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

Innovation Award 2017

Février 2017 25MAD / 5€ / 6$ N° 74

RESAGRO
Le mensuel des décideurs

SALON HALIEUTIS

Spécial salons

Fruit Logistica à Berlin
Halieutis à Agadir
Gulfood à Dubaï
Cremai à Casablanca

Sirha à Lyon : le bilan

Logistique
L'évolution au Maroc

Emballage
Un marché croissant

Marché
Les petits fruits rouges

GROUPE CREDIT AGRICOLE DU MAROC, VOTRE PARTENAIRE À L'INTERNATIONAL

Que vous soyez importateur ou exportateur, le Groupe Crédit Agricole du Maroc met en oeuvre tout son savoir-faire et son expertise pour vous garantir des échanges hautement sécurisés avec vos partenaires commerciaux et vous assiste au quotidien à travers son large réseau de banques à l'international.

CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE

www.creditagricole.ma

Alexandre Delalonde
Directeur de publication

Claude Vieillard
Responsable de rédaction

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

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

Julie Yao
Responsable commerciale

Mohamed El Allali
Directeur artistique / Chef de projets web

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

Fanny Poun
Correspondante anglophone
fanny@resagro.com

Laetitia Saint-Maur
Correspondante hispanophone
laetitia@resagro.com

Noureddine Malak
Distribution

Imprimeur
Imprimeur Idéale, Casablanca
Tél. : (+212) 522 60 05 57
Imprimé au Maroc - Printed in Morocco.

Compad, agence de communication
BP 20028 Hay Essalam
C.P - 20203 - Casablanca
Tél. : (+212) 522 24 22 00
(+212) 522 24 95 97
Fax : (+212) 522 24 22 00
E-mail : contact@resagro.com
Site Internet : www.resagro.com
RC :185273 - IF: 1109149
ISSN du périodique 2028 - 0157
Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009
Dépôt légal : 0008/2009
Tous droits réservés.
Reproduction interdite sauf accord de l'éditeur.
Tirage : 14 000 exemplaires (hors tirage spécial)

Édito n°74

2017... Resagro est déjà sur tous les fronts.

Ce numéro est l'occasion de découvrir bon nombre de salons et événements internationaux du secteur agroalimentaire parmi les plus importants de leur catégorie.

Fruit Logistica à Berlin, premier salon du commerce international des fruits.

Halieutis à Agadir, 4ème édition dédiée aux différents métiers de la pêche maritime, de l'aquaculture et de la valorisation des produits de la mer.

Interpack Processing & Packaging à Düsseldorf, événement incontournable pour les branches alimentaire, boissons, confiserie, boulangerie/pâtisserie, pharmaceutique, cosmétique, non-alimentaire et biens industriels.

Gulfood à Dubaï, plus grand événement alimentaire et hôtelier annuel du monde.

Côté hôtellerie et restauration, nous sommes également présents au Sirha à Lyon, le rendez-vous mondial de la restauration et de l'hôtellerie, et au Crémai à Casablanca, salon international des professionnels de l'hôtellerie, restauration et pâtisserie-boulangerie.

Tous ces événements nous permettent de nous tenir au fait de ce qui se passe dans chaque secteur d'activité nous concernant et de vous proposer une actualité riche en informations.

Tout au long de l'année, nous nous intéressons de près à l'agriculture avec toutes ses filières, à la pêche et à l'agro-industrie bien sûr mais aussi aux emballages, à la logistique, aux produits alimentaires, à tout ce qui intéresse de près ou de loin le secteur agroalimentaire au Maroc, sans oublier les nouvelles lois et veilles réglementaires rattachées au secteur.

Resagro est devenu une référence et trône sur tous les bureaux des décideurs parce qu'il fournit non seulement des informations fiables et vérifiées mais aussi parce qu'il surfe sur les tendances du moment. Visible dans le monde entier grâce à son site internet, Resagro dépasse nos frontières et se veut un magazine dédié aux industriels marocains mais aussi ouvert sur le monde qui nous entoure.

Bonne lecture!

Alexandre DELALONDE

Sommaire

Edito 03

Périscope 06

RESAGRO 74

Agroalimentaire

Nouveaux produits 14

Campagne agricole en bonne voie 16

Veilles réglementaires 18

Gulfood à Dubaï 20

Halieutis à Agadir 24

Fruit Logistica à Berlin 28

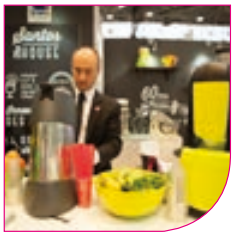
Le marché des petits fruits rouges 32

Solutions

Emballage : marché mondial croissant 32

Logistique : l'évolution au Maroc 36

Nouveaux matériels 42



Le cahier HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

Recettes selon Madame Loïk 44

Les news 46

Sirha : l'édition de tous les records 52

Crémai 2017 à Casablanca 56

Le relamping selon Eglo 58

Le Mövenpick Marrakech 62

Le Raspoutine 66

Lacasem

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

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

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

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

Assaisonnements et mélanges d'épices végétales.

Marinades liquides et en poudre.

Épices et herbes naturelles hygiénisées, entières et moulues.

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

Siège: Lot n°18, PARC INDUSTRIEL C.F.C.I.M
OULED SALAH BOUSKOURA.
Tél. : 05 22 59 25 83 / 05 22 59 25 86
Fax : 05 22 59 21 48 - Email : lacasemsarl@menara.ma lacasem01@menara.ma

COMMERCE

UNE PLATEFORME EN COTE D'IVOIRE

Le Maroc va mettre sur pied en Côte d'Ivoire une plateforme de commerce et d'exportation de produits agro-alimentaires. C'est ce qu'indique le quotidien marocain Medias24.
Cette plateforme sera soutenue en amont par des liaisons maritimes de transport des produits agricoles. Elle est destinée à faciliter le commerce de produits agricoles entre les deux pays et permettra au royaume chérifien d'accroître ses exportations agricoles non seulement vers la Côte d'Ivoire mais aussi à destination des autres pays de la région.
D'une manière globale, la mise en place de cette plateforme s'inscrit dans la stratégie de diversification des marchés d'écoulement des produits agricoles marocains notamment des agrumes, lancé par le gouvernement marocain. Le royaume chérifien envisage en effet d'exporter 1 million de tonnes d'agrumes en 2020 contre 530 000 tonnes en 2016.
« Pour réaliser cette ambition, il faut bien se préparer et se lancer dans de nouveaux marchés. Ces nouveaux marchés sont principalement ceux d'Afrique, des pays du Golfe, d'Asie et de l'Europe de l'est », a confié à Medias24, Abdellah Janati, directeur général de l'Etablissement de contrôle et de coordination des exportations (EACCE).

©Agence Ecofin

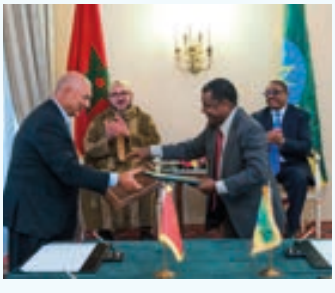
SALON

VEHICULES D'ENTREPRISES

« Flot'oto Expo », salon professionnel de la gestion des véhicules d'entreprises, a eu un beau succès. Cet évènement BtoB, essentiellement dédié aux entreprises et particulièrement aux gestionnaires du parc auto a regroupé di¬fférents intervenants qui ont offert des produits et des solutions destinés aux gestionnaires des parcs et aux décideurs impliqués dans cette gestion, depuis l'acquisition du véhicule et durant tout son cycle de vie dans l'entreprise.
Le salon Flot'oto a regroupé des espaces d'exposition, un salon VIP, un espace de conférence et des tables rondes. Plusieurs opérateurs du secteur de l'automobile, du carburant, d'assurance ou de géolocalisation ont été invités à animer des débats, pour présenter leurs meilleures solutions chacun dans son activité.

COOPERATION SUD-SUD

UNE NOUVELLE DYNAMIQUE



Le dernier trimestre de l'année 2016 aura été marqué par la tournée officielle menée par sa Majesté le Roi Mohammed VI dans plusieurs pays africains qui a permis d'exprimer l'engagement du Maroc pour la création d'un cadre de coopération Sud-Sud à travers le renforcement des liens économiques entre le Maroc et ces pays frères.
Ainsi, la visite royale menée à partir du 18 octobre 2016 au Rwanda, Tanzanie, Ethiopie, Madagascar et Nigéria, a été fructifiée par la signature de plusieurs conventions et accords bilatéraux favorisant l'émergence d'une économie africaine plus solide. Ces accords couvrent différents domaines tels le tourisme, les énergies renouvelables, les banques et finances, la logistique, la formation, la pêche maritime avec une attention particulière pour le secteur agricole.
Des conventions de partenariats ont été signées par différents acteurs marocains, chacun dans son domaine d'expertise. On cite entre autres, les conventions signées par le ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime avec ses homologues africains pour développer des échanges autour de l'expérience réussie du Plan Maroc Vert.
Dans le domaine de la finance agricole, plusieurs mémorandums d'entente ont été signés entre le Crédit agricole du Maroc et des banques africaines pour le développement de systèmes de financement et de soutien, en particulier pour les petits exploitants agricoles.

Source : Crédit Agricole du Maroc

ONSSA

NOUVEAU SYSTEME D'ESTAMPILLAGE

L'Office National de Sécurité Sanitaire des produits alimentaires (ONSSA) a adopté un nouveau système d'estampillage des viandes rouges depuis le 1er janvier 2017. Dans le cadre des missions dévolues à l'ONSSA, relatives au contrôle des viandes rouges dans les abattoirs, ce nouveau système permettra aux consommateurs de s'assurer que les viandes commercialisées, ont été soumises au contrôle sanitaire vétérinaire et reconnaissent la qualité et l'espèce animale des viandes pour s'approvisionner en viandes salubres et de qualité, indique l'ONSSA dans un communiqué.

Ce nouveau système sera adopté au niveau des abattoirs agréés, des abattoirs municipaux contrôlés et au niveau des tueries contrôlées (souks hebdomadaires).

Au niveau des abattoirs agréés, il y aura une estampille de l'inspection sanitaire vétérinaire qui sera brune, de forme ovale et portera la mention contrôle sanitaire vétérinaire (en arabe), le numéro d'agrément de l'abattoir et l'abattoir de viandes rouges (AVR).

Aussi, une estampille de qualification qui sera rouge, de forme rectangulaire indiquant la qualification étant de première qualité ou de deuxième qualité, ainsi que l'espèce animale de la viande (bovine, ovine, caprine, cameline ou équine).

Pour les souks hebdomadaires ou les tueries contrôlées, les viandes seront estampillées qu'au niveau de l'inspection sanitaire vétérinaire avec une estampille rouge, de forme ovale portant la mention contrôle sanitaire vétérinaire (en arabe), le code de l'abattoir et l'espèce animale

Il est à rappeler que toutes les viandes rouges exposées à la vente devront porter l'estampille de l'inspection sanitaire vétérinaire qui garantit la salubrité et la qualité de ces viandes.

www.onssa.gov.ma

L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

PERMO, la solution pour vos eaux de process

FILTRATION - MICROFILTRATION
ÉLECTRODÉIONISATION - OSMOSE INVERSE
DÉCHLORATION - ADOUCISSEMENT
DÉMINÉRALISATION - ULTRAFILTRATION
POTABILISATION - NEUTRALISATION
OXYDATION - DÉSINFECTION
STÉRILISATION - ULTRA VIOLETS - OZONE...

BWT PERMO MAROC
Route de Zenata Km 11,5 (à côté Toyota) Aïn Sebaa
Casablanca
Tél. : 0522 666 552 - Fax : 0522 666 423
E-mail : permo.maroc@bwt.fr

permo
BEST WATER TECHNOLOGY
BWT GROUP

SUCRE

DES LIVRES DE PATISSERIE

ENMER, marque emblématique du Groupe sucrier COSUMAR s'associe à la gagnante de Masterchef 2014, Halima Mourid, et lancent ensemble une série de quatre livres de poche dédiés à la pâtisserie : les thématiques sont les cakes, les gâteaux de fêtes, les gourmandises et les boissons.
Cette série de livres intitulée «Les secrets de réussite » sera présentée en avant-première, lors du salon du livre de Casablanca 2017, puis disponible dans les principaux points de ventes à travers le Royaume.
Halima Mourid viendra à la rencontre des amateurs de livres de pâtisserie et sera présente pour des séances de dédicaces les 15, 16 & 17 février à partir de 15h00 sur le stand de la maison d'éditions «La Croisée des Chemins».
23ème édition du Salon International de l'Edition et du Livre (SIEL) 2017
Du 09 au 19 février 2017 - Office des Foires de Casablanca

www.cosumar.co.ma

SALON

15ème EDITION DE DJAZAGRO

La prochaine édition de Djazagro, salon professionnel de la production agroalimentaire se tiendra du 10 au 13 avril 2017 au Palais des Expositions de la Safex d'Alger, en Algérie.
Fort de son succès 2016, le salon poursuit son développement avec l'ouverture d'un nouveau hall. Avec une augmentation de 26% en 2016 vs 2015 du nombre d'exposants du secteur Process & Conditionnement me salon est devenu une référence du secteur avec 700 exposants de 30 pays dans 5 secteurs : Process & Conditionnement, Boulangerie-Pâtisserie, Produits alimentaires et boissons, Ingrédients et Restauration et plus de 22.000 professionnels attendus, dont 10% d'internationaux
Djazagro s'allie à la force du réseau Promosalons en Afrique pour étendre l'influence du salon au-delà des frontières de l'Algérie, en attirant des délégations d'acheteurs et d'institutionnels du Maghreb mais également d'Afrique sub-saharienne.
Nous en reparlerons en détail dans notre prochain magazine.

Du 10 au 13 Avril 2017, Palais des Expositions de la Safex, Alger, Algérie, Halls 1, 2, 3 et 4

CONSECRATION

AWB

Le groupe Attijariwafa bank s'est vu décerner 3 prix à Londres en décembre 2016 :
- «Meilleure banque marocaine de l'année 2016» le 07 décembre par «The Banker magazine», publication du groupe Financial Times, et ce pour la 8ème fois.
- « Meilleure banque marocaine de l'année 2016 » le 08 décembre par « EMEA Finance magazine» pour la 2ème fois consécutive.
- Ce même magazine a aussi primé Wafa Gestion, filiale du Groupe et n°1 de la gestion d'actifs au Maroc en tant que «Meilleur gestionnaire d'actifs de l'année 2016» et ce pour la seconde fois consécutive.
Ces nombreuses consécrations de magazines britanniques prestigieux, viennent récompenser le progrès réalisé par le Groupe Attijariwafa bank au cours des 12 derniers mois, non seulement en termes de résultats financiers dans un contexte difficile, mais également sa contribution au financement de l'économie verte, sa stratégie de développement à l'international, son mode de gouvernance, la solidité de son système de notation interne, etc.

www.attijariwafabank.com

DIGITAL

PLATFORM5

La digitalisation des marques et des institutions au Maroc est en pleine expansion orientant le marché vers une ouverture sur les pratiques et les standards internationaux et c'est dans ce contexte que Platform5 agence conseil en communication digitale se positionne pour créer de la valeur et accompagner les marques de la réflexion à l'exécution.

Platform5 est une jeune agence affiliée au géant IPG (Interpublic Group), un des leaders mondiaux de la Communication. Dans toute la région MENA et au Maroc Platform5 évolue au sein de la holding MCN, un réseau d'agences de communication leader. Platform5 Dubaï est le partenaire digital de référence pour des marques prestigieuses au Moyen Orient avec un volume de l'ordre de 50 millions de dollars et des partenariats avec de grands annonceurs comme Coca-Cola, McDonald's, Al Hilal Bank, L'Oréal, Itissalat, Sony et bien d'autres marques dans différents secteurs.

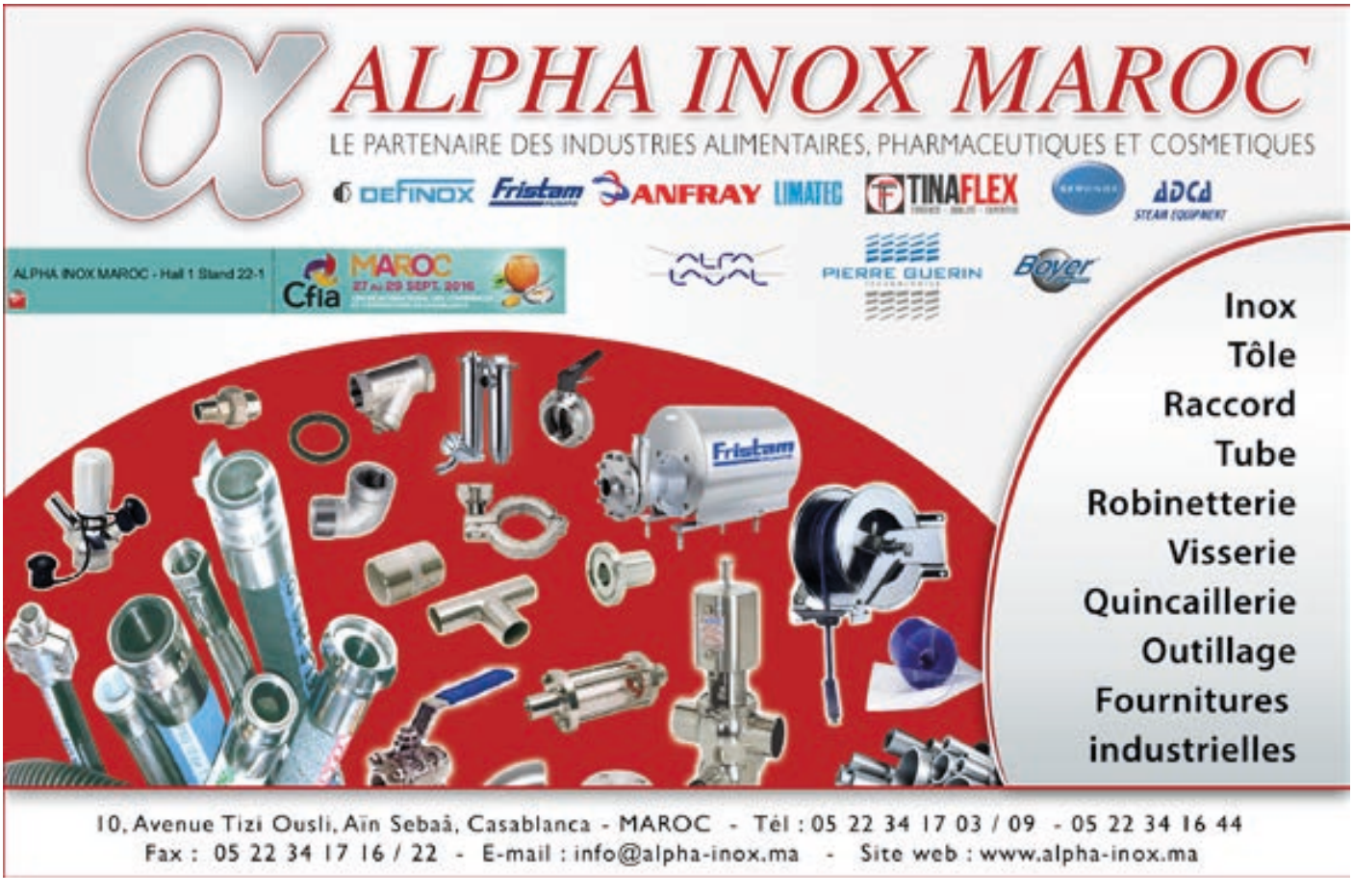
www.platform5.ma

BISCUITERIE

UNE USINE POUR DULCESOL

Le groupe espagnol Dulcesol consolide sa présence au Maroc. Le fabricant de viennoiserie, cakes et autres pâtisseries emballées sous la marque Dulcesol, envisage de lancer en 2017 la construction de son usine marocaine. Le groupe agroalimentaire basé à Valencia a pris le temps de tester le potentiel du marché marocain. Aussi, avec un chiffre d'affaires prévu à près de 100 millions de dirhams en 2017, notamment à travers des distributeurs locaux (quand 20% seulement est réalisé en direct par la filiale Dulcesol Maroc), les ventes au Maroc devraient représenter près de 50% de ceux générés par le marché algérien où le groupe Dulcesol a investi, entre 2012 et 2014, quelques 13 millions d'euros (plus de 140 millions de dirhams) dans une usine à Sig dans la wilaya de Mascara près d'Oran.

Source © Challenge



AFRIQUE

LE CAD AU CONGO

Le Club Afrique Développement (CAD) et le Crédit du Congo ont officialisé ce vendredi 20 janvier 2017 à Pointe-Noire (Congo), la création du Club au Congo, traitant du thème : « Afrique Développement : quels leviers de croissance pour la PME ? », en présence de M. Alexandre Honoré Paka, Préfet de Pointe-Noire et de M. Roland Bouiti Viaudo, Maire de la ville de Pointe-Noire.
Ayant réuni de nombreux chefs d'entreprise, décideurs économiques, hautes personnalités de l'État et médias, cette manifestation a permis d'échanger et d'identifier des leviers concrets de renforcement des capacités des PME congolaises, ce qui représente un des enjeux majeurs du Projet de Société « La marche vers le développement ».
M. Mohammed Mejbar, Directeur Général du Crédit du Congo a rappelé que la filiale congolaise du groupe Attijariwafa bank joue pleinement son rôle de banque citoyenne en créant des opportunités de développement économique et sociale.

www.clubafriquedeveloppement.com

FUSION

SUCRAFOR ET COSUMAR

Le projet de fusion concerne l'absorption de Sucrafor par Cosumar motivée poar la détention de 91% du capital de Sucrafor, une présence de liens en management et une complémentarité entre les activités des 2 sociétés.
Cosumar aura la propriété et la jouissance des biens et droits de Sucrafor, y compris ceux qui auraient été omis, à compter du jour de la réalisation définitive de la fusion. L'actif net apporté par la société absorbée s'élève à 225.081.020 dh.
Quant à l'apport de Sucrafor, il devrait en principe être rémunéré par l'attribution à ses actionnaires de 926.804 actions (en nombre arrondi) d'une valeur nominale de 10 DH chacune, à créer par Cosumar qui augmenterait en principe son capital social d'une somme de 9,2 millions de DH. Selon Cosumar, la fusion sera réalisée avec effet rétroactif au 1er janvier 2016 et entraînera la dissolution anticipée de la société Sucrafor.

BOISSON

THÉ VERT MATCHA

Mé-Mé, c'est l'idée un peu folle que s'est lancée la française Caroline, sportive et amoureuse du Japon, en créant la première boisson pour les sportifs à base de Thé Matcha.
Biologiques, Naturelles et Fonctionnelles, les boissons Mé-Mé s'adressent aux personnes sportives et actives qui recherchent une énergie saine et équilibrée. Elaborées en France à base de thé vert Matcha, d'eaux végétales ou de sources et de sucre de raisin, elles sont idéales pour booster et détoxifier l'organisme avant, pendant et après une séance de sport ou tout au long de la journée. Très peu sucrées, les boissons Mé-Mé sont particulièrement adapté à la cible féminine.
Aucun conservateur, ni additif n'ont été ajoutés afin de maintenir l'ensemble des nutriments et vitamines présents.

COMPENSATION

GAZ ET SUCRE

Selon le dernier rapport de la Caisse de Compensation, la modification du périmètre des produits subventionnés et la baisse des prix de ces derniers à l'échelle internationale ont amplement contribué à contenir les charges de compensation relatives au gaz de butane et au sucre durant les 11 premiers mois de l'année 2016, observant ainsi un allégement en glissement annuel de 10% pour s'établir à 9,7 Mrds Dhs contre 10,8 Mrds Dhs une année auparavant. Par composante, la charge de compensation correspondante au gaz de butane (pour un volume de 2 068,1 Milliers de Tonnes en progression de 5,3%) recule de 20% à 6,3 Mrds Dhs par rapport à 2015 résultant d'un effet combiné d'une augmentation de la consommation de 5% et d'une baisse des prix de subvention unitaire de l'ordre de 20%. Pour sa part, la charge de compensation du sucre, qui évolue proportionnellement à la consommation (1 093,6 Milliers de Tonnes en repli de 1,1%), a enregistré une hausse de 14% sur les onze premiers mois à 3,3 Mrds Dhs comparativement à l'année précédente. Par type, le sucre granulé représente, à lui seul, 55% de la quantité globale consommée en 2016 (idem qu'en 2015). De son côté, le sucre brut importé a subi l'impact de la hausse des prix à l'échelle internationale, dont la charge ressort à 225 M Dhs en 2016 contre des recettes de 230 M Dhs une année auparavant (pour un volume en baisse de 8,7% à 714,5 Milliers de Tonnes).

Enfin pour ce qui est des arriérés de paiement, ils se sont établis à 2,12 Mrds Dhs à fin 2016, dont 1,15 milliard dus aux opérateurs du gaz butane et 970 millions aux sociétés opérant dans le secteur sucrier.

Source : Perspective Med

ACQUISITION

FORAFRIC ET LA FAMILLE MIMRAN?

La famille Mimran va céder la Compagnie sucrière sénégalaise, les Grands Moulins de Dakar et d'Abidjan. L'information a été révélée en exclusivité par Jeune Afrique Business +, nouvelle plateforme d'informations professionnelles à destination des décideurs et investisseurs en Afrique. Selon Jeune Afrique Business +, les futurs repreneurs sont la société marocaine Forafric, connu pour ses marques de farine et de semoule MayMouna et Ambre et qui a acquis début 2016 son concurrent local Tria. Soutenu par son actionnaire financier, Ycap, Forafric ne cachait pas ces derniers mois son ambition de se développer rapidement au sud du Sahara.

L'opération (dont le montant frôlerait le milliard d'euros), une fois finalisée, permettra à Forafric de mettre la main sur trois joyaux de l'agroalimentaire en Afrique francophone : la Compagnie sucrière sénégalaise, numéro un du sucre au Sénégal, les Grands Moulins de Dakar et les Grands Moulins d'Abidjan, leaders de la farine au Sénégal et en Côte d'Ivoire. Fondées par Jacques Mimran entre les années 1950 et les années 1970, et détenues aujourd'hui par Jean-Claude Mimran, ces trois entreprises réalisent entre 300 et 400 millions d'euros de chiffre d'affaires.

www.jeuneafrique.com

AGROALIMENTAIRE

DESSERT VEGAN

Ce dessert vegan est fabriqué en utilisant la même technologie que le yaourt traditionnel. C'est du lait de coco, éventuellement additionné d'eau de coco, qui sert de base. La fermentation a lieu à l'aide de cultures de yaourt non lactiques. Le système stabilisant de la gamme Stabisol permet d'ajuster la teneur en matière grasse et la texture des produits finaux avec souplesse en fonction des exigences individuelles. Le dessert vegan séduit par sa saveur authentique de yaourt et par sa consistance crémeuse. Le goût discret de coco s'harmonise parfaitement avec les cultures de yaourt. Tout comme le yaourt traditionnel, l'alternative végane peut aussi être associée à des préparations de fruits ou autres pour ajouter une note de raffinement. En combinant des textures familières avec de nouveaux ingrédients, il est ainsi possible d'ouvrir tout un potentiel de développement sur le marché. À côté des systèmes fonctionnels pour desserts sans lait, Hydrosol a aussi mis au point des combinaisons d'actifs conçues pour la fabrication de crème fraîche et de crème à cuire à base de lait de coco. La gamme s'élargit continuellement.

hydrosol.de

CAFÉ

MALONGO MILLÉSIME 2017

Malongo, torréfacteur niçois et principal intervenant des cafés haut de gamme, dévoile Rêvons Tous, né d'un mariage de trois origines d'exception d'Amérique Latine tout droit venues du Pérou, du Nicaragua et du Costa Rica.

Rêvons Tous est un café aux délicieuses notes florales et fruitées. Sa torréfaction à l'ancienne assure un café savoureux, frais et léger.

C'est avec une approche poétique, que ce millésime a été pensé, comme une parenthèse apaisante. Il se traduit par un goût doux et aérien, renforcé par des dessins oniriques et des graphismes raffinés évoquant l'odyssée des sens.

www.malongo.com

AGRICULTURE

PÉNURIE D'EAU

Face à une demande alimentaire croissante et des pénuries d'eau de plus en plus fréquentes, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) considère qu'il est temps d'arrêter de considérer les eaux usées comme des déchets mais plutôt de les voir comme des ressources pouvant être utilisées pour l'agriculture.
L'utilisation des eaux usées dans la production agricole est au centre des discussions d'une réunion organisée en janvier par la FAO dans le cadre du Forum mondial pour l'alimentation et l'agriculture qui s'est tenu à Berlin et dont le thème porte sur l'agriculture et l'eau.
Correctement gérées, les eaux usées peuvent être utilisées sans risque dans le cadre de la production agricole, mais leur utilisation requiert une gestion diligente des risques de santé avec notamment un traitement adéquat et un usage approprié.
De nombreuses technologies et approches existent à travers le monde pour traiter, gérer et utiliser les eaux usées dans l'agriculture, dont la plupart correspondent spécifiquement aux ressources naturelles locales, aux systèmes agricoles où elles sont utilisées et aux cultures qu'elles contribuent à produire.

Source : Centre d'actualités de l'ONU

LubrinaMaroc

LUBRIFIANTS CERTIFIÉS HALAL NSF H1
POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

Une gamme complète de plus de 200 références certifiées Halal NSF H1

- Résiste aux conditions d'utilisation les plus Extrêmes
- Prolonge la durée de vie de vos machines
- Réduit les temps d'arrêt des machines
- Améliore la rentabilité de l'usine
- Allonge les intervalles de lubrification
- Protège contre une large variété d'agents microbiens
- Leader américain des lubrifiants pour l'industrie agro-alimentaire

JAX
LubrinaMaroc
www.lubrinamaroc.com
10 Avenue Tizi Ousli Ain Sebaa
Tél : 49 08 34 0522 Fax : 51 08 34 0522

Le spécialiste de la lubrification pour l'industrie agro-alimentaire

Innovation Award 2017 Fruit Logistica

Le plus important prix de la filière des fruits et légumes sera décerné le 10 février 2017 à Berlin. Plus de 70 000 visiteurs professionnels en provenance de plus de 130 pays auront l'occasion de voter pour l'innovation de l'année les 8 et 9 février 2017. Un aperçu des nominés (voir aussi nos pages nouveaux matériels).
Les dix nominés en détail

''Crisp Fresh Watermelon''
Syngenta Seeds SAS, France
Hall 10, stand A-12
www.syngenta.com

Crisp Fresh Watermelon est une pastèque sans pépins à la pulpe bien ferme et unique en son genre. Les caractéristiques génétiques ''ultrafirm'' font en sorte que le produit fraîchement découpé ne se brise pas trop rapidement. Grâce à la culture spéciale de cette pastèque de la nouvelle ligne de produits Crisp Fresh de Syngenta, le fruit perd beaucoup moins de jus après avoir été découpé que les autres pastèques. La durée de conservation du produit découpé est prolongée de 10 jours environ. Crisp Delight est la première variété de cette ligne de produits en vente dans le commerce. Elle a une forme plus allongée et une pulpe rouge foncé. Son poids varie entre 5 et 7kg.

Lancement sur le marché : décembre 2015

''Knox™ - Delayed pinking in fresh cut lettuce''
Rijk Zwaan Zaadteelt en Zaadhandel BV, Pays-Bas
Hall 1.2, stand A-14
www.rijkzwaan.com

Knox™ est une solution naturelle permettant d'augmenter la durée de conservation et d'éviter le 'pinking' des salades fraîchement coupées. On reconnaît la réaction naturelle de l'oxydation causée par l'oxygène à la couleur rosé-marron qui apparaît là où une salade a été coupée. Cette coloration qui n'est pas très attrayante pour le consommateur entraîne un refus d'achat non négligeable et donc le gaspillage d'un produit dont la qualité n'est tout d'abord pas encore influencée. Knox™ retarde ce 'pinking' et prolonge d'un à deux jours la durée de conservation des salades. Cos a été la première variété dotée de cette nouvelle caractéristique. La laitue d'hiver, la batavia, la butter, la salanova crispy et la salnova butter sont les autres variétés qui vont suivre.

Lancement sur le marché : mai 2016

"The Cracking Monkey – Pili Nuts"

Die Frischebox GmbH, Allemagne
Hall 6.2, stand C-07
www.thecrackingmonkey.de

Les noix du Pili dénommées The Cracking Monkey proviennent des Philippines et sont pré-germées. La société Frischebox GmbH fait ressortir la densité accrue en nutriments des noix du Pili. Sa teneur élevée en vitamine E est nettement plus élevée que celle des autres noix. The Cracking Monkey – Pili Nuts sont pré-entaillées et sont faciles à ouvrir à l'aide du casse-noisette livré avec les noix. Il est en acier inoxydable et fabriqué avec des couverts recyclables. Les noix sont emballées dans des sacs en coton biologique, l'encre utilisée est à base de soja. La société Frischebox GmbH garantit ainsi un article final entièrement dépourvu de produits qui ont un impact sur l'environnement. Des sachets de 300 g, de 500 g et de 1 000 g sont tout aussi disponibles que des sacs de 3 ou de 5 kg.

Lancement sur le marché : juin 2016

"yello® - The Color of Taste"

VI.P / VOG, Italie
Hall 4.2, stand B-11
www.yello-apple.com

yello® – The Color of Taste est une pomme appartenant à la variété japonaise Shinano Gold cultivée à Nagano. Elle est issue d'un croisement d'une Golden Delicious et d'une Shenshu. La peau albâtre d'un jaune caractéristique lui a donné son nom de marque. Sa chair est juteuse, craquante et sucrée. Sa faible prédisposition au roussissement et aux marques, son pouvoir de résistance pouvant aller jusqu'à 7,8 kg/cm2 ainsi qu'une valeur Brix comprise entre 14,7 et 15,5 sont les caractéristiques particulières de cette pomme. La marque yello® est enregistrée dans plus d'une soixantaine de pays dans le monde entier. yello® – The Color of Taste est disponible dans les calibres 70-75 mm / 75-80 mm / 80-95 mm / 85-90 mm / 90+ mm.

Lancement sur le marché : septembre 2016

La campagne agricole 2016-2017

Le lancement de la campagne agricole est associé à la mise en place de plusieurs mesures pour garantir ce coup d'envoi dans les meilleures conditions.

Le ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime a mis en place plusieurs mesures visant à garantir le coup d'envoi, au niveau national, de la campagne agricole 2016-2017 dans les meilleures conditions.

Parmi ces mesures, figure la mise à disposition d'environ 8,1 millions de quintaux de semences certifiées avec une enveloppe budgétaire de plus de 330 millions de dirhams et de 500.000 tonnes d'engrais, tout en assurant la stabilité des prix d'engrais phosphatés et la rationalisation de leur utilisation.

L'extension de l'assurance agricole multirisque pour les céréales, les légumineuses et les cultures oléagineuses se poursuit, avec une superficie assurée dépassant 1 million et 50.000 hectares (ha).

Le ministère s'engage également à poursuivre la mise en œuvre du Programme national d'économie d'eau en irrigation (PNEEI) en équipant 50.000 ha de fermes agricoles d'un système d'irrigation localisée et en modernisant les réseaux d'irrigation d'une superficie de 120.000 ha.

L'Office National du Conseil Agricole œuvrera, de con côté, pour la mise en place de moyens et approches permettant l'amélioration de la diffusion de l'information agricole et la modernisation des centres de développement agricole, a-t-il fait valoir, précisant que sur le plan de financement, le Crédit Agricole du Maroc prendra toutes les mesures nécessaires pour répondre, dans les meilleures conditions, aux demandes de financement.

S'agissant du bilan de la saison agricole précédente, le ministère a rappelé que les conditions climatiques pour la saison 2015-2016 ont été marquées par une baisse de 43 % des précipitations par rapport à la normale, soulignant que malgré ces conditions climatiques difficiles, le secteur agricole a réalisé des performances importantes grâce à la contribution des zones irriguées (33,5 millions de quintaux de céréales, 1,42 millions de tonnes d'olives, 4,1 de plantes sucrières).

Le ministre de l'Agriculture et de la pêche maritime a procédé, le mercredi 12 octobre 2016, au lancement de la campagne agricole 2016-2017. Le ministre a profité de l'occasion pour annoncer les mesures prises par le ministère pour assurer le bon démarrage de la campagne agricole. Ainsi, un programme d'approvisionnement d'environ 8,1 millions de quintaux de semences certifiées, a été mis en place pour une enveloppe budgétaire de plus de 330 millions de DH et de 500.000 tonnes d'engrais, tout en assurant la stabilité des prix d'engrais phosphatés et la rationalisation de leur utilisation.

Le ministère s'engage également à poursuivre la mise en œuvre du Programme national d'économie d'eau en irrigation (PNEEI) en équipant 50.000 ha de fermes agricoles d'un système d'irrigation localisée et en modernisant les réseaux d'irrigation d'une superficie de 120.000 ha.

Les dernières pluies renforcent les perspectives d'une bonne campagne agricole

A la suite des dernières pluies enregistrées dans les diverses régions du Royaume, le cumul pluviométrique moyen national au 28 Novembre 2016 à 6h00 s'est établi à 116,5 mm. Ce volume représente une augmentation de plus de 14% par rapport à une année normale à la même date (102 mm) et de près de 79% par rapport à la campagne précédente (65,1 mm) à la même date.

La réserve globale des barrages s'établit à 6,86 milliards de m3 contre 10,2 milliards de m3 lors de la campagne précédente à la même date. Cette différence s'explique par le fait que la campagne 2015-2016 a bénéficié d'un bon niveau de remplissage des barrages

à son démarrage grâce à une pluviométrie record lors de la campagne l'ayant précédé.

Les barrages à usage agricoles affichent aujourd'hui un niveau de remplissage de 5,71 milliards de m3, soit un taux de remplissage de 42%. Globalement, toutes les régions présentent un excédent pluviométrique par rapport à une année normale.

La campagne actuelle se présente ainsi sous de bonnes perspectives avec des indicateurs prometteurs.

Les agriculteurs sont ainsi appelés à accélérer le rythme des emblavements afin de profiter de ces condtions favorables.

Les superficies emblavées à date s'élèvent à 1.44 MHa. Une quantité de 1,04 million de quintaux de semences a été commercialisée sur un disponible de 1.9 MQx.

Les dernières pluies ayant permis une reprise de confiance chez les agriculteurs, devront ainsi contribuer à l'accélération du rythme des emblavements ainsi que celui de la commercialisation des semences.

Outre la céréaliculture, l'arboriculture bénéficiera également des dernières conditions climatiques. L'état des vergers sur l'ensemble des spéculations est jugé bon.

Les cultures sucrières maintiennent la cadence initiée depuis le début de la campagne notamment grâce aux retenues au niveau des barrages. Les superficies semées de betterave à sucre s'élèvent à date (soit en cours de campagne) à 50.000 ha.

Pour ce qui est des agrumes, la campagne 2016/2017 devrait s'achever sur une récolte record. La production attendue devrait s'établir à 2.36 MT en hausse de 16% par rapport à la campagne précédente.

Grâce au programme de gestion du risque de déficit pluviométrique lancé par le département de l'agriculture en début d'année, les effets négatifs des conditions climatiques de la dernière campagne sur le cheptel a été contenu. Ce dernier s'élève à près de 30M de têtes dont 3,2M de bovins 19,6M d'ovins et 6,2M de caprins. Cet effectif est resté stable par rapport à l'année dernière, son état sanitaire est bon.

Compte tenu de l'amélioration de l'état végétatif avec ces dernières pluies, les conditions de développement du cheptel sont favorables.

Le programme d'assurance continue de bénéficier d'une forte adhésion des agriculteurs. Pour la campagne en cours près de 1.08 MHa ont été couverts.

Enfin, pour l'accompagnement des agriculteurs sur le volet financier, l'enveloppe de crédit bancaire décaissée depuis le début de la campagne 2016/2017 s'élève à 1,5 milliards de dirhams et devrait s'établir à près de 5,5 milliards de dirhams d'ici la fin de cette campagne.

Remerciement au Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et à la MAP.

• Industrie • Btp • Tertiaire • Transport

Préventica
INTERNATIONAL
Casablanca

11 • 12 • 13 AVRIL 2017

CONGRÈS/SALON INTERNATIONAL POUR LA
MAÎTRISE GLOBALE DES RISQUES

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

[4ÈME EDITION]

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

Parrainage officiel
MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DE LA COOPÉRATION
MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE, DES MINES, DE L'EAU, ET DE L'ENVIRONNEMENT
MINISTÈRE DE L'EMPLOI ET DES AFFAIRES SOCIALES
MINISTÈRE DE L'ÉQUIPEMENT DU TRANSPORT ET DE LA LOGISTIQUE

PARTENAIRES GOLD

ALOMRA
تأمين الوفاء Wafa Assurance
FOIROF Meres

EXPOSER ET DEVENIR PARTENAIRE
+33 (0)5 57 54 12 64

INFORMATION ET INSCRIPTION GRATUITE
www.preventica.ma

communica organisation

Etiquetage des produits alimentaires - modalités techniques de désignation des ingrédients.

En application de l'article 11 du décret n°2-12-389 fixant les conditions et les modalités d'étiquetage des produits alimentaires, le présent arrêté vient fixer les modalités techniques de l'étiquetage des ingrédients.
Arrêté du Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime n° 2037.16 du 7 chaoual 1437 (12 juin 2016) fixant les modalités techniques de référence aux ingrédients dans l'étiquetage des produits alimentaires BO 6524 page 8157 (Ar).

Enveloppes et couvertures en plastique ayant été utilisées dans la production agricole - Interdiction d'importation.

Interdiction de l'importation des enveloppes et couvertures en plastique ayant été utilisés pour la culture, le transport ou la manutention des végétaux ou des produits végétaux et susceptibles d'être infestés par certains organismes nuisibles figurant sur la liste annexée à l'arrêté du ministre de l'agriculture et de la réforme agraire n° 467-84 du 15 joumada 11 1404 (19 mars 1984).
Arrêté conjoint du Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime le Ministre de l'Economie et des Finances n° Décret n° 2-16-535 du 10 safar 1438 (10 novembre 2016) BO 6522 page 1886 (Fr) et BO 6521 page 7913 (Ar).

Accord de libre-échange Maroc-USA : 12ème année de démantèlement tarifaire.

Cette circulaire informe de l'entrée en vigueur de la 12ème année du démantèlement tarifaire de l'accord de libre-échange Maroc-USA. Elle informe également des nouveaux droits applicables aux différents produits concernés par l'accord.

Note circulaire de la direction générale des impôts Circulaire n° 5645/222.

Restrictions quantitatives à l'exportation des algues et de l'agar-agar.

Cette circulaire informe que les exportations d'algues brutes et d'agar-agar seront toujours subordonnées à la présentation d'une licence d'exportation, et ce jusqu'au 31/12/2019.
Note circulaire de la direction générale des impôts Circulaire n° 5628/311.

Taxe sur la valeur ajoutée à l'importation des produits destinés à l'alimentation du bétail et des animaux de basse-cour.

Cette circulaire informe que la liste des produits destinés à l'alimentation du bétail et des animaux de basse-cour, éligibles au taux réduit de 10% au titre de la TVA à l»importation conformément à l'article 121-2° du Code Général des Impôts, est complétée comme suit: Position tarifaire Ex 2933.49.00.00 Produit dénommé « CAPSOQUIN » à base d'éthoxyquine, utilisé dans l'alimentation animale.

Note circulaire de la direction générale des impôts Circulaire n° 5629/211.

Sacs en plastiques : Modalités d'application de certaines dispositions de la loi 77.15 interdisant la production de sacs plastiques, leur importation, exportation, commercialisation et utilisation.

- Arrêté n°1796-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016)
Cet arrêté fixe les caractéristiques techniques des sacs en matières plastiques pour la collecte des déchets ménagers (conformité à la norme NM EN 13592) et des sacs en matières plastiques pour la collecte des autres déchets conformité aux normes NM ISO 16103 et NM 00.2.311).
Arrêté conjoint du Ministre de l'industrie, du Commerce de l'Investissement et de l'Economie Numérique, du Ministre de l'Intérieur, du Ministre de l'Economie et des Finances et de la Ministre déléguée auprès du Ministre de l'Energie, des Mines, de l'Eau et de l'Environnement Chargée de l'Environnement, n°1796-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016) BO 6526 page 1973 (Fr)
- Arrêté n°1797-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016)
Cet arrêté fixe les caractéristiques techniques des sacs en matières plastiques selon les normes marocaines suivantes :
  - Sacs en matières plastiques à usage industriel et des sacs en matières plastiques à usage agricole (NM 11.4.050)
  - Sacs en matières plastiques dits sacs isothermique (NM 05.6.300)
  - Sacs en matières plastiques de congélation ou de surgélation (NM EN 14867)
Arrêté conjoint du Ministre de l'industrie, du Commerce de l'Investissement et de l'Economie Numérique, du Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et de la Ministre déléguée auprès du Ministre de l'Energie, des Mines, de l'Eau et de l'Environnement Chargée de l'Environnement, n°1797-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016) BO 6526 page 1974 (Fr)
- Arrêté n°1798-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016)
Cet arrêté fixe les modalités de marquage ou d'impression des sacs en matière plastiques à usage industriel, des sacs en matière plastiques à usage agricole (NM 11.4.050) et des sacs de congélation ou de surgélation (NM EN 14867)
Arrêté conjoint du Ministre de l'industrie, du Commerce de l'Investissement et de l'Economie Numérique et du Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, n°1798-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016) BO 6526 page 1974 (Fr)
- Arrêté n° 1799-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016)
Cet arrêté fixe les modalités de marquage ou d'impression de manière individuelle des sacs en matière plastiques dits sacs isothermique ou sacs isothermes (NM 05.6.300), des sacs en matière plastiques pour la collecte des déchets ménagers (NM EN 13592) et des sacs en matière plastiques pour la collecte des autres déchets (NM ISO 16103).
Arrêté conjoint du Ministre de l'industrie, du Commerce de l'Investissement et de l'Economie Numérique, du Ministre de l'Intérieur, du Ministre de l'Agriculture et de la Pêche Maritime et de la Ministre déléguée auprès du Ministre de l'Energie, des Mines, de l'Eau et de l'Environnement Chargée de l'Environnement, n° 1799-16 du 14 ramadan 1437 (20 juin 2016) BO 6526 page 1975 (Fr)

GULFOOD 2017 :

Un succes annoncé

Bienvenue au plus grand événement alimentaire et hôtelier annuel du monde, au service d'un des secteurs à la croissance la plus rapide de la planète. Dans un marché évalué à plus de 5 trillions de dollars au niveau mondial, les opportunités commerciales sont vastes et les enjeux sont élevés. Pour grandir, chacun doit rester flexible, rechercher les derniers produits auprès des fournisseurs les plus compétitifs, armé d'une connaissance en temps réel des prix de l'industrie et des tendances à venir.

Gulfood est la passerelle vers les nouvelles entreprises des marchés déjà établis, ainsi que vers des marchés émergents et en évolution. Les visiteurs pourront rencontrer plus de 5.000 fournisseurs locaux, régionaux et internationaux, provenant des 5 continents, et ce pendant la phase critique des récoltes mondiales. Les prix du marché international sont déterminés ici, et c'est sur cette base que l'activité de l'année va évoluer.

LES SECTEURS

PRODUITS LAITIERS

L'industrie laitière internationale devrait se sortir de l'excédent de la production de lait, connexe à la baisse de la demande sur ces dernières années, pour afficher une lente reprise à partir de 2017. La sensibilisation accrue aux questions de santé, conjuguée à des revenus disponibles plus importants et aux innovations dans le domaine, sont des moteurs clés de la demande mondiale en produits laitiers. Comportant 17 segments principaux, le secteur a traditionnellement été dominé par le lait transformé, le beurre, le fromage et le lait caillé. Le marché mondial du fromage est supposé croitre à un TCAC de 5% au cours des cinq prochaines années, alors que le lait sous sa forme liquide représente le segment produit le plus important au niveau mondial, avec l'Asie comme principal consommateur.

Source : Groupe IMARC

Les tendances principales et les moteurs de vente incluent :

- Les variétés végétales du lait, la mayonnaise, les yaourts et les fromages à base de plantes, alternatives aux produits à base de lait animal, qui voient leur demande progresser.
- Les produits laitiers sans lactose qui visent à minimiser les effets des intolérances et des allergies alimentaires
- Les matières grasses entières et bio qui complètent les préférences des consommateurs pour des produits « vrais » et « naturels »
- Les produits laitiers commercialisés pour les enfants, qui fournissent des solutions nutritionnelles pour les boites à lunch et les voyages en voiture, avec la tendance en plein essor des repas « sur le pouce »

SANTE, BIEN-ETRE ET PRODUITS «SANS »

En 2015, le segment alimentaire de la santé et du bien-être a dominé le marché et représenté presque 51% des parts de marché total de la santé et du bien-être (qui comprend également l'équipement en fitness, la prévention et la santé «personnalisée», le tourisme du bien-être et les produits d'hygiène personnelle et de beauté). Le marché alimentaire de la santé et du bien-être est constitué des aliments naturellement sains, des aliments fonctionnels et des alicaments, des aliments bons pour la santé, des produits bio et des produits pour les intolérances alimentaires. La demande croissante en aliments sains et riches en fibres, et l'augmentation de la prise de conscience systématique des questions de santé, participent à la croissance de ce segment. Manger sain et « sur le pouce » devrait stimuler encore plus la croissance de ce marché, en donnant aussi la part belle aux

DES CHIFFRES
95,000 Visiteurs
5,000 Exposants
100,000 m2 de superficie
8 Grandes Zones de produits
5 Continents
150 Pays

produits en portion individuelle, faciles à consommer.
Source : "Global Health and Wellness Market 2016 Analysis and Opportunities Research Report Forecasts to 2020" wiseguyreports.com
Les tendances principales et les moteurs de vente incluent :
- Les produits végans et sans gluten
- Les produits sans sucre
- Les produits sans ingrédient « artificiel » y compris les édulcorants
- Les aliments sains et économiques qui visent les familles aux plus faibles revenus, cherchant à améliorer leur régime alimentaire.
- Les légumes « disgracieux » et les autres produits qui contribuent à la réduction des déchets

GRANDES MARQUES

Gulfood est une vaste place de marché pour les professionnels du secteur alimentaire et boissons, avec une large palette de produits et de solutions, et en tant que tel, cet événement rassemble un régiment de marques phares dans le monde parmi ses 5.000 exposants.
Les acheteurs recherchant des noms réputés comme Hellmann's, Anchor, Lipton, Ferndale, Knorr, Maggi, London Dairy, S. Pelligrino et Nescafe, peuvent les acquérir par le biais de groupes majeurs de la production alimentaire et de la distribution, tels qu'Unilever, Nestle, JBS et Iffco, qui considèrent tous Gulfood comme une occasion incontournable d'accroitre le commerce mondial.
De plus, ces grandes entreprises, qui fournissent des solutions de restauration bien connues à la région directement (y compris des sociétés comme Del Monte, Coffee Planet et MAi Dubai), peuvent également être consultées en face à face, à Gulfood, garantissant ainsi que tous vos besoins au niveau international, en équipements techniques, alimentaires ou pour les boissons, soient pris en considération sur un seul et même endroit.

BOISSONS

Avec une croissance annuelle mondiale entre 2015 et 2016 qui devait atteindre 3,9%, l'industrie de la boisson témoigne d'une demande significative, avec de nombreuses innovations dans le secteur, reflétant les tendances plus larges du secteur mondial alimentaire et des boissons.
L'eau en bouteille domine ce segment, suivie par le thé, le lait et les jus de fruits. Le café qui maintient une croissance modeste à l'échelle mondiale, reste cependant un acteur clé du marché des boissons dans la région MENA, où quelques 8% des transactions mondiales ont lieu. Dans les EAU, plus de 544,5M $ ont été dépensés en café en 2015, une augmentation de 10% par rapport à l'année précédente, selon un rapport de 2016 établi par Euromonitor.
Les boissons restent dans l'ensemble le premier choix de produits alimentaires « sur le pouce » chez les consommateurs en manque de temps, bien que de plus en plus soucieux de leur santé, et la demande de produits étiquetés naturels et sains, entraine l'évolution des boissons nutritives et bio, perçues comme « vraies » et qui contiennent moins d'ingrédients.
Source : Statistica.com
Les tendances principales et les moteurs de vente incluent :
- Les boissons qui comportent zéro ou de faibles quantités d'édulcorants artificiels
- Les variétés à base de plantes
- Les boissons appelées « boissons fonctionnelles », qui sont enrichies en plantes, vitamines, minéraux et acides aminés, dans l'intérêt du bien-être nutritionnel
- Les boissons « artisanales » qui sont brassées et gazéifiées en petites quantités, avec des ingrédients locaux et naturels, comme le miel ou l'agave
- Les jus de fruits pressés frais

VIANDES ET VOLAILLES

Au niveau mondial, la consommation globale de viande a augmenté de 2% en terme de volume en 2015. La demande en viande est dominée par les marchés émergents, où la prospérité en développement et l'augmentation de la population ont pour conséquence la croissance de la consommation d'une viande relativement onéreuse. La consommation de viande devrait encore augmenter, entrainée par la croissance de la population, l'élévation des revenus et l'urbanisation - avec 70% de la population mondiale qui devrait être urbaine d'ici 2050.
Le Moyen-Orient, l'Afrique et l'Asie du Pacifique enregistrent les taux de croissance les plus dynamiques, avec respectivement 4% et 3% d'année en année. Ce sont les seules régions où la viande de bœuf et de veau a enregistré une croissance. Ces types de viande ont vu une diminution de leur consommation en Europe, principalement à cause des préoccupations sanitaires liées à la viande rouge.
La production de viande en Amérique, en Afrique et Asie affiche également une croissance significative. La production de viande selon les principes de la production durable est au centre des préoccupations de ces marchés en croissance rapide ; et l'avenir sur le long terme de l'industrie de la viande sera subordonné aux facteurs incluant la durabilité, la demande de protéines, la prise de conscience en terme de santé

A NE PAS MANQUER

Gulfood Innovation Awards

La huitième édition du Prix Gulfood : « Innovation Awards », célèbrera excellence et innovation parmi 20 catégories de l'alimentaire et boissons.

Le Salon Culinaire

Le Salon Culinaire, présenté par l'Emirates Culinary Guild International, opposera dans une compétition dynamique et prisée, la plus grande assemblée mondiale de chefs.

Barista Masters

Barista Masters est le rendez-vous incontournable pour les Baristas se perfectionnant dans la préparation du café. L'évènement est soutenu par l'Association Européenne des Cafés & Spécialités.

Halal World Food

Halal World Food est la principale plateforme d'approvisionnement des entreprises du secteur alimentaire et boissons du secteur Halal en plein essor.

Gulfood Virtual Supermarket

Gulfood Virtual Supermarket est une vitrine digitale et numérique qui présentera les produits phare et les innovations de pointe a ne pas manquer au salon Gulfood 2017.

et les politiques commerciales.

De plus, le secteur au niveau mondial du mode de vie et de l'alimentation halal devrait croitre de 6% d'ici 2020, grâce à une série de facteurs comprenant les niveaux de revenus en augmentation parmi la population musulmane qui alimente la demande en nourriture Halal, nouvelle et différenciée, particulièrement au niveau de la viande. L'augmentation de la demande en viande Halal peut également être attribuée à des pays non majoritairement musulmans, à savoir : la Chine, le Japon, les États-unis (USA), le Brésil et le Royaume-Uni (RU) pour n'en nommer que quelques-uns, car le consommateur, au niveau mondial, a plus conscience des bénéfices sur sa santé.

Source : Euromonitor International

Source : États du rapport économique islamique mondial

Les tendances principales et les moteurs de vente incluent :

- La viande Halal
- Les viandes plus maigres, comme le porc et la volaille (et les produits de la mer) sur fond d'inquiétudes relatives à la viande rouge
- Les produits naturels et bio, contenant zéro exhausteur de goût, ni de céréales
- La viande issue de productions traçables (idéalement locales), particulièrement en Europe occidentale, à la suite du scandale de la viande de cheval, survenu en 2013

SAVEURS DU MONDE

Pour ceux qui recherchent des spécialités typiques des pays du monde, des partenaires commerciaux ou de services, Gulfood 2017 déploiera 120 pavillons nationaux, qui vous embarqueront dans un voyage gustatif à travers les capitales alimentaires et les joyaux du monde. Créez des contacts inestimables du Brésil à la Bulgarie, de l'Italie à l'Inde, du Mexique au Maroc, de l'Ukraine aux USA, et encore bien d'autres.

MATIERES GRASSES ET HUILES

Le marché mondial des matières grasses et des huiles devrait croitre à un TCAC de 4.4%, en terme de valeur, à compter de 2016, pour atteindre une valeur estimée de 247.78 milliards de USD en 2021. La demande en huile de palme en boulangerie, pâtisserie et en aliments transformés, reste grande en raison de son goût neutre et de son faible prix comparé à d'autres huiles, bien que la tendance des ingrédients « transparents » a soulevé de sérieuses

questions quant aux niveaux élevés de contaminants chimiques carcinogènes présents dans l'huile de palme, conduisant ainsi à de nombreux boycott de son utilisation dans les produits alimentaires. Le segment des huiles végétales représente la plus grande part du marché des matières grasses et des huiles en 2015, car les consommateurs recherchent de façon plus active une large gamme de produits, avec différents goûts et textures, et conformes également aux directives modernes en terme de santé.

Source : Markets&Markets.com.

- Les tendances principales et les moteurs de vente incluent :
- Les huiles provenant des plantes, des fruits à coque et du poisson, dont la demande est élevée parmi les consommateurs qui se préoccupent de leur santé et qui cherchent des variétés avec de peu de calories, de cholestérol et de graisse.
- Le beurre, perçu comme plus «naturel»
- Les variétés d'huile traitées par un «processus à faible impact» (au cours duquel les nutriments ne sont pas détruits par la chaleur), comme l'huile d'olive vierge, l'huile de noix de coco et l'huile de noix pressée à froid

LEGUMINEUSES, GRAINES ET CEREALE

La production agricole est le résultat d'une combinaison de deux facteurs : le financement et la météo. Au cours de l'année de récolte 2015/2016, un total approximatif de 2,48 millions de tonnes métriques de céréales ont été produites à travers le monde (environ 231 millions de plus que l'année 2008/2009). Après quelques fortes avancées au cours de ces dernières années, la croissance de la production totale de céréales dans le monde (blé

et céréales secondaires) devrait être plus modeste. Étant donné la consommation en croissance continue, les stocks de grains devraient reculer, mais rester confortables. Le maïs domine largement le segment des céréales, suivi par le riz, le blé et l'orge. La production de riz mondiale a vu ses niveaux augmenter vers des sommets successifs chez les producteurs leaders en Asie, bien que l'on s'attende à ce que la croissance annuelle moyenne soit plus lente que ces dernières années, suite au potentiel limité de développement des plantations. La production d'huile de graines devrait augmenter car les producteurs principaux développent leurs plantations en réponse au marché et à la consommation croissante.
Source : International Grains Council
Statistica.com
Les tendances principales et les moteurs de vente incluent :
- Les évolutions technologiques dans le domaine agricole avec des producteurs qui recherchent de nouvelles façons d'augmenter leurs rendements et de réduire leurs coûts
- Les produits sans gluten - largement considérés comme l'avenir de la boulangerie, avec des consommateurs qui prennent conscience, plus que jamais, des bénéfices liés à la santé
- Les barres de céréales qui complètent la tendance des en-cas « sur le pouce »
- Les graines « tendances » comme le quinoa, le sarrasin et la spiruline, conforment aux régimes « paléo » et autres régimes spécifiques
- Les légumineuses, particulièrement les lentilles et les pois chiche, qui satisfont aux régimes riches en protéines, en fibres et sans gluten, et qui sont considérées comme économiques pour les foyers à plus faible revenu.

GULFOOD : LES ACHETEURS EN PARLENT

«Gulfood fait partie intégrante de notre cycle d'achats. Personnellement, je viens pour chercher des produits frais, de la viande et des volailles, ainsi que des graines, des fruits à coque et des épices. Ce salon est une occasion unique pour évaluer les tendances du marché, tout en signant des contrats. »
Alaaddin Sami, Directeur d'achats des produits frais, Al Othaim Markets (Arabie Saoudite)
« Je visite Gulfood pour rencontrer les fournisseurs existants, pour voir les démonstrations de produits et pour acheter des produits conformes à notre stratégie actuelle de développement. Si McDonalds recherche un produit ou un ingrédient particulier, je me rends sur Gulfood dans cet objectif. »
Al Gounder, Directeur de la commercialisation et des menus, McDonald's (EAU)
«En tant qu'hôtelier et chef, je veux voir les nouveaux produits qui peuvent être soit plus économique ou plus haut de gamme. Gulfood est une opportunité de rencontrer les distributeurs et les fournisseurs, de goûter des échantillons et de discuter des produits en face-à-face. Banyan Tree envoie régulièrement de 30 à 40 représentants, y compris des chefs, des responsables « alimentation et boissons», des directeurs d'hôtels et des achats et les directeurs généraux. »
Nugraha Wardhana, Chef exécutif, Banyan Tree Al Wadi Ras Al Khaimah (EAU)
«Je viens sur le salon Gulfood pour rencontrer des fournisseurs que je ne pourrais autrement pas rencontrer, à cause des contraintes géographiques et de temps. Je viens avec une équipe d'environ 40 personnes, car c'est un important exercice d'achat pour Alshaya. Gulfood est extraordinaire. »
Jérôme Goulet, Directeur de la planification et de la chaine d'approvisionnement, Alshaya and The Cheesecake Factory (Koweït)
«Gulfood est le meilleur salon alimentaire que j'ai jamais fréquenté. J'ai planifié toute mon année autour de cet événement, car c'est ici que je peux trouver les bons produits pour mon entreprise. Je rencontre les bons fournisseurs, et on signe les contrats - c'est du bon travail ! »
Ahmed M. Mansour, Directeur général El Gezira Import & Export (Egypte)
« Je suis venu ici dans le but précis de chercher de la volaille et de la viande de bœuf, pour honorer mon contrat de fournisseur avec les forces des Nations Unies. Nous avons rencontré plus de 12 sociétés provenant de différentes parties du monde lors du Gulfood. »
Allah Gul Karim, PDG, DEH Sabzwal, (Afghanistan)

Du 26 Février au 1er Mars 2017: de 11h00 à 19h00
Le 2 Mars 2017 : de 11h00 à 17h00
Dubai World Trade Centre

HALIEUTIS 2017

Le Salon, dédié aux différents métiers de la pêche maritime, de l'aquaculture et de la valorisation des produits, s'impose désormais comme un acteur phare de la « Stratégie Halieutis 2020 » en réussissant à rassembler les opérateurs nationaux et internationaux, 5 jours durant, sur plus de 16.000 m2 d'exposition.

Fidèle au concept qui a forgé le succès de cet évènement devenu au fil des éditions une véritable référence, le salon reçoit cette année 300 exposants nationaux et internationaux et 60.000 visiteurs.

Cet événement international est le plus important au Maroc et dans la région à être dédié aux métiers de la pêche maritime, de l'aquaculture et de la valorisation des produits halieutiques. Il intervient dans une conjoncture marquée par la mise en œuvre d'une ambitieuse stratégie de développement intégré du secteur halieutique marocain à l'horizon 2020, laquelle repose sur trois axes : la durabilité, la compétitivité et la performance.

PRÉSENTATION DU SECTEUR

Doté d'une double façade maritime, Atlantique et Méditerranéenne, le Maroc dispose de 3.500 kms de côtes riches et variées tant par leur biodiversité que par la spécificité de leurs écosystèmes.

Les eaux marocaines, constituées d'une zone économique exclusive de plus d'un million de km² sont réputées parmi les plus poissonneuses au monde et le Maroc occupe le rang de 1er producteur de poissons en Afrique ainsi que de 1er producteur et exportateur mondial de sardine (sardina pilchardus).

L'important potentiel de production dont dispose le Maroc ne manque pas de susciter un intérêt grandissant auprès des plus grandes nations maritimes du monde. En témoignent les accords de pêche et de coopération négociés par le Maroc avec l'Union Européenne et la Russie. A cet intérêt international s'ajoute une volonté nationale grandissante visant à faire de ce secteur l'un des moteurs majeurs de l'économie marocaine.

En effet, le secteur de la pêche maritime joue déjà un important rôle économique et social dans l'économie marocaine. Sa contribution au Produit Intérieur Brut (P.I.B) a été de l'ordre de 2,3% en moyenne durant les 10 dernières années.

En termes d'emplois, la filière pêche génère plus de 170.000 emplois directs et près de 500.000 emplois indirects. Conscient de l'importante opportunité, pour les opérateurs marocains et étrangers, que peut offrir la mise en valeur forte et pérenne du potentiel halieutique marocain, le Maroc a mis en œuvre une stratégie nationale, baptisée « Halieutis », pour le développement du secteur à l'horizon 2020.

Dans ce cadre, le secteur s'est doté d'un Salon international dont l'ambition est d'accompagner la filière dans son développement. A la fois vitrine des progrès réalisés et plate-forme de promotion des relations d'affaires dans la filière au-delà des frontières.

LE MAROC, 1ER PRODUCTEUR AFRICAIN

La pêche maritime Marocaine génère une production annuelle de plus d'un million de tonnes, plaçant ainsi le Royaume au premier rang des producteurs africains et au 25ème à l'échelle mondiale. Cette production est assurée à hauteur de :

- 95% par 1.800 bateaux de pêche côtière et 14.000 barques artisanales ;
- 5% par la flotte hauturière constituée de 356 navires
- 2% par d'autres activités.

La production nationale issue des débarquements de la pêche côtière et artisanale est destinée à hauteur de :

- 80% à l'approvisionnement de l'industrie de traitement des produits de la mer au nombre de 350 unités à terre ;
- 20% à l'approvisionnement du marché local de la consommation en produits frais.

L'industrie de traitement et de valorisation des produits de la mer donne naissance à divers produits transformés, parmi lesquels on dénombre les conserves, les semi-conserves, les produits congelés, le poisson frais, ainsi que la farine et l'huile de poisson.

Cette industrie représente 50% des exportations agro-alimentaires du Maroc, soit 7% de ses exportations totales en valeurs.

CINQ GRANDES CATÉGORIES HALIEUTIQUES :

La ressource halieutique marocaine se caractérise notamment par la grande variété des espèces :

- Les poissons pélagiques qui comprennent notamment : la sardine, les anchois, le maquereau, le chinchard, l'espadon et les thonidés ;
- Les poissons blancs qui englobent notamment : le merlu, le colin, le loup-bar, le saint-pierre, la sole, le pageot, le rouget, la rascasse, baudroie ;
- Les céphalopodes, parmi eux : le poulpe, le calamar et la seiche ;
- Les crustacés qui comprennent notamment:

La 3ème édition du Salon Halieutis, toujours sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI et à l'initiative du Département de la Pêche Maritime, a été organisée du 18 au 22 février 2015 à Agadir. Cette édition placée sous le thème « La mer est l'avenir de l'homme », a mis à l'honneur la Côte d'Ivoire et a connu une augmentation du taux de participation, par rapport aux précédentes éditions avec notamment :

- La présence de 320 marques et enseignes
- La participation de 230 exposants
- La présence de 36 pays
- L'accueil de 50.000 visiteurs

L'édition 2017 du Salon « Halieutis » se tiendra dans un contexte des plus favorables et des plus propices :
- Le Maroc, premier producteur de poissons en Afrique connaît une nouvelle dynamique grâce à une stratégie globale et à long terme visant un développement fort et durable de la production et des exportations halieutiques. Dans ce cadre, de grands projets sont lancés, dont le Parc Haliopolis à Agadir et plusieurs projets d'aquaculture à travers le Royaume.
- La signature de l'accord de pêche Maroc-UE ouvre de nouvelles perspectives d'échange et de coopération en la matière.
- Les perspectives de progression de la demande internationale en produits halieutiques sont particulièrement encourageantes suite à la reprise économique internationale, notamment dans la zone Euro.
- Le Maroc s'érige de plus en plus en tant que « porte de l'Afrique », notamment à travers le renforcement de la coopération et des échanges entre le Royaume et les autres pays du continent africain. A ce propos, il y a lieu de noter que 60% des 36 pays présents lors de la 3ème édition du Salon sont issus du Continent africain.

la crevette rose, la langouste, la langoustine, le homard, la cigale et la crevette royale ;
- Les coquillages (palourdes, couteau, vernis,...), les algues (dont l'agar-agar) et les échinodermes (dont les oursins).

UNE PRODUCTION VARIÉE

Le Maroc dispose de 6 ports en Méditerranée et de 16 ports sur la côte Atlantique. A travers ces différents sites, la pêche côtière est essentiellement composée de chalutiers, de senneurs, de palangriers et de navires mixtes (chalutiers-palangriers, chalutiers-senneurs, palangriers-senneurs).
La pêche artisanale, est pratiquée par des barques de moins de 2 tonneaux de jauge brute pour la pêche fraîche. Quant à la pêche hauturière, elle est pratiquée par des chalutiers céphalopodiers et crevettiers, des chalutiers pélagiques et des navires réfrigérés.

PRESENTATION DU SALON «HALIEUTIS »

Afin d'accompagner la nouvelle dynamique du secteur des pêches au Maroc et son ouverture sur les pays maritimes amis et partenaires, le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime a souhaité organiser, à Agadir, un Salon international dédié au secteur de la pêche.
A cet effet, l'Association du Salon «Halieutis» a été créée pour prendre en charge l'organisation de cet évènement biennal.
Ainsi, le Salon « Halieutis », placé sous le Haut patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, se présente comme un rendez-vous sectoriel d'envergure nationale et internationale, dédié aux différents métiers de la pêche maritime, de l'aquaculture et des industries de la pêche.
L'Edition 2017 s'articulera principalement autour des 6 pôles :
- Flotte et Engins
- Valorisation et Process
- International
- Formation
- Animation
- Institutionnels & sponsors
La première édition de ce Salon, dénommé Halieutis, s'est tenue à Agadir du 26 au 29 Janvier 2011 sous le Haut patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI et avec sa présence effective. Toujours sous le Haut patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, les deuxième et troisième éditions du Salon Halieutis ont eu lieu respectivement du 11 au 17 février 2013 et du 18 au 22 février 2015.

Le Salon Halieutis a pour ambition de faire connaître davantage les véritables atouts et potentialités halieutiques du Maroc en la matière.
La tenue de cet événement d'envergure internationale vise à mieux faire connaître les développements et les perspectives d'évolution de la filière pêche au Maroc par le biais de la stratégie « Halieutis » :
- Programmes de mise à niveau des infrastructures et de la flotte
- Plans d'aménagement de la ressource
- Développement de l'aquaculture
- Création de pôles régionaux de compétitivité des produits de la mer

LES NOUVELLES AMBITIONS DE «HALIEUTIS 2017»

Une augmentation des surfaces d'exposition ;
Une augmentation du nombre d'exposants ;
Un visitorat professionnel ciblé accompagné de l'organisation de B2B ;
Une présence internationale plus importante avec une présence Africaine affirmée.
De nombreux opérateurs, nationaux et internationaux, ont d'ores et déjà manifesté leur intérêt à être présents lors de cette rencontre dont la vocation internationale s'est dorénavant imposée.

SATISFACTION DES EXPOSANTS

Une enquête menée auprès des exposants de la deuxième édition du Salon a montré que 85% des participants sont satisfaits de la qualité des contacts établis lors de l'événement qui a été notamment marqué par la visite d'un grand nombre d'opérateurs internationaux.

OBJECTIFS DU SALON À L'INTERNATIONAL

La tenue de cet événement d'envergure internationale vise notamment à mieux faire connaître les développements et les perspectives d'évolution de la filière pêche au Maroc par le biais de la stratégie « Halieutis » :
- Programmes de mise à niveau des infrastructures et de la flotte ;
- Plans d'aménagement de la ressource ;
- Développement de l'aquaculture ;
- Création de pôles régionaux de compétitivité des produits de la mer.

A plus grande échelle, le Salon « Halieutis » a pour ambition de créer de nouvelles opportunités d'échange et de partenariat à travers :
- La facilitation des échanges et des relations d'affaires (nord-sud et sud-sud) dans la filière pêche en agissant en tant que plate-forme (HUB) de promotion des échanges et de la coopération entre le Maroc, l'Europe et les pays du Continent Africain
- L'organisation de rencontres B to B entre professionnels intéressés par des contacts ciblés à l'avance
- Des espaces privilégiés d'exposition et d'échange entre exposants de plus de 30 pays et 50.000 visiteurs
- L'invitation de plusieurs délégations ministérielles et d'opérateurs de nombreux pays pour des contacts fructueux.

Ce Salon a également pour but de faire connaître davantage les véritables atouts et potentialités halieutiques du
Maroc en la matière.
A plus grande échelle, le Salon « Halieutis » a pour ambition de créer de nouvelles opportunités d'échange et de partenariat à travers :
- La facilitation des échanges et des relations d'affaires (nord-sud et sud-sud) dans la filière pêche en agissant en tant que plate-forme (HUB) de promotion des échanges et de la coopération entre le Maroc, l'Europe et les pays du Continent Africain ;
- L'organisation de rencontres B to B entre professionnels intéressés par des contacts ciblés à l'avance ;
- Des espaces privilégiés d'exposition et d'échange à la fois entre exposants de plus de 30 pays et plus de 45.000 visiteurs ;
- L'invitation de plusieurs délégations ministérielles et d'opérateurs de nombreux pays pour des contacts fructueux et à haut niveau.

Contact
Commissariat Salon Halieutis
Avenue du Prince Moulay Abdellah
Imm : A - 1er étage - Apt 20 - 80000 AGADIR
Tél : +212 661 196 916
E-mail : commissariat@salon-halieutis.com

WWW.IPSENLOGISTICS.COM

IPSEN LOGISTICS
Power beyond cargo

EFFICACE ››› AVANTAGEUX ››› FLEXIBLE

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

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

Fruit Logistica

Des produits frais

Fruit Logistica, le salon leader du commerce international des fruits et légumes frais va fêter son 25ème anniversaire du 8 au 10 février 2017. Pour la première fois cette année, le pays organisateur du salon sera également le pays partenaire officiel.

L'Allemagne est le plus grand marché de consommation européen. Les fruits et les légumes allemands sont de plus en plus demandés comme produits d'exportation. Ceci est dû, d'une part, à la qualité sévèrement contrôlée des produits allemands et à la fiabilité des partenaires commerciaux et, d'autre part, au fait que l'on contribue à promouvoir la conquête de nouveaux marchés et les échanges bilatéraux avec le soutien du ministère fédéral de l'Alimentation et de l'Agriculture.

C'est pour cette raison que les entreprises appartenant à la Fédération allemande des producteurs de fruits et légumes (BVEO) ont créé le site Internet www.germany-your-garden.de intitulé «Germany - Your Garden». Le site offre aux visiteurs professionnels internationaux du salon une plateforme business sur laquelle ils pourront avoir un aperçu global de l'assortiment innovant des entreprises allemandes.

Pendant l'événement, les visiteurs professionnels en provenance du monde entier trouveront les producteurs allemands dans le stand collectif de la BVEO implanté dans le hall 20.

Dialogue fructueux : le symposium Frutic

Avec plus d'une cinquantaine de conférences scientifiques, le symposium international Frutic, qui aura lieu le 7 février 2017, sera une plate-forme idéale pour les échanges entre les experts scientifiques et le secteur des fruits et légumes frais. Les innovations et les nouvelles technologies pour la qualité et la sécurité des fruits et légumes seront au centre de ce symposium. La réunion internationale des experts sera organisée pour la première fois en relation avec Fruit Logistica. Les intervenants seront des experts leaders à l'échelle internationale : Pr. Dr Hidemi Izumi de la Kindai University (Japon), Pr. Dr Maria Isabel Gil du Spanish National Research Council Murcia (Espagne) et Pr. Dr Christopher Watkins de la Cornell University (USA).

Les thèmes présentés englobent les développements technologiques dans la production, la récole et la post-récolte, mais aussi dans le contrôle de la qualité des fruits, des légumes et des noix. Il sera entre autre question de l'influence qu'ont les conditions de la pré-récolte sur la qualité de la post-récolte, des méthodes non destructives pour déterminer la qualité ainsi que du

traitement après récolte dans le secteur des fruits et des légumes. Des concepts innovant pour l'emballage et le stockage seront également présentés, par exemple de nouveaux procédés pour le contrôle de la qualité assisté par capteurs, ainsi qu'une approche basée sur la modélisation mathématique pour optimaliser les systèmes d'emballage et de stockage. Dans le secteur de la sécurité des produits, ce sont des technologies pour découper les produits frais et l'utilisation des procédés de décontamination au plasma qui seront à l'ordre du jour.

Inscription et informations complémentaires sur le symposium FRUTIC sur le site Web frutic.atb-potsdam.de

Être bien préparé à l'avenir avec le salon Fruit Logistica

Dans un monde de plus en plus complexe, les connaissances et le savoir-faire sont les meilleures bases pour une planification commerciale efficace et des décisions judicieuses. Le vaste programme parallèle du salon est un soutien précieux pour y arriver. Toutes les manifestations feront l'objet d'une traduction simultanée en allemand, en anglais, en français, en italien et en espagnol.

Le nouvel événement, Fruitnet World of Fresh Ideas (FWO-FI), aura lieu la veille du salon. L'événement montre les plus importantes tendances dans le commerce mondial des fruits et légumes frais, des toutes dernières tendances dans le commerce de détail des denrées alimentaires jusqu'aux nouveaux développements dans la production, dans l'emballage, dans le transport et dans la logistique. Il donne ainsi des impulsions créatives pour prendre chaque jour de meilleures décisions commerciales.

(Mardi, 7 février 2017, de 13 h 30 à 18 h 30, hall 17, Kleiner Stern. Frais de participation : 102 euros).

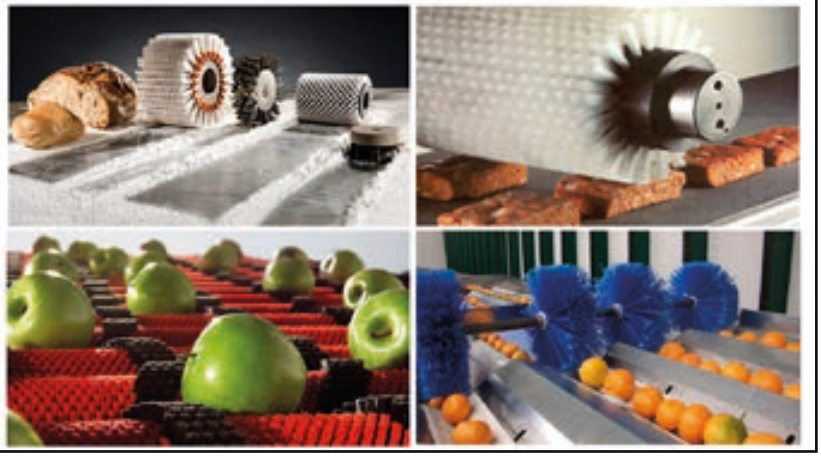
Clean Eating à Fruit Logitica 2017

De nos jours, les produits certifiés bios et les produits finaux frais font également partie d'une alimentation saine et équilibrée. La nouvelle tendance s'appelle Clean Eating, une alimentation bénéfique pour la santé avec des denrées alimentaires très fraîches et naturelles. Il s'agit de s'alimenter le plus simplement possible. On mange de préférence des denrées alimentaires dans lesquelles rien n'a été ajouté pendant le processus de fabrication et qui n'ont subi aucun traitement pouvant nettement réduire leur valeur nutritive. Clean Eating n'évoque pas seulement la forme physique et la légèreté, mais l'ai également.

Pour pouvoir discerner d'une manière optimale les exposants de produits bios et de produits frais parmi plus de 2.900 exposants, les visiteurs professionnels ont la possibilité d'établir le circuit de leur visite via un service en ligne spécial. Ils peuvent chercher et trouver de manière ciblée tous les exposant de ces secteurs dans la Virtual Market Place. Ils ont également la possibilité de préparer en avance leur visite individuelle bien avant que le salon n'ouvre ses portes.

Du 8 au 10 février 2017 - Messe Berlin www.fruitlogistica.de.

Genesco
Brosserie industrielle, Matériel de nettoyage & Environnement
FABRICANT DE TOUS TYPES DE BROSSES POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE
81, RUE IFNI - 20300 - CASABLANCA
TÉL.: 05 22 31 42 34 / 44 34 37 - FAX: 05 22 31 52 98
EMAIL: GENESCO@GENESCO.MA
SITEWEB: WWW.GENESCO.MA



La filière des fruits rouges au Maroc

Par fruits rouges on désigne une gamme d'espèces arbustives fruitières comme le fraisier, le myrtillier, le groseillier, le framboisier et le mûrier.
Les fruits rouges sont actuellement parmi les spéculations fruitières les plus rentables et sont très demandés par les marchés, notamment européens et américains.

La demande internationale migre de plus en plus vers les fruits rouges. Ces dernières années, la croissance s'évalue à plus de 7%. Et en ce qui concerne le Maroc, l'offre ne manque pas de suivre la tendance. En moyenne, le chiffre d'affaires réalisé par la fraise et les autres fruits rouges est de l'ordre de 1,5 milliard de DH dont près de 90% à l'export. L'activité génère aussi 3 millions de journées de travail sur une période de 9 mois, de septembre à mai.

Histoire

Le fraisier a été introduit au Maroc depuis les années cinquante, mais sa culture n'a démarré que vers la fin des années 70 dans deux périmètres irrigués du Loukos et de Sous Massa. Dix ans plus tard la culture s'est étendue au périmètre du Ghrab. A partir du début des années 1990 le Maroc produisait des fraises dans deux régions : le Gharb (78%) et le Loukos (22%)

Pour les autres espèces de fruits rouges cultivées au Maroc, les premières tentatives d'introduction de la culture de la framboise et la myrtille ont débutés par les producteurs du Loukos au début des années 2000. Les variétés ont été introduites d'Europe et ont nécessité un fort besoin en froid ce qui freiner fortement leur potentiel de développement.

A partir de 2004, certains horticulteurs, installés dans le périmètre du Loukos, ont introduit les premières variétés à faible besoin en froid offrant des conditions favorables de développement compatibles avec

Cultivées dans les zones tempérées froides, les fruits rouges ont pris une importance grandissante ces dernières années en raison des possibilités d'extension de leurs cultures dans les zones à climat à hivers doux, comme les pays du bassin méditerranéen.

La quasi-totalité des exportations de fruits rouges sont certifiées Eurepgap et la majorité des stations de conditionnement et des unités de surgélation sont certifiées HACCP. De ce fait, ces structures répondent aux normes techniques des marchés les plus exigeants comme les marchés européens ou américains.

l'écosystème climatique de la région.

Superficie & production

Trois espèces de fruits rouges sont particulièrement prisées par le marché mondial : la fraise, la framboise et la myrtille. En effet, ces fruits rouges s'adaptent parfaitement aux conditions climatiques du Maroc. Et aujourd'hui, ils constituent le segment le plus rentable.

La superficie de fruits rouges au Maroc s'étale sur 4.162 ha concentrés à 85% sur la fraise, le reste est partagé entre la myrtille (10%) et la framboise (5%).

Aujourd'hui, la production s'élève à plus de 150.000 tonnes. La fraise domine la production totale (97%). La superficie dédiée à la fraise vise à se stabiliser aux environs de 3.500 Ha, tandis que les autres filières connaissent une croissance.

Actuellement, la surface globale de la framboise s'élève à 395 hectares et garantie une production de 3.100 tonnes dont l'essentiel est exporté. La culture des myrtilles s'étale elle sur une superficie de 280 ha et génère une production de 1.780 tonnes.

Qualité & Importance économique

L'importance économique de cette filière prend de plus en plus d'ampleur vue la proximité des marchés européens, le climat favorable, la disponibilité des terres, de l'eau, de la main-d'oeuvre qualifiée et les incitations à l'investissement mises à la disposition des investisseurs par le département de l'agriculture à travers le Fonds de Développement Agricole. L'attractivité pour cette filière au Maroc a généré une vague de co-localisation d'entreprises européennes qui a notamment contribué à son développement et à l'adoption des techniques les plus innovantes en matière d'irrigation, de fertigation et de lutte intégrée pour la protection des cultures.

Contrat programme

La filière s'est dotée d'un contrat programme pour la zone Loukkos-Gharb, couvrant la période 2014-2020 dont les objectifs sont retracés sur le tableau suivant :

Spéculation	Superficie 2020	Production à l'export (T)	CA
Fraise	5.000	200.000	3 milliards de dh à l'export
Framboise	1500	15000	
Myrtille	3.000	30.000	

Organisation professionnelle

Sur le plan organisationnel, la filière des fruits rouges est encadrée par deux associations, l'Association Marocaine des Producteurs de Fruits Rouges (AMPFR) et l'Association Marocaine des Conditionneurs et Exportateurs de Fraise (AMCEF). Elles ont comme objectifs

- la contribution à la mise à niveau des entreprises agricoles,
- la diffusion des informations sur le marché,
- l'amélioration du niveau technique et organisationnel des entreprises agricoles - et la participation à la formation des agriculteurs et des agro-industriels.

Exportations

Au Maroc, lors de la campagne 2014-2015, près de 100.000 tonnes de fruits rouges ont été exportés. La fraise étant la « star » des fruits rouges exportés.

En moyenne, le Maroc exporte annuellement près de 19 milles tonnes de fraises fraiche et 47 milles tonnes de fraises congelées

La fraise a enregistré un volume d'exportation de près de 50.000 tonnes, en comparaison avec la campagne 2013-2014. Cette augmentation concerne surtout les fraises congelées. En effet, les fraises congelées s'adaptent aux conditions climatiques des pays de destination et permettent de combler les périodes où la production européenne fait défaut.

Les exportations de framboises et de myrtilles ont poursuivies leur croissance soutenue entamée depuis quelques années. En effet, entre 2008 et 2014, les exportations de framboises ont été multipliées par 4 et celles de myrtilles par 28, passant respectivement de 949

La superficie totale emblavée en petits fruits rouges dans la région du Loukkos s'est établie, durant la campagne 2015-2016, à 4.000 hectares au niveau de 550 exploitations, dont 3.000 hectares de fraise, 500 ha de myrtille et 500 hectares de framboise, selon la Direction régionale de l'agriculture (DRA), notant que la production totale des petits fruits rouges a atteint 130.000 tonnes, ce qui représente 80% de la production nationale.

Sur le plan compétitivité commerciale, la situation en Europe, principal marché visé par les producteurs marocains, montre que ce marché ne peut pas satisfaire ses besoins en fruits rouges pendant la période hivernale et une partie de la période printanière. En effet, bien que plusieurs pays européens soient producteurs de petits fruits rouges, leurs production n'arrivent sur le marché qu'a partir de la période juin-juillet. Pendant le reste de l'année, l'approvisionnement se fait notamment du Chili et du Mexique. Le Maroc peut donc aisément se positionner sur ce marché compte tenu de sa proximité géographique avec l'Europe qui lui confère un avantage concurrentiel durable par rapport aux pays de l'Amérique Latine.

tonnes à 3974 tonnes et de 139 tonnes à 3895 tonnes.

La destination principale des exportations marocaines reste l'union européenne (UE) avec 95% du volume exporté. L'Espagne (35%), la France (33%) et le Royaume-Uni (20%) concentrent près de 90% du marché. Une diversification des marchés et des offres est souhaitable afin d'améliorer nos exportations et remédier aux fluctuations de la demande sur le marché européen.

Dans ce cadre, et afin de conquérir de nouveaux marchés à l'exportation, le département de l'agriculture (via le Fond de Développement Agricole) a mis en place une subvention de 500 Dh/tonnes pour l'exportation de fraise hors union européenne.

Circuits de commercialisation

Le secteur des fruits rouges présente divers niveaux d'intégration. Trois circuits de commercialisations principaux coexistent (court, moyen et long) présentant chacun des niveaux de complexité variables.

Les producteurs peuvent être classés en trois groupes principaux

- les exploitations agricoles à grande échelle intégrées
- les exploitations agricoles à grande échelle non intégrées
- et les petites exploitations:

• Le premier groupe comporte essentiellement des exportateurs étrangers espagnols, français, hollandais, belges et portugais bien intégrés qui produisent des fraises avec des surfaces minimum de 50 ha. Ces groupes agro-industriels étrangers contrôlent la plus grande partie des importations de plants au Maroc par le biais de leurs relations avec les pépinières étrangères. Outre la vente des plants aux producteurs marocains, ils ont aussi tendance à prendre en charge leurs opérations de commercialisation. Ils prélèvent une commission sur les exportations de fraises fraîches et surgelées.

• Le deuxième groupe comprend des producteurs marocains partenaires de groupes agroindustriels nationaux ou étrangers centrés sur l'exportation de produits frais et surgelés

• Le troisième groupe rassemble des petits producteurs marocains produisant essentiellement pour le marché intérieur. Certains d'entre eux arrivent toutefois à vendre une partie de leur récolte à l'export.

Remerciements au Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime - Direction de la Stratégie et des Statistiques.

Le marché mondial croissant des emballages

L'industrie de l'emballage est un facteur économique mondial important. Selon Smithers Pira, le marché mondial des emballages croît à des taux annuels de 3,5 pour cent et atteindra en 2020 un volume de 998 milliards de dollars US (environ 900 milliards d'euros).

Les emballages plastiques dominent le marché des matériaux de conditionnement.

Selon Euromonitor, 4.000 milliards d'emballages ont été vendus au monde en 2015. Le plastique y est le matériau le plus utilisé : 50 pour cent de tous les emballages sont en plastique. Les emballages plastiques flexibles en représentent la plus grande part (environ 60 pour cent) – une tendance à la hausse. De plus en plus de produits sont emballés dans des emballages flexibles en tout genre, comme des sachets, des sacs à fond plat, des films etc. La demande dans ce domaine provient surtout du secteur alimentaire. « Praticité (convenience en anglais) » est le mot-clef : l'emballage doit être léger, facile à ouvrir et à fermer, le produit doit être facile à diviser en portions.

Les sacs à fond plat sont un des moteurs de croissance dans le secteur des emballages plastiques flexibles, puisqu'ils répondent au souhait du consommateur de plus de praticité. Les sacs à fond plat s'ouvrent facilement, surtout lorsqu'ils sont pourvus d'un bec verseur.

Les sacs à fond plat sont légers, ce qui réduit l'usage de ressources d'un côté, et de l'autre côté les coûts de transport des denrées. En plus, il faut des temps de chauffage plus courts pour stériliser des produits dans un sac à fond plat, puisque les températures nécessaires à la stérilisation y sont atteintes plus vite que dans des boîtes volumineuses, dans une boîte pliante ou dans un sac en aluminium. Des procédés d'embouteillage modernes garantissent, en combinaison à des sacs stérilisables, une qualité toujours meilleure des produits et une vitesse d'embouteillage croissante.

La deuxième plus grande catégorie dans le secteur des matériaux de conditionnement plastiques (40 pour cent) est celle des emballages plastiques rigides. Un des plus importants acheteurs principaux de ces emballages est l'industrie des boissons. Le PET occupe depuis beaucoup d'années la première place dans les emballages de boissons. La consommation mondialement grandissante de boissons non alcoolisées, et en particulier d'eau en bouteille, fera augmenter la demande en emballages PET dans les années à venir. Un autre moteur de croissance est la substitution grandissante du verre par des récipients plastiques rigides.

Si jusqu'à présent, les boissons étaient le secteur principal des PET, on les utilise de plus en plus pour mettre en bouteille des denrées alimentaires ou des produits chimiques ménagers. Ceux-ci profitent de leurs qualités : ils sont légers, on peut les recycler, ils sont incassables et offrent une haute transparence. Par ailleurs, leurs effets de barrière aux gaz et de protection contre les UV ne cessent de s'améliorer. Des bouteilles en PET à paroi intérieure faite d'une très fine couche protectrice de verre rendent aussi possible la mise en bouteilles en PET de produits sensibles, comme la bière, le vin et le

Ce sondage, réalisé par l'ObSoCo pour ALL4PACK Paris, vise à mieux cerner « l'expérience emballage » des consommateurs européens, à la fois dans ses aspects fonctionnels et émotionnels.

Pour cela, cinq principales dimensions de l'emballage ont été investiguées :

- le développement des emballages connectés et intelligents,
- es emballages dans le cadre du e-commerce,
- es informations placées sur les emballages,
- l'effet « waouh » associé aux emballages en série limitée ou personnalisés, et
- es grandes fonctions de l'emballage.

Si une forme de consensus apparait sur certains de ces points, le sondage met en évidence deux grands critères de segmentation quant au rapport à l'emballage : il est influencé par des spécificités culturelles et un effet de génération.

Plus précisément, on observe une certaine divergence entre les Français et les Allemands d'une part, qui semblent privilégier une approche fonctionnelle de l'emballage, et les Italiens et Espagnols d'autre part, plus sensibles à l'esthétique et aux aspects émotionnels.

Un effet de génération semble également influencer le rapport à l'emballage des consommateurs, en particulier en ce qui concerne l'innovation et la réduction de l'impact environnemental.

jus. La couche protectrice prolonge la conservation des produits embouteillés. Leur qualité, leur goût et leur teneur en vitamines restent conservés pendant longtemps.

Le marché des emballages en carton est très disputé partout dans le monde. En 2015, plus de 620 millions d'emballages en papier/carton ont été vendus. Selon Euromonitor International, la demande d'emballages en carton doit augmenter de 6 pour cent au total jusqu'en 2019, entre autres grâce au commerce en ligne croissant. Là, le carton est le matériau de conditionnement par excellence.

Le commerce de détail sédentaire ressent déjà fortement la concurrence grandissante du commerce en ligne. Pour cette raison, il est important de rendre efficaces les flux de travail sur place et de présenter la marchandise de façon optimale au point de vente. Ici, les conditionnements sur présentoir en carton ondulé, appelés shelf-ready-packaging (SRP), gagnent de plus en plus en importance. Le SRP aide le commerce de détail à optimiser les processus et à baisser les coûts. Le SRP permet de mieux présenter les marchandises dans l'étalage, le consommateur a une bonne vue sur les produits et peut se servir facilement.

Avec la vente de 420 millions de pièces en 2015, les emballages métalliques représentent le troisième segment en taille des matériaux de conditionnement. Le principal acheteur d'emballages métalliques est l'industrie des boissons. La canette est un emballage établi et répandu partout au monde pour l'embouteillage de bière, de boissons énergisantes d'autres boissons fonctionnelles. La demande mondiale croissante de ces boissons a un effet positif sur la demande en canettes. On prévoit une croissance de 12 pour cent d'ici à 2019.

En comparaison à l'industrie des boissons, l'industrie alimentaire n'emploie qu'une petite part d'emballages métalliques. Les récipients en métal sont un emballage pratique et à la fois protecteur. Leurs très bonnes propriétés de barrière permettent un stockage facile des denrées alimentaires même sans réfrigération. Les contenus restent frais même sans agents conservateurs. Les emballages métalliques permettent des vitesses de traitement élevées et par là satisfont à toutes les exigences d'une chaîne de traitement et de livraison efficace. Bien que les emballages métalliques se soient progressivement allégés ces dernières années, ils sont de plus en plus souvent remplacés dans le secteur alimentaire par des emballages plastiques, plus légers.

Le verre protège parfaitement les produits, car il est inerte et étanche à la diffusion. Les récipients en verre sont employés avant tout dans l'industrie des boissons, en particulier pour la mise en bouteille de bière, de spiritueux et de vin. Or, beaucoup de consommateurs perçoivent les récipients en verre comme lourds et peu pratiques (risque de casse), et pour cela préfèrent des produits en emballages plastiques. Mais dans le secteur premium, le verre est, et reste, le matériau de conditionnement par excellence. Les ventes d'emballages en verre doivent augmenter de 7 pour cent au total d'ici à 2019, atteignant alors 338 millions de pièces.

Smart Packaging : des emballages actifs et intelligents

La tendance est aux emballages intelligents. Ils doivent surveiller et enregistrer les influences environnementales auxquelles la denrée alimentaire est exposée. Par là, ils renseignent directement sur l'état de la qualité du produit. Ainsi, des emballages dotés d'indicateurs temps-température montrent avec précision le degré de fraîcheur du produit – aussi au-delà de la date de péremption. Cette technologie fournit en plus un indice sûr si la chaîne du froid a été interrompue, ou si le produit est encore propre à la consommation.

Des emballages actifs pour plus de sécurité alimentaire

Les emballages protègent les denrées alimentaires contre les influences extérieures, comme le transfert de germes microbiens, les dégâts par la pression, la poussière ou la pénétration d'humidité. Mais à ce jour, cette protection est purement passive. Des matériaux d'emballage modernes vont beaucoup plus loin – ils interviennent

« activement » dans les événements physiques, biologiques et chimiques. Ils régulent l'humidité dans les emballages, absorbent de l'oxygène, du carbone ou de l'éthylène, et ainsi prolongent la durée de conservation et la qualité des denrées alimentaires. Mais avant tout, ils sont actifs biochimiquement et luttent ainsi contre la propagation de germes microbiens.

De nouveaux matériaux

Sous l'aspect de la durabilité, les fabricants d'articles de marque misent de plus en plus sur l'emploi d'emballages en plastique à base de matières premières renouvelables, comme des bioplastiques basés sur l'amidon de maïs ou la canne à sucre.
Un exemple : les emballages plastiques flexibles faits de films multicouches transparents à matériaux de barrière en protéines de lactosérum au lieu de couches de barrière en polymères d'origine pétrochimique. Les couches de protéines lactosériques sont biodégradables, et les ingrédients naturellement présents dans le lactosérum peuvent prolonger de façon naturelle la durée de conservation des denrées alimentaires. La production des films peut s'effectuer sur des équipements conventionnels, après de légères transformations. Des chercheurs travaillent actuellement à l'utilisation de matériaux de revêtement à base de lactosérum afin de fabriquer des récipients thermoformés, comme des gobelets ou des bols.

Moteurs de croissance

La croissance persistante du marché de l'emballage a deux raisons : l'urbanisation croissante et la tendance persistante vers plus de produits préparés. De par le monde, de plus en plus d'humains vivent dans des villes. Les fournir tous les jours en denrées alimentaires de haute qualité et toutes autres marchandises nécessaires comporte d'énormes enjeux logistiques. Les emballages sont la clef d'un transport non altéré et irréprochable des denrées et marchandises vers les clients. En outre, la consommation grandissante suite à la croissance des classes moyennes dans les pays en voie de développement et les pays émergents, ainsi que la concurrence grandissante dans les marchés mûrs, contribuent à la croissance du marché de l'emballage.

La praticité est et reste un fort moteur de croissance pour les emballages. La demande par les consommateurs de produits pratiques et faciles à manier ne cesse de grandir, surtout dans le domaine des denrées alimentaires et boissons faciles à consommer en route ou sur le lieu de travail. Aux exigences classiques envers les emballages, comme la protection et la transportabilité, s'ajoutent d'autres envers un meilleur dosage, un maniement plus facile, la refermabilité et le prélèvement contrôlé. L'évolution démographique, à son tour, mène à une demande croissante de conditionnements petits et à portion unique.
Voici juste quelques thèmes et exemples de solutions innovantes pour l'industrie de l'emballage, un des thèmes centraux de l'interpack, le salon leader mondial pour le processing et le packaging, qui aura lieu du 04 au 10 mai 2017 à Düsseldorf. Le salon représente la chaîne de valeur complète et présente des solutions sur mesure, des concepts innovants et les matériaux de conditionnement les plus variés.
Il est la plateforme parfaite pour générer de nouvelles idées, rencontrer des concepteurs d'emballages innovants et discuter de solutions techniques avec des fournisseurs de machines et d'emballages.

© Interpack
Du 04 au 10 mai 2017 à Düsseldorf.

EVOLUTION DU SECTEUR LOGISTIQUE AU MAROC

Depuis son lancement en 2010, le déploiement de la stratégie logistique nationale a connu une réelle impulsion et des efforts importants ont été fournis ayant permis de réaliser plusieurs acquis pour le secteur et ce, à différents niveaux.

Une offre en immobilier logistique plus étoffée, plus moderne, à un prix plus compétitif.

Le Maroc qui ne comptait en 2010 que quelques dizaines d'hectares aménagés de plateformes logistiques modernes totalise aujourd'hui près de 550 ha aménagés à Casablanca, Tanger et dans plusieurs régions accueillant les plateformes industrielles intégrées.

Par rapport à ce développement, l'apport des acteurs publics a été important en matière d'aménagement dans la mesure où ils ont procédé à la viabilisation de 87% de la surface aménagée sur la période 2010-2015. En revanche, la contribution des opérateurs privés était plus significative dans la construction de bâtiments logistiques avec une part de 74%. Les importants investissements effectués par les opérateurs publics et privés ont permis de baisser de 35% le prix de location de l'immobilier logistique prêt à l'emploi sur les quatre dernières années et l'offre d'immobilier logistique moderne (classe A et B) a plus que triplé à Casablanca pour atteindre 700.000 m² couverts en 2015. Cependant, et malgré l'évolution notable qu'a connue l'offre en immobilier logistique au Maroc, ce marché connait certaines limites. En effet, le prix des terrains aménagés reste élevé et l'offre actuelle ne couvre pas l'ensemble des régions et n'est pas assez diversifiée pour combler les besoins de certains opérateurs PME-PMI, Freight forwarders, messagerie, etc.

En outre, l'éparpillement de projets de plateformes logistiques de petite échelle ne permet pas une massification des investissements notamment ceux des infrastructures hors sites et des équipements et services pouvant être mutualisés entre plusieurs exploitants. Une démarche de planification par l'Etat s'avère à ce titre nécessaire. Dans ce sens, des projets de schémas régionaux de zones logistiques ont été élaborés prenant en compte le contexte économique de chaque région et des critères de localisation liés notamment à la proximité des pôles générateurs de flux, à la connectivité aux différents réseaux d'infrastructures et à la topographie des terrains.

Dans ce cadre, 2.750 ha d'assiettes foncières sur les 3.300 ha prévus par le schéma national à horizon 2030 (soit environ 83%) ont été identifiés en concertation avec les acteurs locaux des différentes régions. Les engagements d'allouer les assiettes foncières identifiées au développement des zones logistiques devront être actés à travers la signature d'un ensemble de conventions régionales associant les départements ministériels, le secteur privé, les régions et les collectivités concernées.

Par ailleurs, la planification des zones logistiques a été actée dans les projets de Schémas Directeurs d'Aménagement Urbain (SDAU) de plusieurs villes notamment : le Grand Agadir, Béni-Mellal, Fès, Meknès, Rabat-Salé et Kénitra.

En accompagnement de cette planification régionale, la structuration des premiers projets de zones logistiques est bien avancée dans plusieurs régions du Royaume pour permettre le lancement d'appels à manifestation d'intérêt en vue de placer ces projets auprès d'investisseurs privés, publics ou mixtes. Les composantes fonctionnelles de ces projets varient selon les cas et peuvent concerner un parc logistique locatif nouvelle génération (classe A double ou mono face) et/ou un parc locatif PME/PMI de stockage intermédiaire et/ou des parcelles de terrain prête à la construction ainsi que des équipements et services gérés en commun au profit des utilisateurs des zones logistiques.

Une offre de services logistiques en nette évolution.

En termes de développement du tissu des opérateurs du secteur, le marché national a connu depuis 2010

l'installation de nombreux groupes internationaux et un développement significatif des opérateurs marocains.

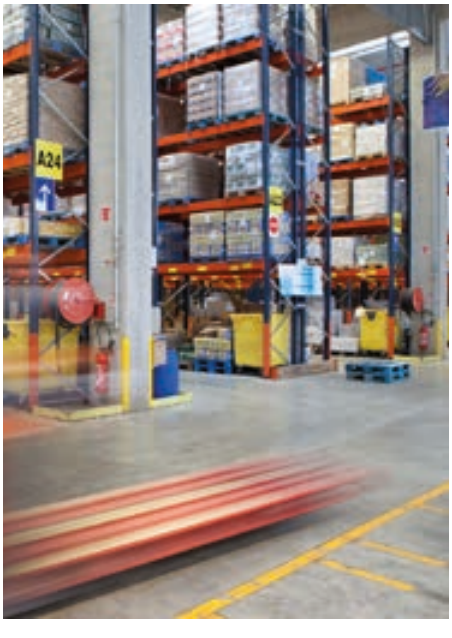
Plusieurs opérateurs nationaux commencent à se positionner à l'international notamment sur le marché africain et bénéficient aujourd'hui de la confiance de chargeurs de classe mondiale grâce notamment à l'évolution positive de l'offre des prestations logistiques.

En effet, plusieurs opérateurs 3PL présents sur le marché marocain proposent une offre intégrée de prestations logistiques couvrant notamment le transport, l'entreposage, la préparation de commandes et d'autres opérations à valeur ajoutée (étiquetage, copacking, etc.).

Le secteur du Forwarding constitue également un maillon important dans la mise à niveau des services logistiques import-export dans la mesure où les Freight Forwarders dont le nombre est estimé à 800 opérateurs Par ailleurs, la planification des zones logistiques a été actée dans les projets de Schémas Directeurs d'Aménagement Urbain (SDAU) de plusieurs villes notamment: le Grand Agadir, Béni-Mellal, Fès, Meknès, Rabat-Salé et Kénitra.

En accompagnement de cette planification régionale, la structuration des premiers projets de zones logistiques est bien avancée dans plusieurs régions du Royaume pour permettre le lancement d'appels à manifestation au Maroc contribuent à la mutualisation des flux de marchandises et de ce fait concoure à l'amélioration de la compétitivité des

échanges commerciaux du Maroc.
S'agissant de l'activité de messagerie, elle connaît une croissance annuelle de 15% sachant par ailleurs que 40% du marché serait aujourd'hui détenu par le secteur informel.
Sur un autre registre, le marché de l'équipement informatique pour la logistique a connu une croissance de 30 à 40% sur les 5 dernières années. Néanmoins, et malgré cette croissance, le taux de pénétration des I.T reste encore faible dans le secteur logistique au Maroc.
Globalement, la multiplication des opérateurs dans le marché et la diversification de l'offre de prestations de services logistiques ont eu un impact direct sur les coûts logistiques. Le coût d'entreposage a, à ce titre, baissé pour atteindre 1,9 dh/jour/palette en 2015 contre 3 dh/ jour/palette en 2010.
Une offre en immobilier logistique plus étoffée, plus moderne, à un prix plus compétitif d'intérêt en vue de placer ces projets auprès d'investisseurs privés, publics ou mixtes. les composantes fonctionnelles de ces projets varient selon les cas et peuvent concerner un parc logistique locatif nouvelle génération (classe A double ou mono face) et/ou un parc locatif PME/ PMI de stockage intermédiaire et/ ou des parcelles de terrain prête à la construction ainsi que des équipements et services gérés en commun au profit des utilisateurs des zones logistiques.



Une forte mobilisation autour de thématiques/ secteurs présentant des enjeux importants d'amélioration logistique

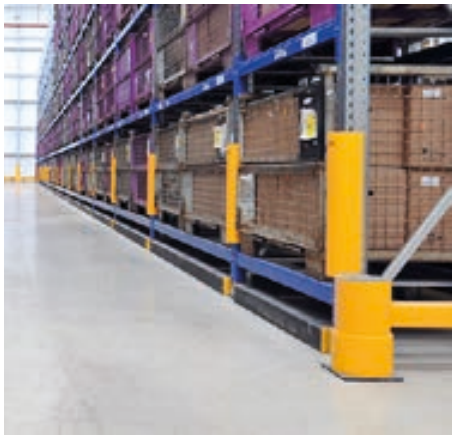
Un travail considérable a été mené pour assurer une large syndication des acteurs intervenant dans la mise en oeuvre de la stratégie logistique nationale. Le Maroc dispose désormais d'un ensemble de plans d'actions sectoriels sur la période 2014-2020 pour le développement de la formation et l'amélioration des principales chaînes logistiques du pays (import/export, distribution interne, matériaux de construction), actés par la signature de conventions spécifiques associant toutes les parties prenantes publiques et privées.
La mise en oeuvre de ces plans d'actions a été largement engagée notamment à travers le lancement de plusieurs chantiers et mesures. En matière d'amélioration de la chaîne logistique Import-Export, le Maroc a entrepris plusieurs actions d'amélioration des services au niveau des ports marocains notamment à travers l'amélioration du système de traçabilité des marchandises, l'harmonisation des horaires de travail au niveau des ports marocains avec le passage en mode 3 shifts (24/24h) et l'opérationnalisation du guichet unique Portnet.
Concernant la chaîne logistique de distribution interne, le chantier de la mise à niveau de la logistique urbaine a été engagé vue son importance vitale pour le développement de la compétitivité logistique du pays globalement mais aussi pour le développement économique, la qualité de vie, l'accessibilité et l'attrait des communes urbaines.
L'offre de formation en logistique a également connu depuis le lancement de la stratégie nationale logistique en 2010, une progression importante. Elle a presque triplé entre 2010 et 2015 pour passer de 2500 sièges pédagogiques à plus de 7300 actuellement. Près de 120 établissements dispensent en 2015 des formations en logistique avec 220 branches couvrant l'enseignement supérieur et la formation professionnelle et relevant d'établissements publics ou privés.
En outre et afin d'assurer et pérenniser l'adéquation quantitative et qualitative entre l'offre de formation et la demande en compétences du secteur de la logistique au Maroc, un Board National de Coordination de la Formation en Logistique (BNCFL) a été constitué en septembre 2015.

Un volume d'activités et des investissements des entreprises du secteur en nette évolution.

Malgré les difficultés liées à la conjoncture économique internationale, le marché de la prestation logistique et du transport routier de marchandises a connu une importante croissance entre 2010 et 2014 avec un chiffre d'affaires qui est passé de 17 à près de 21 milliards de dirhams, soit une croissance moyenne annuelle de 5,2%, supérieure d'un point par rapport à la croissance moyenne du PIB durant la même période.
Ce développement a été opéré grâce à des investissements effectués par les entreprises de la logistique et du transport routier de marchandises qui ont atteint 5,5 milliards de dirhams comme moyenne annuelle pour la période 2010-2014, soit une augmentation de près de 30% comparée à la période 2005-2009.
En outre, la dynamique du marché de la logistique et du transport de marchandises a permis de générer entre 2009 et 2014 environ 11800 créations nettes d'emplois (hors emplois logistiques chez les donneurs d'ordre). Le secteur de la logistique et du transport de marchandises s'est classé de ce fait 4ème secteur pourvoyeur d'emplois après le commerce, la pêche et l'immobilier et devant les secteurs de télécoms, de services financiers ou encore de tourisme.

Dispositif institutionnel mis en place pour renforcer la gouvernance du secteur.

Sur le plan institutionnel, la gouvernance du secteur a été renforcée par la mise en place de l'Agence Marocaine



de Développement de la Logistique (AMDL), de l'Observatoire Marocain de la Compétitivité Logistique (OMCL), du Board National de Coordination de la Formation en Logistique (BNCFL) et de la Commission Nationale de Normalisation Logistique (CNNL). Cette dernière a adopté le 1er lot de sept normes génériques dont le processus d'homologation a été lancé.

Sur un autre plan, la communauté logistique s'est davantage organisée ces dernières années notamment grâce aux efforts et à des initiatives du secteur privé. Ainsi, des comités logistiques au sein des fédérations membres de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (secteur de l'automobile, secteur agroalimentaire, secteur aéronautique, etc.) ont été créés et un Cluster logistique, a vu le jour dans la région de Souss-Massa.

Un leadership régional confirmé de la logistique marocaine.

En termes de rayonnement à l'international, la stratégie marocaine est aujourd'hui citée en exemple par différents pays et institutions internationales. Le Maroc a acquis une position de leader régional comme le démontre les différents classements internationaux et en témoigne son adhésion unique, en tant que pays non européen, à l'European Logistics Association.

Les accords de coopération signés à l'occasion des Visites Royales en Afrique et le succès du 1er congrès africain du transport et de la logistique organisé en novembre 2015 est également indicatif de la place qu'occupe désormais le Maroc comme leader dans sa région et comme gateway logistique incontournable pour l'Afrique.

Ce leadership développé par le Maroc dans le secteur logistique a certainement pesé dans les décisions d'opérateurs économiques de classe mondiales dans plusieurs secteurs notamment l'aéronautique (Bombardier), l'automobile (Peugeot, Citroën), la distribution (Décathlon) et la pharmaceutique (Sanofi), qui ont développé au Maroc des bases logistiques reliant l'Afrique aux marchés mondiaux.

Publication de l'AMDL
N°18 / Edition 2016
+212 (0) 538 00 93 01
+212 (0) 537 76 16 68
amdl@amdl.gov.ma
www.amdl.gov.ma

Innovation Award 2017 Fruit Logistica

Le Fruit Logistoca Innovation Award est considéré comme le plus important prix de la branche.
Les dix innovations seront présentées du 8 au 10 février 2017 sur une surface d'exposition située entre les halls 20 et 21.
Un jury composé de membres actifs dans toutes les phases commerciales du secteur a sélectionné les nominés parmi une soixantaine d'envois.
Un aperçu des 10 nominés (voir aussi nos pages nouveaux produits).

BE-Cube Demountable Palletbox System

Beekenkamp Verpakkingen B.V., Pays-Bas
Hall 1.2, D-07
www.beekenkamp.nl

Le BE-Cube est un système de palettes à multiples usages, flexibles et entièrement repliables, donc peu encombrantes, pour le stockage et le transport de produits tels les pommes de terre, les oignons, les noix et les graines. Le montage et le démontage des palettes s'effectuent en quelques minutes seulement. Les BE-Cubes pèsent moins que des palettes en bois ou en plastique, mais leur construction spéciale fait en sorte qu'ils sont aussi robustes. Il est possible d'empiler huit BE-Cubes pour une charge maximale de 900 kg. Le BE-Cube standard a les mêmes dimensions qu'une palette, à savoir 1 000 x 1 200 mm, et est doté de supports en aluminium d'une hauteur pouvant aller jusqu'à 1 250 mm. Il existe, en option, différents bigbags et formats stringer ainsi qu'une ouverture au sol et une fonction de basculement pour le dosage du chargement.

Lancement sur le marché : octobre 2016

Mango Peeler & De-Cheeker

ZTI Smart Machines, Pays-Bas
Hall 3.1, stand A-05
www.zti.nl

Le Mango Peeler & De-Cheeker est une machine qui épluche d'un coup et enlève le noyau d'une grande quantité de mangues. Des pinces dynamiques s'ajustent automatiquement à la taille des mangues et maintiennent le fruit. Des crampons spécialement développés à cet effet servent de porteurs. Des ressorts elastospring spécialement développés par ZTI positionnent les mangues de manière optimale pour un épluchage précis par des couteaux éplucheurs ajustables. Le Mango Peeler & De-Cheeker garantit un traitement efficace et en douceur des fruits et fait en sorte que les taux de rendement soient excellents et que le Shelf Life soit optimal. La capacité s'élève à 40 fruits/minute.

Lancement sur le marché : février 2016

Natupol Excel – Bee Vision

Koppert Biological Systems, Pays-Bas
Hall 1.2, stand D-08
www.koppert.com

La Natupol Excel – Bee Vision est un outil de navigation destiné aux bourdons. Elle les aide à retrouver leur ruche pendant les mois de l'année où l'éclairage artificiel est défavorable dans les serres. Des signaux rétroréfléchissants et le revêtement spécial des cartons font en sorte qu'ils ne perdent pas inutilement de l'énergie lors de leur orientation sous un éclairage artificiel. Ils peuvent ainsi entièrement utiliser leurs forces à la pollinisation des cultures maraîchères et fruitières.

Lancement sur le marché : octobre 2016

PROCESS ' INOX

LEADER DE L'ÉQUIPEMENT POUR L'AGRO-INDUSTRIE

Nos partenaires

GEMÜ · GRUNDFOS · INOXPA · JUMO · KSB · DEFINOX · Fristam · Endress+Hauser People for Process Automation · invensys APV · Prepac · WestfaliaSurge · WILDEN · ALFA LAVAL · BSLT · PCM

El Hadika - 1er étage N°23 Aïn Sebaa Casablanca - Maroc

Tél : 212 (0)522 67 33 38/39 - Fax : 212 (0)522 67 27 31 - Mobile : 212 (0)661 42 19 53 - Email : process.inox@orange.fr

Recettes selon Madame Loïk

Velouté aux champignons de Paris

Les ingrédients
75g de Fromage Fouetté Madame Loïk Ail et Fines Herbes Paysan Breton
500g de champignons de Paris
1 oignon
½ cube de bouillon de légumes
2 cuillères à soupe de farine
1L d'eau
4 tranches de bacon
3 fines tranches de baguette
Poivre

Recette
Epluchez les champignons et coupez-les en morceaux.
Epluchez et émincez l'oignon.
Faites chauffer une sauteuse avec un peu de matière grasse et faites revenir l'oignon et les champignons pendant 5 minutes.
Ajoutez la farine, mélangez puis versez l'eau. Ajoutez le cube de bouillon de légumes.
Poivrez et laissez cuire 30 minutes à petits bouillons.
Versez le contenu de la sauteuse dans le bol d'un blender et mixez.
Ajoutez le Fromage Fouetté Madame Loïk Ail et Fines Herbes.
Coupez les tranches de baguette en dés et faites-les revenir dans un peu de beurre.
Coupez les tranches de bacon en dés et faites-les dorer sans matière grasse.
Servez la soupe bien chaude et parsemez de croûton et de bacon.

Astuce
Vous pouvez également mixer la soupe sans le Fromage Fouetté Madame Loïk Ail et Fines Herbes et le proposer en quenelle au moment du service.

Quenelles de crabe et Fromage Fouetté

Les ingrédients
1 pot de Fromage Fouetté Madame Loïk Ail et Fines Herbes de Paysan Breton
100g de miettes de crabe
3 gouttes de sauce piquante
24 biscuits apéritifs salés
Pour la décoration: quelques brins d'aneth ou de ciboulette

Recette
Dans un saladier, mélangez le Fromage Fouetté Madame Loïk Ail et Fines Herbes et les miettes de crabe égouttées. Assaisonnez de sauce piquante, mélangez.
Filmez et placez le saladier pendant 2h au réfrigérateur.
Au dernier moment, préparez les quenelles de crabe en vous aidant de deux cuillères à soupe et en les posant sur des biscuits apéritifs.
Décorez de brins d'aneth et servez.

Astuce
Réalisez le montage au dernier moment pour que les biscuits restent croquants. Vous pouvez remplacer le crabe par du thon.

Lasagnes de courgettes et fromage fouetté

Les ingrédients
150g de Fromage Fouetté Madame Loïk Echalote Ciboulette
30g de Beurre Moulé La Pointe De Sel Paysan Breton
8 plaques de lasagnes
2 courgettes (bien fermes)
2 cuillères à soupe d'huile d'olive
Sel, poivre du moulin

Méthode
Préchauffez le four à 210°C (th.7).
Lavez et râpez les courgettes, faites-les cuire à feu vif dans une sauteuse avec le Beurre Moulé La Pointe de Sel et l'huile pendant environ 10 minutes. Mélangez-les au Fromage Fouetté Echalote Ciboulette. Assaisonnez.
Au fond d'un plat à lasagnes, disposez 4 plaques de lasagnes, couvrez d'un tiers du mélange à base de courgettes et réitérez l'opération 1 fois en terminant par le mélange. Enfournez et faites cuire 20 minutes.

Astuce
Pour un plat plus consistant, il est possible d'ajouter des miettes de thon à ces lasagnes, de couvrir le plat de sauce béchamel puis de fromage râpé. Faites gratiner.

Le cahier
HORECA
Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

Hôtel
Le Mövenpick Mansour Eddahbi

Salons
Sirha 2016 : l'édition de tous les records
Cremaï 2017

Luminaires
Le relamping selon Eglo

Restauration
Le Raspoutine Marrakech

BOCUSE D'OR

UNE WEB SERIE

Le Bocuse d'Or fête ses 30 ans et à cette occasion créé une web série inédite :
7 rencontres exclusives et intimistes avec des chefs renommés, diffusées depuis le 18 janvier 2017 et tout au long de l'année.
Jérôme Bocuse, Régis Marcon, Noriyuki Hamada, Tamas Szell, Giovana Grossi, Daniel Boulud, Rasmus Kofoed, sont tous des grands témoins du Bocuse d'Or et font part de leur vision de « l'Everest de la Cuisine » à travers des témoignages poignants et passionnés.
Dans une ambiance feutrée en noir et blanc, les chefs se livrent, parlent de leur expérience et du concours qui a changé leur vie. Valorisant la parole, la dimension humaine, inscrite dans l'ADN du Bocuse d'Or, est au coeur de ces rencontres.
A travers des films courts, cette web série sera diffusée sur le site internet du concours et tous ses réseaux sociaux à raison d'un portrait tous les 2 mois. Elle offre une nouvelle opportunité de partager avec toute la communauté du Bocuse d'Or de grands moments d'émotion, et de mettre en perspective les 30 prochaines années !
Nous vous proposons de découvrir aujourd'hui, le premier épisode avec Jérôme Bocuse :
www.youtube.com/watch?v=hmfnYjr0094

OUVERTURE

VILLA SORAYA

La maison d'hôtes Villa Soraya, vient enrichir l'offre touristique de Rabat. Surplombant la Vallée du Menzah, la demeure est un joyau des années 1990 qui s'impose à Rabat par une architecture de style colonial américain.
Ici, le passé et le présent se rejoignent avec subtilité. Le style colonial américain croise, en douceur, un design contemporain et une pointe d'architecture marocaine. Une élégance romantique et un décor raffiné hors du temps.
Le tout avec une vue magique sur la Vallée du Menzah, qui se dessine à travers les baies vitrées.
Les 14 suites et la villa de 300 m2 qui composent l'établissement prennent ainsi, chacune, une allure différente. Un écrin sur-mesure pour ravir tous les goûts de ceux qui y séjournent.
A deux pas du Royal Golf et du Royal Club Equestre Dar Es Salam, Villa Soraya est le lieu privilégié des sportifs.
L'engagement artistique de Villa Soraya en fait également une source d'inspiration inépuisable pour toutes celles et tous ceux qui aiment l'effervescence culturelle et intellectuelle.

www.villa-soraya.com

FAST FOOD

QUICK A MARRAKECH

La principale enseigne d'origine européenne de restauration rapide hamburger, annonce l'ouverture de Quick Marrakech Gueliz au 223, Boulevard Mohamed V. Après Rabat Agdal en Février, Casablanca Maarif en Septembre, Ténor Restauration, Master franchisé Quick au Maroc, annonce l'extension de son réseau à la ville ocre du Maroc en s'installant au coeur de Marrakech.
Avec une surface de plus de 650m² et une capacité totale de 250 places assises, ce 3ème restaurant Quick s'inscrit dans la continuité de la lignée du nouveau concept architectural «Bon Voisin» qui reflète la modernité et renforce la volonté de la marque à favoriser l'expérience client.
Convivialité et proximité sont les mots d'ordre de la franchise Quick qui souhaite offrir à ses clients un service de restauration au sein de lieux chaleureux et accueillants.
Le restaurant Quick Gueliz se veut confortable et propose des équipements de qualité inscrits dans un registre design. Avec ce décor, qui fait la part belle au rouge, blanc et gris, Quick a voulu conserver l'image fun et décalée que l'enseigne a toujours revendiquée. Cela se traduit notamment par des murs habillés de tracés filaires aux formes de personnages. Un Système de cloisons placées à l'intérieur et à l'extérieur du restaurant rend l'espace convivial et intime.
Pour que chaque client se sente comme chez lui, le restaurant de Marrakech Gueliz propose également de nombreux services : un espace Wifi gratuit, des bornes de commande réduisant le temps d'attente, une aire de jeux intérieure «la maison de Quickos» pour le plus grand plaisir des enfants, ainsi qu'une terrasse de près de 50m².

223, Boulevard Mohamed V - Marrakech

SALON DE L'ÉQUIPEMENT, DE LA DÉCORATION, DU DESIGN ET DE L'ART DE VIVRE

Hospitality Style

DU 03 AU 06 MAI 2017
À L'ESPLANADE BAB JDID - MARRAKECH

4ÈME ÉDITION

Une équipe à votre service

Adil Karim
Directeur Business Unit
Tél. : +212 (0) 5 22 27 43 35
GSM : +212 (0) 6 61 39 71 57
+212 (0) 6 61 97 53 11
adil.karim@reedexpo.fr

Sanaa Iguerwane Benjelloun
Directrice de Projets
Tél. : +212 (0) 5 22 46 54 51
GSM : +212 (0) 6 61 42 65 93
sanaa.iguerwane@reedexpo.fr

Ghita Chaouki Benchekroun
Responsable Commerciale
Tél. : +212 (0) 5 22 46 54 52
GSM : +212 (0) 6 61 43 19 36
ghita.chaouki@reedexpo.fr

Sous l'égide du Ministère du Tourisme

MAROC

Partenaires Institutionnels :

C.N.T

ESIR

FNR

Reed Exhibitions Morocco

MAROCOTEL

HOTELLERIE

HILTON GARDEN INN CASABLANCA

Hilton a signé une convention de gestion avec Group Sadiki afin d'ouvrir son premier hôtel à Casablanca. La nouvelle arrive après une année marquante pour Hilton au Maroc, qui a procédé au rétablissement de sa présence dans le pays en mars 2016 avec l'ouverture du Hilton Garden Inn Tanger City Center. La marque moyenne gamme Hilton Garden sera bientôt représentée dans la plus grande ville du Maroc, avec la construction d'un établissement prévue pour c'est année.
Hilton Garden Inn Casablanca Sidi Maarouf se composera initialement de 118 chambres et comptera un espace disponible pour permettre son expansion. L'hôtel fait partie d'un développement à usage mixte avec une salle de bal de 550 m² et un restaurant marocain-oriental dont la construction est également prévue à proximité. Le Hilton Garden Inn comprendra trois restaurants dans l'établissement, en plus d'un autre espace événementiel de 300 m² ajouté au complexe. L'hôtel pense pouvoir accueillir ses premiers clients en 2021.

www.hilton.com - www.groupsadiki.com

RESTAURANT

NOUVELLE BAVAROISE

La Brasserie Bavaroise, à Casablanca, propose une nouvelle carte, qui ne manquera pas de stimuler les sens de ses convives. Entre les suggestions de l'ardoise du Chef Jilali, véritable alchimie des goûts français et marocains, et le généreux banc d'huîtres de Dakhla, le renouveau passe par le menu...
Effet COP22, chaque repas servi donne l'assurance d'impacter au minimum possible l'environnement en privilégiant l'approche locavore qui consiste à servir des produits frais issus de l'environnement immédiat du restaurant, en revisitant les plats qui contiennent désormais une plus grande proportion de légumes et surtout, des produits de saison, pour minimiser l'impact environnemental des assiettes.
Cerise sur le gâteau, le restaurant est maintenant ouvert à longueur de semaine (7/7).
Enfin, le soir du réveillon, une animation musicale sera assurée par la chanteuse Eva Gloria, accompagnée de son pianiste Keyann Wellborn, pour une transition musicale parfaite vers 2017.

Rue Allal Ben Abdellah, Casablanca - 05 22 311 760

CONCOURS

MEILLEUR BARMAN DU MAROC

En décembre dernier, le métier de barman a été mis à l'honneur au 555 Marrakech à l'occasion de la Grande Finale du Concours des Barmen du Maroc 2016. 20 barmen issus des plus beaux établissements du Maroc tels que les Sofitel Maroc, Le Royal Mansour, le Mandarin Oriental et Royal Palm se sont challengés pour devenir le Meilleur mixologue et barman du pays.
Après le restaurant Amatto à Marrakech pour les qualifications sud et la Maison à Casabalanca pour les qualifications nord, c'est une institution qui a ouvert les portes de son établissement aux barmen marocains pour l'événement : le 555 Marrakech !
Pour cela, les 20 qualifiés pour la grande finale ont réalisé un cocktail classique à tiré au sort comme les fameux Cosmopolitan, Mojito, Gin fizz et bien d'autres encore ainsi qu'un cocktail création à partir d'un alcool de base également tiré au sort. Les participants se sont également affrontés lors d'une épreuve écrite consacrée à leur connaissance sur la culture bar.
Le jury s'est composé pour cette édition de trois pointures du monde du bar et de la restauration, notamment Luc Litschgi mixologue et directeur et plusieurs établissements en France.
C'est Samir El Layfi, Barman du Mandarin Oriental de Marrakech, qui a été élu Meilleur Barmen du Maroc 2016.

PISCINEXPO MAROC 2017

01 ▸ 04 MARS

OFFICE DES CHANGES

www.piscineexpomaroc.com

8ème Édition

PISCINE-SPA, BIEN-ÊTRE,
JARDIN &TRAITEMENT DES EAUX

POOL-SPA-WELLNESS-GARDEN &
WATER TREATMENT

INFORMATIONS & RÉSERVATIONS

Tél Bureau: +212(0) 522 296 526 - Gsm: +212 (0) 669 730 183/+212 (0) 663 177 202
E-mail: kalm.events@gmail.com / 4you.medias@gmail.com

PROJET
M AVENUE

Downtown Hôtel Corporation, développeur du projet M Avenue a participé dans le cadre de la COP22 à un Side Event organisé par la délégation canadienne et l'association CAP COP22 pour présenter son projet M Avenue, la première avenue Green du Maroc.
Une "avenue jardin" de 500 mètres de long bien située - longeant le Four Seasons Hôtel et conduisant aux portes des jardins de la Ménara - proposant un mix inédit d'hôtels, de résidences, de bureaux, de boutiques, de restaurants, de cafés, de galeries d'art et de lieux d'expositions.
Sur le plan urbain, M Avenue ouvre un nouveau tracé naturel sur un axe vital, qui reliera la Médina à la Ménara en quelques minutes, depuis le quartier du Guéliz et le Palais des Congrès.

www.fourseasons.com

OUVERTURE
WRIGHT TEA 1856

Wright Tea, maison de thé de luxe 100% marocaine, vient d'ouvrir une comptoir au Morocco Mall. Vous y découvrirez les plus grands crus issus des meilleurs jardins et plantations au monde. Le propriétaire, Hamid Raji parcourt le monde depuis plus de 30 ans à la recherche des meilleurs sites de production pour vous proposer des breuvages d'exception de hautes origines, des blends exclusifs. Vous y apprécierez également des mélanges parfumés uniques et exclusifs, élaborés et manufacturés dans les laboratoires de la Maison, sur la base de thés verts, rouges et noirs. La collection Héritage rend ainsi hommage au patrimoine culturel et historique marocain ainsi qu'au savoir-faire ancestral de la préparation du thé quand mille et une nuits transporte en Orient avec ses parfums d'épices envoûtants tandis qu'Escapade fait voyager parmi les cultures du monde avec ses notes fruitées et délicatement sucrées..
La gastronomie n'est pas oubliée puisque du petit-déjeuner au 5 o'clock tea, les sommeliers du thé de la maison proposent d'accompagner le cru de votre choix d'une création culinaire exclusive incluant le thé sous des formes variées, sucrées ou salées.

Morocco Mall - Espace Luxe.

SALON
MOROCCO BEAUTY EXPO

L'association A-SPA-Maroc en collaboration avec l'agence Atelier Vita organisera du 26 au 30 Avril 2017 à la Foire Internationale de Casablanca (OFEC) la deuxième édition du salon international de la beauté et du bien être : Morocco Beauty Expo.
Le salon est considéré comme l'unique exposition en Afrique qui offre à ses partenaires les produits et services de beauté, de Bien-Être de coiffure, d'esthétique et de fitness diversifiés. C'est une plateforme dédiée aux professionnels de cosmétique (fournisseurs et fabricants) des technologies de transformation, d'emballage, d'étiquetage, d'informatique et bien d'autres....
C'est l'occasion aussi pour découvrir les nouveautés et les professionnels de beauté, wellness, coiffure, esthétique, fitness et sport et connaitre de près leurs produits et services. Les visiteurs vont bénéficier d'un programme riche et varié de rencontres, compétitions, ateliers, work shop, conférences, formations, etc.

moroccobeautyexpo.com

RESTAURANT

CUISINE ASIATIQUE

Mélange de spécialités thaï, coréennes, vietnamiennes, chinoises et japonaises, Lily's cuisine asiatique est une invitation à découvrir le meilleur des mets de ces pays avec une vue spectaculaire sur l'océan.

L'enseigne a fait appel à des chefs étoilés au Guide Michelin et des chefs asiatiques, avec le concours d'un prestigieux chef consultant en la personne du Thaïlandais Ian Kittichai dont le restaurant de New York, Kittichai Restaurant, a été élu meilleur nouveau restaurant asiatique en 2005 par le magazine Food Wine.

Le lieu quant à lui a été mis en scène par les architectes casablancais Sophia Sebti et Yachar Bouhaya, comme un véritable écrin dont la scénographie évoque un mix d'influences asiatiques.

3 grandes salles intérieures : la salle des ombrelles, la salle des jardinières et la salle des papillons.

Tous les jours de 12h00 à 02h00
92, bd de la corniche - Casablanca

AÉRIEN

NOUVELLES LIGNES

La compagnie Air Arabia a lancé le 4 décembre dernier, deux nouvelles routes depuis Fès et Tanger vers Paris Charles De Gaulle. Les départs depuis Fès-Saïss seront opérés les jeudi et dimanche à 06h00 et les vols retours depuis Paris Charles De Gaulle à 21h20. Les vols entre Tanger Ibn-Battouta et Paris Charles De Gaulle seront opérés les jeudi et dimanche avec un départ pour Paris à 11h00 et un vol retour à 16h35. Les vols seront opérés à bord d'un A320.

Réservations sur www.airarabia.com

SIRHA 2017,
l'édition de tous les records !

Sirha 2017 a enregistré une fréquentation exceptionnelle de 208 000 professionnels dont 25 000 chefs, en hausse de 10 % par rapport à 2015, et avec 17 % de croissance pour les visiteurs internationaux.

Les 3 000 exposants et marques français et internationaux ont accueilli 208 000 professionnels (+10 % vs 2015) à la recherche des toutes dernières innovations et inspirations. 25 469 chefs se sont donné rendez-vous au salon, qui a accueilli + 17 % de visiteurs étrangers.
Carrefour du Food Service Mondial et salon référent des professionnels, Sirha 2017 a dépassé toutes les attentes : une affluence record et un business réalisé sur salon absolument jamais vu ! Toute en effervescence, portée par l'enthousiasme et l'implication de tous ses acteurs, l'édition 2017 a permis aux visiteurs de vivre une expérience incroyable, bien au-delà de ce qu'ils étaient venus chercher.

Sirha 2017 : un réservoir d'idées bouillonnant, un lieu de sourcing exceptionnel
Toujours plus prospectif et efficace, Sirha 2017 a réuni plus de 750 nouveautés sur des stands plus grands en moyenne, et d'une qualité toujours plus impressionnante. Tout concourrait à une visite efficace et enthousiasmante pour tous les participants, dans une ambiance extraordinaire, particulièrement propice aux affaires.
Déployé sur 132 000 m² en 2017, Sirha pourra étendre encore son offre, du 26 au 30 janvier 2019, sur 9 000 m² supplémentaires grâce à la construction d'un nouveau hall.

Concours Sirha : émulation et transmission de tous les métiers

3 nouveaux concours sont venus encore enrichir le programme du Sirha 2017. Le trophée du Maître d'Hôtel, le Concours des Meilleurs Jeunes Boulangers Internationaux

LE MAROC AU SIRHA

Le Maroc a participé à deux des trois grands concours culinaires de cette édition du Sirha 2017, le Bocuse d'or et la coupe du monde de pâtisserie.
Les couleurs du royaume on été défendues par 2 équipes : Aissam Ait Ouakrim avec son coatch Moulay Rachid Maftouh et son commis Kamal Ait Ayad pour le Bocuse d'Or.
Et Mourad Hilaoui, Abdelilah Enniri et Younes Zarouali pour la Coupe du Monde de Pâtisserie.

Sirha (Salon International de la Restauration de l'Hôtellerie et de l'Alimentation) rassemble les professionnels de la restauration pour partager les tendances du Food Service mondial. Organisé à Lyon Eurexpo tous les mois de Janvier des années impaires, il accueille depuis plus de 30 ans les concours internationaux de la gastronomie : Le Bocuse d'Or et la Coupe du Monde de la Pâtisserie, créés respectivement par Paul Bocuse d'Or et Gabriel Paillasson. Aujourd'hui, Sirha est exporté dans 5 autres pays: Brésil, Mexique, Hongrie, Suisse et Turquie.

et le Global Young Chefs Challenge ont tout naturellement trouvé leur place au Sirha, venant enrichir une programmation déjà représentative de tous les métiers de bouche et de la restauration commerciale ou collective.

Tous les lauréats des concours

Bocuse d'Or

Bocuse d'Or : Etats-Unis

Mathew Peters, sous-chef au restaurant triplement étoilé Per Se (New York) représentant les Etats Unis, gagne le Bocuse d'Or et une dotation de 20 000 euros..

Bocuse d'Argent : Norvège

Christopher William Davidsen, chef de 3 restaurants (Trondheim), représentant la Norvège, remporte le Bocuse d'Argent et une dotation de 15 000 euros.

Bocuse de Bronze : Islande

Viktor Andrésson, chef au restaurant Grillio du Radisson Blu Saga (Reykjavik) représentant l'Islande remporte le Bocuse de Bronze et une dotation de 10 000 euros.

Ces trois nouveaux lauréats ont aussi le privilège d'intégrer la prestigieuse association des Bocuse d'Or Winners.

Le chef Mathew Peters a su parfaitement composer avec les deux épreuves imposées : un « poulet de Bresse aux crustacés » à présenter sur plateau avec ses accompagnements et une « assiette végétale » pour magnifier les légumes dans un thème totalement inédit.

Coupe du Monde de la Pâtisserie

La France s'est imposée lors de l'édition 2017 de la Coupe de Monde de la Pâtisserie, rendez-vous international référent de la profession depuis 1989,

créée par Gabriel Paillasson, président fondateur. Parmi les 22 équipes composées de 3 professionnels spécialisés (sucre, chocolat, glace) venues de 4 continents, l'équipe de France composée d'Etienne Leroy, Bastien Girard et Jean-Thomas Schneider a réussi un parcours sans faute au terme de 10 heures d'épreuves, suivie par le Japon et la Suisse.

Médaille d'or : France

L'équipe française composée d'Etienne Leroy, Bastien Girard et Jean-Thomas Schneider remporte la médaille d'or, le trophée, ainsi que 21 000 euros.

Médaille d'argent : Japon

L'équipe japonaise composée de Takahiro Komai, Yoshiaki Uezaki et Takao Yamamoto, remporte la médaille d'argent, le trophée, ainsi que 12 000 euros.

Médaille de bronze : Suisse

L'équipe suisse composée de Cédric Pilloud, Jorge Cardoso et Jean-Baptiste

KAMAL RAHAL JURY D'HONNEUR

Le Chef cuisinier marocain, Kamal Rahal Essoulami, qui a développé l'art pâtissier au Maroc, a été mis salué en tant que président d'honneur du jury. C'est le seul chef du monde arabe et de l'Afrique au jury de cette édition du Sirha.

Il avait déjà reçu à Paris la médaille spéciale célébrant le 50e anniversaire du Salon international de l'Alimentation (SIAL).

Jolliet, remporte la médaille de bronze, le trophée, ainsi que 6 000 euros.
Le prix du Vase de Sèvres, offert par Monsieur le Président de la République et attribué à l'équipe ayant obtenu la meilleure note de présentation du buffet, est remporté par la France.

International Catering Cup

Organisée par la Confédération Nationale des Charcutiers Traiteurs et Traiteurs (CNCT), cette cinquième édition a réuni 12 équipes internationales au lycée-CFA François Rabelais de Dardilly et sur l'Espace des Chefs à Eurexpo-Salon Sirha à Lyon.
Parmi ces équipes, ce sont 24 traiteurs professionnels de 12 pays différents qui se sont investis pendant des mois, soutenus par leurs familles, prêts à tous les sacrifices, parfois pris de doute mais ayant toujours le même objectif : se surpasser et révéler au monde entier leurs talents ! Le niveau des compétiteurs a atteint des sommets : chacun a mis en valeur ses spécificités, sa créativité, sa technique au profit de la gastronomie internationale.
L'équipe de Suisse, représentée par David Alessandria et Julien Gradoz, remporte le Trophée d'Or et le titre du « Meilleur Traiteur du Monde », ainsi que la somme de 8000 €.
L'équipe de France, représentée par Sébastien Zozaya et Yoann Fournier, remporte le Trophée Argent ainsi que la somme de 4000 €.
L'équipe de Singapour, représentée par Patrick Heuberger et Brandon Wei Khong Foo, remporte le Trophée Bronze ainsi que la somme de 2000 €.

Chiffres clés Sirha 2017 : Une édition de légende

- 207 930 professionnels (+ 10% vs 2015) dont :
- 25 469 chefs (+29 %)
- 29 778 internationaux (+ 17%)
- 2984 exposants et marques
- 132 000 m²
- 28 pavillons internationaux - 14 pavillons régionaux
- 21 concours
- 1650 démonstrations /jour - 14 tonnes de denrées offertes à la Banque Alimentaire

UN CONCOURS ECO-RESPONSABLE

Le comité international d'organisation, présidé depuis cette année par le pâtissier Philippe Rigollot – vainqueur du Trophée en 2005 – a eu à cœur de renforcer les valeurs d'un concours au prise avec son époque et son environnement. Tout en multipliant les contraintes techniques (une fleur en sucre obligatoire dans la pièce artistique, un moulage en creux et non plus en chocolat plein pour la sculpture chocolat), le jury a souhaité mettre en avant une démarche économe en matière première en limitant le poids de la sculpture en chocolat à 15 kg. Soit au total, une économie de près de 200 kilos de chocolat par rapport à 1995 pour l'ensemble des participants. Dans le même esprit, un nouveau prix « Éco-responsable » est remis à l'équipe ayant le mieux géré ses matières premières, un bonus de 20 points récompensant les candidats les plus respectueux.

Rendez-vous du 26 au 30 janvier 2019
www.sirha.com

Cremai 2017

A l'occasion du lancement de sa 8ème édition, le Salon Cremai, carrefour international des professionnels de la restauration, de l'alimentaire et de l'industrie hôtelière, vous donne rendez-vous du 21 au 24 Mars 2017 à l'office des foires et des expositions de Casablanca (OFEC).

Cette nouvelle édition du Cremai confirme son positionnement de salon de référence avec plusieurs espaces d'exposition dédiés au CHR. De grands noms de l'industrie sont présents cette année, parmi eux : Aiguebelle, Les Eaux Minérales de Oulmes, Crédit Agricole, Top Class / Lavazza, Socrech, Frais Caprices, Sofadex, Arcade Equipement...

Cremai 2017 c'est quoi?

Monsieur Kamal Rahal Essoulami, organisateur de l'événement, répond à cette question.

«Nous voici à la 8ème édition du Cremai! Encore un rendez-vous convivial que nous nous donnons pour recueillir les tendances, célébrer la créativité, primer l'excellence et rendre hommage au partage.

Chaque édition avait sa particularité, son charme et son aspect constructif et évolutif!

Une source d'inspiration qui nous motive et nous incite chaque jour à donner le meilleur de nous même pour satisfaire nos partenaires et tirer vers le haut les métiers de l'hospitalité au Maroc.

Les challenges sont énormes : un secteur en pleine expansion avec des plans lancés, des chantiers en cours et des investissements en vue. Un présent chargé et un futur motivant qui nous amènent à concentrer les moyens et canaliser les efforts pour accompagner ces différentes perspectives et relever les défis.

La conjoncture morose de l'économie mondiale en ce moment ne doit en aucun cas assaillir notre volonté et baisser la motivation des professionnels ! En se serrant les coudes, en prévalant la qualité et en saisissant les bonnes opportunités, nous en sortirons gagnants et nous défierons la stagnation.

Cremai est justement l'opportunité avec une offre riche, diversifiée et tendance, un visitorat professionnel de très bonne qualité et une organisation aux normes internationales des grands salons.

Chaque jour, nous nous donnons au maximum pour accompagner nos partenaires et être un levier de croissance et de développement pour le secteur grâce à la confiance de tous les professionnels.

Bienvenus dans cette 8ème édition qui répondra certainement à vos objectifs et aspirations professionnels.»

Que peut-on y trouver?

• Une offre intégrale

Tous les produits, services et solutions dédiés au CHR depuis l'aménagement au consommable et fournitures passant par le mobilier, l'équipement et la décoration. Une offre clé en main accompagnant un marché en pleine expansion.

• Des visiteurs acheteurs

Les décideurs locaux et réseaux influents mobilisés par des partenariats institutionnels et un plan de communication ciblé. Un système de planning de RDV online est proposé aux visiteurs pour rentabiliser leurs rencontres avec les exposants.

• Une ambiance tendance

Les dernières solutions dédiées aux hôteliers, restaurateurs et professionnels des métiers de bouche avec des corners démonstratifs animés par de grands chefs et des consultants de renom.

• Une large médiatisation

Présence de plus de 70 journalistes de la presse générale et spécialisée avec des interviews live à travers les chaines de télévision et les radios marocaines et étrangères.

• Des nouveautés au RDV

Une thématique au coeur de l'actualité: COP 22

Les exposants

Les exposants auront une vitrine nationale et régionale pour faire connaître leurs produits et/ou services à une grande partie d'acheteurs. C'est aussi un moyen d'accroitre la notoriété de leur marque auprès des professionnels. Participer à ce salon est aussi une opportunité d'affaire pour développer son entreprise et rencontrer ses prospects et clients, d'explorer de nouveaux marchés et de concrétiser des promesses d'achat.

Le salon se félicite de la reconduction

CREMAI 2015 EN CHIFFRES :

- 210 Exposants
- 600 Marques
- 18105 Visiteurs
- 7 Pays exposants
- 6 Pays Participants au Concours
- 14 Concours
- 160 Candidats
- 41 Gagnants
- 55 Chefs et membres du Jury
- 6 conférences & 14 intervenants

annuelle de ses exposants, de la confiance des institutionnels de tutelle, partenaires marocains et étrangers ainsi que de l'augmentation en chiffres et en qualité, chaque année, du nombre d'exposants et des visiteurs.

Voici les secteurs d'activité représentés

• Mobilier et Linge :

Ameublement hôtelier: literie, linge hôtelier, tapisserie sol et murale, équipement de salles de réception, de conférences et de congrès. Mobilier (salle et terrasse) pour cafés, bars et restaurant. Agencement Spas, piscines et bien être. Vêtement professionnel pour le CHR.

• Equipement :

Grandes cuisines, chaînes de froid, vitrines frigorifiques, machines à café et glace, buanderies, blanchisserie, petit matériel et ustensiles de cuisine, consommables et fournitures divers au CHR...

• Art de la Table et de Décoration :

Argenterie, verrerie, coutellerie, porcelaine, nappes, luminaire, art floral...

• Technologie :

Logiciel de gestion hôtelière, système de caisse, technologie de surveillance, coffres forts, hygiène alimentaire et processus de sécurité alimentaire, traitement des déchets, conseil et services pour le CHR.

• Alimentaire :

Viandes, boissons, conserves, garnitures et salaisons, farines et arômes, produits laitiers et fromagers, épicerie, sucre et dérivés, Chocolat...food & beverage pour le CHR.

• Hygiène :

Distributeurs de produits d'hygiène, aspirateurs, chariot de service d'étage, consommable hygiène, lingettes, détergents ...

Les visiteurs

Ils sont près de 20.000 visiteurs professionnels ayant franchi les portes du Cremai en 2015. Décideurs, prescripteurs et intermédiaires font du Cremai chaque année leur marché cible et leur salon référence. Les professionnels des métiers de bouche programment leurs visites selon un agenda défini pour découvrir et conquérir les dernières nouveautés des métiers de l'hospitalité et de la restauration.

Ils viennent des 4 coins du Maroc et des pays avoisinant pour initier des projets, investir, acquérir, renouveler leurs infrastructures, installations et équipements, pour choisir leurs partenaires et fournisseurs, pour signer des contrats, ou pour se tenir informés des tendances et des nouveautés.

Visiteurs Marocains, Magrébins et Subsahariens patrons et décideurs se retrouveront au sein de :

• Hôtels et établissements touristiques:

Directeurs Généraux, Directeurs des Achats, Directeurs de Restauration, Directeurs Commerciaux, chefs Pâtissiers et Chefs Cuisiniers...

• Collectivités :

Directeurs des achats, Directeurs Financiers, Directeurs Marketing, Directeurs des sites ...

• Pâtisserie-boulangerie :

Patrons, Gérants et chefs Pâtissiers-Boulangers

• Cafés et restaurants :

Patrons, Gérants, Chefs Cuisiniers, Barmen...

• Evénementiel :

Traiteurs, Directeurs d'agences de Communication Directeurs artistiques...

Du 21 au 24 Mars 2017 à l'office des foires et des expositions de Casablanca (OFEC).

Pavailler
innove avec
Rubis Neo
le **premier** four à soles modulaire
3 en 1 Pâtisserie Boulangerie Pizzas

Sté SIGNATURE FSE
11, Rue Yalla El Ifrani
Quartier Racine
20100 Casablanca
Tel : **05 22 94 14 24** / **06 61 44 40 45**

Compacte, la gamme propose 3 types de modules pour la même surface au sol :

- **pâtisserie fine** : tôle noire à picots et buée en option
- **boulangerie** : sole traditionnelle, buée et option élevateur / enfourneur
- **pizzas** : sole spéciale, haute température

Ces 3 modules peuvent être panachés entre eux pour obtenir un four polyvalent ou bien totalement dédié à l'une ou l'autre de ces activités.
Le modèle Rubis Neo R4 permet d'empiler jusqu'à 4 étages au dessus d'un piètement avec glissières ou une étuve. Un faux caisson permettra de réserver l'un d'entre eux pour une **évolution ultérieure**.
Rubis Neo R4 est un four à soles modulaire électrique de **4 plaques** 400x600 ou 460x660mm. Les modèles R2, R3 et R6 seront commercialisés prochainement.

Les conseils d'Eglo

Le relamping

Le relamping consiste à moderniser le système d'éclairage d'une habitation, d'une entreprise, d'un commerce, ... Il permet de remplacer un équipement énergivore par un système LED, plus performant et plus économique, tout en s'inscrivant dans une démarche éco responsable. Nous avons rencontré messieurs Tayeb Benmakhlouf, (Directeur Régional Afrique), Mouhcine Raiss (Responsable Ventes Afrique) et Luc Meunier (Country Manager Maroc), en poste chez Eglo Afrique, pour leur poser quelques questions.

Tout d'abord à quoi sert une étude d'éclairage?

L'étude d'éclairage détermine comment modifier son installation. Qu'il s'agisse de remplacer les ampoules d'une maison, d'un entrepôt, d'une usine, de bureaux, il est nécessaire de préparer avec soin son relamping. Ainsi, une étude d'éclairage et de relamping professionnel permet d'évaluer le système existant, et de déterminer quel système plus économique et performant le remplacera. Grâce à une analyse précise des locaux et des besoins de l'utilisateur, le relamping permettra de reproduire l'ambiance lumineuse souhaitée, et de réaliser d'importantes économies.

Quels sont les atouts du relamping LED?

Les atouts du relamping LED sont, bien sûr, les économies d'énergie, mais pas seulement! L'éclairage LED présente d'autres nombreux avantages :

- La technologie LED permet de consommer jusqu'à 80% d'énergie en moins. Cela permet évidemment de faire chuter votre facture d'électricité.
- L'ampoule LED a une durée de vie pouvant aller de 30.000 à 100.000 heures. Là où une ampoule à incandescence dure environ 1.000 heures. Investir dans le LED peut donc être très rentable à long terme.
- L'éclairage LED est plus solide et plus sûr. Il peut résister aux vibrations, aux chocs et aux variations de température.

Pourquoi acheter une ampoule LED Eglo?

Les ampoules à LED présentent de nombreux avantages par rapport aux ampoules à incandescence classiques, aux ampoules halogènes ou encore aux ampoules fluo compactes (appelées aussi ampoules économiques).

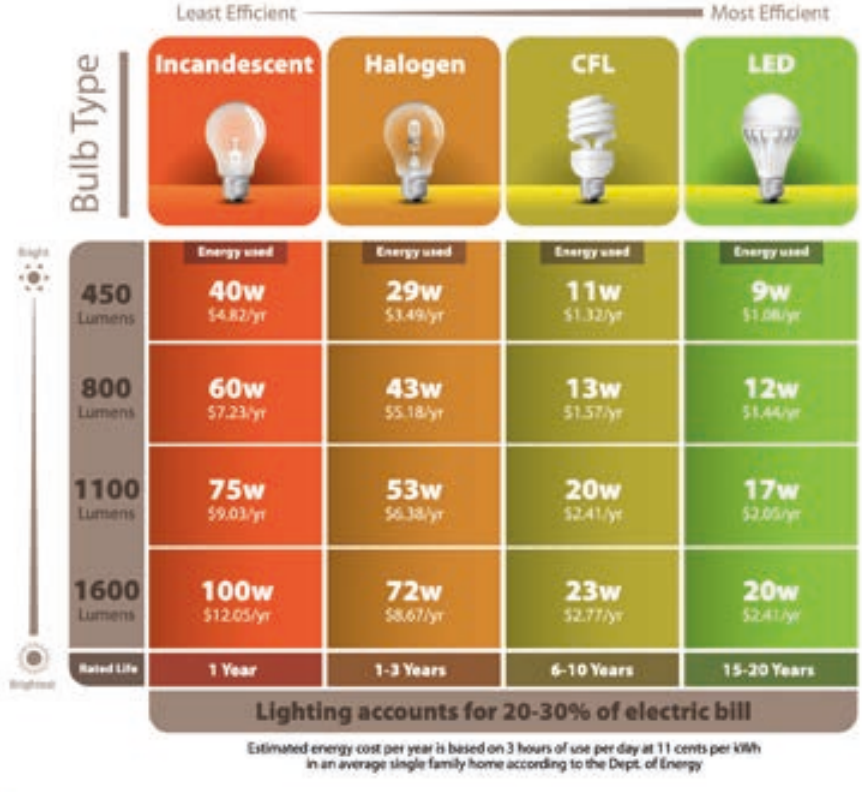
• Elles sont écologiques: Contrairement aux ampoules classiques, les LED ne contiennent pas de mercure ni de gaz polluant.

• Leur consommation est très faible: La consommation d'une LED est en moyenne 8 à 10 fois plus faible qu'une ampoule à incandescence classique, et 3 à 5 fois moins qu'une ampoule fluo compacte (aussi appelée ampoule basse consommation).

• Leur durée de vie est très longue: De 25.000 à 50.000 heures, soit 25 à 50 fois plus qu'une ampoule à incandescence classique, soit environ 20 ans de durée de vie (pour un usage quotidien moyen de 3h). Les nombreux

Ouverture Eglo Outlet Store

Venez découvrir un tout nouveau lieu pour faire de bonnes affaires en matière d'éclairage.
Des articles à prix cassés toute l'année.
Lot Riad Essalam n°4,
Bd Mohammed VI - Mohammedia
(en face de l'école Almaarifa)



En quoi consiste le relamping?

Un relamping requiert :

* Une étude des lieux, car les ampoules choisies varient selon les lieux à éclairer : couloir, bureaux, hangar, cuisine, salon, etc.
* Un inventaire du système d'éclairage et des besoins de l'utilisateur. En effet, un local dédié au travail de bureau nécessite une lumière plus blanche pour reposer les yeux. En revanche, un salon ou une cuisine peuvent nécessiter une ambiance plus chaleureuse.
* De sélectionner les ampoules et les luminaires répondant aux exigences de l'usager.
* De déterminer les critères de qualité à respecter.
* De comparer précisément le coût énergétique de l'ancienne installation par rapport à un nouveau système LED.
* D'évaluer exactement le coût du relamping et les conditions du retour sur investissement. Le prix du relamping varie au cas par cas, mais il dépend surtout du prix des ampoules choisies, du matériel à placer, de l'accès aux luminaires, et du temps de main d'œuvre nécessaire.

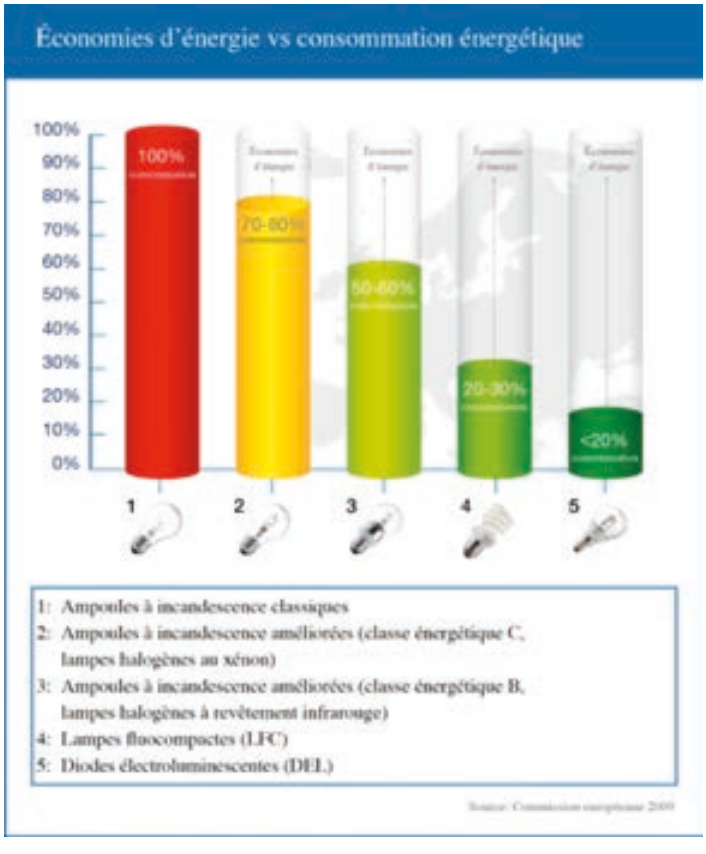
cycles d'allumages et extinctions n'ont pas de répercussion sur la durée de vie contrairement aux autres ampoules. Cette longue durée de vie permet de fortement diminuer les opérations de maintenance et leurs coûts.

• L'allumage est instantané : La puissance lumineuse est de 100% dès l'allumage, ce qui vous évitera d'avoir à attendre plusieurs minutes que l'éclairage soit parfait, comme c'est notamment le cas avec les ampoules fluo-compactes.

• Il n'y a pas de chaleur dégagée : Un des grands avantages de la technologie LED est la faible chaleur dégagée. La température extérieure d'une ampoule LED (ou spot LED) est d'environ 35°C. Il n'y a donc aucun risque de brûlure, notamment lors de l'installation.

• Les ampoules sont très faciles à installer : Les LED s'installent sur les supports existants déjà. Il n'y a pas de changements à effectuer lors de vos installations.

• Nos ampoules sont garanties : 2 à 5 ans de garantie constructeur.



La réduction de votre consommation électrique en modernisant votre éclairage avec des ampoules à LED Eglo vous permet d'optimiser vos dépenses énergétiques.
N'hésitez plus, votre investissement dans la LED Eglo sera très rapidement amorti!

Eglo Concept Store

Eglo mise avant tout sur le design, la qualité et le juste prix.

Eglo crée des tendances avec de nombreux nouveaux produits développés chaque année et de nombreux brevets

Eglo insuffle la mode & le design à travers les échanges constants avec ses clients et ses fournisseurs et la collaboration avec des designers réputés qui offrent une conception moderne et des fonctions polyvalentes pour tous les produits de la marque.

Eglo répond aux exigences de ses clients en écoutant ses remarques et en apportant des solutions d'éclairage individuelles et personnalisées pour les cadres résidentiels.

Eglo accorde de l'importance à la simplicité avec des produits faciles à manipuler avec des instructions d'installation simples et compréhensibles.

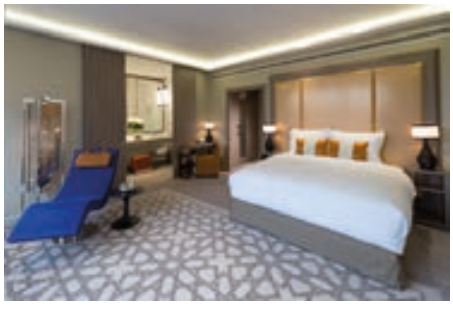
EGLO CONCEPT STORE
Casablanca : Racine - 12, rue Molière - Tél. : 05 22 36 94 85
Rabat : Agdal - 20, rue du 16 novembre - Tél. : 05 37 67 02 62
Mohammedia : Lot Riad Essalam n°4, Bd Mohammed VI (en face de l'école Almaarifa)- Tél. : 05 23 28 43 06
Email : contact@eglomaroc.com
Site web : www.eglo.com
EGLO
my light | my

Mövenpick Hotels & Resorts à Marrakech

L'hôtel 5 étoiles Mövenpick Mansour Eddahbi Marrakech se compose de 503 chambres et du plus grand centre de congrès au Maroc. Le lieu est déjà une véritable icône de la ville rouge.

MÖVENPICK
Hotels & Resorts

Mövenpick Hotels & Resorts a ouvert, en octobre dernier, l'hôtel Mövenpick Mansour Eddahbi Marrakech après une campagne de rénovation de 100 millions USD financés par la société Al Ajial Assets, filiale de Al Ajial Holding qui représente l'autorité d'investissement koweïtienne au Maroc. Cet établissement 5 étoiles, rénové sous le thème de l'Oasis, comporte 503 chambres et suites, 6 restaurants et bars, un spa Ô de Rose par Cinq Mondes de deux étages, un centre de remise en forme, 4 piscines (dont une réservée aux enfants), un kids club et des infrastructures évènementielles exceptionnelles avec un accès direct au Palais des Congrès Marrakech.

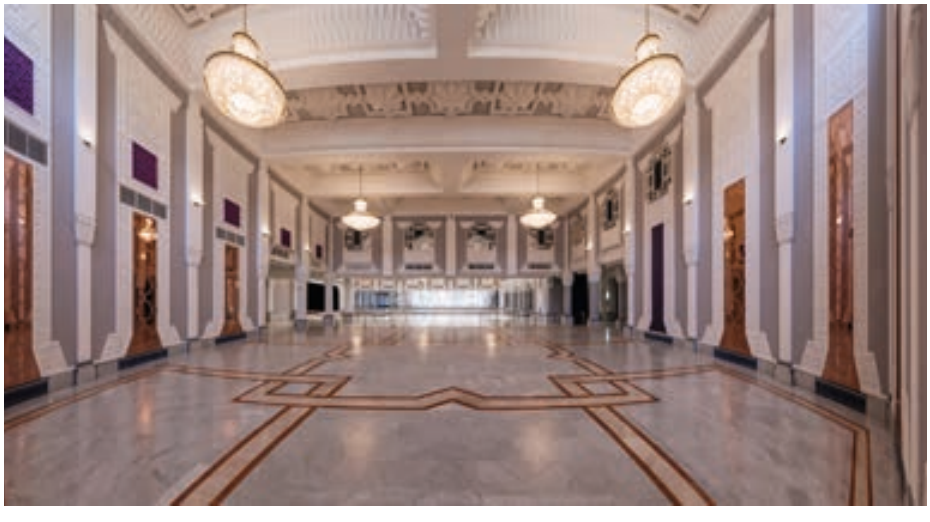


Lieu d'accueil pour de nombreuses réunions lors de la COP22 et le Festival International du Film de Marrakech, l'hôtel Mövenpick Mansour Eddahbi Marrakech confirme son positionnement en tant que nouvelle référence au Maroc.

Propriété de la société koweïtienne Al Ajial Assets, l'hôtel a rouvert sous le management de Mövenpick Hotels & Resorts, après plus de trois années de rénovation complète, ce qui porte au nombre de trois les établissements gérés par la société suisse au Maroc, après Tanger et Casablanca.

Inspiré de la vision et des réalisations d'Ahmed Al Mansour Eddahbi, le grand

L'hôtel est relié par une entrée directe au plus grand centre de congrès du Maroc: l'exceptionnel Palais des Congrès Marrakech. Ce dernier offre une superficie de plus de 5.600 m² dont 2.700 m² sont aménageables en espaces d'exposition, une salle plénière de 1.700 m², 2 auditoriums accueillant jusqu'à 1.489 invités, 20 salles de réunion ainsi que des espaces extérieurs. Grâce à une équipe dédiée et une technologie de pointe, l'hôtel et le Palais des Congrès forment un site idéal pour la réussite de grands congrès, de cérémonies de lancements de produits, d'expositions, d'événements officiels, de concerts ou encore de performances théâtrales.



Cinq restaurants et un bar «rooftop» invitent les clients à découvrir la culture saâdienne, chacun proposant un aspect de l'univers de Mansour Eddahbi :
- un cadre idéal pour se délecter de la cuisine gastronomique marocaine au restaurant Dahbi ;
- le barbecue au Jamra bar & grill ;
- la tente caïdale au Saray ; les saveurs méditerranéennes au Medi Terra ;
- des spécialités savoureuses au Nozha Coffee Shop & Take Away ;
- sans oublier les nuits étoilées du Manso Lounge & Rooftop.

sultan de la dynastie saâdienne, l'hôtel est un écrin contemporain et un havre de paix situé à quelques minutes de la Médina, du prestigieux quartier de l'Hivernage et à seulement 15 minutes de l'aéroport de Marrakech-Ménara.
Les 503 chambres et suites, disposant toutes d'un balcon privé, sont propices aux familles, aux voyageurs d'affaires.
L'hôtel dispose de 108 chambres interconnectées et s'est doté de nouvelles chambres exécutives dans un bâtiment additionnel au sein du Resort. L'hôtel propose des réalisations architecturales uniques qui enchantent le visiteur et offre une immersion inédite au coeur d'un oasis : les hôtes sont accueillis par de superbes fontaines, mille et unes bougies incrustées dans les murs et une profusion d'éléments naturels, comme le bois, l'eau, le feu et le cuivre. Durant leur séjour, les invités bénéficient d'une tranquillité à nulle autre pareille grâce à un paysage riche en bougainvillées, palmiers et oliviers.
Ô de Rose tire son nom de la vertueuse eau de rose longtemps utilisée par les femmes de l'époque saâdienne. Ce spa s'appuie sur l'expertise de la marque internationale Cinq Mondes. Dressé sur deux étages, ce lieu dédié au bien-être abrite huit cabines de massage, un hammam homme et femme, un sauna, des douches à vapeur, un jacuzzi, un salon de coiffure et un centre de manucure et pédicure.

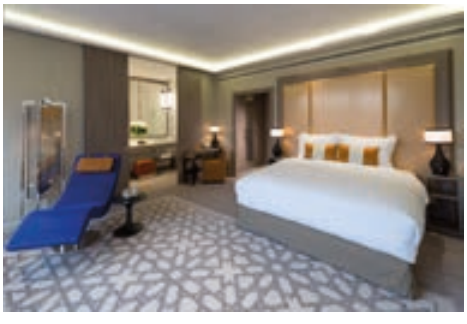
Les prix de l'hôtel débutent à 125 euros par chambre et par nuit pour deux personnes avec petit-déjeuner et taxes inclus.

La vapeur purifiante du hammam, les produits authentiques, tels que l'huile d'argan, le savon beldi et le rhassoul, et un rituel minutieux pratiqué avec les huiles essentielles du Draâ, la région d'origine d'Al Mansour, garantissent une expérience de détente inspirée des meilleurs savoir-faire du Maroc.
A cette gamme d'installations de loisirs s'ajoutent des services de classe internationale dédiés à l'organisation de manifestations et de grands événements dont Mövenpick Hotels & Resorts assure la gestion.

Pour plus d'informations ou pour réserver, rendez-vous sur : www.movenpick.com/marrakech

Pour plus d'informations sur le Palais des Congrès de Marrakech, rendez-vous sur : palaisdescongres.movenpick.com

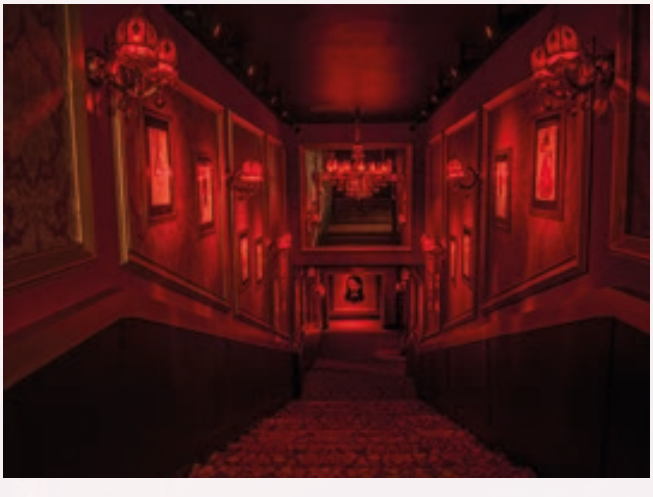
Pour plus de renseignements : www.alajialholding.com



Le Raspoutine
débarque à Marrakech

Les propriétaires du club parisien Le Raspoutine ouvrent une nouvelle adresse à Marrakech. L'occasion pour nous de vous faire découvrir ce lieu d'exception.

Le Raspoutine fait partie de l'un de ces clubs mythiques des Champs-Elysées. Tirant son nom du célèbre pèlerin mystique Grigori Raspoutine, ce lieu de fête offre une ambiance chic et trendy dans un décor baroque.
D'abord restaurant-cabaret russe en 1965, le lieu est repris en 2010 par Laurent de Gourcuff et Benjamin Cassan du groupe Noctis. Ces derniers transforment l'espace (avec l'aide de l'artiste Erté) en un petit théâtre où boire des cocktails sur-mesure et danser jusqu'à très tard dans la nuit. Et la recette fonctionne et attirent des célébrités comme Karl Lagereld, Kanye West, Leonardo DiCaprio, Madonna, ou encore Rihanna.
Aux commandes depuis 4 ans de ce temple aux mille visages, Ghislain Evraert et Logan Maggio oeuvrent pour en perpétuer la renommée tout en lui insufflant une direction



internationale. Le but ? Faire voyager le club. Après avoir installé un Raspoutine à Rome au printemps 2016, ils viennent d'investir Marrakech en décembre dernier. Plus précisément entre la Médina et la Palmeraie, au sein du quartier l'Hivernage, non loin de La Mamounia.

La déco de cette nouvelle adresse, créée par le dessinateur russe Erté, reste quasiment la même qu'à Paris: alcôve de velours rouge, murs de tissus chamarrés, grands lustres majestueux, meubles recouverts de peaux de loups... Musicalement aussi, on s'y retrouve avec de la deep house et la promesse que les résidents de la maison parisienne (Michael Créange et Fabrice Dayan) y viendront régulièrement jouer.

Raspoutine Marrakech
10 rue Haroun Errachid - Marrakech
© Raspoutine

MEDZ
GROUPE CDG

TERRAINS INDUSTRIELS ÉQUIPÉS À PARTIR DE 850 M²

AGROPOLE SOUSS MASSA

Une agropole pour répondre aux besoins des professionnels de l'agro-industrie

UNE OFFRE ADÉQUATE

- Des lots de terrains industriels équipés, à partir de 850 m².
- Des lots logistiques.
- Des lots de services pour bureaux et commerces.

UN ACCOMPAGNEMENT COMPLET

- Guichet unique.
- Services de gestion du parc : sécurité, entretien des espaces communs etc.

UNE LOCALISATION AVANTAGEUSE

- A 10 min de la ville d'Agadir.
- A 20 min de l'aéroport d'Agadir.
- A 30 min du port d'Agadir.
- A proximité de la route nationale Marrakech-Laâyoune et de l'axe autoroutier Agadir-Marrakech.

DES ATOUTS DE TAILLE

- Main d'œuvre qualifiée au sein du bassin de production agricole le plus important du Maroc.
- Forte connectivité avec les réseaux routiers et autoroutiers.
- Infrastructure portuaire importante.
- Implantation dans la région de nombreuses unités de production et d'industries support aux industries de transformation.
- Présence dans la région d'instituts et d'établissements de recherche et de formation diversifiés.

MEDZ, UNE OFFRE ADAPTÉE ET DIVERSIFIÉE POUR LES INVESTISSEURS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

Nous concevons
Nous aménageons
Nous construisons
Nous gérons
Nous commercialisons

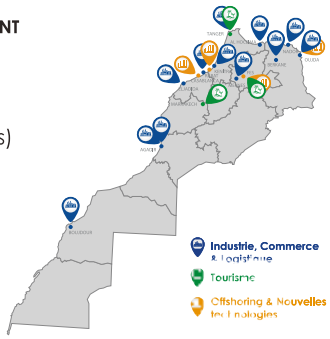
et commercialisons **sur l'ensemble du territoire**

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

14 Zones Industrielles (dont 4 Zones Franches)

4 Zones Offshoring

5 Zones Touristiques



AFRIQUIAGAZ
افريقيا غاز

Mettez le cap vers plus de Performance

Choisissez l'énergie qui vous offre une souplesse d'exploitation, un fort pouvoir calorifique et une très grande propreté d'uttilisation. Fabrication des boites de conserve, séchage, décongélation, préchaufage, stérilisation, refroidissement...

Service clients : 0801 003 003 - afriquiagaz@akwagroup.com

RÉSEAU AFRIQUIAGAZ
شبكة افريقيا غاز

AKWA GROUP