 places sur la terrasse.

HÔTEL

UN NOUVEL HILTON À TAGHAZOUT BAY

La chaîne hôtelière Hilton Worldwide vient de signer un contrat de gestion avec la Société d'Aménagement et de Promotion de la Station de Taghazout (SAPST) pour l'ouverture d'un hôtel de 170 chambres au sein de la station balnéaire de Taghazout Bay, située à 17 kilomètres au nord de la ville côtière d'Agadir.
L'Hilton Taghazout Bay Beach Resort & Spa ouvrira ses portes en 2018 et rejoindra les trois hôtels Hilton Worldwide actuellement ouverts ou en cours de construction au Maroc.
L'Hilton Taghazout Bay Beach Resort & Spa prévoit des piscines extérieures qui surplomberont le littoral incurvé de la baie, avec un accès direct à la plage réservé aux clients de l'hôtel. En plus de son SPA, l'hôtel disposera de deux restaurants et d'un bar. L'hôtel mettra au service de sa clientèle d'affaires un salon pouvant accueillir jusqu'à 500 personnes et quatre salles de réunion.
Les sportifs pourront profiter du village de surfeurs, de l'académie de tennis ou l'académie de golf adossée au magnifique parcours de 18 trous conçu par l'architecte Kyle Philips, ou encore s'adonner à la randonnée ou au VTT.

Station Touristique de Taghazout Bay - route d'Essaouira - Agadir

RESTAURANT

LING LING A MARRAKECH

Après son lancement à Myconos l'été dernier, Ling Ling fait son entrée à la ville Ocre. Ouvrant le 22 août 2016 au Mandarin Oriental, Marrakech, Ling Ling sera une destination incontournable pour les visiteurs qui cherchent une excellence culinaire, raffinée et décalée à la fois.
Inspiré de l'Izakaya, concept populaire en Asie de l'Est où les plats accompagnent les boissons et non pas le contraire, Ling Ling mise sur l'ADN du groupe Hakkasan afin de créer une expérience gastronomique unique avec des cocktails, des repas et de la danse, le tout dans une atmosphère décalée. Grâce à des présentations réinventées des petits plats, Ling Ling encourage les invités à partager et à découvrir la cuisine Hakkasan d'une manière différente. Le menu propose les meilleurs plats Ling Ling avec également de nouvelles recettes marocaines. Les cocktails sont au cœur de l'expérience, offrant des menus agréables préparés par une équipe primée à Londres. Des cocktails exclusifs seront introduits, inspirés de Ling Ling Myconos, et qui seront adaptés à l'art culinaire de la ville Ocre. L'ambiance sonore sera assurée par le DJ de Hakkasan à Londres, Pathaan, qui apporte des playlists éclectiques et variées aux concepts Ling Ling à travers le monde.

Mandarin Oriental, Marrakech, Route du Golf Royal, Marrakech
Photo : Ling Ling Mykonos

HOTEL

BANYAN TREE A TAMUDA BAY

Le 1er septembre, Banyan Tree Hotels and Resorts ouvre le premier resort du groupe en Afrique, sur la côte nord-ouest du Maroc, dans la baie de Tamuda, à 20 minutes de Tétouan et 60 minutes de Tanger. Entre les routes sinueuses des montagnes du Rif et les eaux scintillantes de la Méditerranée, le resort Banyan Tree Tamouda Bay offre une vue spectaculaire sur la mer ainsi que des prestations haut de gamme, qui en font le premier resort avec villas équipées de piscine privative au Maroc. Vastes et spacieuses, allant de 203 à 421 mètres carrés, les 92 villas de Banyan Tree Tamouda Bay permettent à leurs hôtes de profiter confortablement des bienfaits de l'eau et d'un moment de détente, en toute intimité. Leur architecture rend hommage à l'héritage andalou-mauresque et marocain et puise dans les influences passées de la région : les extérieurs austères mènent à des intérieurs décorés de manière opulente, avec des couloirs en arches et de complexes panneaux moucharabieh marocains.
Le Banyan Tree Tamouda Bay propose également tous les services qui font la renommée des établissements du groupe dans le monde : spas, restauration, activités de loisirs et sportives, etc.

www.banyantree.com/fr

AERIEN

LA RAM RÉCOMPENSÉE

La Société Européenne pour la Recherche de la Qualité (ESQR) a décerné une récompense à la Royal Air Maroc pour sa qualité de service. Le prix a été remis lors de la tenue du Congrès «European Awards for Best Practices 2016» à Bruxelles à l'Hôtel Plaza en juin dernier. Cette cérémonie vise à récompenser les organisations, les compagnies aériennes et les gouvernements pour leur engagement à atteindre la qualité. L'ESQR récompense différentes organisations en Europe, en Amérique du Sud et en Amérique du Nord, en Afrique et en Asie. La Royal Air Maroc a remporté ce prix pour la deuxième année consécutive.

www.royalairmaroc.com

PÂTISSERIE

COUPE DU MONDE 2017

L'ordre de passage des pays en lice pour la Coupe du Monde de la Pâtisserie
2017 est désormais connu ! Pour la première fois dans l'histoire du concours.
Les places ont été tirées au sort sous contrôle d'huissier plus de 5 mois avant la grande finale, qui aura lieu les 22 et 23 janvier prochain à Eurexpo, Lyon.
Le Maroc passera le lundi 23 janvier dans le box 4.
Les 23 équipes qualifiées, composées d'un chef chocolatier, un chef pâtissier et un chef glacier peuvent dès à présent établir leur stratégie en fonction de leur ordre de passage pour séduire le jury d'exception, qui devra goûter les 69 dégustations et 23 présentations de pièces en sucre, chocolat et glace hydrique sculptée.

Sirha : du 21 au 25 janvier 2017 à Lyon

HOTELLERIE

80 CLEFS VERTES AU MAROC EN 2016

À Marrakech, 34 établissements hôteliers ont été labellisés Clef Verte lors de la dernière session d'attribution de 2016 de l'écolabel, organisée par la Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement. Ils sont au total 80 établissements touristiques de 25 villes du Royaume à avoir été labellisés « Clef Verte », écolabel international destiné à récompenser les hôtels, villages de vacances, maisons d'hôtes, auberges, gites, écolodges, fermes d'hôtes... qui se sont engagés dans une démarche environnementale dynamique. À Marrakech, le nombre d'établissements labellisés à doublé entre 2015 et 2016. Des hôtels de haut standing, des club et villages de vacances, des maisons d'hôtes ont donc misé sur la protection de l'environnement à la veille de la COP 22.

www.clefverte.ma

GLACES

AMORINO CELEBRE L'AUTOMNE

Pour commencer la saison automnale tout en douceur, le célèbre glacier italien présente un nouveau parfum : Noix-Figues.

En septembre et octobre. Amorino invite tous les gourmands à découvrir une association originale: un parfum alliant la délicatesse de la noix au goût délicieusement fruité de la figue caramélisée.

Issue d'Orient, la figue de Turquie régalait déjà les gourmets de la Rome antique et décorait les jardins de Babylone. Fruit de fin d'été par excellence, elle prête sa douceur pour une glace des plus savoureuses.

Les célèbres noix de Sorrente font partie des variétés les plus prestigieuses d'Italie et sont récoltées de manière artisanale, mêlant passion et tradition familiale.

Ce nouveau parfum inédit offre des saveurs délicates pour un goût authentique en bouche.

Parfum disponible en septembre et octobre

HOTEL
STARWOOD AU MOYEN ORIENT

Le groupe Starwood Hotels & Resorts Worldwide a annoncé que sa cible d'ici à 2020 était le Moyen-Orient. Pour cela, le groupe va agrandir son portefeuille en y ajoutant 100 hôtels. Cela fait suite à la signature de cinq nouveaux accords de conversions qui permettront d'ajouter plus de 1200 chambres aux hôtels d'Émirats arabes unis, d'Arabie saoudite et du Qatar. Starwood ouvrira également en 2016 cinq hôtels dans ces mêmes pays.
Les nouveaux accords de conversions d'hôtels Starwood dans la région comprennent :
- Un hôtel The Luxury Collection et un établissement Le Méridien à Lusail, au Qatar
- Un Four Points by Sheraton à Djeddah, en Arabie saoudite
- Un Four Points by Sheraton à Unaizah, en Arabie saoudite
- Un Four Points by Sheraton à Ras Al Khaimah, aux Émirats arabes unis

www.starwoodhotels.com

HOTEL
UN FAIRMONT A RABAT

Eagle Hills Morocco annonce le lancement de la construction d'un projet très attendu : le Fairmont La Marina Rabat-Salé Hotel and Residences. Situé sur l'embouchure de la rivière Bouregreg, au bord de l'océan Atlantique, le premier Fairmont Hotel and Residences du Maroc jouira d'une vue imprenable sur les sites historiques. En outre, l'hôtel sera adjacent à un parc au sein du projet, à courte distance de la Marina et de la promenade fluviale où hôtes, résidents et visiteurs pourront profiter des nombreux restaurants et magasins mis à leur disposition. D'une superficie totale de 42 000 mètres carrés, le complexe propose une offre résidentielle de 79 résidences signées Fairmont allant d'une à trois chambres pour une superficie de 70 à 140 mètres carrés ainsi qu'un hôtel d'une capacité de 200 chambres.
L'hôtel cinq étoiles mêlera "un style contemporain avec des inspirations Marocaines" et proposera une multitude de commodités tels qu'un spa, un Sky Bar, un salon exécutif Fairmont Gold, un fitness et une piscine extérieure sur le toit de l'hôtel. L'hôtel comprendra également une salle de conférence, une salle des fêtes et des boutiques de luxe.
Les travaux de construction du projet ont démarré le 20 mai, 2016. Le lancement des ventes des Résidences Fairmont La Marina Rabat-Salé sera quant à lui bientôt annoncé.

www.fairmont.fr

OUVERTURE
MOGADOR MARINA 4*

Mogador Marina Casablanca est la dernière création de la chaîne Mogador Hotels & Resorts.
Ce Business Boutique Hôtel qui a tout pour plaire aussi bien pour un séjour business, loisirs ou en famille.
Combinant modernité et ambiance cosy, Mogador Marina Casablanca vous ravira avec son univers acidulé en couleurs et en saveurs, dans un esprit « Moroccan Life Style ».
Positionné sur la catégorie 4 étoiles, il offre à ses clients 176 chambres et suites thématiques, dotées de connexion dédiée, d'un service sur mesure et fonctionnel, avec une vue imprenable sur la ville de Casablanca: Mosquée Hassan II, Palais Royal, Quartier des Habous, Belvédère.
Le Resto et le K-Fé vous accueilleront dans un cadre de charme, pour vos déjeuners et dîners d'affaires, tea time, afterwork ou encore entre amis ou en famille. Vous y dégusterez de la cuisine méditerranéenne healthy ou encore un éveil de vos papilles avec des jus détox et de la pâtisserie faite maison, dans une ambiance des plus conviviales. Salles de réunions, spa, restaurants.

www.mogadorhotels.com

HOTEL

ROTANA A M AVENUE MARRAKECH

Rotana, l'une des principales sociétés de gestion hôtelière au Moyen-Orient, Afrique, Asie du Sud et en Europe de l'est, a annoncé la signature d'un nouvel accord pour gérer pour la première fois au Maroc, sous l'enseigne «Arjaan Hotel Apartments by Rotana» une propriété constituée de 140 unités qui sera située à M Avenue, nouvelle adresse raffinée de shopping, de divertissement et une destination résidentielle de luxe incontournable à Marrakech.

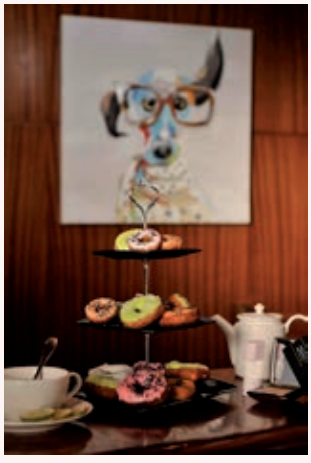
Arjaan Hotel Apartments by Rotana, propose aux voyageurs d'affaire et de loisirs des installations modernes dont 3 restaurants, salles de réunion, salles de conférences, salles de banquets, un accès internet WIFI haut débit, une piscine, un club fitness et bien-être Bodylines avec un gymnasium doté d'équipements cardio-vasculaires et de musculation .

M Avenue est une destination exclusive située au cœur de Marrakech, reliant le palais de congrès avec les jardins de la Ménara, conçue pour devenir une adresse prestigieuse et incontournable à Marrakech. Un véritable lieu de vie qui propose des expériences à dimensions multiples. M Avenue offre une combinaison innovante d'hôtels haut de gamme, de résidences, d'espaces bureaux, un paradis du shopping avec des commerces exclusifs, des restaurants gastronomiques, des cafés branchés, des galeries d'art et des lieux d'exposition..., 500 mètres de long pour une promenade inédite intitulée «Garden Avenue».

www.rotana.com/arjaanhotelapartments

HOTEL

LE MEDINA ESSAOUIRA FAIT PEAU NEUVE



Le Médina Essaouira Thalassa sea & spa fait peau neuve ! Sur la base d'une orientation résolument moderne, l'hôtel fait la part belle aux atmosphères colorées et exotiques tout en restant fidèle à ses racines marocaines empruntes de calme et de luminosité.

Des tableaux Pop Art, un mural Gnaoua réalisé par des artistes locaux et des fresques contemporaines du décorateur-restaurateur Didier Spindler ornent désormais les murs, apportant une touche retro chic et moderne, guidant le voyageur vers un lobby transformé en un spacieux « living room », qui pourra accueillir les amateurs gourmands d'un tea/coffee-time convivial.

Au coeur d'une des plus vibrantes et spirituelles cités de l'Atlantique et inspiré des Riads raffinés d'antan, le Médina Essaouira Thalassa sea & spa allie ainsi un new look moderne et authentique pour un confort unique, issu de la rencontre entre la culture marocaine traditionnelle et l'art contemporain.

Découvrez bientôt les nouvelles photos sur Facebook et Instagram : Le Médina Essaouira.
Réservation : +212 524 47 90 00 – H2967@accor.com

Où partiront les Marocains cet été?

Baromètre édité par le site jevoyage.ma

Le site spécialiste du voyage et du tourisme sur internet «jevoyage.ma» vient de publier son baromètre sur les tendances de séjours touristiques des Marocains intitulé «Voyage, le mode d'emploi des Marocains en 2016».

Tendances de voyages et de séjours touristiques des Marocains, destinations préférées au Maroc et ailleurs, dépenses, modes de réservation, l'enquête a fait le tour de la question et les résultats révèlent un changement notable dans les habitudes de voyage des Marocains.

Le voyage, c'est toute l'année!

Jadis réduit à un privilège que l'on se permet une fois par an, le voyage s'installe dans les mentalités. Aujourd'hui, les résultats de l'enquête démontrent que le voyage s'est installé dans les esprits comme un réflexe de toute l'année. En effet, le Marocain plie bagage plus souvent atteignant une moyenne de deux fois par an. Aussi, si l'été est traditionnellement la saison des voyages par excellence, la donne change progressivement. Ainsi, les destinations d'hiver émergent et le printemps devient aussi une saison pendant laquelle les Marocains aiment s'offrir des pauses.

Le marché national est le grand gagnant

En été, la destination qui continue de faire l'unanimité auprès des touristes marocains est balnéaire et cela, au Maroc comme à l'étranger. Au niveau national, les côtes méditerranéennes du Nord et la ville de Saïdia sont

privilégiées, en plus d'Agadir. Autre ville plébiscitée : Dakhla privilégiée par les amateurs des sports nautiques et les amoureux de la belle nature. «La perle du Sahara marocain devient, chaque année un peu plus, la référence pour les amateurs des sports nautiques comme pour ceux qui cherchent sérénité et nature» note, dans un communiqué, le site spécialiste du voyage et du tourisme sur Internet.

Annuellement, en nombre de voyageurs (hors Omra), le Maroc reste la destination privilégiée des touristes marocains (54%). Le royaume est suivi de la Turquie (10%), accessible sans visa. L'Espagne (8%), la France (5%), l'Italie (5%), la Thaïlande (5%), le Portugal (4%), les croisières qui impliquent plusieurs pays (3%) et enfin les Emirats arabes unis (3%) complètent le palmarès.

L'étranger séduit de plus en plus

C'est le sud de l'Espagne qui continue d'attirer bon nombre de Marocains

(300.000 d'entre eux s'y rendent chaque été). La France et l'Italie ont également la cote, et le Portugal s'impose depuis quelques années comme une destination de prédilection. « Proches du Maroc, l'ensemble de ces pays présente l'avantage de l'accessibilité, avec des dessertes fréquentes, en vols réguliers comme en low-cost, ce qui explique leur succès », précise le site.

Les destinations lointaines connaissent un boom

La recherche de dépaysement devient également une caractéristique non négligeable du voyageur marocain. Preuve en est la montée en puissance de destinations lointaines comme la Malaisie, la Thaïlande, Singapour ou encore Bali.

Les pays sans visa plébiscités

Autre type de destinations qui gagne de la place dans le cœur des voyageurs marocains: les pays accessibles depuis le royaume sans visas, à l'instar de la Turquie. « 56 au total, ils incluent un grand nombre de destinations africaines, dont la Côte d'Ivoire, le Cap-Vert, les Comores, le Gabon ou encore Madagascar », mais aussi des pays du Moyen-Orient comme le Liban, la Syrie ou la Jordanie. Avec leur simple passeport biométrique, les Marocains peuvent également se rendre en Bolivie, à Cuba, au Brésil, en Corée du Sud, à Hong Kong, au Laos, en Malaisie, au Népal, aux Philippines ou encore au Sri Lanka.

En terme de croissance annuelle, la destination Mexique a connu un boom auprès des touristes marocains (+77%), suivie du Vietnam (+64%), du Portugal (+42%), des croisières (31%) et de l'Italie (28%). « La recherche de dépaysement devient une caractéristique non négligeable du voyageur marocain. Preuve en est la montée en puissance de destinations lointaines comme la Malaisie, la Thaïlande, Singapour ou encore Bali », précise le site jevoyage.ma.

Un panier entre 4.132 et 5.500 dirhams

Toujours selon les résultats de l'enquête menée par «jevoyage.ma», le panier moyen dépensé par une personne pour une semaine de voyage s'élève à 4.132 dirhams, il est de 5.500 dirhams en été, du fait de séjours plus longs que le reste de l'année, de sept à

dix jours en général.
A l'étranger, le produit phare reste les voyages organisés. Au Maroc, les familles privilégient les clubs «all inclusive», les hôtels disposant d'Aquaparcs et d'animations et les appartements. Les couples se tournent plutôt vers les hôtels de luxe et les jeunes célibataires «sont très regardants sur les prix et sont plutôt sensibles aux bonnes affaires, aux promotions et aux deals, notamment sur Internet», précise le site, qui a mené une enquête auprès d'un échantillon de 1.174 répondants (58% de femmes, 42% d'hommes, 62% de plus de 30 ans).

Le voyageur marocain est 2.0

Concernant les modalités de réservation de voyages ou séjours touristiques, la tendance est aux nouvelles technologies. De plus en plus de Marocains réservent ou comparent les offres de voyage via Internet (PC, tablettes et smartphones), note le site. Le web devient ainsi l'un des premiers moyens de recherche d'information, phase cruciale avant de passer à l'acte d'achat.
«Les taux de pénétration d'internet dans les ménages ont donné naissance à un voyageur d'un nouveau genre, un voyageur 2.0, qui planifie son voyage, étudie les offres, les met à mal, s'informe, exprime ses opinions et partage son expérience. Pour nous, c'est challenging dans la mesure où le seul choix que nous avons est celui de la qualité», affirme Youssef Drafate, Directeur général de jevoyage.ma.
Le mobile devient ainsi un outil de prédilection des voyageurs marocains: «plus de 43% de nos visiteurs sont mobiles», ajoute-t'il. «Ceci, bien que le paiement par carte bancaire ne soit pas encore dans les mœurs. Pour payer, les Marocains préfèrent toujours le virement bancaire ou le paiement direct à l'agence physique», précise-t-il, même s'il estime que l'achat de séjours en ligne a «de beaux jours devant lui», notamment grâce à la sécurisation des transactions électroniques.

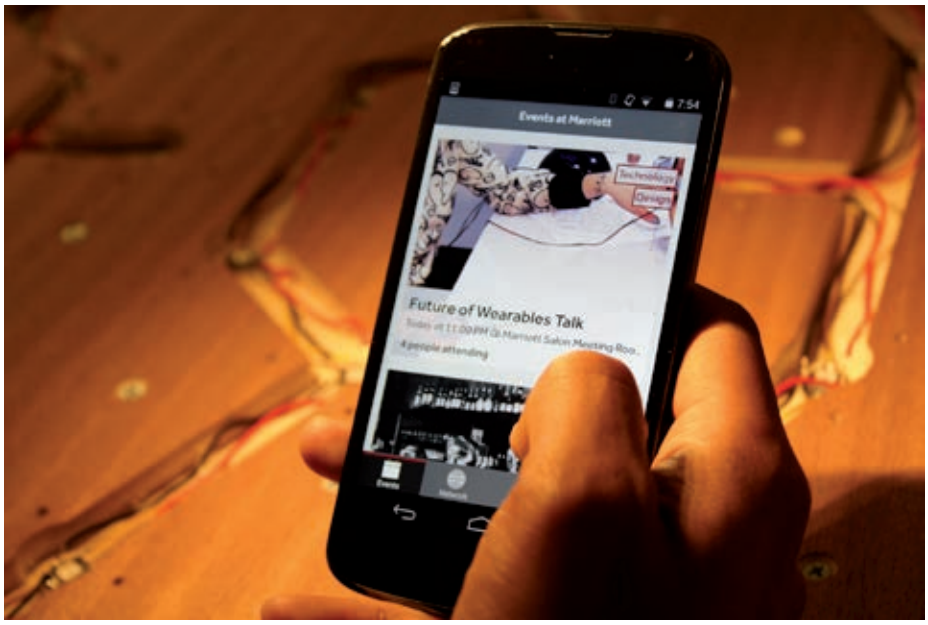
L'EXPÉRIENCE CLIENT EN HÔTEL

Les nouvelles tendances

La génération Y et tous ceux qui voyagent comme elle, la mobilité, les voyageurs d'affaires, la recherche d'expériences santé et de bien-être… Comment les aborder? Des hôteliers se prononcent sur la question.

Par Dail, Michael, Craig Greenberg, Niki Leondakis et autres. «The guest experience : Top trends to look for in 2015», The Wall Street Journal.

Le Wall Street Journal a présenté un webinaire rassemblant des hôteliers de chaînes reconnues pour leur dynamisme.
Voici un aperçu de leurs propos.



ATTIRER LES MILLÉNIUMS ET CEUX QUI VOYAGENT COMME EUX

L'hébergement s'ajuste aux nouvelles préférences de voyage que l'on attribue aux membres de la génération Y (nés entre 1980 et 2000), mais qui concernent un marché beaucoup plus large.
Le groupe Commune Hotels & Resorts, qui propose des hôtels de type lifestyle, avec les marques Joie de Vivre et Thompson, est déjà bien positionné auprès de la génération Y. Design inspiré et branché sur la culture locale et service décontracté et personnalisé sont des caractéristiques clés de ces établissements. Le groupe ajoutera en 2015 la marque Tommie, pensée tout particulièrement pour accueillir la clientèle des Y ainsi que tous ceux ayant le même type d'attentes que ces jeunes adultes – et ils seraient nombreux.

À cet égard, Niki Leondakis, directrice générale du groupe Commune Hotels & Resorts, explique que les hôtels Tommie intéresseront les voyageurs ouverts d'esprit et curieux, qui aiment joindre le plaisir au travail et qui ont une attitude inclusive envers les autres. Selon elle, ils offriront confort et luxe à prix abordable. Par luxe, on entend un design intelligent (microchambres ergonomiques et esthétiques); produits locaux; technologie conviviale; localisation privilégiée dans des quartiers urbains branchés et émergents; et programmation variée dans les espaces communs, qui sont d'ailleurs aménagés pour favoriser la socialisation.

GENERATION Y
La génération Y regroupe des personnes nées approximativement entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990.

BEAUCOUP PLUS QU'UN ENDROIT OÙ PASSER LA NUIT

D'abord et avant tout des musées d'art contemporain, les hôtels 21c Museum constituent une offre d'hébergement différente et tout à fait en phase avec les attentes de la génération Y. Des expositions, mais aussi des événements artistiques et culturels, se déroulent constamment dans les espaces communs. Ces lieux sont ouverts à tous, 24 heures sur 24. L'accueil authentique et les employés souriants et serviables contribuent largement à la qualité de l'expérience hôtelière

qu'offrent ces établissements uniques en leur genre. Comme le mentionne le président Craig Greenberg, les équipes de travail doivent s'assurer que l'expérience est intéressante, mais aussi confortable et efficace.

MOBILITÉ ET TÉLÉPORTATION...

Pour Commune Hotels & Resorts, le principe du service consiste à servir le client de la façon dont il le souhaite. Ainsi, la technologie y est facile d'accès, conviviale et pertinente, mais les clients ne sont pas contraints de les utiliser. Le personnel demeure toujours sur place pour servir les clients.

Le groupe Marriott utilise notamment la technologie pour créer des actions de marketing expérientiel et favoriser un effet viral sur les médias sociaux. La campagne #GetTeleported sollicite les sens de l'utilisateur pour le plonger dans une destination pendant une courte période de temps. Le groupe hôtelier dispose des cabines de «téléportation» et offre ainsi un aperçu des destinations dans lesquelles la chaîne est présente. Michael Dail, des hôtels Marriott, explique leur volonté de démontrer que la marque Marriott est toujours innovante et à l'avant-garde. Le volet Travel Brilliantly de leur site Web expose ces innovations et est conçu pour favoriser le partage d'idées par les consommateurs afin d'améliorer l'expérience client.

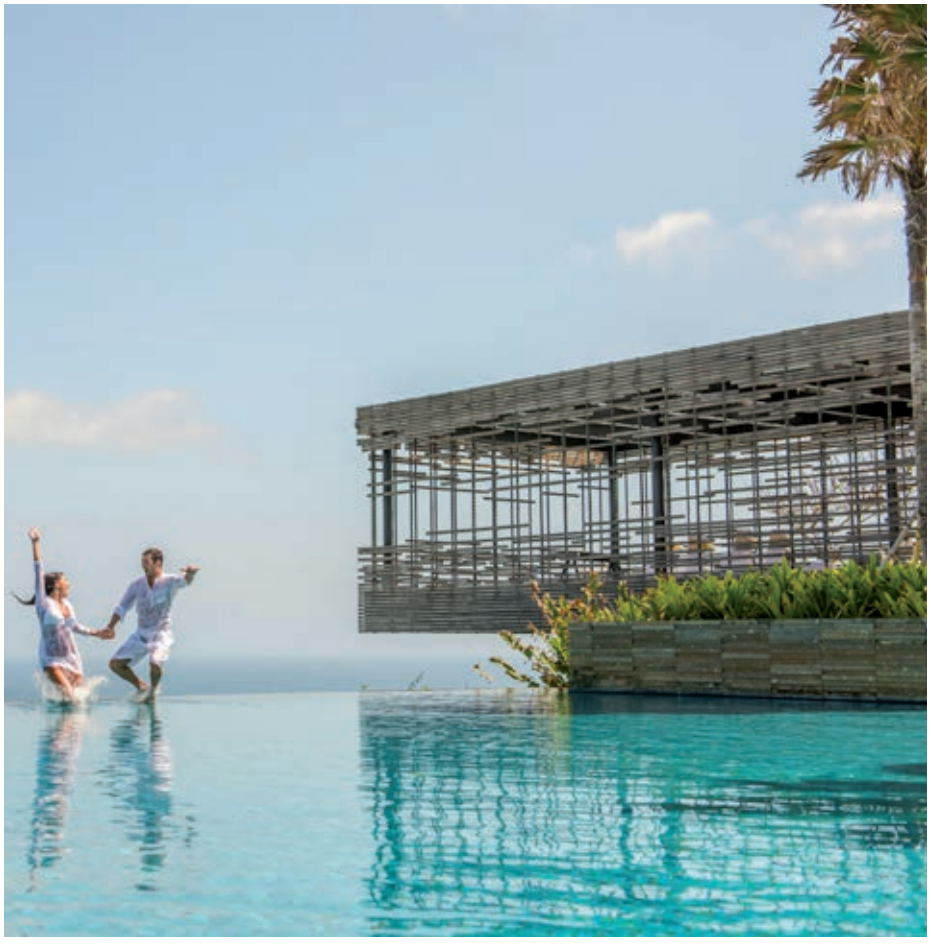
OUTILLER LES VOYAGEURS D'AFFAIRES

Pour enrichir l'expérience des voyageurs d'affaires, Marriott s'est allié au Massachusetts Institute of Technology (MIT) afin de créer un prototype de réseau social pour les clients dans le

lobby de l'hôtel. Ainsi, l'utilisateur de Marriott Six Degrees peut être mis en contact avec les clients ayant des centres d'intérêt ou des antécédents professionnels communs. Voilà qui facilite la socialisation entre les voyageurs seuls, ce qui est souvent le cas des touristes d'affaires. La vidéo ci-dessous illustre le concept.

Comme l'affirme Niki Leondakis, les visiteurs recherchent la simplicité en matière de technologie. Ils apportent leur propre contenu vidéo et souhaitent le visionner sur l'appareil et à l'endroit de leur choix. Le groupe Commune Hotels & Resorts facilite la réalisation de ce désir en multipliant les prises électriques dans les espaces communs, mais aussi en rehaussant la bande passante. Les clients peuvent aussi emprunter des câbles HDMI afin de connecter leur appareil au téléviseur de leur chambre.

Une connexion Internet sans fil fiable et rapide est presque aussi importante qu'une bonne pression d'eau dans la douche. Aussi, les hôteliers sont unanimes : la proportion de réservations sur appareil mobile croît à une vitesse fulgurante.



INTÉGRER UNE OFFRE SANTÉ POUR PLUS DE BIEN-ÊTRE

Les gens veulent conserver leurs bonnes habitudes lorsqu'ils voyagent et cherchent des options santé et des façons de maintenir leur programme d'exercices. Le prêt de vélo et d'équipement de jogging par les hôtels est devenu chose courante. Le groupe IHG lançait par ailleurs récemment la chaîne Even, entièrement positionnée sur le concept de bien-être et de l'équilibre, alors que Hilton a ajouté la marque Canopy, axée sur la simplicité et l'accès à des options santé et à des produits locaux.

Marriott propose une machine distributrice santé, un concept novateur dont l'idée provient d'une cliente. Dans les hôtels 21c Museum, des pauses créatives guidées dans les espaces d'exposition sont offertes aux gens en réunion d'affaires. On organise aussi des pauses yoga pour plus de productivité. Si les voyageurs ne tournent pas le dos aux gâteries, ils souhaitent néanmoins avoir des options, la possibilité de bien s'alimenter et de demeurer actifs.

Les besoins de la clientèle évoluent constamment, la technologie avance plus vite que son ombre et les tendances en matière de style de vie influencent inévitablement la façon de voyager. Demeurer à l'affût s'avère indispensable pour rester dans la course!

Les 5 caractéristiques clés de la génération Y

- Etre connecté

La génération Y est connectée et utilise avec facilité les outils technologiques. Elle pense en réseau et sait qu'à plusieurs on est plus fort. Les réseaux sociaux font partie du quotidien.

- L'individualisme

Les individus de la génération Y sont plus centrés sur eux-mêmes.

L'équilibre vie privée / vie professionnelle

La génération Y ne vit plus seulement que pour le travail. Elle aspire en permanence à un équilibre entre le privé et le professionnel, pour se réaliser pleinement.

- L'impatience

L'instantanéité du monde numérique a rendu la génération Y impatiente. Cela la conduit à souvent vouloir tout et tout de suite.

- Un rapport différent à l'autorité

Ce ne sont plus les galons qui indiquent que le chef a de l'autorité. L'autorité doit à présent se gagner et n'est plus liée à un statut. L'autorité doit se démontrer par la compétence et par le comportement. Ou alors être naturellement liée au charisme. C'est une autorité d'évidence et de compétence.

Remerciements au «Réseau de veille en tourisme»

La restauration à l'honneur sur SIAL Paris

En 2016, la restauration sera tout particulièrement à l'honneur sur le salon. Une preuve ? Le parrain de cette édition sera Joël Robuchon. « Meilleur ouvrier de France » en 1976, « Chef de l'année » en 1987 puis « Cuisinier du siècle » en 1990, il est le chef le plus étoilé du monde au guide Michelin (26). Partenaire de Fleury-Michon depuis 28 ans, ce fils de maçon poitevin a participé à l'opération « 50 ans 50 chefs » que SIAL Paris a organisé en 2014.

En tant que parrain, Joël Robuchon sera présent à la conférence de presse que le salon organisera au mois de septembre et participera au comité de sélection des prix décernés par SIAL innovation, aux côtés notamment d'Elior et Gault et Millau. Le chef aux 26 étoiles Michelin fera aussi une intervention sur SIAL TV le jour de l'inauguration du salon, le 16 octobre. Il définira un parcours « restauration » et sélectionnera des produits présentés par nos exposants pour les rassembler dans un panier qui portera son nom.

Faire émerger les talents de demain

Pour la première fois de son histoire, SIAL Paris va aussi récompenser cette année les Espoirs de la gastronomie. Ouvert à des triplettes de cuisiniers, sommeliers et agents de salle, ce concours organisé par Le Cercle, mettra en compétition des jeunes venus de la France entière. « Le but est de faire émerger les talents de demain, dans le cadre international du SIAL », explique Michel Blanchet, Président d'honneur des Cuisiniers de France. En plus d'offrir une exceptionnelle fenêtre médiatique à ses participants, cet événement donnera l'occasion aux visiteurs de découvrir comment s'invente la gastronomie du futur.

La Cuisine et le restaurant VIP, qui visent depuis 2012 à faire déguster aux invités des recettes inventives et audacieuses, accueilleront cette année les élèves de FERRANDI Paris. Cet établissement est le gardien de la grande tradition de la gastronomie française. Il fonde sa pédagogie sur la pratique, la précision du geste, l'acquisition des techniques et des savoir-faire fondamentaux. Ce sont des étudiants Bachelor Restaurateur et Bachelor Manager de Restaurant formés à FERRANDI Paris qui aideront les chefs étoilés, pendant les cinq jours du salon, dans leur démonstration et pour le service du midi.

Le Marché International de Rungis, un partenaire leader et de qualité

SIAL Paris a décidé de renouveler cette année son partenariat avec le Marché International de Rungis. Le plus grand marché de produits frais au monde fournira aux chefs présents les produits de qualité qu'ils intégreront dans leurs menus gastronomiques.

SIAL OFF, une visite gastronomique unique de Paris. Un recueil d'adresses sélectionnées par Gault&Millau permettra aux visiteurs et aux exposants de profiter de bonnes adresses gourmandes au cœur de Paris. Comment ? Grâce à des offres qui leur seront réservées dans des dizaines de restaurants, bars et artisans choisis par Gault&Millau.

Qu'on se le dise, SIAL OFF, qui existe depuis 2012, est une occasion exceptionnelle pour profiter de Paris et visiter des restaurants, des artisans, des cafés, des bars…

SIAL Paris, le pouls de la restauration mondiale

La restauration ne cesse d'innover. Elle se réinvente perpétuellement pour évoluer avec son temps et répondre aux désirs sans cesse plus complexes des amateurs de bonne chère.

« C'est un laboratoire permanent où s'inventent et se diffusent les tendances qui vont ensuite impacter tout le secteur alimentaire, confirme Anne Claire Paré, la fondatrice du Cabinet Bento. La créativité des chefs qui imaginent et voyagent, l'interaction permanente des restaurateurs avec des clients toujours plus exigeants, l'arrivée de nouveaux entrepreneurs ayant une vision différente du secteur… tout cela créé un cocktail et une atmosphère favorables à l'innovation. »

De ce mélange bouillonnant, voici les tendances qui vont compter en 2016.

- La santé sort du ghetto : Faire attention à ce que l'on mange devient ostentatoire, en même temps qu'un marqueur de sophistication… On affirme son identité alimentaire à travers des approvisionnements alternatifs, des choix d'ingrédients riches en nutriments, ou des cuissons douces qui vont jusqu'à la préparation crue. Ainsi, le sans-gluten se démocratise et au niveau mondial, les spécialistes prévoient que ce créneau atteindra les 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2020. Le végétarien commence aussi à prendre une place importante sur les cartes et sur les offres… grâce à la créativité des chefs !

- Le « tout artisan » : Le mot « artisan » est devenu synonyme de qualité et de haut de gamme : les petits producteurs sont recherchés et mis en avant, la fabrication est théâtralisée et le savoir-faire régional est scénarisé et réinventé. Cette quête absolue tournée vers l'innovation permet de booster un secteur en pleine croissance. En Europe, le marché de la restauration a progressé de 3,5% en 2014 pour atteindre le chiffre impressionnant de 94 milliards d'euros. Le Canada abrite, à lui seul, 76.297 restaurants. Le Québec compte pas moins de 21.000 établissements dont 15.000 détenus par des indépendants.

- Etre expert ou ne pas être

La montée en expertise des consommateurs et la multiplication des points de restauration incitent les concepts à toujours plus d'innovation. Pour émerger et bâtir une promesse différenciante, la spécialité signature ne suffit plus : il faut pouvoir revendiquer une maîtrise totale sur un ingrédient, une recette ou un terroir. Le phénomène est particulièrement marqué sur les spécialités sucrées où l'urgence de manger moins mais mieux conduit à privilégier les meilleurs faiseurs pour craquer avec recherche et élégance. Une tendance qui se fait également sentir sur le café, que l'on peut qualifier de « post-Starbucks », avec le développement de comptoirs à expresso qui s'approvisionnent auprès des meilleurs torréfacteurs. A la carte, une gamme ultra-courte de précieux nectars fabriqués dans les règles de l'art.

- Restauration livrée : Arrivée en France depuis quelques années, elle enregistre un fort taux de croissance, à l'image de ce qui se passe dans d'autres pays occidentaux. Avec 90 milliards de $, soit 16% du marché globale de la restauration, ce secteur est en plein boom et affiche un chiffre d'affaires en hausse de 67% en 2015. Preuve en est que nos consommateurs hexagonaux sont bien épris de solutions qui leur facilitent la vie.

Du 16 au 20 octobre 2016
Paris-Nord Villepinte

Tendances, Innovations, Business & Convivialité au menu d'EquipHotel 2016 !

Depuis plus de 50 ans, EquipHotel accompagne les professionnels Français et internationaux de l'hôtellerie et de la restauration pour décrypter les tendances, détecter les innovations, favoriser les rencontres, avec un objectif : proposer de nouvelles solutions et des leviers de business pour tous les acteurs de l'Hôtellerie et de la Restauration. EquipHotel est source d'inspiration des architectes, décorateurs, et designers du monde entier.

Une offre 360°

Rendez-vous majeur de la profession, EquipHotel apporte des solutions concrètes à plus de 111 000 professionnels pendant 5 jours. Avec 30 secteurs d'activité et 1 600 exposants répartis sur 5 halls d'exposition, le salon propose une offre globale et transversale pour couvrir l'ensemble du marché et permettre à chaque professionnel de trouver la solution adaptée à ses problématiques.

Plateforme internationale

En 2014, la fréquentation hôtelière à Paris Île-de-France s'est élevée à 66,7 millions de nuitées. La ville reste ainsi la 1ère destination mondiale. EquipHotel illustre largement cette dimension internationale de l'Hôtellerie et de la Restauration : en 2014, sur les 111 064 professionnels visitant le salon, 19,2 % sont d'origine internationale. On enregistre dans le Top 10 des pays

EquipHotel en bref

Le salon EquipHotel est un événement organisé par Reed Expositions, leader dans l'organisation de salons professionnels. Les principales manifestations organisées par le groupe sur l'Hôtellerie Restauration sont : EquipHotel Paris, Marocotel by EquipHotel, Marocofood, Marrakech Hospitality Style, Parizza, Sandwich & Snack Show, Japan Food Show, Vending Paris. Elles rassemblent plus de 2 500 exposants et plus de 200 000 visiteurs.

visiteurs : la Belgique, l'Italie, l'Espagne, la Suisse, le Royaume-Uni, l'Allemagne, le Maroc, la Tunisie, l'Algérie et les Pays-Bas. Du côté de l'offre sur 1 600 exposants, 30 % sont internationaux.
Le programme dédié aux échanges internationaux permettra aux Top Acheteurs de tous continents d'initier et de concrétiser efficacement leurs projets business de demain.

Innovations & Tendances

EquipHotel se mobilise pour faire avancer la profession. Entouré d'un comité d'experts reconnus et passionnés, EquipHotel décrypte les tendances, analyse les nouveaux codes de consommation et valorise les innovations (INNOV16) pour anticiper les mutations du secteur. Un concentré d'expertises, et une préoccupation : l'expérience client.

Le rêve prend forme sur EquipHotel avec le STUDIO16 !

Un projet audacieux d'hôtel éphémère sera érigé au cœur du pavillon 7, sur 3 étages et plus de 4 000 m². Du lobby aux chambres en passant par les salles de réunion et les nouvelles offres de restauration et de bar, EquipHotel fera la part belle à tout ce qui fera de l'établissement de demain un véritable lieu de vie, d'échange et d'émotions à vivre.

Networking

Rencontres et business sont également au programme de l'édition 2016. EquipHotel développe le programme Top Buyers' Club pour faciliter le networking et la mise en relation entre acheteurs et vendeurs.

Convivialité

EquipHotel vibrera au rythme des concours et démonstrations culinaires sur le Studio des Chefs. Et pour prolonger l'expérience sur le salon dans un cadre convivial et festif, le Bar Off revient à nouveau en 2016.

Fédérateur

Seul événement à bénéficier du soutien de tous les syndicats et associations de la filière Café-Hôtel-Restaurant, le salon EquipHotel fédère la profession à travers son réseau de partenaires et d'ambassadeurs mobilisés en région et à l'international.

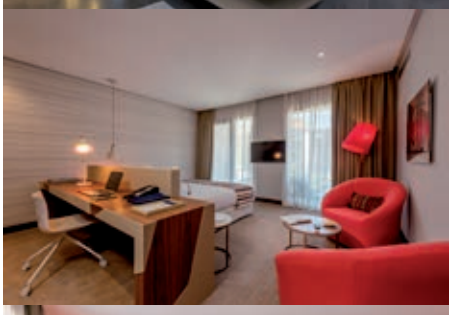
EquipHotel 2016 se tiendra, du 6 au 10 novembre 2016, à Paris Porte de Versailles.

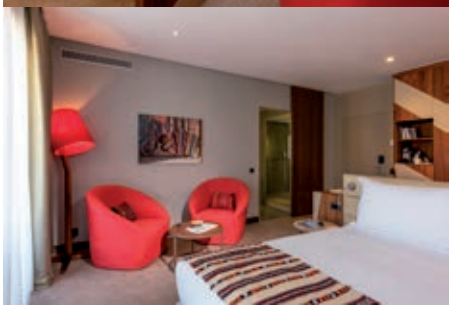
Radisson Blu Marrakech Carré Eden

La famille Carlson Rezidor s'agrandit avec l'ouverture depuis mai 2016 du Radisson Blu Marrakech Carré Eden.
Hôtel cinq étoiles situé dans le quartier mythique du Guéliz, ce Radisson Blu donne aux voyageurs l'occasion de découvrir une nouvelle facette de la ville ocre et de plonger au cœur du nouveau Marrakech.

Cet 'Urban Hôtel 5 étoiles est idéal pour un city-break au cœur du Marrakech branché.
Premier hôtel du Carré Eden, en pleine transformation depuis plusieurs années, le Radisson Blu Marrakech a pour ambition de faire découvrir à sa clientèle un Marrakech urbain insoupçonné. L'hôtel est ainsi situé au cœur du Guéliz, quartier cosmopolite et effervescent qui ravira les shoppeurs et les noctambules.
« Le Carré Eden est un peu à Marrakech ce que Tribeca est à New-York : c'est LE spot lifestyle du Marrakech qui se modernise et où les Marrakchis trendy se donnent RDV. Radisson Blu ne pouvait pas passer à côté d'un tel emplacement pour son implantation à Marrakech ! » s'enthousiasme Fabrice

Un nouvel hôtel 5 étoiles, décalé et design, en rupture avec l'offre actuelle à Marrakech
- Au cœur du quartier Guéliz, cette ouverture signe le renouveau d'un quartier à Marrakech : le complexe « Carré Eden », à l'emplacement de l'ancien marché central, avec appartements, commerces et désormais un hôtel de luxe 5 étoiles
- 198 chambres et suites offrant une atmosphère urbaine et moderne
- Le restaurant Lila et le Lila Bar où la gastronomie internationale se pare des couleurs locales
- Le spa « Eden Spa & Fitness » associant modernité et savoir-faire local traditionnel
- Un patio de 3.000m² avec piscine aquarium, fontaines, palmiers, oliviers… en plein centre-ville
- 1.000 m² dédiés aux professionnels: 12 salles de réunion, une salle de conférence de 360m²…





Carlson, chaîne hôtelière et agence de voyage internationale privée basée à Minneapolis (États-Unis), est l'actionnaire majoritaire du groupe The Rezidor. Carlson et Rezidor possèdent des hôtels dans plus de 90 pays à travers le monde, soit 1 070 hôtels opérationnels et 240 hôtels en cours d'aménagement.

Castellorizios, Directeur du Radisson Blu Marrakech Carré Eden.

A seulement quelques pas du Marrakech traditionnel

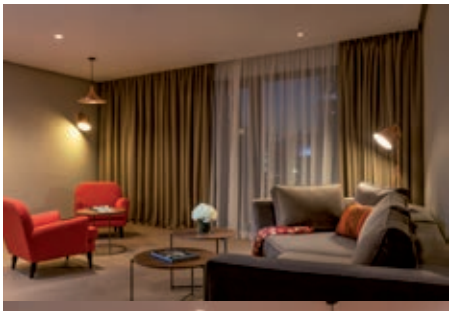
Pour les amoureux du Marrakech traditionnel, pas d'inquiétude : le quartier du Guéliz se trouve en plein cœur de la ville, sur le boulevard Mohammed V. L'ancienne Medina, la Place Djamaa El Fna ou encore les incontournables souks ne sont donc qu'à quelques pas ! Pour les plus aventuriers, Marrakech ne se trouve qu'à 70 kilomètres du désert mais aussi des pistes de ski de l'Atlas... Enfin, rejoindre l'hôtel se fait en toute simplicité puisque l'aéroport et la gare ne sont respectivement qu'à 15 et 5 minutes en taxi !

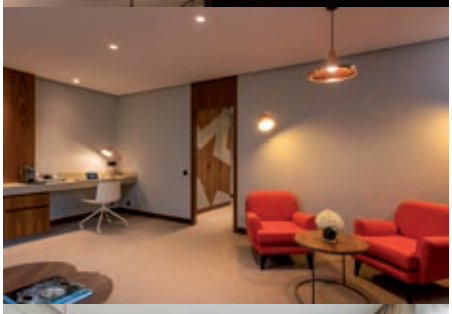
Les meilleurs talents réunis pour une escapade inoubliable

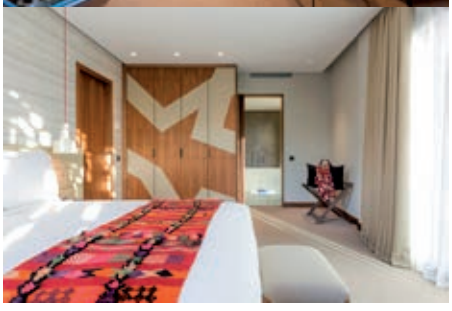
Pour sa conception, le Radisson Blu Marrakech s'est entouré des meilleurs talents. L'agencement des 198 chambres et suites a ainsi été confié aux designers de renom Lofti Sidi & Meriem Benkirane qui ont travaillé autour des tons neutres et des matériaux naturels tels que le bois, le lin ou la toile. Quant aux espaces d'accueil et de vie, ils ont été imaginés par le célèbre architecte Imaad Rahmouni qui avait fait la démonstration de ses talents au Pershing Hall à Paris. Leur travail a contribué à faire du Radisson Blu Marrakech un hôtel unique, résolument tourné vers le confort et le bien-être de ses visiteurs.

Le jardin urbain

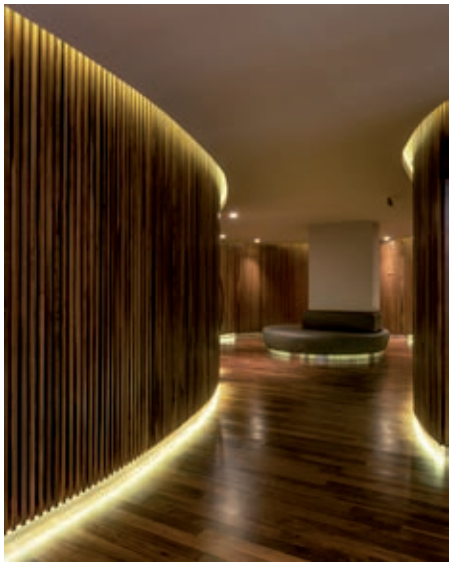
Les clients jouissent d'un magnifique patio de 3000 m2 abritant des arbres exotiques, des fontaines, des bains de soleil balinais et une piscine aquarium unique en plein centre-ville !







« Le groupe hôtelier Carlson Rezidor Hotel Group est l'une des entreprises hôtelières les plus grandes et dynamiques au monde. Il possède un superbe portefeuille de 1 319 hôtels ouverts ou en construction, une présence mondiale dans plus de 80 pays et un éventail de grandes marques internationales : Radisson Blu, Radisson, Park Plaza, Park Inn by Radisson, Country Inns & Suites By Carlson et Hotel Missoni »



Le restaurant Lila et le Lila Bar

Le restaurant propose la meilleure viande grillée de la ville et un large éventail de fruits de mer avec un twist local. Le Lila Bar, centre névralgique de l'hôtel, abrite quant à lui son DJ, sa propre station de radio, ses tapas, ses cocktails sur-mesure et sa scène pour accueillir des concerts live, un spot unique à Marrakech pour faire la fête !

Le spa « Eden Spa & Fitness »

Se faire masser avec vue panoramique sur l'Atlas et la Koutoubia n'est possible qu'au Radisson Blu Marrakech ! 750m² baignés de lumière mêlent soins traditionnels et techniques ultra modernes dédiées au bien-être. Les soins dispensés permettent ainsi de gommer les signes de l'âge ou d'oublier tout le stress de la vie urbaine. Pour les plus sportifs, les coachs dispensent des cours de fitness, de yoga ou encore de thaï chi !

Des séminaires inoubliables

En plein cœur du centre d'affaire et à 800 mètres d'un centre des congrès de 1000 places, l'hôtel dispose de 1000m² dédiés aux professionnels avec 12 salles de réunion et une salle de conférence de 360m² équipées des dernières technologies offrant un service adapté aux voyageurs d'affaires. L'espace de réunion s'ouvre sur une vaste terrasse dotée d'une fontaine : l'endroit parfait pour se ressourcer entre deux sessions de travail !

Meilleurs tarifs en ligne garantis !
Sur www.radissonblu.fr, vous avez la garantie des meilleurs tarifs en ligne. Lorsque vous effectuez une réservation sur www.radissonblu.fr, vous êtes certain(e) de bénéficier du tarif le plus avantageux pour votre prochain séjour. Si vous trouvez, sur un autre site Internet, un tarif encore inférieur au tarif le plus avantageux communiqué sur www.radissonblu.fr, et à condition que ce tarif concerne la même période, le même type de chambre, le même nombre d'hôtes et qu'il soit soumis aux mêmes conditions ou restrictions, faites-le savoir ! Radisson alignera ses prix sur ce tarif ET vous fera profiter d'une réduction supplémentaire de 25 %.

Réservation : +212 (0) 525 077 000
www.radissonblu.fr

Boca Chica
L'océan pour paysage

Une vue imprenable sur la mosquée Hassan II, un cadre idyllique et des mets à ravir vos papilles...

Avis aux fins gourmets, amateurs de gastronomie contemporaine. La famille du Boca Grande s'agrandit et vous invite à venir découvrir son nouveau restaurant, le Boca Chica. Pied dans l'eau et jouissant d'une situation géographique exceptionnelle, sur le boulevard de la Corniche au Complexe Atlantique FC, le Boca Chica est en passe de devenir the place to be. Etalé sur une superficie de 200 m2, le restaurant de 120 couverts offre une vue imprenable sur l'océan Atlantique, avec en toile de fond la majestueuse mosquée Hassan II, illustre emblème de la ville de Casablanca. Mais bien au-delà de ce cadre d'exception, l'intérieur réchauffe le cœur avec une décoration tout a fait atypique qui rappelle d'anciens ateliers de couture. Ainsi, les tables à manger y laissent place à des machines à coudre vintage récupérées, refaçonnées et ornées par des piétements en métal vieilli.

Bien-être et volupté

Après un ramadan sous le signe du prestigieux traiteur français installé au Maroc « Grand Chemin », Boca Chica ouvre ses portes tous les jours de 7h à 23h avec à la carte un menu raffiné, sans alcool, et qui répondra à tous les goûts. Véritable havre de paix, le Boca Chica ambitionne d'offrir un cadre idyllique aux amoureux de la nature qui souhaitent se laisser aller en sirotant un goûteux jus détox et déguster des repas spécialement développés par un spécialiste en cuisine diététique et nutritive. Une touche de bien-être et de volupté qui se veut devenir la marque de fabrique de cette nouvelle adresse casablancaise.

Complexe Atlantique - Phare El Hank - La Corniche. Casablanca

Lacasem

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.

Assaisonnements 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

Cfia
CARREFOUR DES FOURNISSEURS DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

MAROC
HUB VERS L'AFRIQUE
27 - 29 SEPTEMBRE 2016

CENTRE INTERNATIONAL DE CONFÉRENCES ET D'EXPOSITIONS DE CASABLANCA

L'ÉVÉNEMENT TECHNIQUE DE L'AGROALIMENTAIRE

5ÈME ÉDITION

- 5 000 VISITEURS
- 250 EXPOSANTS
- 27 PAYS
- ÉMISSIONS TV
- TROPHÉES DE L'INNOVATION
- RENDEZ-VOUS B TO B

INGRÉDIENTS & PAI
ÉQUIPEMENTS & PROCÉDÉS
EMBALLAGES & CONDITIONNEMENTS
QUALITÉ & HYGIÈNE
STOCKAGE & MANUTENTION

WWW.CFIA-MAROC.COM

ORGANISÉ PAR :

Made by GL events

CHAMBRE FRANÇAISE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU MAROC

SPONSOR OFFICIEL :

AFE

SOUS L'ÉGIDE :

Royaume du Maroc
Ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie Numérique

المملكة المغربية
وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime

PARTENAIRES :

La Tribune, FOOD, L'USINE NOUVELLE, MEDIAS24, Teleconfoc, RESAGRO, Libre Entreprise, kerix.net, INDUSTRIE DU MAROC, Conjoncture, TecnoAlimentaria.it, RIA, ASKA, FINANCES, La Quotidienne, Le relais, KOMPASS, Economie Entreprises

CONTACT :

Annabelle NÉNOT-SOUGRATI
anenot@cfcim.org
Tél. : +212 (0)5 22 43 96 05