

RESAGRO

Le magazine des décideurs de l'agroalimentaire,
de l'hôtellerie - restauration et des métiers de bouche

www.resagro.com

REPORTAGE

Pâtes fraîches, le procédé

Hôtellerie

Tikida et Riu
investissent
Marrakech

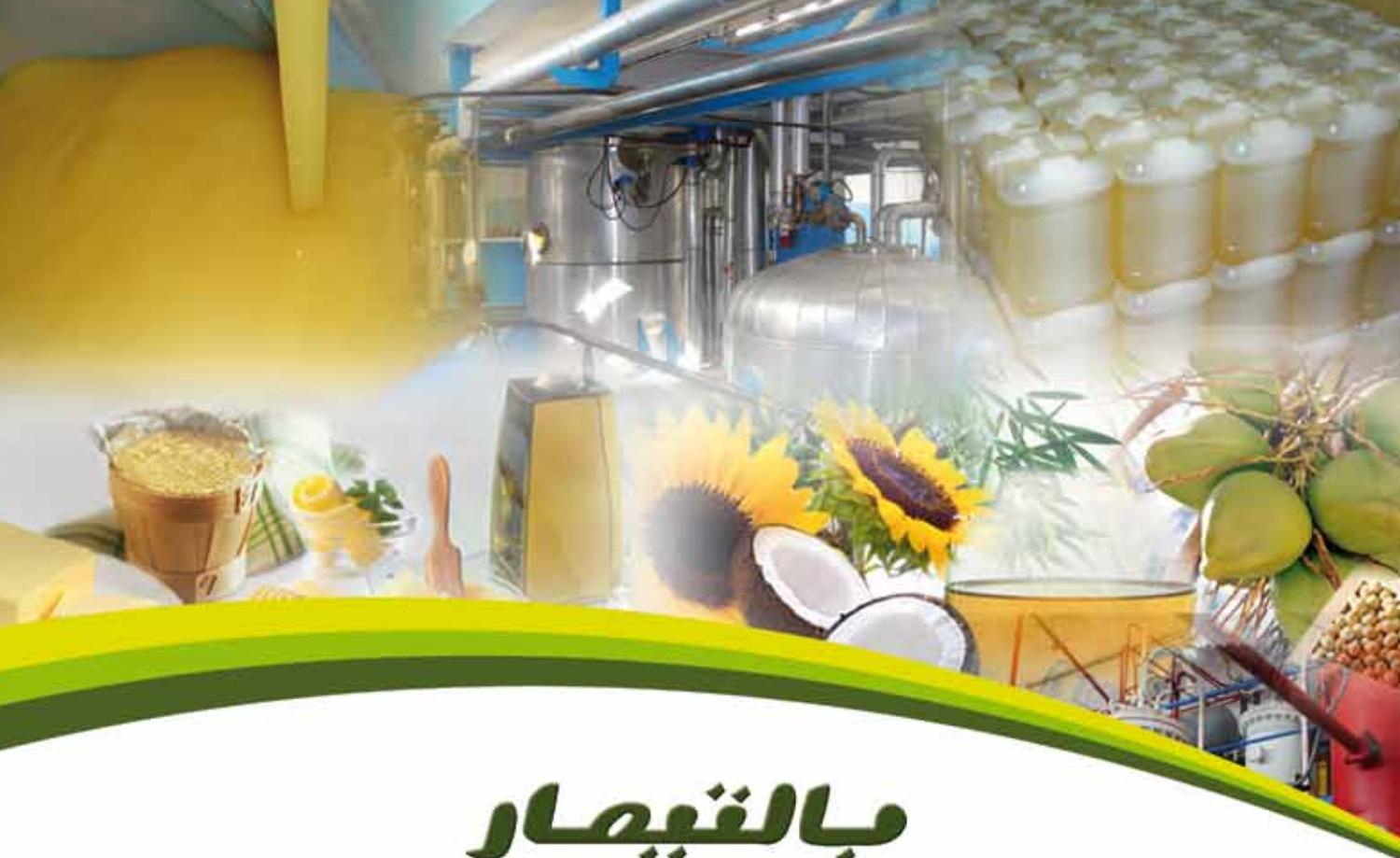
Agroalimentaire

Les marques
à l'honneur

Restauration



À ma Bretagne,
un demi-siècle
de passion



بالتيمار
BALTIMAR

CERTIFIÉE ISO 22 000 version 2005

BALTIMAR, la première société marocaine spécialisée dans le raffinage l'hydrogénation et le conditionnement des huiles grasses végétales, s'est vu décernée avec succès la certification ISO 22000 version 2005, une norme internationale qui définit les pratiques de management de la sécurité des denrées alimentaires.

Avec cette accréditation, BALTIMAR répond aux exigences d'une réglementation mondiale en termes d'hygiène et de sécurité ainsi qu'une assurance sur l'ensemble de ses procédés de raffinage, hydrogénation, interestérification et des fractionnements des huiles et graisses végétales.

En misant sur la qualité et la sécurité alimentaire, BALTIMAR renforce son image auprès de ses clients pour leur apporter une traçabilité des produits, des prestations validées, contrôlées et en constante amélioration.



BALTIMAR
20 ans de confiance partagée !
www.baltimar.ma



PACK « SITE VITRINE », à partir de 3.000 DHS HT* (Ce pack comprend : conception globale du site statique, adresses e-mails illimitées, hébergement et nom de domaine .com pour une durée d'un an renouvelable)

PACK « SITE ENTREPRISE », à partir de 5.000 DHS HT* (Ce pack comprend : conception globale du site statique, adresses e-mails illimitées, hébergement et nom de domaine .com pour une durée d'un an renouvelable)

* : Photos et textes fournis par le client ou facturés en supplément.

Plus d'informations sur www.groupecompad.com ou par e-mail : contact@groupecompad.com

95, Rue Mesk Ellile - Beauséjour - Casablanca
Tél : (+212) 5 22 36 04 09 ; Fax : (+212) 5 22 36 03 97



votre
campagne
mailing
à partir de
1500 MAD HT

Solution **Campagne E-mailing**

Avantages des packs e-mails Compad

- Envois ciblés B2B et/ou segments A/B (CSP++).
- E-mails reçus en boîte de réception et non en Spam.
- Base d'E-mails B2B actualisée 2009.
- Statistiques performantes optimisant retour et rentabilité (suivi et statistiques avec mises à jour en temps réel).

95 rue Mesk Ellile Beausejour CASABLANCA

Tél : 05 22 36 04 09 Fax : 05 22 36 03 97

www.groupecompad.com

Edito



L'avenir passe par les aliments sains. D'où la création, enfin, d'Office national de sécurité sanitaire des aliments (Onssa). Dans la restauration, qu'elle soit domestique ou hors domicile, la diététique prend de plus en plus de place. Comme nous l'écrivions dans notre précédent numéro, « la malbouffe aggrave les états dépressifs ». Les pâtes fraîches, produit de qualité par définition, font une percée au Maroc. Tout laisse à penser que cela « inspirera » la concurrence... La sûreté alimentaire est également liée au type de conservation et d'additifs utilisés. L'Onssa a une lourde tâche devant elle. La remise de trophées aux marques nationales les plus fortes relève aussi de la mise à niveau. C'est certainement le début d'une longue démarche.

Alexandre DELALONDE

• **Alexandre Delalonde**,
 directeur de publication
 • **Dominique Claudon**,
 responsable de rédaction
 • **Souad Selmi**
 ingénieur rédactrice
 • **Driss Tayeb**,
 journaliste
 • **Damas Chacour**,
 secrétaire de rédaction
 • **Dominique Pereda**,
 correspondante
 francophone dpereda@
 resagro.com -
 (+ 00 33) 6 98 26 84 57
 • **Fanny Poun**,
 correspondante
 anglophone -
 (+ 00 44) 7751 819 653
 • **Nabil Zridi**,
 directeur artistique
 • **Marilyne Grellet**,
 directrice commerciale
 • **Simon Diaz**,
 attaché commercial
 • **CTP & Impression**
 - Rotaco Imprimerie -
 Casablanca
 Tél. : 05 22 59 22 32
 • Compad - Agence de
 communication
 • Capital - 100 000 DH •
 R.C. - 185273
 - I.F. - 1109149
 • ISSN du périodique
 2028 - 0157
 Date d'attribution
 de l'ISSN Juillet 2009
 • Dépôt légal -
 0008/2009
 •
 • Tél. - 05 22 36 04 09 /
 16 / 19 / 69
 • Fax - 05 22 36 03 97
 E-mail - contact@
 resagro.com
 • Site Internet
 - www.resagro.com

Sommaire

« Un pays est connu avant
tout par ses marques »

P13



Visite d'une usine
de pâtes
fraîches

P24



La diététique
s'invite dans
la restauration

P54



• Éditorial 4

Agroalimentaire

• Périscopes 6
 • Conjoncture 10
 • Pleins feux sur...
 Nourredine Ayouch, président du jury "Morocco Awards" :
 « Un pays est avant tout connu par ses marques » 13
 • Actualité
 L'Office de sécurité sanitaire des aliments est né 16
 • Produits de la mer
 Petit mareyeur deviendra grand 20
 • Usine
 Comment l'on fabrique les pâtes fraîches 24

Cahier technique

• Formulation
 Ingrédients et additifs en charcuterie 30
 • Process
 La surgélation des fruits & légumes 34
 • Veille
 De la bouteille à base de plantes aux feuilles
 d'emballage « vertes » 38
 • Emballage 40
 • Équipements 42

GMS

• Nouveaux produits, Maroc/monde 44

Métiers de bouche

• Boulangerie-pâtisserie
 Paul Maroc au diapason de Noël 46

CHR

• Nutrition
 Quand la diététique s'invite dans la restauration 54
 • Restaurant
 À ma Bretagne, un demi-siècle de passion 58
 • Hôtellerie
 Tikida et Riu ouvrent conjointement un hôtel-club à Marrakech
 comment bien choisir son service de table ? 64

33,5 M €

C'est le montant de la contribution belge au financement du secteur agricole marocain. Une part de 20 millions est destinée aux régions Souss-Massa-Drâa, Nord et Oriental. C'est ce qui a été annoncé à l'issue des travaux de la XVIII^e session de la commission mixte maroco-belge à Rabat.

Préparatifs du XX^e anniversaire du Rallye Aïcha des Gazelles

Le Rallye Aïcha des Gazelles s'apprête à fêter sa XX^e édition. En avant-goût de cette célébration, l'em-



SERGE ANTON
BERBERES

blématique tour BMCE de Casa' accueille depuis fin novembre une exposition du renommé photographe Serge Anton. Une expo' de clichés tirés du calendrier perpétuel intitulé « Berbères » et dont les bénéfices vont à l'association Cœur de Gazelles. Ces photographies mettent en lumière les visages quasi envoûtants et les regards pénétrants de gens de peu amazighs. L'inauguration de l'expo' a été l'occasion pour l'organisatrice du Rallye, Dominique Serra, de se réjouir de la participation, pour la première fois, de la Chine à la compétition. Cette dernière démarre cette année à Tanger, « dans le cadre du grand chantier lancé par S. M. le roi Mohammed VI ». Enfin, l'éditeur français Hachette a prévu d'éditer un ouvrage retraçant les 20 années de Rallye.

Dixit...

« La commercialisation d'un hôtel demande 6 à 9 mois. C'est la moyenne des TO pour programmer un produit. [...] Il faut donc prendre le temps de franchir un palier. [...] Dans quelques années, nous pourrions tabler sur 12 mois. » Jawad Ziyat, chef de projet Sai'da Mediterrania à Fadesa Maroc, in *L'Économiste*

Le Maroc et la France signent deux accords sur la pêche

Le Maroc et la France ont signé à Casablanca deux accords de coopération sur la pêche dans le cadre du plan dit « Halieutis 2020 ». Ces conventions ont été signées par l'Office national marocain des pêches (ONP), FranceAgri-Mer (établissement public chargé des filières de l'agriculture et de la mer) et la Compagnie française d'exploitation des ports (CEP/Veolia).

Les accords portent sur plusieurs volets « liés notamment à l'organisation de la commercialisation des produits de la mer, à la gestion des ports de pêche et à la modernisation de la filière ». Le Maroc est « décidé à renforcer sa coopération en matière de pêche avec des organismes privés français », a déclaré Majid El Ghaïb, directeur général de l'ONP.

La pizza napolitaine a désormais des normes



« Une grande victoire pour l'Italie ». C'est ainsi que réagit Luca Zaia, ministre italien de l'Agriculture, à la décision européenne d'accorder à la pizza napolitaine le statut de « spécialité traditionnelle garantie » (STG).

Pour ce faire, sur le terrain : un signe d'identification et un logotype comportant la mention « pizza napoletana STG, prodotta secondo la tradizione napoletana ». Cette double estampille sera réservée aux fabricants respectant un cahier des charges strict, allant de la consistance aux matières premières de base, en passant par la cuisson (au feu de bois).

Une consécration pour une spécialité dont l'on fête les 120 ans. La recette fut en effet créée en 1899, à la demande la reine Margherita de Savoie.

L'erreur d'une secrétaire coûte 1 milliard de dollars à Pepsi

Coup de massue judiciaire à l'encontre de Pepsico, fabricant de Pepsi-Cola. Ce groupe a été assigné par un tribunal du Wisconsin (États-Unis) à payer plus d'1 milliard de dollars (environ 9 milliards de dirhams !!) Cela s'est passé à l'issue d'un procès opposant Pepsico à deux entrepreneurs, accusant Pepsico de non-respect d'un accord de confidentialité passé il y a près de trente ans.

Mais l'intérêt de cette affaire juridique, jusqu'ici relativement classique, réside au secrétariat du groupe Pepsi. Lequel avait bien reçu courrier annonçant la plainte des deux entrepreneurs et la tenue du procès. Cependant, une secrétaire a mis la fameuse lettre de côté. Le service juridique du groupe n'a ainsi été informé de l'affaire qu'une fois la fin du procès. D'où la décision judiciaire de condamner la société par défaut (absence de l'accusé et absence de défense de cette dernière) à payer une somme colossale, en dommages et intérêts, aux plaignants.

DBG Distribution Importation et distribution de produits de nettoyage

Désinfectant Gel hydroalcoolique **Nouveau Produit**

Désinfection hygiénique et antiseptique des mains. Efficace sur H1N1 (grippe A) et rotavirus (gastro-entérite) agréée par l'institut pasteur.

existe en 100ml_400ml_1litre

6 Avenue de la plage Ain Sebaa - Casablanca
Tél : 0522 66 10 73 / 66 19 74 Fax : 0522 66 20 47
Email : info@dbgdistribution.com

Saeco Machines professionnelles & Distributeurs automatiques

1 Machine professionnelle qui s'adapte à vos besoins

Idea Cups, Idea De Luxe+Idea Cups+Idea Cappuccino, Idea Milk, Idea Coffe, Idea Cappuccino, Idea De Luxe, royale coffee bar, Super-automatic, phedra capuccino

Nouvelle gamme de distributeurs automatiques

corallo, atlante, cristallo 400, cristallo600, aliseo, diamante

VENDING PRO s.a.r.l.
Revendeur exclusif Matériel Consommables C.H.R. & Vending.

Lotissement Lina, N° 299 - zone industrielle Sidi Maârouf - CASABLANCA. Tel : 0522 321 749 - Fax : 0522 335 967
E-mail : info@vendingpro.ma - Site web : www.vendingpro.ma

La vodka chic Cîroc débarque au Maroc



Après son succès spectaculaire dans les endroits chics aux Etats-Unis, la vodka ultrapremium Cîroc attaque le marché marocain, depuis le mois dernier. Originaire de la région de Cognac, Cîroc est la seule vodka au monde réalisée exclusivement à base de raisin. En effet, à la différence de la plupart des vodkas, qui sont à base de céréales, Cîroc est fabriquée à

partir d'une sélection de raisins frais. « Cîroc Vodka suit un procédé de fermentation à froid innovant et unique dans le monde de la vodka qui permet de garder intacte la fraîcheur du raisin », avance la marque. Cette dernière est fière d'annoncer que le rappeur Puff Daddy est devenu ambassadeur de Cîroc dans le monde.

Le Maroc, client n° 1 du thé vert chinois

Le Maroc est le premier client et consommateur à l'échelle mondiale du thé vert chinois, avec un volume d'importation ayant atteint, durant les huit premiers mois de l'année en cours près de 39 000 tonnes (plus de 94 millions de dollars), selon le ministère chinois du Commerce. A l'exception de la Chine, le royaume est considéré comme étant également le premier consommateur mondial de thé vert, suivi de l'Ouzbékistan, du Japon et de la Russie. En 2008, les importations marocaines du thé vert chinois se sont chiffrées à 96,1 millions de dollars, soit plus de 4 % du total des importations marocaines de Chine.



Au Parlement, le privilège des limonadiers sur la sellette

La baisse du taux de restitution de la subvention sur le sucre au profit des limonadiers a été évoquée à la Chambre des représentants par le groupe socialiste. Ce dernier n'apprécie pas « le privilège » attribué par l'Etat aux industriels du secteur dans le cadre des subventions de la Caisse de compensation. C'est le parlementaire USFP Khalid Hariri qui a apostrophé le ministre chargé des Affaires économiques et sociales, Nizar Baraka, invité au Parlement pour débattre notamment de la hausse des prix qui n'a pas épargné le sucre. En fait, selon M. Baraka, c'est le précédent gouvernement qui a décidé l'exonération du secteur. Depuis fin 2008, la mission du contrôle des dossiers de la Caisse de compensation a été attribuée à des spécialistes, alors que, dans le passé, le « contrôle a été quasi absent », selon Nizar Baraka. Et le ministre d'ajouter : « On dispose actuellement d'un suivi continu effectué par des entreprises spécialisées en audit qui contrôlent les déclarations soumises à la Caisse. Chaque trimestre, des rapports sont présentés. On n'enregistre plus de dépassements ».



Sécurité alimentaire : plus de 1000 dossiers en Justice

On ne badine pas avec la sécurité alimentaire au ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime. Sa direction de la Sécurité sanitaire des produits alimentaires (DSSPA) a enregistré, de janvier à septembre, plus de 10 400 actes contentieux de contrôle de qualité et de conformité à la réglementation et aux normes nationales. Ces contrôles concernent aussi bien les circuits de commercialisation et de distribution internes que le passage, aux frontières, des produits d'importation. Au terme de tous ces contrôles, 1 124 dossiers d'infractions ont été instruits et transmis à la Justice. Sur plus de 6 700 inspections, les cas relatifs aux produits alimentaires (conserves végétales et animales, épices, condiments, laits et produits laitiers et farines et dérivés) sont un peu plus d'un millier. Par ailleurs, la DSSPA a saisi 600 tonnes de viandes rouges et abats, 25 tonnes de viandes blanches, 1 200 tonnes de produits de la pêche, 630 tonnes de lait et produits laitiers, et 30 tonnes de produits à base de viande. A l'importation, 120 tonnes de produits laitiers et 200 tonnes de produits de la pêche contrevenaient aux normes.

Le plus grand tiramisu du monde est français

Pesant plus d'une tonne, le plus gros tiramisu du monde a été élaboré récemment à Villeurbanne, près de Lyon, et homologué par le livre Guinness des records. Le précédent record, avec un poids de 782,4 kg, était détenu par la Suisse, a souligné la juge du Guinness World Records, avant de mesurer le dessert géant, fabriqué par une dizaine d'artisans-pâtisseries dans le cadre d'un salon local du chocolat. Le tiramisu, dont le nom provient de l'italien « tirami su » (« envoie moi au ciel »), est traditionnellement composé de couches alternées de crème et de biscuit. Aucune modification n'a été faite quant à la nature des ingrédients employés pour ce gâteau géant. En revanche, les dosages ont



été revus à la hausse : 300 kg de mascarpone ont été nécessaires, tout comme 60 kg de crème, 72 kg de jaunes d'oeufs, 108 kg de blanc d'oeufs, 192 kg de sucre, 180 kg de boudoirs, 4,8 kg de poudre de cacao, 12 kg de chocolat, 120 litres d'eau, 9,12 litres de café et 18 litres de marsala. Une patinoire éphémère a spécialement été montée pour l'occasion, afin de tenir au frais le tiramisu, élaboré dans la nuit de jeudi à vendredi. Les parts du dessert doivent être vendues au profit d'oeuvres caritatives. Dans un autre genre, Lyon organisera le 30 novembre le premier championnat du monde du pâté en croûte.

Dari Couspate ouvre une seconde usine

Dari Couspate vient d'installer sa deuxième unité de production de couscous et de pâtes alimentaires, et ce, au parc industriel de Salé. Coût de l'investissement : 45 millions de dirhams. « L'objectif de cette nouvelle unité est d'augmenter de 50 % notre production de couscous et pâtes alimentaires. La création de cette unité a été d'ailleurs annoncée lors de notre introduction en Bourse, puisque la majorité de l'investissement engagé a été levée sur le marché financier », précise Mohamed Khalil, fondateur de Dari Couspate.

L'expansion, en termes d'infrastructures, devrait permettre de mieux profiter de l'engouement croissant des consommateurs de l'étranger (Europe, Etats-Unis, Japon...) pour ce plat traditionnel du Maghreb.



Bonduelle à l'assaut de l'Amérique du Sud

À une centaine de kilomètres de la capitale brésilienne, Brasilia, le français Bonduelle lance en mai prochain un nouveau site de production. Objectif : la conquête de l'Amérique du Sud. Cette usine aura une capacité de 50 000 tonnes de conserves de petits pois et de maïs doux, pour un investissement de 12 millions d'euros. L'usine brésilienne de Bonduelle produira des conserves de petits pois à partir de légumes frais, alors que le marché ne propose que des conserves de pois réhydratés, ainsi que des conserves de maïs doux sous vide, une nouveauté au Brésil. Cette conserverie d'une capacité de 50 000 tonnes sera en 2015 doublée d'une usine pouvant surgeler 20 000 tonnes de légumes, toujours destinées au marché local.

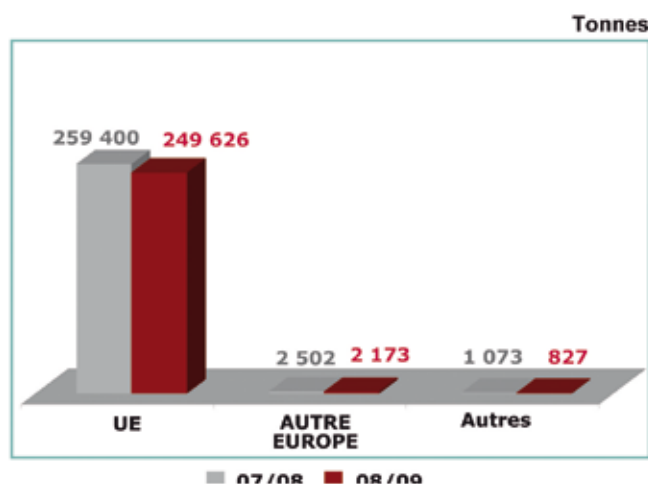


DIVERS LEGUMES

STRUCTURE DES EXPORTATIONS

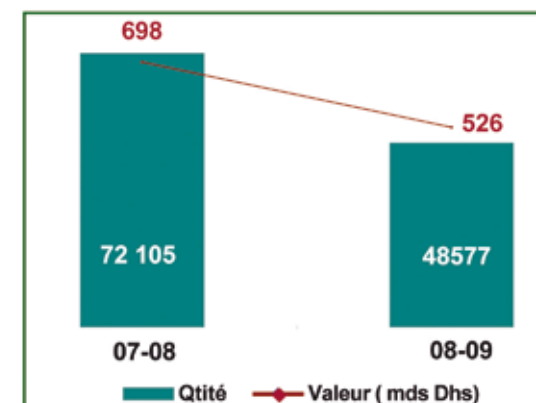
(Tonnes)	07/08	08/09	Var(%)
HARICOT VERT	120 599	112 935	-6
POIVRON	48 484	53 847	11
PIMENT FORT	8 655	8 589	-1
COURGETTE	51 048	45 385	-11
PIMENT PADRON	3 342	2 094	-37
OIGNON	2 006	1 650	-18
MAIS DOUX	7 890	7 476	-5
CONCOMBRE	3 604	2 444	-32
SALADE	4 104	3 190	-22
AIL	203	109	-46
LEGUMES BIO	1 578	4 055	157
AUTRES LEGUMES	11 461	10 851	-5
TOTAL	262 974	252 625	-4

EXPORTATIONS PAR MARCHÉ



CONSERVES DE FRUITS

EXPORTATIONS PAR PRODUIT



STRUCTURE DES EXPORTATIONS

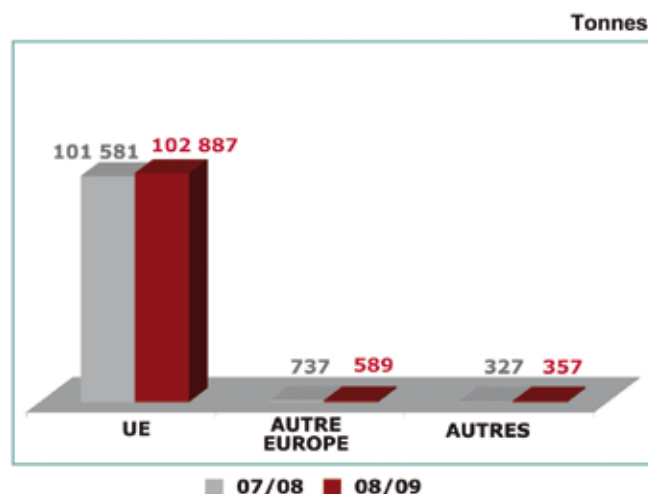
	07-08		08-09	
	Qtité	%	Qtité	%
FRAISES SURG/CONG.	61 630	85	39 606	82
AUTRES FRUITS SURG/CONG.	4 647	6	4 833	10
ABRICOTS SURG/CONG.	4 204	6	3 171	7
AUTRES LEGUMES SURG/CONG.	1 206	2	967	2
HARICOTS VERTS SURG/CONG.	417	1	0	0
Total	72 105	100	48 577	100

DIVERS FRUITS

STRUCTURE DES EXPORTATIONS

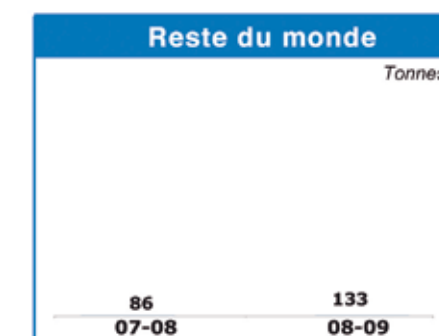
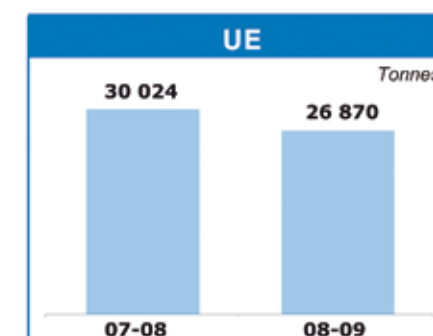
(Tonnes)	07/08	08/09	Var(%)
MELON	55 618	55 446	0
FRAISE	23 564	19 436	-18
RAISIN	10 437	10 966	5
PASTEQUE	6 008	7 570	26
PECHE	2 327	2 833	22
NECTARINE	1 170	2 086	78
ABRICOT	133	158	19
FRAMBOISES	0	0	0
MELON BIO	251	816	225
AVOCAT	1 695	1 777	5
AUTRES FRUITS	1 443	2 747	90
TOTAL	102 646	103 835	1

EXPORTATIONS PAR MARCHÉ



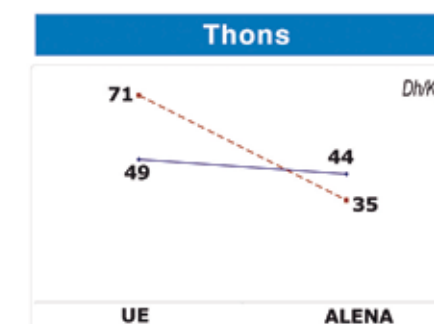
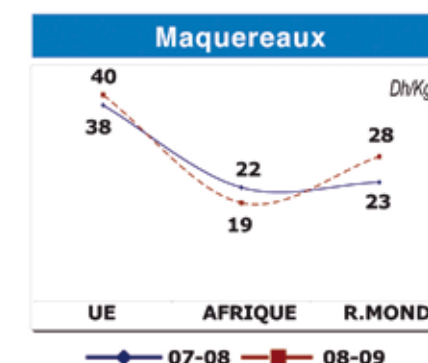
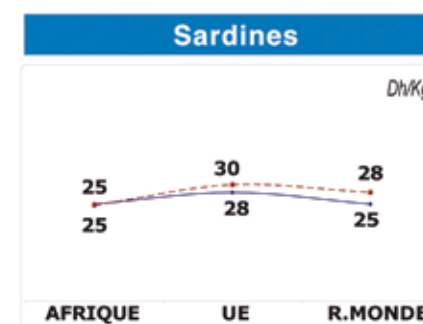
Poissons Frais

EVOLUTION DES EXPORTATIONS PAR MARCHÉ



Conserves de Poissons

TENDANCE DES PRIX MOYENS DE VENTE



Divers légumes & Divers fruits

- Les légumes bio ont connu une progression considérable.
- Les Haricots verts ont représenté 45% du volume exporté des légumes divers.
- Le melon a représenté seul 53% du volume exporté de la filière.
- La fraise a connu une baisse de 18% par rapport à la campagne précédente.

Source : EACCE



Noureddine Ayouch

« Un pays est connu avant tout par ses marques »

Les marques du Maroc étaient dernièrement à la fête à Tanger. C'était la cérémonie des trophées « Morocco Awards », à l'initiative de l'Ompic et sous l'égide du ministère du Commerce et de l'Industrie. Dans le domaine de l'agro', Aïcha s'est vu remettre le Trophée de la marque de fabrique, tandis que Bimo, Koutoubia et Sultan ont reçu un prix de nomination. Entretien avec le président du jury, Noureddine Ayouch.

Comment s'est passée votre nomination à la tête du jury de « Morocco Awards » ?

Le ministère me connaît, et ce, pour avoir présidé diverses commissions – notamment celle qui s'occupait de Moukawalati – et pour être à la tête de plusieurs associations. Évidemment, mon expérience de la

communication aussi a joué. C'est que la dimension communication est fondamentale dans le domaine des marques. Si telle marque n'est pas connue, elle n'existe pas. Pour qu'une marque soit achetée, croisse, il faut qu'elle s'engage dans une politique de communication et, par là même, qu'elle ait une vision marketing, au

niveau du prix, de l'emballage, de la distribution...

Le fait que le prix le plus convoité ait été remis à Aïcha est-il un bon signe pour le secteur de l'agro-alimentaire, à vos yeux ?

L'agroalimentaire est effectivement la catégorie dans laquelle on a compté le plus de prétendants, soit une dizaine

Patriotisme

Entre deux produits identiques en termes de qualité et de prix, 65 % des Marocains choisiraient le produit de marque nationale. C'est ce qui ressort d'un sondage réalisé dans le cadre de l'opération « Morocco Awards ». Ce sondage, effectué par le cabinet d'études de marché DS Marketing (auprès d'un échantillon de plus de 1 200 personnes, vivant en milieu urbain et périurbain), tend également à montrer que les aspects les plus importants dans le choix d'un service ou d'un produit sont la qualité (88 %), le prix (82 %) et la marque (65 %), loin devant la provenance nationale (22 %), les offres promotionnelles (16 %) et les services après vente (14 %). On se souvient qu'une autre enquête d'opinion, menée et rendue publique par le cabinet Sigma Group plusieurs mois plus tôt, avait révélé que Sidi Ali était la plus forte des marques « locales » au Maroc, du moins en fonction du critère de notoriété.

de marques, contre cinq à sept pour chacune des autres catégories. Nombre de marques recèlent un potentiel extraordinaire au niveau de l'image et de l'innovation notamment. À travers la notion d'« innovation », on parle de création, de marque ombrelle, d'emballage, etc. Et nous avons eu l'embaras du choix quant à la désignation du gagnant, car plusieurs marques étaient très bonnes. Ce qui nous a amené, dans la réflexion, à la décision de décerner des prix de nomination. Les critères d'attribution de prix étaient l'innovation, la politique marketing, les performances financières, la qualité. C'est donc Aïcha qui l'a emporté. Et c'est très bien ainsi, car c'est d'abord du produit de qualité. Une marque qui a fortement innové. Ensuite, elle a un remarquable potentiel d'image. Pour s'en convaincre, il suffit de voir les effets de ses campagnes de communication, notamment avec le personnage du dessin animé. Enfin, la dimension sociale, plus précisément citoyenne, a joué également en sa faveur. Il s'agit de l'engagement d'Aïcha aux côtés du Rallye des Gazelles, entre autres

événements.

Êtes-vous satisfait de cette première édition ?

Pour une première, le bilan est satisfaisant, cela d'autant plus que le jury était d'un bon niveau et que les candidats ont massivement répondu présent. Alors que nous nous attendions à une quarantaine, au maximum, de prétendants, ils étaient finalement plus de 70. L'événement a, par ailleurs, ceci de positif que le Maroc – enfin ! – célèbre, valorise, honore ses produits. Or un pays a certes de la notoriété sur le plan diplomatique, industriel, touristique... mais il est, avant tout, connu à travers ses marques. Pour preuve, quand l'on pense aux États-Unis, cela évoque Coca-Cola, McDonald's, Microsoft, etc. La Corée, c'est LG, Samsung, Hyundai. À vrai dire, des marques se démarquent dans le monde entier. Les marques qui se déploient ainsi deviennent des ambassadrices de leurs pays, voire des multinationales. Le Maroc est appelé à connaître une telle évolution. Aïcha s'exporte ; la BMCE Bank est présente dans plus de 30 pays. C'est pourquoi il importe





de faire des marques le fer de lance du développement économique du pays.

Y aurait-il des points à améliorer ?

Pour la prochaine édition, il faudrait mettre davantage en avant la dimension sociale et insister sur l'aspect exportation. Le Maroc doit devenir fort à l'export ; notre pays importe quantité



Ahmed Chami, ministre de l'Industrie et du Commerce.

de produits, alimentaires notamment. Plus généralement, il n'est pas normal que les exportations soient en baisse et que les importations soient en hausse ! Par ailleurs, il faut saluer une initiative comme Marca Maghribia. La naissance de ce salon a au moins une signification : plusieurs décideurs publics, au Maroc, prennent conscience du fait qu'un pays ne peut aller de l'avant sans des marques fortes. En n'omettant pas de se préoccuper d'élargir, de fortifier le marché interne.

Les marques d'agroalimentaire doivent être à la hauteur des exigences de sûreté sanitaire. En tant qu'homme de communication et citoyen, comment réagissez-vous à la création, effective, d'un office dédié à la sécurité alimentaire ?

C'est d'abord essentiel, en tant que citoyen, d'acheter des produits qui soient sains, qu'ils soient fabriqués localement ou importés.

Capital marque

L'avenir des marques « made in Morocco » passe par des études de marché. L'été dernier, l'institut d'études de marché Sigma Group avait diffusé les résultats de son sondage baptisé « Baromètre capital marques au Maghreb ». Les conclusions étaient les suivantes.

>> Un fort capital marque caractérise les marques locales qui ont adopté des stratégies de communication agressives (usage de la publicité télévisuelle, notamment) s'apparentant aux politiques des firmes transnationales

>> Est notoire, parmi les marques fortes à l'échelle pan-maghrébine, l'absence des services bancaires, financiers, Internet, informatiques, malgré une pression publicitaire non négligeable. La notoriété, au Maghreb, repose plus sur le produit physique que sur l'immatériel, en termes de choix de marque.

>> La fonction marque, au Maroc, est plutôt aspirationnelle que fonctionnelle (usage).

En parallèle aux « Morocco Awards » à Tanger avait lieu un séminaire consacré à la contrefaçon.

Ça ne sert à rien de produire si l'on importe des produits similaires ou de mauvaise qualité. On ne les importe même pas ; on les fait entrer par la contrefaçon. Quant à ceux qui, parmi les petits importateurs, manquent d'éthique, ils mettent sur le marché des produits préjudiciables à la santé et à l'économie du pays. Contrefaçon et contrefaçon forment une avalanche qui casse l'industrie et les marques. La création de cet Office comme outil au service de la qualité est une excellente chose ; il est primordial de développer ce genre d'instrument.



Noureddine Ayouch, la com' chevillée au corps

On l'appelle parfois « le roi de la publicité au Maroc ». Noureddine Ayouch est en effet une personnalité de tout premier plan dans ce secteur, dans lequel sa première agence – Shem's – s'active depuis 1972 ! Dans les classes sociales les plus marginalisées, son nom est plutôt associé à Zakoura, organisme de microcrédit parmi les plus performants au monde et dont il est le fondateur. Il est aussi président de la Fondation Zakoura Éducation, qui a alphabétisé plus de 80 000 femmes et scolarisé près de 20 000 enfants dans les 360 écoles non formelles créées principalement dans le monde rural. Noureddine Ayouch a d'autres casquettes dans la société civile. On se souvient de Daba 2007, l'association qu'il lance cette année-là pour mobiliser les électeurs et redonner le goût de la politique à la jeunesse. Un chantier inachevé, aux difficultés à la hauteur des dégâts commis de l'ère Basri. C'est précisément durant les Années de plomb que Noureddine Ayouch

édite et dirige un support précurseur de la presse indépendante et audacieuse du royaume : Kalima. La belle aventure avorte, sous les coups de butoir des autorités. Noureddine Ayouch, c'est aussi une sensibilité artistique ; sa mère était férue de théâtre et de cinéma. Il crée en



N. Ayouch, durant les jeunes années de Shem's.

2005 la Fondation des arts vivants, qui a plusieurs festivals de théâtre nationaux et internationaux à son actif. Si Nabil Ayouch, le fils du publicitaire, est devenu cinéaste, c'est bel et bien une histoire de famille... Quant au papa de l'homme de communication, il était grossiste en fruits/légumes et promoteur immobilier. Après plusieurs décennies de labeur, notre communicateur continue à s'investir activement dans de multiples et divers domaines, et semble être doté d'une ambition intacte. Prochainement, il va transférer le siège de Shem's, de la villa art-déco du chic boulevard d'Anfa jusque dans des locaux flambant neufs au pied de l'océan.



Onssa Les aliments, sous surveillance

L'Office national de la sécurité sanitaire des aliments (Onssa) est opérationnel, à Rabat. Sa création répond à un besoin stratégique englobant toute la chaîne alimentaire. De plus, il constitue un maillon de la mise en œuvre du plan Maroc vert.

Branle-bas de combat, au début de l'hiver, à la direction de la Protection des végétaux, des contrôles techniques et de la répression des fraudes. Idem à la direction de l'Élevage. Motif : la fusion entre ces deux composantes de l'Administration. Fraîchement effective début décembre, la fusion prend corps à travers l'Office national de sécurité sanitaire des aliments (Onssa) et installée à Rabat. La conception et la mise en œuvre du projet ont nécessité deux années de préparation,

des dizaines de visites dans plusieurs pays, ainsi que la consultation de centaines de spécialistes. En tout, ce sont plus de 2 000 fonctionnaires – dont plus de 630 cadres et près de 1 300 techniciens – qui sont réunis. Budget de départ : près de 600 millions de dirhams, à la fois pour le fonctionnement et l'investissement. L'Onssa est placé sous la tutelle du ministère de l'Agriculture et des Pêches maritimes. Le texte précise qu'il sera question d'aliments d'origine animale,

végétale, destinés à l'être humain et à l'animal. L'article 2 du projet attribue à cet Office la tâche d'élaborer et de mettre en œuvre la politique du gouvernement dans le domaine de la sécurité sanitaire. Il peut également proposer les mesures sanitaires et phytosanitaires, afin de préserver la santé publique des animaux et des végétaux. Le contrôle des produits à l'intérieur du pays et aux postes-frontière relèvera de ses compétences. Pour ce faire, l'Office dispose de moyens d'agir et de réagir

dès les premiers « symptômes ». Cela, précisément aux douanes, où des prélèvements d'échantillons sont assurés en permanence par les vétérinaires de service. A cela s'ajouteront les douze antennes de l'Office et les différentes cellules de veille qu'il peut constituer si le besoin s'en faisait sentir.

Pour les promoteurs de la création de l'Onssa, en particulier le ministre de l'Agriculture, il s'agit d'assurer la cohérence dans le contrôle mais aussi de mettre le système de contrôle des produits agricoles en conformité avec « les recommandations et normes des organisations internationales auxquelles le Maroc participe activement, notamment l'Organisation mondiale du commerce, le programme mixte FAO/OMS, ainsi que l'Accord d'association Maroc/UE et le Statut avancé », rappelle Aziz Akhannouch.

La nouveauté est que tous ceux qui produisent, préparent, emmagasinent, commercialisent ou distribuent les pro-

duits alimentaires seront responsabilisés et exposés à des sanctions pénales s'ils venaient à mettre sur le marché des produits qui pourraient nuire à la santé, à quelque niveau que ce soit. C'est pourquoi leurs activités feront l'objet d'agréments, sans lesquels ils ne pourraient exercer. Au bout du compte, l'on saura à tout moment qui produit quoi. Ce qui met en branle le principe de traçabilité.

Cela va de la matière première utilisée à la distribution, en passant par la manière dont la transformation s'est faite, l'étiquetage utilisé et la conformité avec les textes en vigueur. A l'appui : les lois et réglementations qui se croisent pour imposer des règles d'hygiène dans chaque activité.

Au cas où l'on détecte une défectuosité ou dangerosité dans un produit, tout est prévu pour relever les données, signaler, donner l'alerte. L'autorité pourra remonter rapidement à ses lieux de vente et d'expédition. Pour toute analyse ou

Offre EMPLOI

Recherche Technico – commercial en microbiologie alimentaire et traçabilité de la température.

La société offre : véhicule de fonction + salaire fixe + commission sur CA.

Salaire fixe en fonction de l'expérience.

Ecrire à : Société Bio Traçabilité

BP 35 Ben Abid
20220 Dar Bouazza,
Casablanca

Tél. : 06 74 33 33 33

Email :
e.bossu@biotracabilite.com

Notre qualité était reconnue maintenant elle est certifiée

QUI SOMMES NOUS ?

Le Laboratoire Charles Nicolle Environnement et Sécurité Alimentaire (LSN ESA) est un laboratoire indépendant accrédité ISO/CEI - 17025 et en phase finale d'agrément.

- Performance, souplesse et réactivité sont nos facteurs de succès
- Laboratoire moderne conforme aux normes nationales et internationales.
- Traçabilité de la température d'acheminement.
- Des résultats confidentiels et rapides.
- Equipe dynamique et compétente (4 docteurs, 3 ingénieurs d'état, 3 techniciens licenciés en biologie).
- Contrôles interlaboratoires nationaux et internationaux.
- Accréditation ISO/CEI 17 025 en chimie et en microbiologie.



NOTRE SAVOIR FAIRE

Vérifier la conformité hygiénique et sanitaire des aliments afin de prévenir les risques d'intoxications alimentaires :

- Microbiologie alimentaire :
- Contrôle de surfaces (mains, environnement...).
- Analyse des eaux :
 - Contrôle de tous types d'eau (microbiologiques et physico-chimiques) ;
 - Recherche de Legionella.
- Audits, conseil et formation :
 - Conseil en cas de résultats non conformes,
 - Formation du personnel à l'hygiène, à la méthode HACCP, et suivi médical



Adresse : Résidence Pasteur: 21, Place Louis Pasteur Appt. 11, Quartier des Hôpitaux - Casablanca-

Tél. : 05 22 26 72 42 / 05 22 48 19 78 • Fax : 022204743,

E-mail : lcnesa@menara.ma

CNSS: 763354 9 – Patente: 37908112 – R.C167403 – IF 01024294





expertise qui s'imposerait, l'Office peut s'adresser à 16 laboratoires. Tout cela sera porté par un système d'information centralisé.

Par ailleurs, l'Office délivrera, conformément à la réglementation en vigueur, l'autorisation et l'agrément à tous les établissements où les aliments sont produits, fabriqués, traités, manipulés, transportés, entreposés, conservés ou mis en vente, et procédera à leur enregistrement.

Dernier objectif : promouvoir la qualité et contribuer à l'amélioration de la compétitivité des produits marocains. Et ce, en institutionnalisant la responsabilité des opérateurs par l'autocontrôle. Ce dont se félicite ce professionnel : « *c'est une très bonne chose, car cela permettra de tirer vers le haut l'industrie agroalimentaire marocaine, surtout si cette entité aide les entreprises à mettre en place le principe de l'autocontrôle* », estime Éric Bossu, représentant au Maroc de Bio-Traçabilité, la seule société, au Maroc, vendant des tests microbiologiques prêts à l'emploi et validées par l'Afnor et l'AOC.

Du côté du ministère de l'Agriculture, l'on juge qu'il est temps de remédier aux différentes faiblesses du système de contrôle des produits alimentaires. L'une d'entre elles concerne la multiplicité des intervenants à des niveaux différents et parfois contradictoires.

C'est pourquoi – et plus généralement – l'organisme aura une approche globale, mettant fin à une logique de centres de décision et de contrôle disparates.

Auparavant, certains services publics ne s'intéressaient qu'aux produits finaux, pendant que d'autres cherchaient seulement la fraude ou le respect des normes d'étiquetage. La lourdeur des formalités administratives n'arrangeait rien. Annuellement, ces démarches dispersées donnaient lieu, sur l'ensemble du territoire, à 400 000 analyses d'échantillons de produits alimentaires. Aujourd'hui, aux passages frontaliers, à l'import et à l'export, ce sont quelque 25 000 opérations de contrôle et pas moins de 10 000 prélèvements qui sont réalisés.

Un pas décisif vers la maîtrise du risque microbiologique !

Avec les packs 3M™ Petrifilm™

Un coût minimum

Toutes ces références ont été sélectionnées par 3M et Biotraçabilité pour leur fiabilité et leur prix. De plus, l'apprentissage des tests 3M™ Petrifilm™ est très rapide. Appuyez-vous sur notre conseil pour la mise en place de la méthode.



Une méthode reconnue et validée

Les tests 3M Petrifilm sont utilisés par plus de 3000 industries agroalimentaires en Europe. Plus de 200 validations et publications scientifiques sont à ce jour disponibles dans le monde (AFNOR, AOAC...)



Une solution facile à mettre en place

Le concept d'analyse des tests 3M Petrifilm, associé au reste du matériel permet de supprimer les contraintes de la préparation des milieux classiques. Le pack a été conçu de manière à ce que l'encombrement soit minimal.



Laissez-vous conseiller !

1 Le pack de contrôle de l'environnement

Une première étape vers l'analyse microbiologique

Vous souhaitez contrôler et obtenir des informations pertinentes sur la qualité de votre environnement et vos points "critiques" : surface de travail, instruments, qualité de l'air...

La gamme des tests 3M Petrifilm vous permet de pratiquer facilement vos contrôles de surface. Grâce à leur souplesse, ils peuvent aussi bien être utilisés pour le contrôle de l'air que pour le contrôle des surfaces dont l'accès est difficile, en contact direct ou par écouvillonnage.



2 le pack de création de laboratoire

Une approche globale de la qualité de vos produits



Vous voulez créer votre propre laboratoire et disposer de résultats fiables et rapides en interne sur la qualité microbiologique de vos produits.

Les tests 3M™ Petrifilm™ sont utilisés en analyse produit par les acteurs les plus importants de l'agroalimentaire, dans des secteurs très variés : produits laitiers, ovoproduits, plats préparés, charcuteries, salaisons, abattoirs, produits de la mer...



Bio Traçabilité
BP 35 Ben abid
20220 Dar Bouazza Casablanca
Tél : 05 22 96 56 14
GSM : 06 74 333 333
Fax : 05 22 96 58 73
Email : e.bossu@biotracabilite.com





Patrice Cherrueau, chef de l'entreprise ACE Marée.

Petit mareyeur deviendra grand

Mareyeur-transformateur, voilà un métier méconnu, au Maroc notamment. C'est pourtant un maillon essentiel du secteur des produits de la mer. À Marrakech, ACE Marée s'est fait une réputation dans le domaine en quelques années à peine, auprès des restaurants gastronomiques.

D. C.

C'est à partir de rien, ou presque, que démarre ACE Marée en 2006 à Marrakech. Pas de portefeuille clientèle, ni de contacts avec les fournisseurs requis. À l'époque, cette entreprise de mareyage-transformation a essentiellement pour capital un savoir-faire de 20 ans dans le domaine du poisson en France, à Nantes. « Nous voulions quitter la Bretagne et la France pour une seule raison : 80 heures de travail par semaine, pendant 20 ans. Notre idée était de ne plus jamais tra-

vailler dans ce domaine », témoigne Didier Cherrueau, le patron. Depuis lors, les CHR du royaume – surtout des restaurants gastronomiques – sont demandeurs de tous les produits d'ACE Marée. Cette dernière est même plutôt spécialisée aujourd'hui dans les poissons et crustacés haut de gamme. Si secret de réussite il y a, il est frappé au coin du bon sens : « nous avons amené un service : des arrivages réguliers, davantage de choix, et surtout des produits frais entièrement préparés, écaillés, éviscérés ou filetés », explique l'entrepreneur. À cela s'ajoutent « le respect de la chaîne de froid ; une diversité de produits de qualité ; la proximité, donc la rapidité



entre le moment de la commande et celui de la livraison ». Cerise sur le gâteau : le restaurateur peut recevoir le produit fini suivant ses desiderata.

À l'époque de la création de la société, « la fourniture de poissons existait, mais les restaurants étaient approvisionnés très irrégulièrement, et il n'y avait pas un choix d'articles important et surtout aucun service. »

Encore actuellement, la mise à niveau se fait désirer. « Chaque jour, déplore



♦ Une équipe de professionnels vous propose toute l'année les meilleurs produits de la mer à la fraîcheur irréprochable

♦ Vente en gros, demi-gros, détails de poissons et produits de la mer frais ou surgelés



♦ Livraison possible



IMPORTATEUR - DISTRIBUTEUR
BP 1140. AGADIR PRINCIPALE
- AGADIR -
TEL : 06 76 63 02 62

ACE MAREE
Votre partenaire fraîcheur

MAREYEUR-TRANSFORMATEUR
LOT 141 ROUTE DE SAFI
ZONE INDUSTRIELLE SIDI GHANEM
-MARRAKECH-
TEL : 05 24 35 53 10

**LES FUMAISSONS
D'ESSAOUIRA**

ARTISAN FUMEUR
7BDMOULAY HICHAM
QUARTIER INDUSTRIEL
-ESSAOUIRA-
TEL : 06 61 34 72 51



M. Cherrueau, *il est très difficile de pouvoir travailler en amont avec des "professionnels" responsables. Au niveau de la pêche, on constate un manque de respect à l'égard du produit : caisses surchargées, poissons écrasés, bacs sales, caisses en bois...* » Cela dit, se réjouit-il, *« les différentes étapes liées aux achats s'organisent tout doucement et deviennent de plus en plus réglementaires »*. Chez ACE, on travaille selon les normes HACCP ; l'agrément est en cours d'obtention.

Voilà qui donne à réfléchir sur l'état et les besoins du métier de mareyeur au Maroc. Un métier méconnu dans le circuit économique et qui, pourtant, est appelé jouer un rôle dans la mise aux normes du secteur des produits de la mer (plan Halieutis). *« Le mareyeur, rappelle Didier Cherrueau, achète à la criée et redistribue aux détaillants, hôteliers et restaurateurs. Au Maroc, il a des acheteurs sur toute la côte marocaine, ce qui lui permet de "ratisser" large, car les variétés de poisson sont très*

différentes d'un port à un autre. » Ensuite, place à la transformation. Ainsi, le poisson arrive dans la nuit, avant d'être calibré puis écaillé et éviscéré. Peu après, il passe en salle de filetage, puis en salle d'emballage. Le matin, le mareyeur-transformateur livre le client. À moyen ou long terme, ACE Marée compte étoffer son panel clients, prospecter au-delà de la ville ocre. En outre, souligne le fondateur de l'entreprise, *« exporter est un projet qui nous tient à cœur »*.



SOLUTIONS DE GESTION DE PRODUCTION ET DE TRACABILITE POUR L'INDUSTRIE DE TRANSFORMATION ET DE VALORISATION DES PRODUITS DE LA MER



Conditionnement à l'export des produits de la mer frais



Congélation et élaboration des produits de la mer



Industrie de semi-conserves de poisson



Industrie de conserves de poisson

www.nextagadir.com

NeXT AGADIR - Z.I. Tassila - B.P. 3130 - AGADIR - Tél: 05 28 83 50 50 - Fax: 05 28 83 50 51

Comment l'on fabrique les pâtes fraîches

La restauration italienne de qualité passe par l'utilisation de pâtes fraîches. Au Maroc, l'entrepreneur Luigi di Grieco, propriétaire des restaurants Maria et de la franchise éponyme, a investi avec succès ce créneau. Ce Franco-Italien a ouvert les portes de sa fabrique à ResAgro.

D. C.



La pâte est poussée par l'extruseur en inox pour sortir de la filière en bronze. Pour 10 kg de farine, il est censé y avoir 40 kg d'œufs et 2,5 l d'eau.



La pâte est amenée vers la calibreuse pour y passer à l'horizontale, de manière à avoir la bonne épaisseur (0,9 mm).



Le couteau de la machine élimine les bavures de la feuille de pâte et permet d'obtenir la largeur convenue.

Ensemble, réussir.

EUROGERM
INGRÉDIENTS & SOLUTIONS

EUROGERM MAROC dispose d'une large gamme d'ingrédients céréaliers pour tout type d'application :

- Biscuiterie
- Boulangerie
- Industries agroalimentaires

Merci de prendre contact avec l'équipe commerciale pour tout renseignement

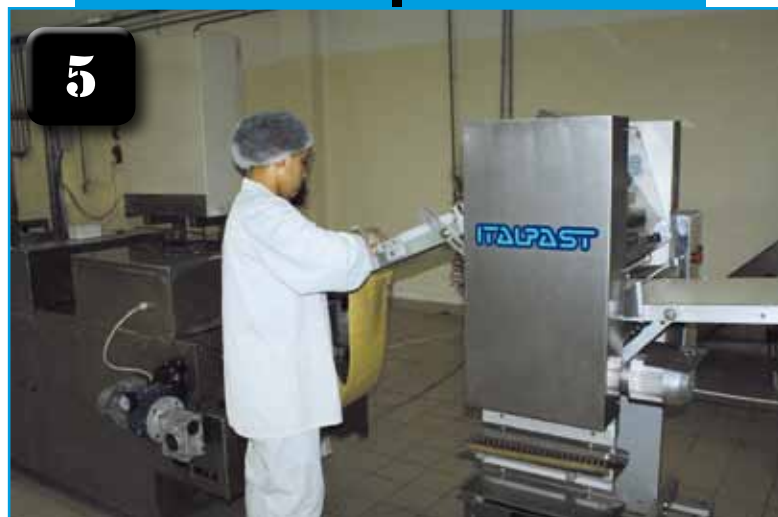
CORRECTEURS DE MILLIERS	AMÉLIORANTS DE PANIFICATION	PRÉMIX PAIS SPÉCIAUX - VARIÉTÉS - CONCEPTS	INGRÉDIENTS TECHNOLOGIQUES DE DISTRIBUTABILITÉ	SERVICES ET ACCOMPAGNEMENT CLIENT
- Formulation personnalisée : - Germix pour farines pour pains, biscuits, viennoiseries, pâtes... - Prémix pour farines enrichies en fer et minéraux	- Formulation à la carte : - Custain pour le pain rond, baguettes... - Addigerm pour le moelleux de vos produits (pain de mie, pain au lait...)	- Pains spéciaux (campagne, multicéréales, fibres...)	- Technologiques : gluten, enzymes... - Marquants : graines, flocons... - Goût couleur : levain, farine toastée...	- Analyse de vos blés et de vos farines - Assistance technique

EUROGERM MAROC - 22 rue Ibnou Koutla - Loc. Att Taoufik - ZI Oukacha - Ain Sebaa - 20250 CASABLANCA - MAROC - Tél. +212 (0)5 22 35 18 71 - Fax +212 (0)5 35 19 62 - E-mail : info@eurogerm-maroc.com
 Filiale d'EUROGERM SA - Parc d'activités bois Guillaume - 2 rue champ doré - 21850 SAINT-APOLLINAIRE - FRANCE - Tél. +33 (0)3 80 730 777 - Fax +33 (0)3 80 730 770 - E-mail : export@eurogerm.com

www.EUROGERM.com



La pâte passe par le pasteurisateur. Outil d'hygiène alimentaire, il produit de la vapeur à 92° durant 3,5 mn. Ensuite, la pâte fait l'objet d'une ventilation.



Mise, sur le chariot, de la feuille refroidie



Mise de la feuille sur le tapis.



Mise en action de la machine à découpe, réglée aussi bien pour la longueur que pour la largeur (des tagliatelles dans ce cas-ci), soit un poids de 125 gr par « paquet ».

La société IDEBEL avec ses partenaires européens, va mettre sur le marché des poudres de concentré de matière grasse.

Ces poudres contiennent 80% de matière grasse sur un support de sirop de glucose ou de lactosérum. Elles contiennent aussi des protéines de lait et deux agents techniques, E451 i et E551, mais pas d'agent de conservation.

Les matières grasses utilisées sont de la graisse de palm raffinée et de la graisse de coco (coprah) raffinée.

D'autres graisses sont en préparations.

Ces poudres peuvent être utilisées dans les applications de boulangerie, crème glacée, chocolat, fromagerie.

Elles sont facilement mises en œuvre, se stockent facilement et peuvent être incorporées dans les mix en poudre et les process.

La fluidité est très bonne et la matière grasse est déjà stabilisée en émulsion avant la déshydratation, ce qui assure une bonne tenue des produits finis.

Les fiches techniques et des échantillons sont disponibles en s'adressant à IDEBEL.



Ingrédients alimentaires en poudre
Powdered food ingredients

• Fromagerie • Boulangerie - Pâtisserie
• Chocolaterie - Confiserie • Produits laitiers

Nos produits

Poudres de lait entier, écrémé, standardisées, Lactoreplaceurs, protéines lactières, adjuvants de panification, Mix pour gaufre, crêpe, biscuit, crème glacée, Premix à la carte.

Nous services

Formulations à la carte
Techniques de séchage,
Recherche et développement en laboratoires pilotes
Savoir - faire et conseils adaptés via notre réseau de partenaires spécialisés.

Pour optimiser vos rendements de production et maîtriser la texture de vos produits consultez - nous :

IDEBEL Sarl
13 avenue du 29 février - TALBORJT
80000 AGADIR - MAROC
TEL : +212/661263555 contact : Abdallah Kheltent
abdallah.kheltent@menara.ma





8

Les pâtes traversent
l'abatteur de chaleur,
60° à l'entrée et
8° maximum à la sortie.
Elles retombent
de manière à être
« prérangées ».



9

Les pâtes arrivent
dans la partie
conditionnement.



10

Les pâtes sont mises
en barquettes
(de 500 gr
ou d'1 kg chacune).



12

Fin

Il ne reste plus qu'à garder
au froid les produits.
Luigi di Grieco destine
ses pâtes à plus de 200
clients CHR à travers
le royaume (jusqu'à
Essaouira, Oujda,
Tanger, Saïdia...)



LES BONNES PRATIQUES D'HYGIÈNE DANS LES UNITES DE PRODUCTION INDUSTRIELLE AGROALIMENTAIRE

L'hygiène agroalimentaire est devenue une priorité et un élément capital dans notre société, surtout dans les unités de production industrielle agroalimentaire. La production quotidienne dans ces unités doit reposer sur une parfaite hygiène, qui nécessite un produit alcalin agréé par le plan HACCP. Efficace, ce produit liquide dégraisse toute sorte de surface, afin d'assurer une sécurité alimentaire, spécialement pour les unités productives agroalimentaires et une saine production pour le consommateur. Automatiquement, il fallait bien avoir un système hygiénique pour les machines et circuits fermés. D'où le pistolet à mousse, toujours à base de produit alcalin, très actif contre les diverses substances grasses

que l'on retrouve au sien des locaux de production. Pour assurer une parfaite hygiène dans ces sociétés, il fallait trouver des produits s'appliquant à l'hygiène du sol. Tel est le produit Sterinal, antibactéricide désinfectant, efficace, sans odeur, source de résultat manifeste, sous réserve d'une méthodologie et d'une maintenance du personnel satisfaisantes. Également dans ces sociétés industrielles, l'on a bien adressé un système qui garantit une hygiène performante et une qualité extra, du fait de l'utilisation de la machine à haute pression eau chaude, équipée d'un pistolet d'injection. Cette dernière produit de l'eau chaude à 90° grâce à une chaudière, permettant de stériliser

Publirédactionnel



toutes les surfaces de machines industrielles. En effet, il fallait bien adapter ces produit agréés par le plan HACCP pour avoir une qualité de fabrication alimentaire et industrielle, à même d'assurer et de garantir hygiène, sécurité et santé alimentaire.

64-66, rue Cadi-Bakkar – Maârif – Casablanca – Maroc
Tél/fax : (+ 00 212) 522 98 28 30
www.italnetmaroc.com

Ingrédients et additifs en charcuterie

Les ingrédients et additifs en charcuterie ont un rôle fonctionnel dans l'élaboration des produits carnés. Ainsi, ils sont responsables de leurs caractéristiques organoleptiques, de leur texture et agissent sur leur conservation. Leur qualité et leur quantité dépendent de la technologie mise en œuvre et de la qualité du produit élaboré.

Souad Selmi

Eau

L'eau de qualité alimentaire est ajoutée sous forme de saumure, bouillon, glace, etc. Elle permet la fabrication alimentaire, dissout les composants hydrosolubles et constitue la phase aqueuse des émulsions.

Sel

Le sel, ou chlorure de sodium (NaCl), est l'ingrédient le plus important dans la charcuterie. Il joue un rôle fonctionnel dans leur élaboration et conservation. Le sel a un rôle bactériostatique (contre le développement des microorganismes indésirables, en particulier les germes de la putréfaction) et donc de conservateur. Il aide à la dessiccation de la pâte, ce qui engendre une baisse de l'activité d'eau qui accentue l'effet protecteur précédent. Le sel apporte le goût salé, les ions Cl⁻ et Na⁺ interviennent comme stimulateurs des récepteurs gustatifs de la langue.

Le sel a aussi un rôle prooxydant, provoquant l'oxydation des matières grasses et permet la solubilisation des protéines myofibrillaires.

Hydrates de carbone

Les hydrates de carbone ou sucres sont des agents de saumurage des salaisons. Ils permettent aux bactéries acidifiantes réductrices de se développer et d'induire la formation d'oxyde d'azote NO et sa fixation sur la myoglobine.

Ils agissent sur la flaveur via les réactions de brunissement non enzymatiques (Maillard) lors de la cuisson et de la stérilisation.

En outre, ils permettent de masquer l'amertume du foie par leur pouvoir sucrant (notamment le saccharose) et d'apporter les matières sèches (le lactose est un bon asséchant).

Les sucres les plus utilisés sont le dextrose, la saccharose, les sirops de glucose à

dextrose équivalent DE > 20 et le lactose.

Nitrates et nitrites

Les nitrites (sel nitrité E250) et le salpêtre (E252 essentiellement) sont deux additifs ayant à la fois un rôle technologique et hygiénique. Agents de salaison, ils sont responsables de la formation et de la stabilité de la couleur rouge rosé, et de l'apparition de l'arôme typique de salaison.

Les nitrites et nitrates sont toujours incorporés au sel commun, jamais ajoutés séparément à la viande.

Ils ont un impact sur la sécurité et la durée de vie microbiologique des produits. Ainsi, ils inhibent le développement des microorganismes et bloquent la germination de spores de Clostridium botulinum types A et B et diminuent le taux de croissance des entérobactéries, staphylocoques dorés.

La réglementation précise les doses d'incorporation et la quantité résiduelle



Les produits de salaison

Contrairement au salage dans lequel on utilise exclusivement du sel de cuisine, le processus de salaison fait intervenir le sel additionné de salpêtre (ou de sel nitrité : mélange de sel et de nitrite de sodium).

La salaison confère aux produits de charcuterie leur coloration et leur saveur caractéristique. En effet, le salpêtre (NO₃K ou NO₃Na) est réduit en nitrites (NO₂), qui, à son tour, se réduit en monoxyde d'azote, qui se lie à la myoglobine pour donner un pigment nitrosé (nitrosohème) de coloration rouge typique lors du chauffage (étuvage, cuisson).

en sel nitrité et en NaNO₃.

Antioxygènes

Les antioxygènes jouent le rôle à la fois d'antioxydant et de réducteur. Ainsi, ils retardent l'oxydation des graisses, en fixant l'oxygène et accélèrent le rougissement du produit en réduisant l'ion nitreux NO₂ en NO.

Ces additifs réduisent le taux des nitrosamines en bloquant les nitrites libres qui sont classés parmi les cancérigènes selon l'Organisation mondiale de la santé.

Les antioxygènes les plus employés sont l'acide ascorbique E 300, l'acide érythorbique E 315, l'ascorbate desodium E 301 et l'érythorbate de sodium E 316.

Polyphosphates

Les polyphosphates complexent les ions Ca⁺⁺ et dissocient l'actomyosine. De ce fait, ils augmentent la rétention d'eau et la solubilisation des protéines myofibrillaires.

Les polyphosphates ralentissent

l'oxydation des graisses.

Les polyphosphates les plus employés pour faire un mélange de polyphosphates à destination des produits carnés sont les orthophosphates de sodium (E339) et le potassium (E340), le polyphosphate tétrasodique E450, tripolyphosphates de sodium (E451), etc.

Liants

Les liants ont essentiellement pour but de s'opposer à la séparation de l'eau et des gras (notamment au cours des traitements thermiques) et d'apporter aux produits la texture désirée.

Les liants se distinguent selon leur mode d'action (émulsifiant, épaississant, gélifiant...), leur origine (animale ou végétale) et leur nature (protidique, glucidique, lipidique).

Les liants protéiques modifient la consistance des produits. Ils sont choisis en fonction de leurs caractéristiques propres, des conditions du milieu

BUREAU: Ain Sebaâ centre, 3ème Etg. Appt 45
Ain Sebaâ - Casablanca
Tél : 05 22 35 46 62/63
Fax : 05 22 34 07 53
DÉPÔT : 65, rue Abdelhamid bnou Badis-Casablanca
Tél : 05 22 67 42 61
Fax : 05 22 67 40 24

DISTRALIM S.A.R.L

Ingrédients pour l'industrie agroalimentaire

Biscuiterie

Charcuterie

Chocolaterie

Margarinerie

Crème Glacée

Produits distribués :

Texturants
Sweeteners
Emulsifiants
Produits laitiers
Conservateurs

Edulcorants
Produits pour charcuteries
Produits pour boucheries
Vitamines
Arômes

Distributeur exclusif de :

TATE & LYLE

KERRY

nutrinova

(pH, température).

Les liants protidiques émulsifiants doivent être incorporés dans les mélangeurs le plus tôt possible, tandis que les liants

Exhausteurs de goût

Les exhausteurs de goût sont des agents de sapidité permettant de renforcer et de rehausser le goût et la

ou chaude, non prononcée comme le thym, le laurier, le basilic, la sauge, le cerfeuil.

Les condiments renferment notamment la moutarde, le concentré de tomates, les cornichons, l'ail, l'oignon. Les légumes conviennent aux préparations de certains bouillons ainsi qu'à l'élaboration des terrines. Les arômes qui peuvent être des substances aromatisantes naturelles ou artificielles ou préparations aromatisantes ou arômes de fumée.

Autres agents

L'industrie des charcuteries et salaisons fait appel à d'autres agents qui ont un rôle fonctionnel dans le procédé. Il s'agit des agents suivants.

- Colorants autorisés : cochenille E 120, caramel (E150), caroténoïdes (E160), rouge de betterave (E162), etc.
- Épaississants, gélifiants, stabilisants : carraghénanes, alginates, gomme xanthane, farines de caroube et de guar (E410, E 412).

- Acides organiques et sels de ces acides : acide acétique (E 260), lactique (E270), lactates et acétate, etc. Ces acides améliorent la conservation des produits de charcuterie et décontaminent des boyaux, abats blancs, etc.

- Glucono-delta-lactone ou GDL (E575), ester de l'acide gluconique. En milieu aqueux, ce dernier s'hydrolyse en acide gluconique. Cette acidification du milieu provoque une intensification de la couleur en salaison due à la réduction des nitrites en monoxyde d'azote ; une gélification conférant une fermeté aux produits ; un ralentissement du développement des microorganismes.

	Liants	Mode d'action	Température de coagulation (° C)
Origine animale	Lait et poudre	Rétenteur d'eau	-----
	Protéines de lactosérum	Épaississant, émulsifiant	+65 à +80
	Caséinate de sodium	Émulsifiant, gélifiant	Ne coagule pas
	Blanc d'œuf	Épaississant, gélifiant	+65
	Plasma sanguin	Émulsifiant, gélifiant	+65 à +70
Origine végétale	Isolats concentrés protéiques de soja	Émulsifiant, gélifiant	+65 à +70
	Gluten	Rétenteur d'eau	+85

Tableau : les principaux liants protéiques utilisés dans les produits à base de viande

protéiques gélifiants peuvent être incorporés en cours de mélange.

Les liants lipidiques regroupent les mono- et diglycérides (E471) ainsi que leurs esters (E472). Ils ont un très bon pouvoir émulsifiant.

Les liants glucidiques sont souvent d'origine végétale et regroupent les hydrocolloïdes et les amidons.

Les hydrocolloïdes : alginates, carraghénanes, guar, caroube, gomme xanthane.

Les amidons : fécule (pomme de terre, manioc), amidons natifs, amidons modifiés [E1404...E1450], farine de blé, maltodextrines.

Conservateurs

En sus des nitrites et nitrates et sel, on les utilise pour les produits carnés à teneur en eau élevée l'acide ascorbique et les sorbates (E202, E203) et l'acide benzoïque et ses sels (Na+, K+, Ca+) etc.

Ils sont incorporés aux poudres de fleurage des saucissons secs, aux gélées d'enrobage.

On trouve aussi la natamycine (E235), connue pour ses propriétés antifongiques. Elle est employée dans les produits essentiellement fumés dans le traitement des boyaux.

saveur des produits de charcuterie et surtout le goût salé.

Les plus utilisés sont l'acide glutamique et ses sels comme le monoglutamate de sodium (E621).

Produits aromatisants

L'utilisation des aromatisants confère aux produits carnés des notes aromatiques diversifiées.

Il existe plusieurs types d'aromatisants, principalement les suivants.

Les épices sont ajoutés soit sous forme d'épices naturelles, soit de mélanges d'épices, les quatre épices (poivre, cannelle, muscade ou macis et girofle) sont les plus utilisés en charcuterie.

Les aromates ayant une saveur douce

Les colorants en charcuterie

Les colorants autorisés en charcuterie sont utilisés pour colorer les enveloppes et la masse. Les colorants employés dans la masse sont caractérisés généralement par leur solubilité dans l'eau permettent de renforcer la couleur rouge du maigre, tandis que les colorants pour enveloppes offrent des couleurs variées (rouge, orangé, noir, argent, brun, etc.)

Les épices tinctoriales sont aussi utilisées comme les piments dont le paprika (liposoluble) trouvant des utilisations dans le chorizo ou les merguez.



Première chaîne de distribution de viandes de proximité

INAUGURE 8 NOUVEAUX points de vente

AL QUODS	: Lotissement AL QUODS, Boulevard I, N°55 Municipalité Sidi bernoussi-CASABLANCA
ANASSI	: ANASSI-Groupe 18, Immeuble D-N°4- Ahl Loughlam Sidi bernoussi -CASABLANCA
MARCHE SAIDA	: Derb Mly CHRIF, N°92, Rue 34 Hay Mohammedi -CASABLANCA
JIWARY MARKET	: N° 100, Bd Ibn sina-Maârif extension -CASABLANCA
DERB GHALLEF	: N° 218-220, Rue Abderrahmane ZEMMOURI-Derb Ghallef CASABLANCA
AL MOURATBITINE	: Hy Assaâda, N°218, Bd EL MOURABITINE-MOHAMMEDIA
DCHIRA	: Douar DCHIRA, Province INZGANE-AIT MELLOUL -AGADIR
FES	: Résidence ARGANE, Oued FES, N°4- FES



Koutoubia témoigne, une nouvelle fois, de sa volonté d'être toujours plus proche de sa clientèle en lui offrant un service personnalisé, des produits de qualité et des prix qui préservent son pouvoir d'achat.

Les 3 nouvelles enseignes assurent dans leur totalité la traçabilité des produits proposés et respectent des normes d'hygiène rigoureuses.

Chacun des magasins de l'enseigne Koutoubia sera adapté au quartier où il sera implanté.

A l'horizon 2013, l'enseigne Koutoubia entend porter son réseau à 300 points de vente répartis à travers tout le royaume



NOS ENGAGEMENTS

ENGAGEMENT 1 :

Nous sommes toujours plus proches de nos clients

ENGAGEMENT 2 :

Nous offrons un service où le conseil est au cœur de notre démarche qualité

ENGAGEMENT 3 :

Nous sommes intransigeants sur la qualité

ENGAGEMENT 4 :

Nous renforçons la connaissance de nos clients tout en récompensant les clients fidèles

ENGAGEMENT 5 :

Nous préservons le pouvoir d'achat de nos clients (rapport qualité/prix, promotions attractives)

ON APPLIQUE TOUJOURS LA MEME RECETTE, C'EST LA QUALITÉ ET LE SERVICE



La surgélation des fruits et légumes

Appartenant à la troisième gamme, les fruits et légumes surgelés sont obtenus par abaissement de la température à -40°C pour que le cœur du produit atteigne -18°C . Le froid appliqué permet de préserver de façon sûre et efficace leurs qualités organoleptiques et nutritionnelles et d'assurer ainsi un approvisionnement régulier.

S. S.

La surgélation est une méthode de conservation basée sur l'application du froid négatif. Elle permet d'obtenir des produits finis de longue durée de vie de 12 à 30 mois. La durée dépend de la nature du produit, de leur composition en matières grasses, de la température de conservation.

Contrairement aux autres techniques de conservation, la surgélation présente l'avantage de conserver la fraîcheur, les qualités organoleptiques et nutritionnelles, du fait qu'elle ne fait subir aux produits aucune transformation.

Les légumes et fruits surgelés sont destinés soit aux pâtisseries, restaurants et à la consommation des ménages, soit aux industries alimentaires de seconde transformation (nourriture pour bébé, conserverie, plats cuisinés, fruits au sirop, sorbet et glaces, parfums alimentaires etc.). Ils se présentent soit sous forme de purées, de blocs en masse, entiers ou en morceaux individuellement surgelés.

Certaines variétés ne réagissent pas à la surgélation ; leur



Les techniques utilisées

Il existe trois façons de surgeler les produits.

D'abord, par conduction (contact direct entre le produit et un plateau refroidi par un liquide frigorigène). Cette technique est employée pour les produits de faible épaisseur. Les produits sont introduits dans des plaques dans lesquelles circule un fluide frigorigère à -35°C .

Ensuite, par convection (circulation d'air froid). On distingue ainsi la surgélation en tunnel et sur lits fluidisés.

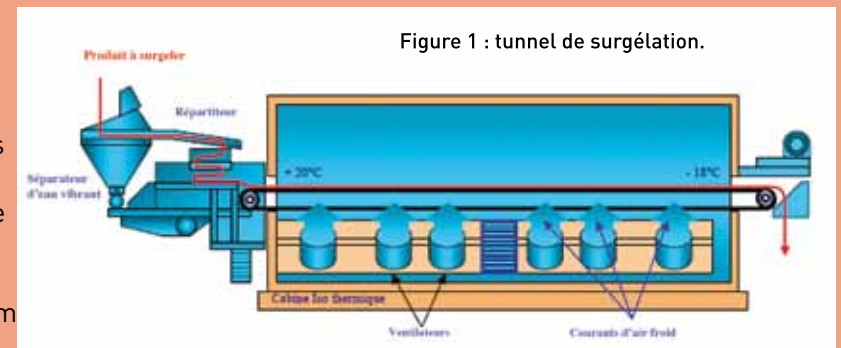
Les tunnels sont les plus répandus et reposent sur la circulation d'air froid (de -30 à -40°C) à une vitesse de 3 m/s (voir figure 1).

La surgélation sur lit fluidisé s'applique à des produits de 25 à 30 mm au maximum. Les aliments sont fluidisés par courant d'air froid vertical ascendant. Les produits avancent par débordement ou grâce à une bande transporteuse.

Enfin, par fluide cryogénique. La technique consiste à injecter un fluide cryogène (azote, gaz carbonique) sur les produits à surgeler.

L'évaporation de l'azote se fait à -195°C et celle du CO_2 à -80°C provoque la surgélation. Elle est simple et efficace mais onéreuse, convient aux produits fragiles, élaborés, à forte valeur ajoutée ou fabriqués en faibles quantités.

Les procédés par lit fluidité et par froid cryogénique permettent une surgélation individuelle IQF (Individual Quick Frozen), tandis que la surgélation, par conduction et en tunnel on obtient des blocs. Les produits surgelés individuellement sont généralement stockés avant d'être conditionnés.



qualité initiale (consistance, couleur, flaveur) s'altère après surgélation.

Les fruits riches en phénols oxydables, plus sensibles au brunissement enzymatique, supportent mal la surgélation. En outre, la teneur élevée en eau favorise la surgélation sous réserve qu'elle soit très rapide, afin d'éviter la formation de gros cristaux de glaces qui endommagent les tissus.

Technologie des fruits et légumes surgelés

La surgélation consiste à refroidir brutalement (de quelques minutes à une heure) des aliments en les exposant intensément à des températures allant de -35°C jusqu'à -195°C pour pouvoir amener la température à -18°C au centre thermique du produit. En effet, le froid maintient à l'état solide l'eau des cellules végétales et inhibe toute évolution et prolifération microbienne.

Les produits ainsi surgelés sont ensuite conservés dans des chambres froides négatives à des températures (-18°C /

à -20°C).

Les produits à surgeler doivent présenter un état parfait de fraîcheur et



Atelier de surgélation de fruits.



de salubrité et être récoltés à maturité, traités dans les brefs délais après leur récolte. Avant leur conditionnement et surgélation, les fruits et légumes subissent des traitements spécifiques à chaque fruit et légume (parage, triage, équeutage, découpage, blanchiment à la vapeur, pré-cuisson, etc.). Ainsi, pour les légumes, le blanchiment à l'eau bouillante ou à la vapeur est nécessaire pour inhiber l'activité enzymatique qui peut altérer

la saveur et la couleur affectant ainsi la qualité du produit. En revanche, pour les fruits, le blanchiment est peu utilisé. Certains fruits sont trempés dans un sirop bouillant. Ces derniers entrent particulièrement dans la fabrication des confitures. Les fruits et légumes surgelés doivent être conditionnés dans des préemballages qui les protègent contre les contaminations extérieures et contre le dessèchement, préservant ainsi leur

qualité et salubrité tout au long la chaîne du froid de la production jusqu'au dernier consommateur. Les aliments surgelés doivent porter la mention « surgelé ». Ils se présentent des emballages appropriés qui s'adaptent aux besoins du consommateur:

- Paquets (contenant blocs ou portions individuelles) ;
- Barquettes et moules en aluminium ou en plastique prêt à cuire ;
- Sacs plastiques, sachets en plastiques

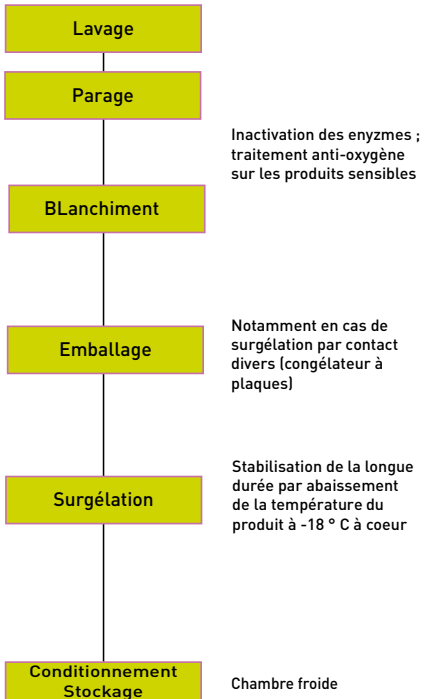
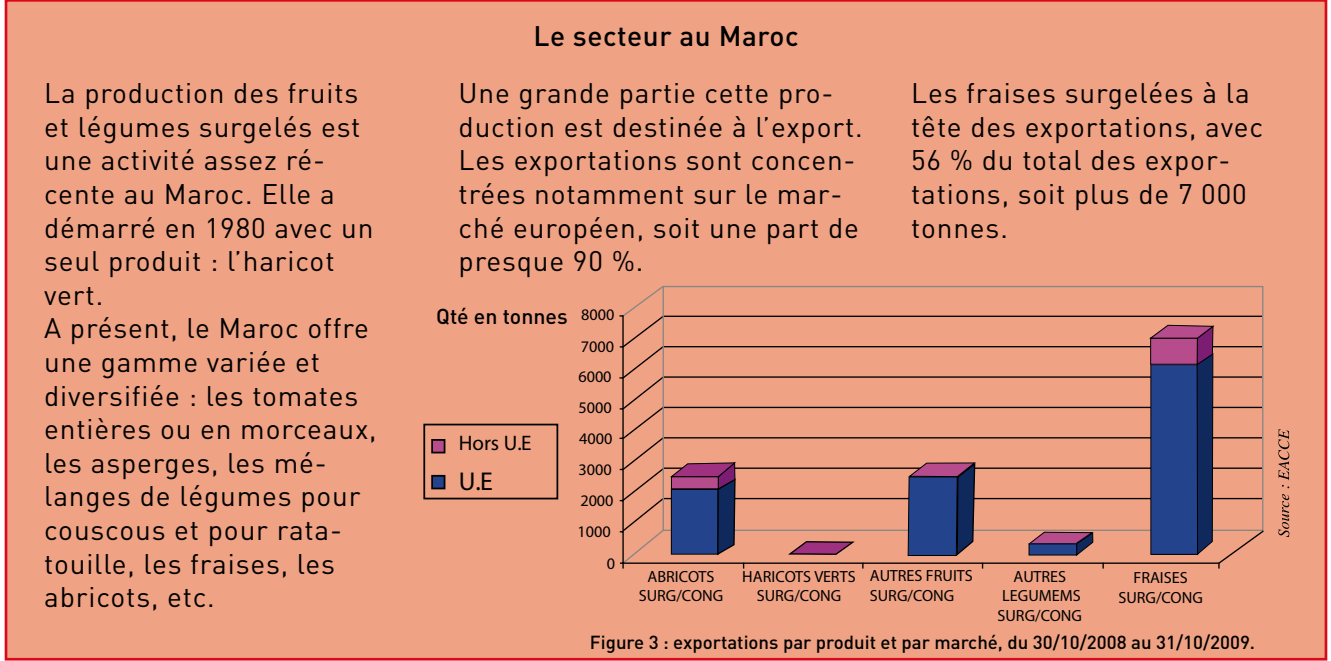


Figure 2 : surgélation des légumes.



à utiliser dans l'eau bouillante (boiling bags);

- Pots individuels, sachets, bacs plastiques.

Impact de la surgélation sur la qualité nutritionnelle

La surgélation influence peu d'effets sur la teneur en nutriments (vitamines hydrosolubles et thermosensibles et en éléments minéraux) des aliments. C'est l'opération de blanchiment que l'on effectue avant la surgélation qui est en responsable. En effet, il engendre des pertes en vitamine C de 15 jusqu' à 20%, qui s'accroissent durant la durée de conservation et lors de la décongélation et du réchauffage. Au moment de

Tableau I : taux de rétention vitaminique moyen des légumes verts (% du taux initial).

Vitamines	Surgélation (produit prêt à consommer)	Appertisation (produit prêt à consommer)
A	70 à 90	70 à 90
C	40 à 70	35 à 70
B1	60	60
B2	50 à 90	55 à 85
PP	50 à 80	50 à 80

la décongélation, les pertes sont liées au liquide d'exsudation des aliments. Les pertes sont réduites lorsque les fruits et légumes sont récoltés, triés et transportés et surgelés et conserver dans un délai court afin de préserver

toutes leurs qualités nutritives. La variation des qualités nutritionnelles dépend de la technologie de surgélation mise en œuvre, la maîtrise et le bon déroulement des étapes de surgélation, décongélation et conservation.

Effets du froid sur les microorganismes

Le froid agit sur les germes pathogènes et d'altération et assure ainsi salubrité et sécurité alimentaire pour les sur

Température (C)	Réactions des microorganismes
+10	Arrêt de la production de toxines par S. aureus et C. botulinum A & B (toxigène)
+ 6	Arrêt de la multiplication de S.aureus et C. perfringers
+5,6	Arrêt de la multiplication de Salmonella
+3,3	Arrêt de toxicité des bactéries pathogènes
-10	Arrêt de toute multiplication bactérienne Température limite des bactéries psychrotropes et psychrophiles
-18	Arrêt de toute multiplication de levures et de moisissures

Tableau II : températures-clé de surgélation.

De la bouteille à base de plantes aux feuilles d'emballage « vertes »

Bonne nouvelle pour les consommateurs soucieux de l'environnement. The Coca-Cola Company commercialise la première bouteille plastique PET recyclable, fabriquée à base de plantes. D'autres innovations permettent d'emballer plus écolo'. Aperçu. D. C.



Deux exemples de la PlantBottle, en poly-éthylène téréphtalate, partiellement à base de plantes.

La révolution environnementale est en marche dans le domaine de l'emballage, notamment en matière de composition de la bouteille. Il s'agit de la bouteille en plastique PET (poly-éthylène téréphtalate) partiellement à base de plantes. Précurseur de cette innovation : The Coca-Cola Company. Le géant mondial du soda a enregistré son produit sous l'appellation PlantBottle. D'ici à la fin 2010, les étagères des magasins de certains marchés sélectionnés à travers le monde vont contenir 2 milliards de telles bouteilles ! L'un des marchés en pointe est d'ores et déjà celui de Copenhague (Danemark), siège du fameux sommet pour le climat... Du côté des pays du Sud, des lancements sont en cours de planification pour le Brésil, Mexico et Shanghai. Quant au Maroc, c'est également l'année prochaine que l'on devrait pouvoir acquérir la PlantBottle. Cela, sous réserve de trouver sur le marché local un très sérieux coup de main pour la fabrication.

Pour l'heure, la marque communique essentiellement à l'échelle mondiale et met en avant les qualités des bouteilles PlantBottle. Du fait de leur composition, elles sont recyclables à 100 % et réduisent la dépendance de la société à une ressource non renouvelable telle que le pétrole. « Aujourd'hui, nous faisons une avancée majeure dans le parcours du processus de l'emballage renouvelable », souligne Muhtar Kent, PDG de The Coca-Cola

Company. La firme transnationale ne s'arrête pas en si bon chemin. « Notre vision est de continuer à innover pour



Source de la vidéo : Actualité TFI et Actu France

parvenir à une bouteille qui soit faite à 100 % à base de déchets biologiques, tout en restant complètement recyclable », a fait savoir Scott Vitters, directeur des Emballages renouvelables.

Un marché de 400 milliards de bouteilles !

Quoi qu'il en soit, le PET est bien ancré comme emballage et de boissons et d'aliments liquides, au point de devenir la plus importante forme d'emballage dans le monde.

Fin 2009, l'on table, en conditionnement de boissons, sur un bilan d'écoulement annuel avoisinant les 400 milliards de contenants en plastique – soit environ un tiers de la totalité des unités d'emballage de boissons. Bien que la recherche en matériaux synthétiques alternatifs batte son plein, l'expansion du

PET n'est pas près de prendre fin.

Plus largement, l'on constate une croissance continue du marché des matières synthétiques bio réalisées à partir de matières premières renouvelables, comme le blé, le maïs ou la canne à sucre, et ce, à hauteur de 20 à 30 %.

Les premiers contenants bio existent aussi entre-temps pour les eaux plates ou pour le traitement de denrées alimentaires liquides. Citons en particulier le matériau qu'est l'acide poly-lactique (PLA), dont les propriétés sont proches de celles du PET.

A côté du marché des contenants, le deuxième grand marché est celui des feuilles d'emballage. Entre autres évolutions notables à cet égard : de nouveaux papiers flexibles à structure multicouche sont mis au point exclusivement à partir de matières premières renouvelables. L'Institut Fraunhofer IVV de Freising (Allemagne) y contribue via des procédés spéciaux, destinés à améliorer la barrière du papier préenduit face à la vapeur d'eau et à l'oxygène. De plus, des revêtements antimicrobiens sont élaborés. La protéine de petit-lait est utilisée dans un de ces matériaux, lequel obtient ainsi d'excellentes propriétés de barrière contre l'oxygène et l'humidité. De surcroît, l'on a recours aux composants antimicrobiens que contient naturellement le petit-lait pour prolonger la durée de conservation des produits alimentaires. Face à ce flot d'emballage qualifié d'écologique, un bémol : si les matières syn-

thétiques bio ont la réputation d'être compostables, cela ne correspond que partiellement à la réalité. La plupart de ces matières se décomposent lentement ou, pour ce faire, doivent être chauffées... Or cela a un impact négatif sur l'environnement ! De plus, elles sont tout simplement trop précieuses, en tant que matériaux, pour n'être utilisées qu'une seule fois. En matière d'économie dite « verte », le recyclage est et reste donc, outre une thématique de premier plan, la prochaine activité d'avenir.



Vitel, gamme de résines sans bisphénol A



Bostik, filiale de Total et leader mondial des colles et mastics, propose Vitel, une gamme de résines copolys-ter garanties sans BPA (bisphénol A) et situées dans le vernis des canettes et des biberons, notamment. Vitel constitue donc une alternative aux résines époxydes composées de BPA,

un composé chimique organique (entrant dans la composition du polycarbonate et des polyépoxydes) incriminé dans les troubles de reproduction et du système hormonal et considéré par certaines associations de consommateurs et des communautés de scientifiques comme dangereux pour la santé humaine.

Ces résines présentent les mêmes caractéristiques que les résines classiques, mais sans les inconvénients. De plus, d'après Bostik, « elles allient une souplesse à basse température à une résistance aux températures élevées ».

Tetra Pak et Braskem pour le plastique vert dans l'emballage carton

Tetra Pak, chef de file mondial en solutions de traitement et de conditionnement de produits alimentaires, est parvenu à un accord avec la plus



importante entreprise pétrochimique du Brésil, Braskem S.A., le leader des résines thermoplastiques en Amérique latine et le troisième plus gros producteur du continent américain sur l'achat de volumes limités de polyéthylène haute densité

Impress étend son système d'ouverture « facile » à l'alimentation humaine.



Le fabricant néerlandais d'emballage métallique Impress lance sa nouvelle génération de couvercles à ouverture facile Softlift pour l'alimentation humaine. Ce couvercle, d'un diamètre de 73

mm pour la première série, comporte un « creux » situé sous l'anneau. L'ouverture est devenue plus facile, pratique et commode pour le consommateur de tout âge. Ainsi, l'espace de prise a été élargi pour permettre au doigt d'accéder plus facilement à l'anneau et ainsi à ouvrir le couvercle.

Le lancement réussi de Softlift 73 mm sur les marchés allemand et italien a incité Impress à étendre le concept à l'ensemble des couvercles à ouverture facile en acier de diamètres 65, 83 et 99 mm. Ces couvercles sont disponibles pour les produits destinés à l'alimentation humaine ou animale.

Nature's Farm opte pour le NatureFlex

La société canadienne Nature's Farm, opérant dans



l'élevage de volailles pour la production d'œufs, a choisi le film NatureFlex pour le conditionnement de sa nouvelle gamme de pâtes alimentaires Nature's Pasta. C'est Innovia Films, basée en Grande-Bretagne, qui produit le NatureFlex. Ce film est fabriqué à partir

de bois compostable suivant la norme EN 13432. Il est donc écologique et se décompose en quelques semaines dans un bac à compost domestique ou en composteur industriel.

L'entreprise britannique produit des films en polypropylène bi-orienté (BOPP) et en cellulose. Elle possède des usines en Grande-Bretagne, aux États-Unis, en Belgique et en Australie, et présente sur les marchés des films pour étiquettes, des films de sécurité, des emballages enduits, des films de suremballage, des films biodégradables et compostables.

Les pâtes sont emballées sur une machine Bosch Terra 25 VFFS qui tourne à 15 paquets à la minute.

Knauf Green, gamme de barquettes écolo'

Knauf Industries propose une nouvelle gamme Knauf Green. Celle-ci comporte deux solutions thermoformées et injectées 100 % biodégradables. La première gamme PLA est 100 % végétale, à base de PLA (acide polylactique), obtenue à partir d'amidon de céréales, matériau issu de ressources renouvelables. Ce bioplastique transparent permet de développer, sur nos outils de production existants, des emballages plastiques 100 % biodégradables et compostables. La seconde, oxobiodégradable, est conçue à base d'additifs plastiques entièrement dégradables. Les additifs utilisés sont conçus pour l'industrie alimentaire

Michel Lata imprime des étiquettes anticontrefaçon

L'entreprise Michel Lata a mis au point un système industriel d'authentification et de traçabilité d'étiquettes unitaires en partenariat avec la société Advanced Track and Trace (ATT). L'impression de ces étiquettes uniques hautement sécurisantes est réalisée sur les presses offset numériques HP Indigo ws4050 que possèdent l'imprimerie Michel Lata. Le procédé d'impression consiste à imprimer un « patch » de 4,49 mm de côté, contenant un code impossible à falsifier. Le codage est constitué d'une zone à densité de points très forte et d'une zone centrale constituée d'un nuage de points rendant impossible toute reproduction par photocopie ou scanner, même à haute résolution. Cela permettra à la société de se démarquer de la concurrence en approchant un nouveau marché : la sérialisation unitaire, ou comment produire industriellement en grandes quantités des étiquettes uniques.



(alimentarité). Non toxiques, ils sont intégrés aux résines de base (PP et PE) et sont ensuite transformés sur les équipements traditionnels. Cette technologie présente l'avantage de préserver les performances techniques, mécaniques et physiques des plastiques traditionnels, assure la société. Ces deux solutions répondent à la norme EN 13432 sur la biodégradabilité.



Ensacheuse à chargement manuel pour les petites pièces et les petits espaces

L'ensacheuse de table Autobag PaceSetter PS 125 est la dernière-née de la gamme complète et polyvalente de solutions d'ensachage d'Automated Packaging Systems (APS). Fonctionnant à des vitesses de 25 sachets par minute (15 sachets par minute pour la version OneStep), les systèmes d'ensachage PS 125 offrent une technologie innovante dans un modèle simple de table. L'ensacheuse PS 125 est très peu encombrante (550 mm x 480 mm au sol) et ne pèse que 37 kg. Silencieuse, la machine est entièrement électrique et n'a pas besoin d'air comprimé pour fonctionner. Elle est ainsi spécialement adaptée à des volumes de production, faibles à moyens. La PS 125, simple à utiliser, présente un affichage convivial qui permet un accès facile aux paramètres de fonctionnement, à la configuration, ainsi qu'au stockage des tâches et aux diagnostics du système. La fonctionnalité AutoThread™ est associée à un plateau tournant et verrouillable pour assurer un accès facile et un changement ergonomique des sachets sur rouleau Autobag. Les sachets sont automatiquement indexés, remplis à la main, puis soudés à l'aide de la fonction Push-to-Seal, de la pédale ou de la touche au clavier de contrôle. La PaceSetter PS 125 présente aussi l'avantage d'intégrer une imprimante PH 412, avec une fonction d'impression du sachet suivant assurant une précision améliorée et un fonctionnement adapté aux petites séries et aux applications de gestion de commandes de VPC. Elle peut imprimer des images, du texte et des codes-barres en haute résolution directement sur le sachet, éliminant l'opération supplémentaire d'étiquetage. L'imprimante est équipée d'une tête d'impression inclinable pour une maintenance aisée, et le logiciel de conception AutoLabel, proposé en option, facilite la création d'étiquettes.

Écodistributeur, un appareil économique et écologique

Écodistributeur, tel est le nom donné au distributeur économique et écologique mis en point par Éco2distrib, une jeune pousse basée à Avignon. Ce distributeur automatique (D.A.) s'adapte à un grand nombre de produits de grande consommation (boissons, eau, lessives, produits d'entretien ménagers et automobiles, hygiène, tous les produits liquides d'une manière générale) et de nombreuses applications industrielles (sociétés de nettoyage, garages...) C'est une solution pour supprimer les emballages à la source. Le principe de l'Écodistributeur est simple. Le client apporte un contenant ; l'équipement s'adapte pratiquement à tous les contenants, avec ou sans bec verseur. Puis l'appareil fournit le volume désiré, sans perdre une goutte de produit. Le dispositif imprime ensuite un ticket qu'il faut présenter à la caisse, comme pour les fruits et légumes. L'Écodistributeur permet de réduire les émissions gaz à effet de serre (CO₂) et d'éviter les emballages éphémères, coûteux et polluants. Le magasin Atac, à Rocbaron (également en France), s'est déjà vu équipé de ce type de distributeur. C'est donc le premier distributeur du genre dans une grande surface de France. Éco2distrib a été primée au Sial 2009, recevant le Grand prix de l'innovation, dans la catégorie des produits non alimentaires.

Thermomètres Comark, en réponse aux exigences réglementaires

Le fabricant Comark a conçu deux nouveaux thermomètres C30 et C32, précis et robustes, avec une plage de mesure de - 50°C à + 150° C. Objectif : répondre aux nouvelles exigences réglementaires dans les produits de la troisième gamme. Ainsi, à partir janvier prochain, l'UE se verrait doter de nouvelles réglementations en matière de contrôle de température des produits surgelés. Les industriels devront prouver qu'ils respectent les critères de température au cours des phases de transport et durant le stockage, y compris lors de contrôles ultérieurs. Les nouveaux thermomètres sont équipés d'une sonde de température à temps de réponse rapide, d'un large écran, d'une coque en caoutchouc, de fonctions avancées (horloge permanente, alarmes sonores ou un compte à rebours), ainsi que de la technologie BioCote. Cette dernière est faite pour l'adjonction d'agents actifs antibactériens dans la sonde, permettant ainsi de préserver la qualité hygiénique des aliments et de diminuer les risques de contamination croisée et de prolifération bactérienne.

RLA 100 : sus au dioxyde de carbone

Le spécialiste des gaz techniques WITT a lancé un dispositif économique d'alerte de présence de CO₂ : le RLA 100. Ce dernier protège contre les dangers de ce gaz incolore et inodore qui est utilisé dans les industries agroalimentaire, métallurgique et chimique, ainsi que dans le traitement des déchets. Le RLA 100 est composé de deux éléments : le petit détecteur de gaz est placé dans la zone dangereuse, le contrôleur en dehors. Lorsque le seuil réglable est franchi, l'alarme est activée. Avec les relais à contacts secs, d'autres dispositifs peuvent être activés ou arrêtés, par exemple les machines de ventilation. Le dioxyde de carbone affecte l'organisme humain même à petites doses : une concentration de 0,3 % dans l'air ambiant peut être nocive à la santé. Si la teneur passe à 5 %, des maux de tête et des vertiges surviennent ; à partir de 8 %, cela conduit à l'inconscience ou au décès.

FLI SealTester, pour l'étanchéité d'emballages remplis de gaz

Le nouveau FLI SealTester contrôle l'étanchéité d'emballages alimentaires remplis de gaz, directement dans le processus et de manière non destructive. Les emballages non étanches sont automatiquement éjectés de la ligne de la production. En effet, la première bande de mesure exerce une pression définie sur l'emballage. La hauteur de l'emballage, sous l'effet de la pression, est ainsi enregistrée. La pression exercée peut être réglée en continu sur l'écran tactile. Ensuite, la deuxième bande de mesure exerce la pression la plus élevée possible sur l'emballage sans l'endommager. Si l'emballage n'est pas étanche, de l'air ou du gaz s'en échappe. La troisième bande de mesure répète le processus de la première bande. Si l'emballage est étanche au gaz, les résultats de mesure de la première et de la troisième bande sont identiques. Si les deux résultats diffèrent, cela signifie que l'emballage n'est pas étanche, et il est alors éjecté. Les cadences sont de l'ordre de 180 unités par minute. Les fuites les plus infimes sont détectées.





Bifidus Chergui

Yaourt brassé au muesli et au bifidus (produit fermier censé aider la flore intestinale).
Fabricant : Les Domaines
Composition : lait, sucre, ferment lactique dont bifidobacterium, fruits secs (noix, noisette granulée, amande granulée), céréales (flocons de blé, farine d'orge, orge, son de blé), fibres, miel
Variétés : nature sucré ; muesli
Poids net : 110 g
Prix de vente: 2,75 DH



Sablés Orientines

Sablés à la confiture sans conservateurs, se conservant 12 mois, conditionnés dans un emballage double
Fabricant : Orientines
Composition : farine, sucre, beurre, œufs
Variétés : confiture d'abricot, confiture de fraises
Poids net: 200 g
Prix de vente: 17-18 DH



Yawmy Jockey

Fromage blanc Jockey au conditionnement et à la recette nouveaux.
Contient 6 % de matières grasses
Fabricant : Centrale laitière
Composition : lait frais écrémé, crème laitière, sucre, arôme fraise, colorant naturel, ferments lactiques
Poids net : 80 g
Variétés : nature sucré [sic] ; fraise
Prix de vente: 2,45 DH

Choco Pasty

Chocolat de couverture extra noir (73 % de cacao), en sachet refermable.
Fabricant : Pastor S.A.
Composition : pâte de cacao, beurre et poudre de cacao, lécithine, arôme vanilline
Poids net : 1 kg
Prix de vente : 51 DH



Yawmy à boire

Yaourt à boire, en trois variétés
Fabricant : Centrale laitière
Composition : lait écrémé, sucre, lait en poudre, matière grasse laitière, céréales, arôme, ferments lactiques, vitamines groupe B.
Poids net: 180g
Variétés : fraise ; céréales ; vanille
Prix de vente: 2,90 DH



Craquants Orientines

Gamme de fekkas, sans conservateurs, disponible en variétés salées et sucrées, se conservant 12 mois, conditionnés dans un emballage double
Fabricant : Orientines
Composition / gamme sucrée : farine, sucre, beurre, œufs
Composition / gamme salée : farine, fromage, lait, beurre, moutarde, poivre, sel, levure...
Variétés sucrées : amandes et raisins secs ; anis ; pépites de chocolat ; écorces d'oranges
Variétés salées : fromage ; origan ; paprika
Poids net : 200 g
Prix de vente : 17-18 DH



Kiri ail et fines herbes

Fromage fondu à l'ail et aux fines herbes, en forme de rectangle, en 6 portions
Fabricant : Fromageries Bel Maroc
Composition : fromage blanc (5 % de crème), eau, beurre, protéines de lait, sels lactiques, sels émulsifiants (E 452, E339, E 330), lait écrémé en poudre, sel, ail et fines herbes (0,3 %), arôme naturel
Poids net : 96 g
Prix de vente: 9,50 DH

Brésil

Activia aux noix de cajou

Yaourt parfumé de noix de cajou, en édition limitée, et contenant exclusivement des bacilles de type DanRegularis, « adaptées à la santé intestinale ».
Fabricant : Danone
Composition : lait entier et/ou reconstitué, lait entier, sirop de sucre, eau, noix de cajou, sucre, le miel, avoine, calcium, acide citrique, colorant naturel de caramel, saveur, sorbate de potassium conservateurs), gomme xanthane (épaississant), lait en poudre, amidon modifié et ferments lactiques.
Contient du gluten
Poids net : 100 g



Grande-Bretagne

GeoMuesli

Gamme de mueslis aux fruits, issus du commerce équitable dans un emballage écologique (recyclable)
Fabricant : Alara Wholefoods
Composition de la variante « fruits exotiques » : avoine, raisins (28,3 %), flocons de blé malté, miel d'avoine, ananas séchés (5,7 %), papayes séchés (5,7 %), graines de tournesol (3,2 %), dattes (2,8 %), bananes séchées (1,4 %).
Variétés : baies mélangées ; fruits et noix ; fruits exotiques
Poids net: 750 g



Espagne

Burn con Zumo

Boisson énergisante, à base de jus de fruits (20 %) et contenant 37,5 % de caféine en moins que le Burn classique
Fabricant : Coca-Cola Espagne
Volume net : 485 ml



Chine

Minute Maid Pulpy Super Milky

Boisson lactée aux jus de fruits, disponible en trois parfums
Fabricant : The Coca-Cola Company
Composition : mélange de jus de fruit, lait en poudre, lactosérum, noix de coco
Parfums : pêche ; mangue ; ananas
Volume net : 450 ml
Prix de vente : 3,8 CNY



Suisse

Chocolat Villars à teneur réduite en sucre

Tablette de chocolat noir à la stévia (édulcorant naturel autorisé depuis septembre dernier en France) et à teneur réduite en sucre (4 %),
Fabricant : Villars
Composition : pâte de cacao, édulcorant (isomalt), beurre de cacao, gomme d'acacia (fibre) ; émulsifiant : lécithine de soja ; arôme naturel de vanille ; édulcorant : rebaudioside A ; cacao : 70 % minimum dans le chocolat. Traces éventuelles de lait, de noisettes, d'amandes, de noix, de noix de pécan, d'œufs, de gluten et de pistaches.
Poids net: 100 g
Prix de vente : 2 €



Roumanie

Danonino

Yaourt à boire aux fruits pour les enfants, contenant du calcium et de la vitamine D, disponible en deux parfums
Fabricant : Groupe Danone
Parfums : fraise ; pêche
Poids net: 180 g



France

Fanta Still

Boisson aux arômes naturels de fruit, sans bulles et à base d'extrait de stevia, édulcorant d'origine naturelle réduisant de 30 % sa teneur en sucres
Parfums : orange ; tropical ; agrumes ; orange, fruits rouges
Volume net : boîte métal 15 cl, 33 cl ; bouteille plastique 0,5 ou 1,5 l



Comment Noël impacte Paul au Maroc



Pour ses 120 ans, Paul célèbre les fêtes de Noël et de la Saint-Sylvestre. Y compris dans ses enseignes du royaume, notamment la dernière-née, Paul Palmiers, à Casa'. Visite guidée. *D. C.*

Palmiers. Un quartier à la fois résidentiel et d'affaires, sur un axe de passage majeur de la capitale économique : entre l'Institut français, le siège du patronat et l'École Molière. Une petite terrasse au cachet provençal nous pousse à entrer dans la dernière boutique en date de Paul au Maroc, ouverte l'été dernier. Ses boiseries au mur et au plafond, son parquet de chêne massif à l'ancienne, ses carreaux et ses lustres hollandais participent du sentiment de quiétude du visiteur. La proximité de la CGEM et d'établissements éducatif et culturel français dépeint évidemment sur la fréquentation de la boutique. « Cette proximité représente un facteur capital d'implantation et de développement dans la mesure où plus de 60 % de notre clientèle vient de ces lieux », précise le gérant, Abdelali Benamar. Cela

posé, la clientèle varie beaucoup entre le moment du petit-déjeuner et le soir, en passant par l'occasion de déjeuner. Mais c'est en fin de journée que les clients sont plus nombreux. « Depuis l'ouverture, explique M. Benamar, les produits "sucrés" les plus consommés sont la tarte au citron et l'éclair au chocolat et le millefeuille vanille, le café et le jus d'orange. Du côté des "salés", il s'agit du hamburger gourmand et des panini, des salades César et fraîcheur. » Très liées à l'image du pain rustique de France, les ventes de Paul, ici, dénotent un attrait pour toute sorte de pains à la française, « à commencer par le pain à l'ancienne, particulièrement la baguette aux olives ». Approche des fêtes de Noël et de Saint-Sylvestre oblige, le franchisé de la société française au Maroc (Mehdi Bahraoui) se met au diapason à travers une offre

conséquente : coffrets de pistolets, minimacarons, petits fours frais, choux caramélisés, marrons de Naples glacés au sirop... et les inévitables bûches – déclinant tous les entremets de la marque. « Les fêtes de fin d'année représentent l'occasion la plus importante pour la réalisation des plus grosses ventes, constate le gérant de Paul Palmiers. En outre, il est à noter l'évolution [à la hausse] de la demande des clients marocains, par rapport à ceux étrangers, en matière de produits à base de chocolat. C'est ainsi que, aujourd'hui, la clientèle marocaine représente 60 % de la clientèle des produits de fêtes de fin d'année ». Les craintes de la clientèle, quant à l'utilisation éventuelle d'ingrédients alcoolisés (ou porcins) existent, mais elles sont peu fréquentes et sont rapidement dissipées.



Une agence à votre écoute

Communication

Création Multimedia

Édition Print

Création des sites web

Identité visuelle

Marketing



Compad E-Marketing Solutions :

E-Mailing

Fax-Mailing

95, rue Mesk Ellile • Beauséjour • Casablanca

Tél : (+212) 5 22 36 04 09

• Fax : (+212) 5 22 36 03 97

E-mail : contact@groupecompad.com

• Site Web : www.groupecompad.com



Le pionnier de la biscuiterie et chocolaterie au Maroc et au Maghreb

Fondée en 1952 à Meknès, GAUMAR est considérée comme un fleuron de l'industrie agroalimentaire marocaine. Sa notoriété a dépassé les frontières du pays pour couvrir l'ensemble du Maghreb, ... Mais pas seulement. Nous exportons également nos produits vers les autres pays de l'Afrique, en Europe et au Moyen-Orient. La pertinence de notre démarche qualité, la maîtrise de la traçabilité de nos produits et certification ISO 9001 version 2000, sont les gages de qualité de nos produits et les preuves de notre détermination à satisfaire les exigences de nos clients. C'est cette démarche volontariste qui nous permet, aujourd'hui, d'investir des marchés très exigeants et de satisfaire leur demande en quantité et en qualité grâce à la forte capacité dont disposent nos unités de production. Localement, GAUMAR capitalise une expérience et un sa-

voir-faire qui lui ont permis de lancer des produits adaptés au pouvoir d'achat du consommateur. L'entreprise dispose des produits leader dans leur segments, reconnus par leur grande notoriété et commercialisés sous les marques RIALTO, TITO, MAX, TONGA, CHALLENGE, et DOLCE MADRE. La gamme de produits dont dispose GAUMAR comprend des biscuits secs, des biscuits enrobés, des biscuits fourrés, des gaufrettes, des génoises, des cakes, des tablettes de chocolat, des barres chocolatées, des madeleines, des boissons chocolatées, des céréales petit-déjeuner et des crèmes à tartiner.



Gaumar, l'héritage d'un demi siècle d'expérience

WWW.GAUMAR.COM

ALLEZ AU CŒUR DU PLAISIR !

Prix de Vente Conseillé
1,50 Dh

Prix de Vente Conseillé
6 Dhs

WWW.GAUMAR.COM



Publirédactionnel

L'innovation au service du goût

Très active au niveau du marché marocain depuis les années 90 dans le domaine des produits d'épicerie, notre société COMINKO se positionne en tant qu'acteur de renom dans son domaine d'activité. Sa politique d'innovation et son expertise sont devenues, aujourd'hui, les garanties d'une qualité reconnue et appréciée aussi bien par les professionnels que par les consommateurs.

Commercialisée sous la marque ARNO, 100% marocaine, la gamme de produits « sucrés et salés », dont nous disposons est très diversifiée et répond à diverses utilisations.

Flans sucrés, crème dessert, bouillons cubes, glace, crème chantilly et caramel liquide, levure chimique, sucre vanil-

liné, margarines, soupe et harira : nos produits recèlent un degré élevé d'innovation et répondent aux besoins d'un marché exigeant. Nous observons et suivons ses tendances en adoptant une politique d'innovation. Effort qui nous permet, aujourd'hui, de revendiquer une position confortable dans notre domaine d'activité.





Un goût incomparable

ARNO, donne à vos plats un goût exceptionnel



Les aides à la pâtisserie
Les aides culinaires
Les desserts
La margarine





Pour BELCOLADE, en plus d'être un engagement de qualité, la fabrication du véritable chocolat belge est un art...

- L'art de mélanger des cacaos de première qualité, provenant d'origines variées, qui permet d'obtenir ce délicieux arôme typique du chocolat belge.
- L'art de parvenir à ce délicat équilibre entre douceur et amertume, jour après jour.
- L'art de produire une large gamme de chocolat avec cette volonté de perpétuer la tradition artisanale du chocolat belge...

• CHOCOLAT BELCOLADE Références :

Milk selection o3x5 block 4*2,5 kg
Milk selection o3x5/g drops 2*5 kg
Milk caramel car/j drops 2*5 kg
White selection x 605/gbl 4*2,5 kg
White selection x 605/gdr 2*5 kg
Dark selection c501/j block 4*2,5 kg
Dark supreme d600/j drops 2*5 kg
Dark supreme e740/j drops 2*5 kg
Belcolade grains 10 kg
Belcolade sticks 1,6 kg



6, rue Al Mortada
Quartier palmier
20340 Casablanca / Maroc
Tél : + 212 (0)5 22 25 11 35 / + 212 (0)5 22 25 40 71
Fax : + 212 (0) 5 22 25 63 45
Usine : Avenue Hassan II - Settlat - Maroc
Email : sgdsofadex@sofindumar.com



**Sofadex
Puratos**
Khalifa partner in innovation

Tourisme d'affaires à Marrakech



Marrakech se positionne de plus en plus comme une destination pour le tourisme d'affaires. Au point de devenir un sérieux concurrent pour des villes espagnoles, comme Barcelone. Cela, dans un secteur qui montre des signes de sortie de crise. C'est ce que révèle une étude réalisée par Ultramar Event Management, auprès de ses clients européens.

Le Golf Samanah opérationnel



Le prince Moulay Rachid inaugurerait courant décembre le golf du Samanah Country Club à Marrakech. Un golf récemment élu meilleur projet touristique et golfique du monde à San Diego (États-Unis). Ce golf de 18 trous, dessiné par le célèbre cabinet américain Niclaus Design, est intégré au Samanah Country Club sur la route d'Amzmiz. Ce complexe touristique et résidentiel comprend des hôtels de 3 et 5 étoiles, un spa, 450 villas, des appartements et des maisons.

Le Moroccan Travel Market s'agrandit

Après deux éditions réussies, le Moroccan Travel Market (MTM) tient sa III^e édition du 14 au 17 janvier 2010 à Marrakech. Au pied de l'Atlas, sur 32 000 m² de chapiteaux, le MTM regroupera 300 exposants avec une « offre authentique et tendance », représentant plus de 500 marques du Maroc, la Méditerranée, l'Afrique et l'Asie. De ce fait, le MTM 2010, gagnera en ampleur en dédiant d'abord une superficie beaucoup plus importante aux exposants. La surface allouée sera étendue pour accueillir 300 exposants contre 264 enregistrés l'année dernière, et près de 13 000 visiteurs professionnels. Cette édition verra la naissance de deux nouveaux pavillons : le MTM MICE et le MTM premium. Autre nouveauté : « l'implication effective des opérateurs et institutionnels nationaux qui souhaitent faire de l'événement une bonne assise pour le développement du tourisme au Maroc ».

En marge des offres spéciales pour les agents de voyage étrangers au départ des capitales européennes, le MTM accentue ses efforts au sein du Menara Club. En effet, ce dernier accueillera 600 acheteurs hôtes, soigneusement sélectionnés quant à leurs projets sur le court et le moyen termes.

Soirée mode « made in Hyatt »

Ambiance mode au Hyatt Regency Casablanca dernièrement. Un public restreint a eu le plaisir d'assister à un défilé de robes de soirée, de style occidental et fraîches.

C'est la deuxième soirée du genre au Hyatt, mais cette fois dans la partie Six PM, espace qualifié par la direction de « clairement tendance ». « Comme les créations présentées, [le style de ce bar



lounge] repose sur l'association du design, des matières nobles et de l'innovation », selon le Hyatt. Ce type d'initiative tournée vers le stylisme est appelé à se renouveler dans l'hôtel. La soirée était par ailleurs l'occasion, pour l'établissement, de mettre en avant ses cocktails « chics et choc », dont « la "dimension mixologie" submerge le monde entier ». Ces cocktails sont de Pierre Naal, le nouveau Bar Manager, « bien connu des nuits parisiennes ».

Accor va peut-être séparer les activités hôtellerie et services prépayés



Le groupe européen Accor prend, d'ici à la fin de l'année, la décision de séparer ou non ses deux grands métiers : l'hôtellerie et les services prépayés. Le dernier conseil d'administration en date s'est déclaré « satisfait de l'avancée des travaux pour formaliser les deux plans de développement ».

D'ores et déjà, la société d'investissement Eurazeo et le fonds Colony Capital, qui détiennent ensemble près de 30 % du capital d'Accor (et un tiers des administrateurs), ont soutenu le lancement de l'étude sur la pertinence d'une séparation des deux métiers et devraient demander la scission.

En revanche, le Fonds stratégique d'investissement (FSI) qui a hérité de la participation de la Caisse des dépôts (7,5 % du capital) s'y oppose.

Depuis le début de l'année, l'activité hôtelière a enregistré une baisse de presque 10 %, malgré une « bonne résistance relative du segment économique, notamment en France ». Les services prépayés (titres restaurants, etc.) progressent de 3,6 % (périmètre et change constants) ces dernières années.

Meriem Bensalah, commissaire de la Journée de la Terre

Meriem Bensalah a été désignée, sur décision royale, commissaire de la Journée de la Terre au Maroc. La manifestation se déroule du 17 au 25 avril prochain à Rabat. L'administrateur directeur général de la société Les eaux minérales d'Oulmès et administrateur du groupe Holmarcom aura pour mission d'assurer la coordination de cette journée, un rendez-vous de plus en plus visible dans le calendrier environnemental international. Mme Bensalah a déjà une expérience de l'événementiel d'envergure : elle avait reçu et exercé la présidence du Festival de Casablanca.



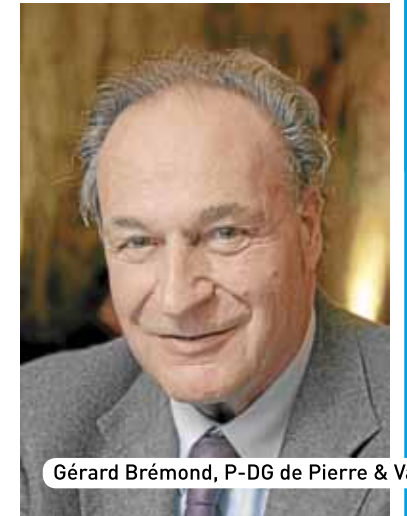
Pierre & Vacances cible davantage le Maroc

Le groupe de résidences de loisirs Pierre et Vacances veut « conquérir de nouveaux territoires », notamment au Maroc et en Espagne, affirment Gérard Brémont, P-DG du groupe, et Sven Boinet, son numéro deux.

« Les prochaines années seront tendues sur un plan conjoncturel dans un secteur du tourisme qui connaîtra une concurrence amplifiée, en particulier de la part des pays émergents », a souligné M. Brémont dans un entretien au quotidien Les Echos.

Au Maroc, le groupe a « un très gros plan d'expansion », a estimé M. Brémont, précisant que ce pays est « clairement l'un de nos potentiels de croissance ». Pierre & Vacances souhaite aussi, dans un contexte de crise économique, développer les offres de proximité ainsi que des vacances personnalisées en fonction des goûts et du budget du consommateur, au détriment du « tout compris ».

Il réfléchit également à un développement dans l'hôtellerie de plein air, notamment la maison mobile.



Gérard Brémont, P-DG de Pierre & Vacances.

Un 3e hôtel à la station Saïdia l'été prochain

Fadesa Maroc prévoit à Saïdia Meditterrania l'ouverture, en juillet 2010, d'un troisième hôtel 5-étoiles de 450 chambres. D'ici à la fin 2009, Fadesa Maroc doit signer des accords avec le propriétaire de cet hôtel, Madaef, le montant de la transaction étant de 400 millions de dirhams. Fonds de gestion et filiale de la CDG, Madaef devra signer à son tour des accords avec Globalia. Ce gestionnaire étant par ailleurs opérationnel dans l'aérien à travers Air Europa, il est prévu de mettre en place deux lignes supplémentaires (hebdomadaires) reliant Barcelone et Madrid à Oujda. Selon Fadesa Maroc, c'est précisément dès l'été prochain que des lignes régulières de point à point vont desservir, outre l'hôtel flambant neuf de Globalia, les autres établissements. Cela générerait une dynamique vertueuse avec des voyageurs pour les réservations dites « de dernière minute ».



Quand le diététique s'invite dans la restauration

L'ère de la diététique se presse à nos portes, surtout dans nos assiettes. Les aliments santé attirent de plus en plus de consommateurs, notamment dans les restaurants, en raison de leurs vertus sur la santé. Néanmoins, ils doivent être consommés avec modération sans pour autant négliger les aliments traditionnels, dont certains sont indispensables pour l'organisme.

En collaboration avec l'École supérieure de nutrition (Sup' Santé)

Il n'y pas si longtemps, la notion de repas ou de plat diététique n'avait guère de place sur la table du consommateur marocain. La ménagère comme le restaurateur débordaient d'imagination pour préparer des plats onctueux et savoureux mais ne se sou-

ciaient en aucun cas de son impact sur la santé. L'heure actuelle est à l'« alimentation-diète » et aux « aliments santé ». L'aspect diététique est devenu un critère important dans le choix du consommateur de ses aliments et de ses repas.

Par conséquent, c'est un point important que le restaurateur doit prendre en considération pour satisfaire son client. Mais qu'en est-il vraiment sur le terrain ? Certaines cuisines, comme celle d'Asie, présente des avantages allant dans le sens des recommandations nutrition-

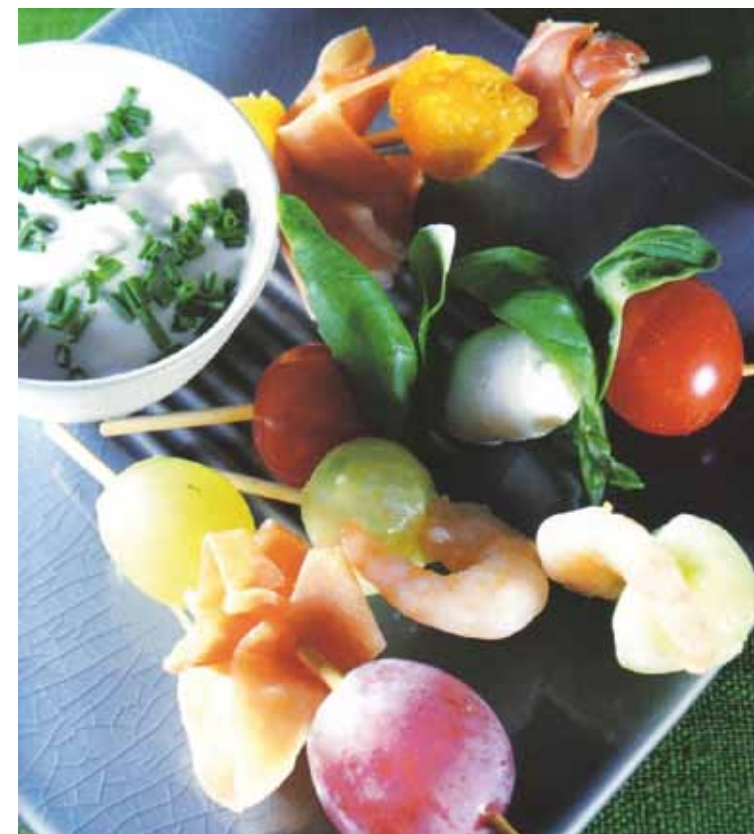
nelles. Les cuissons à la vapeur ou grillées qui ne nécessitent pas l'adjonction de matière grasse, le riz nature moins gras que le riz cantonnais, et les baguettes qui obligent à manger lentement... autant d'atouts qui font que l'on aura bonne conscience en allant dans un restaurant asiatique.

Dans les nombreux restaurants aux spécialités diverses, des touches diététiques ont été rajoutées au menu : viande et poisson grillés sans ajout de matière grasse, glaces « allégées » et coupelles de fruit comme choix supplémentaire au dessert.

Une autre catégorie d'établissement, « les restaurants diététiques », a vu le jour, principalement dans les centres de thalassothérapie. Les cuissons sont à la vapeur ou à la plaque sans matière grasse ajoutée ; les sauces sont à base de fromage blanc ; les féculents sont bannis de la carte.

Mais cela voudra-t-il dire pour autant que, en choisissant des viandes grillées, des plats « diète », des glaces « allégées », ou en supprimant les féculents, vous mangerez équilibré ? L'aliment idéal n'existe pas ; les divers aliments se complètent les uns les autres. L'équilibre est donc assuré par la variété des aliments consommés et par la présence de tous les groupes en proportions convenables dans notre alimentation.

Quelques règles sont à suivre pour avoir une « bonne alimentation ». Le déjeuner comme le dîner doivent apporter une crudité, c'est-à-dire un légume ou un fruit cru ; un plat protidique : viande, poisson ou œufs ; un accompagnement, que ce soient des légumes cuits ou des féculents et un



produit laitier.

La présence d'un féculent – du pain, des pommes de terre, des pâtes ou du riz – est, contrairement à ce que l'on peut croire, est importante à chaque repas. Les glucides complexes ou à absorption lente qu'ils contiennent ont un double effet sur le rassasiement et la satiété.

Les matières grasses ne doivent pas être supprimées de notre alimentation, car elles apportent des vitamines liposolubles et des acides gras essentiels au fonctionnement de notre organisme. Elles doivent simplement être utilisées convenablement. Il est conseillé d'utiliser de l'huile d'olive pour la cuisson, de l'huile de colza pour l'assaisonnement, et de garder un apport minimal de 10 à 15 g de beurre cru utilisé pour sa teneur en vitamine A.

Manger au restaurant n'est pas incompatible avec un mode alimentaire favorable à la santé. Il s'agit d'utiliser au mieux les multiples possibilités offertes pour composer son menu, en se basant sur le schéma d'un repas équilibré. Bien entendu, on préférera les viandes et poissons grillés, les sauces allégées et la coupelle de fruit au dessert.

Si vous vous rendez au restaurant de manière occasionnelle, cela revient au petit plaisir que l'on s'offre de temps à autre comme chez soi ou chez des amis. Vous pourrez vous permettre des petits plaisirs... tant que cela reste exceptionnel.



Le partenaire Achat des hôteliers et restaurateurs

Optim Achat agit comme une société de « global procurement » en optimisant le processus de budgétisation de vos projets tout en pensant aux exigences opérationnelles de votre établissement. Optim Achat vous propose une multitude de services pour gérer efficacement et à moindre coût l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Optim Achat est en passe de modifier les pratiques d'achat traditionnelles considérées, à tort ou à raison, comme peu productives et bien trop gourmandes en heures de travail. Notre plateforme Internet peut être utilisée pour des opérations de sourcing (recherche d'informations sur les produits, les fournisseurs...), de veille ou d'achats, Optim Achat permet de rationaliser le processus d'achats en réduisant son coût et sa durée. Mais plus encore, il offre à l'entreprise l'opportunité de réorganiser la fonction achat, de simplifier les démarches et d'optimiser l'enchaînement des tâches. Plus simple à utiliser et à mettre en place que les systèmes traditionnels, l'e-procurement est un nouveau mode de gestion de travail qui, n'en doutons pas, modifiera en profondeur les comportements des acheteurs et des fournisseurs. Evidemment, le souci de réduire les coûts d'approvisionnement est ap-

paru bien avant Internet, et il existe de nombreuses solutions d'optimisation de gestion. L'apport réel de la Toile consiste à rendre accessible ces données en temps réel, sans avoir à effectuer des investissements lourds. Les informations sont consultables à travers notre site www.optim-achat.com depuis n'importe quel PC connecté. Optim Achat met à disposition de ses adhérents un catalogue en ligne reposant sur la technologie Web 2.0, qui permet à chaque acteur de la fonction achat d'accéder en externe ou en interne, aux produits et prestations de divers fournisseurs. L'e-procurement permet donc de disposer quasi instantanément de données sur nos fournisseurs, leurs services et leurs produits. Via www.optim-achat.com, la recherche de fournisseurs est plus rapide, plus interactive, et devient un complément indispensable à l'utilisation des supports traditionnels que sont le téléphone et le catalogue papier. Les adhérents bénéficient tous du volume d'achat généré par la centrale, ce qui leur permet de profiter des tarifs préférentiels négociés par Optim Achat. Notre offre s'enrichit de jour en jour pour arriver à termes à couvrir l'ensemble des besoins de nos adhérents hôteliers et restaurateurs.



Le conseil d'expert : « Le Relamping ou pourquoi change ses ampoules ? »

A l'heure d'une grande crise financière, le slogan « éclairer plus, consommer moins » n'a jamais été autant d'actualité. Pour nous, l'utilisation rationnelle de l'énergie est une évidence. Pour un hôtel, le chauffage, la climatisation ou l'éclairage sont des critères de qualité incontournables, ce pourquoi leur gestion responsable ne doit en aucun cas se faire au détriment du confort des clients. Voilà un exemple de réduction de la consommation d'électricité : le relamping.



En plus du chauffage, de la climatisation et le l'électroménager, l'éclairage représente une grande partie de la consommation en énergie électrique. De ce fait, en 24 heures, une ampoule incandescente consomme 4 fois plus qu'une ampoule fluocompacte. Cette différence peut devenir préoccupante si l'on tient compte du nombre d'ampoules dont les établissements hôteliers sont équipés. A restitution d'éclairage équivalente (en

lumens), l'ampoule fluocompacte Osram 20000h coûtera 18,50 DH/an, alors que ça rivale, l'ampoule incandescente, coûtera 63 DH/an. Cette différence s'explique évidemment par la puissance et la durée de vie de l'ampoule. Ainsi, l'utilisation d'ampoules à économie d'énergie fluocompacte dans un hôtel de 3500 ampoules (soit un hôtel de 200 chambres), permet d'économiser jusqu'à 150.000 DH par an. Et l'économie ne s'arrête pas là ! De nouvelles technologies voient le jour dans l'éclairage. On trouve depuis peu sur le marché des ampoules à LED «super-lumineuses» : constituées de plusieurs LED rassemblées, elles offrent un rendement bien supérieur à celle d'une ampoule à incandescence, et une consommation de l'ordre de 1 à 5 Watts par ampoule ! Et elles ont de plus une durée de vie quasi illimitée (en moyenne 50 000 heures, soit plus de 5 ans de fonctionnement).



Elles ont cependant également quelques inconvénients. Elles sont ainsi encore difficiles à trouver au Maroc. Elles sont chères à l'achat (mais très bon marché, si l'on tient compte de leur durée de vie !), et elles peuvent même représenter un danger pour les yeux, car trop lumineuses ! L'efficacité croissante des produits LED proposés devrait rapidement compenser un autre de leurs inconvénients : elles éclairent finalement assez peu et de manière très directive, ce qui les rend beaucoup plus adaptées à des veilleuses, lumières d'ambiance ou spots qu'à l'éclairage général d'une pièce... Fort de ce constat, quelques établissements s'orientent vers l'éclairage à lampes LED qui s'impose logiquement comme la solution écologique et économique.



Néanmoins, changer ses ampoules n'est pas si simple et le relamping doit être précédé d'une étude rapide sur la qualité de l'éclairage et des ampoules utilisées. N'hésitez pas à contacter un expert qui pourra vous aider dans le choix des solutions à mettre en œuvre. Stefan Vandecasteele Directeur Associé Optim Achat



L'endroit a beaucoup changé. Du chemin de terre en 1954 au chantier ambitieux du Morocco Mall, le restaurant À ma Bretagne a vu défiler tout un plan de l'histoire urbanistique et sociale contemporaine de Casablanca. Cette année-là, le chef-cuisinier et propriétaire actuel, André Halbert, est encore un enfant, débarqué de Normandie avec son père, ostréiculteur. Ce dernier reprend à un couple, également étranger, À ma Bretagne trois ans plus tard. C'est l'époque bénie de Casa', avec ses artères propres et fonctionnelles, ses magasins modernes, tels les Galeries Lafayette, que le restaurateur a bien connues. Ironie de l'histoire des affaires au Maroc, c'est dans le centre commercial en construction que feront leur retour les Galeries.

Le temps passe vite. En 2007, André Halbert célèbre le cinquantenaire de l'établissement. Entre-temps, en 1987, il est reconnu par ses pairs – de l'Ordre international de la gastronomie française – en recevant le titre de « maître cuisinier de France » à l'échelle du « continent africain », 10 ans après avoir pris le gouvernail d'À ma Bretagne. Cette distinction récompense un labeur dont le moteur est la passion, doublée d'un refus ostensible de la facilité. Jusque dans l'aménagement de son lieu de travail. « Si je voulais, confie-t-il, je pourrais me débarrasser du décor végétal



– que j'ai moi-même conçu devant mon restaurant – afin d'installer une vente de glaces, crêpes et autres produits à succès garanti auprès de la clientèle familiale. Mais ce serait trop facile et dénaturerait ce qui fait le charme du lieu ». Ce jardin, aux multiples nuances de vert, domine l'océan. À la nuit tombée, À ma Bretagne est subtilement mis en valeur par un jeu de lumière.

Honneur aux produits de l'océan

L'environnement aidant, le restaurant fait honneur aux produits de la mer. André Halbert offre à sa clientèle une

cuisine gastronomique avec le meilleur des produits et des parfums que recèle la nature marocaine. Des produits frais réinventent la carte chaque jour, au gré du marché et des arrivages marins. L'homme arpente chaque matin le marché central de Casa' pour sentir la fraîcheur des produits de la mer, des légumes et des fruits qu'il rapportera. « Ce sont des produits de la nature par excellence, donc goûteux », souligne le chef. Au croisement de la culture culinaire française et du patrimoine marocain, André Halbert est un précurseur de la cuisine-fusion au Maroc. Témoins : ce

À ma Bretagne Un demi-siècle de passion

C'est l'un des plus anciennes tables du Maroc. Depuis les années 1950, À ma Bretagne honore la gastronomie française sur la corniche casablancaise et à l'échelle du continent africain. Le chef et propriétaire, André Halbert, ne jure que par la passion et le plaisir de régaler.

D. C.



Le seul café, au Maroc, certifié «Qualità Oro»



« médaillon de lotte en capuccino sur un pilaf de couscous à l'huile d'argane » et ce « craquant de chocolat à l'huile de coriandre » ou encore cette « pastilla de canard aux pruneaux ». « Nous étions les premiers à innover à Casablanca. En 1977, on servait des huîtres chaudes, du poisson cru, du beurre d'oursin », assure-t-il. À ma Bretagne pourrait servir et accommoder le homard pêché au large des côtes marocaines, « mais ce fruit de mer est prioritairement exporté ».

La question des produits se pose également lorsqu'il s'agit d'appliquer les

recettes de terroir. « Il est difficile ici de trouver bien des ingrédients pour de telles recettes », déplore M. Halbert. *Entrave supplémentaire : alors que ces plats requièrent une cuisson longue, l'énergie – le gaz – est coûteuse pour des entreprises de notre genre ».* Et l'entrepreneur en restauration de poursuivre : « de nos jours, une bonne gestion implique de calculer le coût du plat ».

Main-d'œuvre particulière

De même, les charges de l'entreprise de restauration gastronomique sont

liées au coût des ressources humaines. « En théorie, la main-d'œuvre, dans les CHR du Maroc, est bon marché. Mais, en pratique, cela est inexact, à partir du moment où il faut deux ou trois personnes pour accomplir des tâches qui nécessiterait un seul salarié dans d'autres pays », observe Dalinda, l'épouse et bras droit d'André Halbert auprès de la clientèle. « On ne peut pas faire fortune dans la restauration gastronomique, notamment parce que les pertes – les déchets – sont importantes. On ne peut pas non plus se permettre de travailler en dilettante. Je ne compte pas mes heures », renchérit le patron. Cela étant posé, « le chef doit souvent se remettre en question ; de même que – dans la foulée – sa brigade ».

Diversification de l'offre

Cette posture a des conséquences sur l'offre. Aussi la carte gastronomique d'À ma Bretagne coexiste-t-elle, depuis moins d'un an, avec une carte dite « Bistrot ». En vérité, une formule moins dispendieuse que les menus gastronomiques de la maison et donc plus accessible à la bourse des classes moyennes. De même, le restaurant souhaite recevoir davantage de gent féminine, une clientèle en croissance, là comme dans les autres établissements haut (ou moyen) de gamme du royaume.

Quoi qu'il en soit, « le plaisir de cuisiner et d'être au service du client prime », affirment conjointement M. et M^{me} Halbert. « Un client peut venir chez nous juste pour déguster un plat d'huîtres ou un soufflé. Qu'il dépense 75 ou 300 dirhams n'influe pas sur notre façon de le considérer ! »



Café italien haut de gamme

LA GENEVOSE est la seule marque de café présente au Maroc, certifiée «Caffè Qualità Oro». Sur les 300 postulants qui prétendent chaque année à cette distinction, seulement 30 participants sont sélectionnés pour obtenir cette médaille d'or, décernée par un jury hautement professionnel.

Les cafés LA GENEVOSE sont certifiés, en Europe, ISO 9001 v2000.

Le grain de LA GENEVOSE est d'une très grande qualité et son rendement qualité/prix est rarement égalé.

Nos Cafés

MELANGES

- Café « Tradition » : Composé de 40% arabica et de 60% robustas.

- Café « Blue Gold » : Best seller, son mélange de qualité (60% robustas, 40% arabica) séduit les connaisseurs les plus exigeants.

- Café Qualité Coloniale : (40% arabica et 60% robustas). Se caractérise par une crème dense. Il est destiné à une clientèle appréciant l'espresso fort.

- Café Qualité Orientale : (60% arabica et 40% robustas). Une sélection pour les amateurs de café corsé et crémeux.

100% ARABICAS

Le Blue Mountain, de Jamaïque, est d'une qualité arabica considérée comme la plus précieuse au monde. C'est véritablement «le roi des cafés». La rareté du café issu de ce pays justifie son prix, puisque c'est un des cafés les plus chers au monde.

100% ROBUSTAS

Les cafés d'Afrique et d'Indonésie. Ce

sont des mélanges de qualité de 1er choix, aussi bien pour les arabica que pour les robustas.

La société Maroc Convivialité est l'importateur et le distributeur exclusif des cafés LA GENEVOSE sur l'ensemble des grandes villes du Royaume.

Présente au Maroc depuis 2006, Maroc Convivialité répond aujourd'hui à une demande et à une exigence croissantes du marché marocain. La qualité unique de ses cafés importés et le professionnalisme de ses prestations la classent, actuellement, parmi les entreprises les plus concurrentielles sur le marché national du café.

Pour confirmer chaque jour notre professionnalisme à nos clients:

Dans un délai de 24H, nos machines à café sont reprises, réparées et échangées. Passé ce délai, et si la durée de réparation nécessite plus de 24H, le prêt d'une machine est assuré au client et lui évite une rupture de consommation sur le café.

nos références :

Hôtels : Littoral, Zimmeer ...

Restaurants : Kim-Mon, La Cala Di Volpé, Le Phénix ...

Traiteurs : BenMoussa, Benssassi, Venise, RJ ...

Cafés : La Brioche ...

Bureaux : Areva, Qatar Airways, La Brink's Maroc



Maroc Convivialité
41, rue Ibnou Mounir - Casablanca
Tél.: 05 22 25 15 15
- Fax: 05 22 25 01 02
lagenovese.maroc@hotmail.fr
- www.lagenovese.it



Devenir parrain et recevez un cadeau au choix

citiz

Nouvelles tendances urbaines

Avec ses lignes sobres et élancées, son design fonctionnel et "rétro-moderne", la gamme Citiz s'inspire des grands courants de l'architecture.

La gamme Citiz se compose de 3 machines, créées pour convenir à tous les styles de vie:

- Citiz, une machine aux dimensions compactes qui s'intègre parfaitement à tous les environnements - cuisine, salon, chambre à coucher, bureau.
- Citiz&milk, une machine dotée d'un Aeroccino pour créer de savoureuses recettes à base de lait.
- Citiz&Co, une machine à double tête pour préparer simultanément deux cafés, espresso ou lungo.

Toutes les machines Citiz sont dotées d'une pompe haute pression (19 bar), pour reproduire à l'infini la quintessence des Grand Cru Nespresso.



citiz

Design urbain



citiz

&milk

Idéal pour toutes les recettes à base de lait



citiz

&Co

Un moment à partager



Citiz Single :

Gris acier, Rouge flamme
Café exclusivement (Espresso+Lungo)
2500 DH TTC

Citiz&Milk:

Noir limousine, Rouge flamme
Café + recettes à base de lait (Cappucino, Latte Macchiato, etc...) grâce à « l'Aeroccino »
3200 DH TTC



Citiz&Co:

Gris acier, Noir limousine
2 têtes pour préparer 2 cafés simultanément (café exclusivement): Espresso+Lungo
4400 DH TTC

Mc Cass



Quand l'ordinaire devient extraordinaire.



NESPRESSO
Le café corps et âme

www.nespresso-whatelse.com



Un hôtel-club maroco-espagnol dans la palmeraie de Marrakech

Le parc hôtelier de Marrakech s'enrichit d'une nouvelle enseigne : Riu Hotels & Resorts. Dans le cadre d'un nouveau partenariat avec Tikida Hôtels, le groupe européen – déjà présent au Maroc – ouvre un hôtel-club et opte pour la formule « Tout compris ». D.C.

Pour Tikida et Riu, la crise, connais pas ! C'est ce que dénote l'ouverture, en novembre dernier, du troisième et dernier hôtel en date de la chaîne Riu Hotels & Resorts. Il s'agit du *ClubHotel* Riu TikidaPalmeraie de Marrakech.

L'établissement dispose de chambres doubles, triples et de suites junior, avec options terrasse ou balcon. Il est équipé notamment d'une piscine extérieure d'eau douce et d'une piscine couverte et climatisée, d'un centre de bien-être,

et d'un club enfants estampillé « RiuLand ».

La concrétisation du projet – un partenariat entre Riu et le groupe Tikida Hôtels – fait suite à la convention d'investissement signée avec le gouvernement en 2007. L'investissement a été réparti

Deux poids lourds de l'hôtellerie

Riu Hotels & Resorts est un investisseur et opérateur hispano-germanique de référence, fondé en 1953, possède et gère plus de 100 hôtels (soit 67 000 lits, pour près d'1 milliard de chiffre d'affaires) et emploie 15 000 personnes dans le pourtour méditerranéen et en Amérique centrale, au total 19 pays et 46 destinations. La chaîne est détenue à parts égales par la famille éponyme (pionnière de l'hôtellerie de tourisme balnéaire en Espagne) et le Groupe TUI (premier voyageur européen). Quant à Tikida Hôtels, ce groupe gère près de 1 700 chambres et plus 1300 salariés, possède 7 hôtels, dont 3



sous enseignes Riu détenues à parts égales par ses actionnaires fondateurs et coprésidents Ahmed Benabbès-Taarji et Guy Marrache.

Après Marrakech, les deux partenaires ont prévu d'ouvrir, à Agadir d'ici à la fin de 2011, un Riu Tikida Palace, de 420 chambres, au bord de l'océan.



EUROPA 2000 EL SHERIF S.A.R.L

Equipment pour:
Boulangeries - Pâtisseries - Hôtels - Restaurants Cafés - Glaces - Pizzeria - Snacks
Machines alimentaires industrielles



Four tubulaire avec enfourneur



Four rotatif



Pétrin à fourche

*une équipe de technicien à votre service 7j/7:
montage - installation - mise en marche - service après vente.*

Technique - Qualité - Sécurité

Route 106 Km 11,800 Route Benslimane BP:160 lit mellil 20640 Casablanca
Tél: 022 510 490 / 022 510 700 - Fax: 022 510 489 - GSM: 061 136 906
E-mail: Europa2000@europa2000.ma site web : www.europa2000.ma



aux deux tiers par Tikida et à un tiers par Riu Hotels & Resorts, qui assure la gestion de l'établissement.

Le Riu Tikida Palmeraie porte, de la sorte, à trois le nombre d'hôtels sous enseigne Riu, après le Riu Tikida Beach et le Riu Tikida Dunas d'Agadir. Quant au partenaire marocain, il compte désormais sept hôtels, sur trois destinations touristiques marocaines.

Toujours au chapitre chiffres, le Club-Hôtel Riu Tikida Palmeraie a une capacité de 388 chambres, une superficie de 12 ha, pour un coût estimé à 355 millions de dirhams.

« Il s'agit d'une première implantation de la marque Riu dans une destination

non balnéaire et d'une valeur ajoutée pour la capitale touristique marocaine », soulignent de concert les investisseurs. Les deux entités « confirment ainsi leur pleine participation au développement de l'offre marocaine, en phase avec la Vision 2010 et, partant, au renforcement du partenariat hispano-marocain ».

Plus concrètement, l'arrivée de Riu sur une destination comme Marrakech renforce le positionnement de la ville ocre. En effet, cette dernière mise sur la redynamisation de deux marchés traditionnels (britannique et espagnol), lesquels sont les principaux clients de cette enseigne. Riu vise également la clientèle allemande. D'ailleurs, des négociations

sont en cours pour desservir Marrakech, par le biais de deux vols directs hebdomadaires à partir de l'Allemagne.

Cette clientèle étrangère devrait être aisément séduite par la formule proposée : « Tout compris ». Cela comprend tous les repas, boissons (avec ou sans alcool) et snacks. Or, d'une part, le « tout-compris » connaît un engouement dans le monde entier. Et, d'autre part, le spécialiste des hôtels-club qu'est Riu se veut « le champion de la formule "Tout compris", notamment dans la région euro-méditerranéenne ». C'est dernièrement que les 2 opérateurs ont opté pour cette formule dans le mode de commercialisation de leurs hôtels.



CASIO

SYSTÈMES D'ENCAISSEMENT

Elégante, puissante et simple

QT-6000
Écran tactile

TOP BUSINESS
التجارة الإلكترونية

CASIO

www.topbusiness.ma

Maroc Export

Nous emmenons le Maroc vers le Monde !



Maroc
Export