

AgrOligine

www.agroligne.com

L'essentiel de l'Agroalimentaire
de l'Agriculture



Argen



Maghreb : un vaste marché en quête de complémentarité



FIA

Maghreb Evénements

SIAT

SIAAM

RÉVÉLATEUR DE TENDANCES

SIAL 2006



The Global Food Marketplace



22 - 26 OCTOBRE 2006
PARC DES EXPOSITIONS - PARIS NORD VILLEPINTE - FRANCE

Réservez maintenant
www.sial.fr

Algérie : Tél. : 213 61 59 83 89
algerie@promosalons.com
Maroc : Tél. : 212 22 22 15 01
promo@techno.net.ma
Tunisie : Tél. : 216 71 844 310
tunisial@promosalons.com

SOMMAIRE

ECONOMIE

- 5. Le Maghreb : un vaste marché
- 7. Les Firmes Multinationales : la Panacée ?
- 13. Vers un comptoir Agricole Maghrébin ?

L'INVITE DU MOIS

- 15. L'Arab Banking Corporation Algérie

DOSSIERS DU MOIS

- 16. Bilan des échanges mondiaux d'équipements agroalimentaires
- 17. Equipementiers du Monde et de la Méditerranée
- 18. Foire Internationale d'Alger : les opérateurs nous parlent
- 23. Le Maghreb : une volonté certaine d'échanges
- 27. Le SIAMM : Salon de référence de l'agro-industrie

FORMATION

- 28. Formation à distance : la coopération inter-pays
- 31. ICE : des formations « Entrepreneurs » partout dans le Monde

NEWS ENTREPRISES

- 32. Tunisie : la BAD accorde un prêt pour cofinancer un projet agricole
- 33. Cevital, la touche sucrée de l'Algérie
- 34. La reconstitution de lait en Algérie

OU SE RENCONTRENT-ILS ?

- 36. SIAGRIM 2006
- 39. IFE HONGRIE : en avant pour 2007 !!!
SIAT Tunisie en direct sur www.agroligne.com

TRANSACTIONS

- 40. La Grèce : une vaste campagne de promotion de l'huile d'olive

INNOVATION

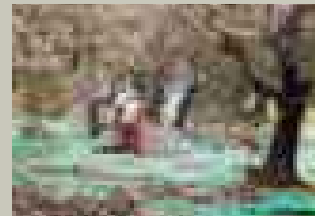
- 41. Alcan Packaging

BIEN-ETRE

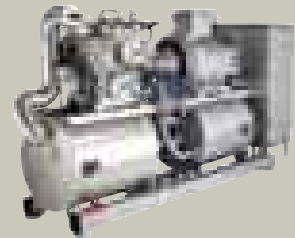
- 42. Le savon noir : Bien-être et Détente



5



17



36



42



Siège social :
27, place d'Aguesseau
34000 Montpellier
info@agroligne.com

Editeur :
TNS Communication

Directeur de la publication :
Elias Cherif

Coordination internationale :
Nabila Cherif

Information-Promotion :
Emmanuel Cau

Information-Rédaction :
F. Jovillain, F. Diagne
E. Cau, V. Valeur

Montage-Maquette :
Yohann Cuenot / Faustine Jovillain

Agroligne Europe :
Contact : Mme Shaffer
Tél. : 33 4 67 65 03 39
Fax. : 33 4 67 65 22 12
27, place d'Aguesseau
34000 Montpellier
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Canada :
Contact : Ida Jader
Tél. : 00 1 514 577 92 55
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Algérie :
Contact : Rostom C. Farah B.
Tél. : 213 70 43 19 68
Fax. : 213 21 21 02 32
4, impasse de Biarritz
Pin Maritimes, Mohammadia
16130 Alger
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Tunisie :
Contact : W. Jabnoun / Tarek Mamy
Apt A2 Bloc B Megrine
Center Megrine
2033 Tunis
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Maroc :
Contact : F. Diagne
7 rue d'aquitaine, 2ème étage
Appart n°6 - Quartier Gauthier
20000 Casablanca
GSM : 212 63 88 44 83
Tél. / Fax. : 00 212 22 48 62 68
e-mail : info@agroligne.com

Abonnement-Promotion-Publicité :
Tarif abonnement : France 74 euros HT
Prix / numéro : 6,70 euros HT

Impression :
Imprimerie Champagne
www.imprimerie-champagne.com

ISSN : 0249 - 020 X
Dépot légal : à parution
Commission paritaire n° 0207T7943

Editorial

Le Maghreb unifié : une force régionale ...

Aujourd'hui les économies du sud de la Méditerranée représentent un potentiel énorme pour les entrepreneurs, avec une population jeune, croissante et souvent connectée avec les valeurs et les économies occidentales

Le Maghreb c'est en effet 200 millions d'habitants, une richesse des sols encore élevée, et un climat favorable aux métiers de l'agriculture.

Face à un tel potentiel comment expliquer ce phénomène d'isolement des pays du Maghreb dans leurs actions à l'international ? Bien que les opérateurs des pays maghrébins soient de plus en plus présents sur les événements locaux et internationaux, les échanges commerciaux entre eux restent limités. Les acteurs se rencontrent mais ne créent pas d'interactivité.

La mise en place d'un comptoir maghrébin de l'agroalimentaire commun aux économies concernées ne serait-elle pas une solution pour enrayer ce phénomène et déclencher enfin les échanges ?

E. Cherif

Le Maghreb :un vaste marché

Aujourd'hui, les économies du sud de la Méditerranée représentent un potentiel énorme pour les entrepreneurs, avec une population jeune, croissante et souvent connectée avec les valeurs et les économies occidentales. Une aubaine pour les investisseurs étrangers, une difficulté pour les locaux ?

Avec 240 millions d'habitants, la zone MEDA représente un large marché avec une demande alimentaire qui croît plus vite que celle des pays développés. Celle-ci devrait atteindre 500 milliards de dollars en 2015, selon les chiffres du centre international de hautes études agronomiques méditerranéennes, et ce en raison d'une croissance démographique galopante et d'une hausse des revenus par tête. Les situations sont variables selon les pays. En effet, alors que l'Israël voit sa demande et sa croissance démographique stagner, le Liban, Malte et la Libye, connaissent une forte croissance de leurs marchés agroalimentaires. L'Algérie, l'Égypte, la Jordanie, le Maroc, la Syrie, la Tunisie et la Turquie vivent quant à eux, une situation « alimentaire » plus difficile.

LE SUD ET SES HANDICAPS

Une Facture Agroalimentaire Extravagante

Avec 200 millions d'habitants à moins de 3000 dollars de PIB par tête et par an, l'Algérie, l'Égypte, la Jordanie, le Maroc, la Syrie, la Tunisie et la Turquie, ne produisent guère plus de 1,5% du total mondial alors qu'ils doivent nourrir près de 4% de la population du globe; Ce déficit commercial est en constante augmentation frôlant en 2003, les 10 milliards de dollars. Parmi les filières les plus touchées, celles qui concernent des aliments dits de base tels que les corps gras et les céréales. Et la situation risque de perdurer .

Quelles sont les causes d'une facture aussi lourde ?



Monsieur BENAZOUT de Granit Algérie, nous explique sa vision à travers la filière céréale pour nous faire comprendre qu'il y a eu une mauvaise évaluation des besoins du secteur agricole et agroalimentaire en Algérie. « Le Ministère de l'Agriculture a une vision très restreinte du devenir de la filière céréale :

un PNDA qui a privilégié l'arboriculture en y injectant des milliards de dollars...dollars et non dinars....une nomenclature de semences complètement dépassée et qui ne peut évoluer tant que l'Algérie ne signe aucune convention internationale. Des variétés obsolètes et dégénérées... Il faut noter qu'il n'y a qu'une seule variété de blé tendre actuellement semée en Algérie., heureusement (...) aucune maladie ne l'a encore touchée ! Aujourd'hui, parce qu'il faut produire beaucoup, la qualité est mise au placard. Actuellement le taux de triage ne peut pour des raisons de chiffres être en dessous de 70% (...) ». S'ajoutant à cela un institut national sans moyen, et des perturbations dans l'utilisation de centaines d'agronomes mis de côté et de l'ITGC, « l'Algérie a encore une vingtaine d'années d'importation aussi bien en blé dur, qu'en blé tendre » Voir aussi notre fin de dossier

Des difficultés en interne

Deux cents quarante millions d'habitants sur une si vaste zone, cela représente certes des opportunités, mais la plupart des pays MEDA sont touchés par la sécheresse, une productivité agricole basse, une qualité inégale de l'outil de production industriel, des produits non normalisés, une faiblesse de la chaîne logistique et de l'industrie de l'emballage, une atomisation de l'offre, une pénurie de moyens de financement ainsi que par l'enclavement de certaines zones agricoles lié à la médiocrité des infrastructures. Par ailleurs, l'hétérogénéité des réglementations sanitaires et techniques constitue un obstacle majeur au développement du commerce international de la région. Enfin, l'environnement général des affaires est peu favorable, aussi bien pour les industriels locaux que pour les investisseurs étrangers.

Les secteurs relativement mieux développés sont ceux des fruits et légumes, de l'huile d'olive et des conserves. Les productions céréalières, sucrières et même de viande rouge restent par contre très inférieures aux besoins locaux entraînant un déficit commercial pour ces produits et pénalisant le développement d'une industrie locale de transformation. Une étude récente de l'AFII (2005), relève ainsi des parts de marché MEDA assez faibles pour la filière des produits transformés, pourtant plus rémunératrice.

Un sud qui s'approvisionne en rang dispersé

Monsieur BENAZOUT de granit Algérie précise « tous les achats des importateurs sont des achats isolés, aucun groupement jusqu'à ce jour n' a pu se constituer et nous pensons que cela est du principalement à un manque de leadership ou inversement trop de leadership, car chacun pense être le meilleur négociateur

A ce problème, il convient comme le précise Monsieur Benbernou, chargé de communication de la Minoterie Sidi Bendehiba que tous les opérateurs se regroupent par filiale. « Il faudrait que nous puissions négocier ensemble pour avoir plus de poids dans les discussions des différents contrats d'achat (...) c'est un impératif (...) Négociateur plus fort et plus nombreux, c'est obtenir de meilleurs prix ».



Le sud en quête d'acheteurs

Contrairement à toute idée reçue, la production agricoles des pays du sud de la Méditerranée progresse pourtant de manière significative et dans certaines régions son rythme est largement supérieur à celui des pays du nord. Monsieur Jamal Eddine Mohamed représentant TRIA, apporte ses précisions « Au niveau local, l'évolution du marché du couscous reste importante. Cette évolution régulière depuis l'an 2000 est due au volet démographique (qui varie autour de 3 à 4%) mais aussi au couscous de maison qui est devenu industriel »

C'est simplement le différentiel entre demande et offre intérieure qui fait se traduire la situation dans la plupart des pays par un déficit croissant des balances commerciales. De manière générale, la zone MEDA c'est à peine 4% des importations et 2% des exportations mondiales. Ce secteur à certes connu au cours de la dernière décennie, un certain dynamisme, du fait de la croissance rapide du marché intérieur et de l'augmentation des exportation vers l'Europe de l'Ouest dans le cadre des différents accords d'associations entrepris, mais ouverture aux échanges est restée relative à chaque pays. Le mouvement de libéralisation net pour la Turquie ou le Maroc laisse entrevoir un secteur agroalimentaire nettement moins dynamique pour le reste de la région.

L'Algérie est le plus grand importateur africain de denrées alimentaire et le plus timide exportateur de la zone MEDA. Les produits agroalimentaires ne représentent que 0.3% de ses exportations, contre 24.3% au Maroc, et 11.3% en Turquie. Les importations agroalimentaires algériennes atteignent 21,0%, 12.4% pour le Maroc et 6.2% pour la Turquie.



Vendre ou préserver ?

Face à un problème de marchandises qui n'ont pas accès au marché mondial pour des raisons de normes et de logistiques, l'ouverture aux marchés extérieurs et la pression de la demande interne, combinés à la rareté en ressources (terre et eau) et aux phénomènes d'urbanisation a conduit dans certaines régions à une certaine surexploitation voire à une dégradation des espaces d'exploitation.

En cause, la difficile adaptation des producteurs et des consommateurs aux évolutions liées à la libéralisation du secteur qui peuvent en effet déstabiliser les producteurs les plus vulnérables et l'orientation quasi-systématique des productions vers l'exportation. Le renforcement d'une offre locale capable à l'inverse de répondre aux besoins internes des pays MEDA serait en effet particulièrement nécessaire, pour limiter les effets de dépendance. Si cette distinction pouvait être mise en place, on réserverait alors pour l'exportation des cultures de contre-saison (favorisées par un climat favorable), des produits du terroir ou « méditerranéens », des fruits, champignons et viandes secs ou séchés ainsi que des produits à forte valeur ajoutée permettant de mieux valoriser les matières premières locales..



Cette distinction permettrait en outre d'éviter des situations de pénurie comme ce fut quasiment le cas au Maroc pour l'huile d'olive à en croire le journaliste de Bladi.net, qui nous expliquait que l'huile d'olive, produit de grande consommation tendait, à devenir inaccessible aux consommateurs dits « moyens ». Ceci s'explique en partie par les fortes commandes d'achats d'huiles d'olive par des entreprises espagnoles, auxquelles les producteurs marocains n'ont pas résisté. « Comme le secteur est mal organisé, certains producteurs marocains ont vendu toutes leurs récoltes, car ils sont attirés par l'importance du gain. Les prix qui leur sont proposés pour les olives varient entre 3.5 et 10 dirhams le kilo. Jamais, pendant toute son histoire, l'olive marocaine n'avait atteint ce prix là ». Une aubaine pour certains producteurs ? Une forte pénalisation pour les consommateurs marocains. La situation serait en outre en passe de toucher la Tunisie si rien n'est fait pour rester à l'écoute du marché local.

LES FIRMES MULTINATIONALES : LA PANACEE ?

La nécessaire intervention des investisseurs étrangers

Face à tous ces handicaps, l'intervention de sociétés étrangères dans la zone méditerranéenne peut se révéler profitable pour apporter les capitaux, les savoir-faire techniques, les compétences et les réseaux commerciaux nécessaires et notamment dans le secteur des IAA.

Les réformes institutionnelles s'intensifient ! Le Maroc privatise des secteurs tels que le tabac, les boissons et continue ses actions sur le sucre. Des programmes publics sont mis en place pour les PME locales (modernisation des équipements, formation du personnel, amélioration de la qualité des produits...). Mais ces politiques de mise à niveau et de promotion des petits producteurs MEDA sur les marchés nord ne suffiront pas. Il faut également favoriser l'apparition de véritables firmes de dimensions industrielles.



Ainsi au côté de la multitude de petites entreprises au mode de fonctionnement traditionnel et qui vend sur le marché local, des entreprises privées de grande taille comme Cevital en Algérie, Poulina en Tunisie, le Groupe ONA au Maroc voient le

jour. Ces groupes sont généralement très diversifiés et ils accompagnent l'émergence du marché des produits agroalimentaires en investissant dans des filiales spécialisées. Ils interviennent souvent avec des partenaires étrangers leaders sur leurs marchés qui leur apportent la compétence technique et marketing. Ce type de partenariat est fréquent par exemple dans les industries de l'ultra frais laitier, des eaux embouteillées (Danone ou Neslé) ou encore des boissons non alcoolisées (Coca-Cola).

Ces célèbres multinationales sont les seules à pouvoir financièrement, techniquement et industriellement remplir le défi de nourrir 320 millions de personnes dans 20 ans et pourtant les 100 premières multinationales alimentaires dans le monde, n'ont que 160 filiales dans les pays du sud de la Méditerranée, contre plus de 2000 en Europe de l'ouest, et 400 en Europe de l'est. Considérant le marché total de la zone, les pays MEDA offrent pourtant un marché large, dynamique et au développement rapide, avec des opportunités certaines dans l'agriculture et la pêche. Les faiblesses, elles-mêmes de la filière agroalimentaire rendront essentiels des investissements importants à tous



les stades de la chaîne des production (emballage, transformation, logistique, distribution...).

Les spécificités des régimes alimentaires locaux, la disponibilité d'une main d'œuvre abondante dans l'espace rural ou périurbain constituent d'autres puissantes incitations à des localisations sur place. Il convient donc aux pays MEDA d'attirer ces multinationales afin de favoriser l'échange et la coopération euro-méditerranéenne, pour une mise à niveau complète pour l'exportation et pour la satisfaction des besoins intérieurs et enfin la mise en œuvre de politique de promotion-prospection reposant sur la promotion du potentiel méditerranéen dans son ensemble.

Stratégie d'internationalisation : ils ont choisi le Maghreb...

Danone est un des tous premiers groupes agroalimentaires mondiaux. Présent à la fois, dans les produits laitiers, la biscuiterie, les produits céréaliers et les boissons, il a atteint en 2003, 13 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 60% avec les 4 marques : Evian, Lu, Danone et Wahaha. Des filiales de Danone ont été ouvertes en Arabie Saoudite, Maroc, Tunisie, Algérie, et Israël, avec pour principaux opérateurs Danone Bimo, Al Safi, Djurdjura et Sotubi.



Granit Négoce : « Nos grains voyagent...et nous assurons votre logistique ».

L'activité achat/vente de Granit Négoce représente plus de 2,3 millions de tonnes de grains. Granit Négoce est d'abord un partenaire commercial, mais cela va au-delà grâce à ses outils logistiques qui permettent d'exporter par voies maritimes, depuis les silos portuaires de Port-La-Nouvelle et Sète en France. Granit Négoce possède en outre un bureau commercial en Algérie.

Haribo a depuis longtemps choisi de diversifier géographiquement ses activités en dehors de l'Europe vers l'Afrique. Au Maroc, le groupe opte à travers les participations croisées, pour la distribution exclusive grâce à des points de vente à Rabat, Casa et Marrakech. Les produits présentés sur le marché marocain prennent en considération le faible pouvoir d'achat local. En Algérie, le pouvoir d'achat est trop modeste pour opter pour la distribution exclusive et le groupe doit faire face à une grande distribution encore peu développée. En Tunisie, Haribo structure un réseau de distribution dense avec les grandes surfaces (Carrefour, Champion...). L'ouverture économique de la Libye a permis l'implantation d'Haribo, mais il s'agit encore d'un marché de très petite taille.



Alcan Packaging, le partenaire de vos ambitions.

CLIENT SUIVANT



Alcan Packaging est le leader en Amérique du Nord en matière de solutions de conditionnement innovantes pour les produits laitiers. Il se distingue par son savoir-faire, son savoir-faire, son savoir-faire et son savoir-faire. Ses produits sont conçus pour répondre à vos besoins. Avec ses produits innovants, Alcan Packaging est votre partenaire idéal pour votre développement et la mise sur le marché de vos produits laitiers.

Pour plus d'informations contactez Alcan Packaging et ses équipes. Nos experts sont à info.dairy@alcan.com ou sur www.alcanpackaging.com

www.alcanpackaging.com

ALCAN PACKAGING



Premier groupe alimentaire mondial avec 2% du CA du secteur, Nestlé c'est plus de 88 milliards de francs suisse de CA mondial, 253000 salariés et 511 usines. Ses domaines sont les produits laitiers, les chocolats, la confiserie, les boissons instantanées, les



produits culinaires, les glaces, les eaux mais aussi la cosmétique, la pharmacie, et les produits pour animaux de compagnie. Plus de 80 pays produisent et vendent dans le monde entier des marques telles que Perrier, Nestlé, Findus, Buitoni,

Nescafé.. Si les pays MEDA restent encore peu présents dans la stratégie, Nestlé y dépose déjà cependant d'une vingtaine de filiales.



SIDEL
Outre la conception, la fabrication, l'assemblage, la livraison et la commercialisation de lignes complètes de conditionnement pour les liquides alimentaires, le Groupe Sidel appuie son développement sur cinq marques principales : Sidel™ (soufflage, traitement barrière, Combi, remplissage aseptique et alimentaire), Simonazzi™ (remplissage, rinçage, pasteurisation, lavage, palettisation / dépalettisation, robots), Gebo™ (convoyage), Alfa™ (étiquetage) et Cermex™ (fin de ligne). Faisant de l'innovation, un principe, et étant implanté dans une trentaine de pays, Sidel travaille pour les plus grands groupes internationaux de l'alimentaire. Ses équipements ont déjà été vendus dans 150 pays dont une cinquantaine de lignes complètes en Algérie pour l'embouteillage de l'eau, des boissons gazeuses et du lait. Au même titre que les divisions Tetra Pak et DeLaval, Sidel appartient au groupe Tetra Laval, industriel privé d'origine suédoise dont le siège social se trouve en Suisse



Transports GRAVELEAU
Les Transports GRAVELEAU, filiale depuis 1999 de l'opérateur allemand DACHSER (2, 8 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2005 ; 13 400 collaborateurs répartis dans 235 sites dans le monde) bénéficient d'une culture professionnelle reconnue sur les marchés du Maghreb, avec des implantations directes au MAROC depuis 1984, en TUNISIE depuis 1989 et plus récemment en ALGERIE. Pour preuve, en 2005, les Transports GRA-

VELEAU ont acheminé près de 10 000 semi-remorques entre ces trois pays et l'Europe.

Graveleau Algérie, filiale des Transports GRAVELEAU implantée depuis le 1er mars 2004 à Alger, développe une vocation routière mais aussi aérienne et maritime. Localement, la société s'appuie sur l'expertise et le réseau d'un partenaire, FILTRANS, implanté à Alger, Annaba, Béjaïa, Hassi et Messoura. Graveleau Algérie propose une liaison de groupe hebdomadaire entre Marseille et Alger, permettant aux opérateurs concernés par les échanges entre les deux pays, l'assurance d'un partenariat logistique fiable, tant au niveau de la gestion des formalités douanières que du suivi personnalisé et sécurisé des envois, et cela grâce à une relation commerciale de proximité.



Pour l'ensemble de la zone Maghreb, les Transports GRAVELEAU sont un tremplin de référence pour tous les échanges avec l'Europe et le monde, grâce au relais des 235 agences que compte l'alliance DACHSER/GRAVELEAU dans le monde. « Sur cette zone, notre Groupe entend bien se positionner comme un prestataire global de services et accompagner ses clients en qualité d'organisateur de transports terrestres, aériens et maritimes mais aussi, de par ses ambitions, sur le créneau de la logistique. GRAVELEAU est ainsi en train d'achever la construction à MOHAMMEDIA, au MAROC, d'un site de 6 600 m2 dédié à 100 % à cette activité. »

A titre informatif, dans la zone euro-méditerranéenne, les investissements d'origine européenne occupent une place dominante (66% des projets et 68% des emplois créés en 2003-2004). Cependant les USA restent le premier pays d'origine avec 54 projets. Pour les seuls pays MEDA, la part des américains est un peu plus faible, tandis que celle des pays de l'Europe du Sud (France, Espagne...) est plus élevée. Notant la présence de quelques projets issus des pays du Golfe et de quelques projets d'origine turque.

Le point de vue d'un professionnel

Monsieur Hemici : Favoriser l'investissement dans l'agriculture
« Je suis favorable à cette approche, car pour réaliser une agriculture productive et qualitative il faut y mettre les moyens en matériels, en surfaces agricoles et bien sur en hommes. Les investisseurs qui sont prêts à relever ce défi important, devront être encouragés. Il faudrait que des terres leur soient concédées dès lors que leur programme est bien conçu. Il serait logique de favoriser les investisseurs algériens, car leur intérêt est national. Ce qui n'empêche guère un partenariat avec des sociétés du Maghreb ou d'Europe qui pourraient contribuer avec leur «know-how» sur le terrain et leur connaissance des

marchés à l'export. Le développement de grands projets agricoles n'est pas incompatible avec l'agriculture de moyenne étendue, car le tissu agricole algérien est composé en majorité de petits exploitants agricoles et il faudra donc respecter cet état de fait historique.



Si l'on affiche des ambitions à l'exportation, on pourrait assurer le succès de cette politique, avec une ouverture à l'exploitation agricole sur de grandes étendues par des investisseurs privés.»

Partenariats Sud-Nord

Les partenariats amènent certes à des adaptations de produit au marché local, mais ils permettent surtout lorsque la fabrication est assurée sur place, la création d'un « business model » ondu sur la complémentarité nord/sud (techniques et finances contre marché dynamique et main d'œuvre bon marché)

Ceci est à l'image de la société SARL STB TOLGA EL-BARAKA dont le siège est à Tolga Wa de Biskra Algérie. « Nous souhaitons augmenter le développement de nos produits ainsi que notre force de vente à travers l'ensemble du bassin méditerranéen ».

Avec ses partenaires français, la société fabrique en Algérie et commercialise une large gamme d'emballages en polystyrène expansé avec tous les accessoires tels que du film étirable, du film thermorétractable, des emballeuses, pour le conditionnement des produits agroalimentaires ainsi que pour la restauration rapide (dattes, fruits & légumes, viandes, poissons, volailles, fast-food,....etc). La société garantit le respect des normes internationales (en cours de certification ISO9001/2000) et tous types de barquettes sont proposés.

Monsieur Naceur SISMAIL, Gérant de Grand Lotus SARL
« Conquérir le marché national et s'élargir vers d'autres pays »

« Nous sommes les seuls à avoir introduit la marque Flipi sur le continent nord africain, car nous avons l'exclusivité. La marque Flipi produite en Algérie n'est pas encore exportée, et ce par souci de satisfaire en premier lieu le marché national algérien, en lui offrant un bon produit avec un bon rapport qualité/prix. » Ceci dit, outre l'Algérie, la marque Flipi est distribuée sur deux ou trois départements de la région Bretagne. Notre objectif est de rester sur un produit de bon-



ne qualité et de conquérir le marché national algérien, de façon à pouvoir s'élargir et exporter vers d'autres pays. Nous sommes prêts à continuer d'explorer cette zone aussi longtemps que nous trouverons des débouchés sur ces pays. »



Le Groupe Grand Lotus SARL a en effet été fondé en 2004. Son siège et l'usine se trouvent à la Zone industrielle de Staouéli, 20 kms Ouest Alger. C'est une entreprise familiale qui fabrique de la crème glacée et des glaces sous label Flipi qui appartient à Rolland, société installée à Brest.

Choisir l'Union Méditerranéenne

Monsieur Hédi Djilani, Président de l'Utica, a remarqué que si la Tunisie a choisi l'ouverture sur l'espace euro-méditerranéen tout en gardant son identité arabe et maghrébine, c'est parce qu'elle est convaincue que la région est l'unique canal pour les pays aussi bien nord que sud afin de former une réelle puissance économique face aux immenses blocs qui se forment aussi bien à l'Est qu'à l'Ouest.



Monsieur Jacques Dermagne, Président du Conseil Economique et social français, tout en confirmant l'importance du bloc euro-méditerranéen, a remarqué qu'ensemble, les pays du nord et ceux du sud deviennent l'un des blocs économiques les plus importants. Promouvoir la zone Euromed et atteindre les ambitions de Barcelone reste l'un des sujets les plus débattus par le CES en France.

Monsieur Georges de la Loyere, membre du CES français a remarqué que les entreprises, notamment françaises et tunisiennes sont déjà très proches, elles travaillent ensemble depuis longtemps. Il est important selon lui de consolider les relations entre entreprises et de les promouvoir. Entre Tunisiens et Français, la facilité d'affaire est bien réelle, les liens avec les pays du Maghreb sont évidents. Ensemble le Nord et le Sud ne peuvent que constituer une puissance économique, la proximité restant l'élément fondamental.

Les expériences sud-sud

Parmi les expériences à l'import-export, les entrepreneurs racontent à l'instar de Monsieur Jamal Eddine Mohamed représentant la société TRIA au Maroc : « Nous exportons la farine, le couscous et les pâtes alimentaires sur

le marché africain. » « Tout ce qui est produit céréalier s'exporte vers l'Afrique (...) Nos principaux partenaires étrangers pour les céréales sont les groupes SOUFLET et DREYFUS et de manière générale l'enseigne CASINO au niveau des grandes surfaces. Par rapport à l'importation, le Sénégal est notre fournisseur en thon. »

Faciliter la coopération et l'échange

Si l'Europe constitue le premier partenaire commercial des pays MEDA en matières d'exportations, on relève un faible niveau de commerce intra-zone. Il faut donc faciliter le commerce inter-maghrébin.

C'est l'objectif que se sont donnés les pays du Maghreb. Ils se rencontrent avec l'appui du FMI, dans le but d'activer un processus d'intégration de leur économie et de développer leurs échanges intra-zone.

La Tunisie a apporté son appui à cette démarche et sa volonté d'établir un espace économique intégré à même d'assurer aux économies maghrébines une meilleure compétitivité, de favoriser les flux d'investissement privés intra-maghrébins et de contribuer ainsi à la réalisation des objectifs communs d'accélération de la croissance économique base de l'intégration des économies maghrébines, positionnement sur la scène internationale.

Cette réunion fait partie d'une série de rencontres entre les responsables maghrébins devant permettre aux pays de la région de s'approprier l'initiative et de prendre en charge le processus d'intégration dans la région et de développer davantage les échanges intra-régionaux.

L'intégration de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie, donnerait naissance à un marché régional de plus de 75 millions de consommateurs, suffisamment vaste pour créer des économies d'échelle et rendre la région plus attrayante à l'investissement étranger. Elles créerait des possibilités d'échanges qui bénéficieraient aux trois pays du fait de la complémentarité de leurs structures économiques.

La Tunisie et le Maroc ont accompli d'importants progrès sur la voie de la prospérité économique » mais « les trois économies restent confrontées à un défi considérable : elles se doivent d'accélérer leurs réformes économiques pour relever la croissance et, partant, réduire le chômage et la pauvreté.

Source - UTICA

ABC Banque : Un réseau Sud-Sud et Sud-Nord
La banque ABC Algérie est la première banque internationale à capitaux privés à s'être installée

en Algérie dès 1998. Implantée actuellement à Alger, Oran et Hassi Messaoud, avec un réseau de 5 agences, elle compte renforcer son réseau avec une dizaine



de nouvelles agences dans les trois prochaines années. Elle est issue d'un grand groupe international ABC BSC dont le siège est à Bahreïn et qui est présent sur les cinq continents. ABC Algeria entretient des relations étroites avec le réseau du groupe en Europe, aux USA et dans toute la région MENA. Elle offre une diversité de produits bancaires (banque commerciale et de détail), et assure assistance permanente et qualité de service.

AgroClean / ECOTEC GLOBAL Ltd
La Société AGRO CLEAN est une entreprise de droit algérien, représentant de ECOTEC GLOBAL LTD avec des filiales dans les principaux ports de chargement de céréales. L'entreprise algérienne, est spécialisée dans la fumigation des denrées stockées et des locaux (Navires, Conteneur, Silo) et certifié pour la lutte anti-parasitaire. Elle propose ses services au chargement ainsi qu'au déchargement (GAS FREE)

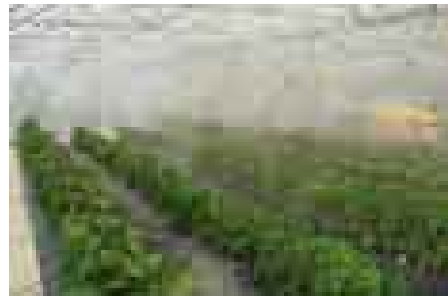
Erméda Export : Partenariat Maghrébin
La société Erméda Export est largement représentée au Maroc et se spécialise dans la production et l'exportation de fruits et légumes, conserves végétales ainsi que dans le congelé avec une très bonne expertise dans le négoce.

« Nos produits sont de très bonne qualité et nos prix respectent les normes et les standards en vigueur. Nous avons aujourd'hui le souhait de développer de grands partenariats avec les autres pays du Maghreb... »



Société JENNA : Miser sur le commerce Sud-Sud

La Société JENNA dont le siège est au Maroc, diffuse quant à elle, la marque Brum'aiR ©. Avec une filiale en Tunisie, elle commercialise une large gamme de Brumisateurs Haute pression tout à fait adaptées à la gestion d'hygrométrie, de température et à la diffusion de produits par voie aérienne pour les serres. Dans sa stratégie de développement, la société mise aujourd'hui sur le commerce Sud-Sud et recherche des distributeurs sur l'Algérie.



Pour tous contacts, la société sera notamment présente au **Salon international de la filière fruits & légumes, les 29-30-31 octobre 2006 à Alger**



CONTACTS

TRIA

Km 11,5 avenue route de Rabat
Sidi Berrouj
Casablanca 20600
Tél. : 022 73 20 10
Fax : 022 75 67 50
Email : tria@menara.ma

LADIS

Km 9,5 route 110 Bd Chefchaoueni
Ain Sebti - Casablanca
Tél. : 022 66 46 75 à 78
Fax : 022 66 46 80
Email : ladis@menara.ma

OJIPAR

Km 9,5 route 110 Bd Chefchaoueni
Ain Sebti - Casablanca
Tél. : 022 66 45 75 à 78
Fax : 022 66 46 80
Email : ojipar@menara.ma

EPIDOR

Lot 1710 Zone Industrielle
Ouled Saleh Bouakroua
Province de Casablanca
Tél. : 022 32 08 00
Fax : 022 32 08 01
Email : epidor@menara.ma

GROMIC

Avenue des FAR, rue Mohamed Arrachid
Imm. Iman Centre
7ème étage n°1
Casablanca
Tél. : 022 30 55 51
Fax : 022 30 55 55
Email : contact@gromic.com

DÉPARTEMENT EXPORT

Tél. : 022 75 67 48
Fax : 022 75 67 50
Email : tria@menara.ma

VERS UN COMPTOIR AGRICOLE MAGHREBIN ?

Malgré une grande richesse agricole, les pays du pourtour méditerranéen, et plus particulièrement ceux du Sud et de l'Est du Bassin méditerranéen, ne parviennent donc pas toujours à valoriser leurs produits agricoles et agroalimentaires sur les marchés internationaux. La capacité d'accéder à un marché dépend des conditions juridiques et administratives imposées par les autorités publiques nationales et internationales, dans le cadre des règles commerciales. Elle est également fonction de la compétitivité du producteur, qui dépend elle-même de la qualité et des coûts relatifs du produit, de l'attente et



du Souss offre à sa clientèle, une gamme complète pour la maraîchage, l'arboriculture, la vigne, les grandes cultures (les agrumes...) etc. Le Comptoir met aussi à la disposition des producteurs et des revendeurs une gamme complète d'agrofouritures en constante évolution en fonction des avancées technologiques (engrais, semences, produits phytosanitaires, pollinisateurs, filets agricoles, terreaux, matériel d'irrigation, produits de désinfection des sols, de traitement, de mesure.. »

Les chiffres sont impressionnants et encourageants : 3000 m² de zone de stockage, 60 personnes employées et un chiffre d'affaires de 200000 KDH par an. « Nous comptons une clientèle de plus de 1000 producteurs et revendeurs, ce qui fait de notre entreprise une entreprise leader de sa profession. Nous accompagnons nos clients en leur offrant le meilleur service, des conseils avisés et toutes les informations relatives à la conduite des cultures. Nous mettons également à leur disposition des documents comme les délais avant récolte au Maroc par culture, les programmes phytosanitaire et les fiches d'homologation des produits. »

des habitudes des consommateurs ainsi que des caractéristiques des chaînes d'approvisionnement et de la structure des marchés.

A l'instar du Comptoir Agricole de Souss que représente Monsieur Jacques Alléon, Directeur Général, la solution réside peut-être dans la mise en place d'une démarche commune aux pays du Maghreb.

« Notre activité principale est l'importation et la distribution d'agrofouritures au Maroc. Avec près d'un millier d'articles, le Comptoir agricole

KF SADI : Représenter et exporter les produits maghrébins

La société KF SADI, projet en phase de lancement, sera la première industrie alimentaire en Algérie qui proposera des produits spécialement destinés aux professionnels de l'alimentaire et aux collectivités locales (Produit Alimentaire Intermédiaire), cette entreprise dépend des établissement SADI (ETS K.SADI), qui depuis les années soixante, exportent des produits alimentaire vers l'Europe, tels que la câpre, la caroube, l'amande amère, l'oignon sauvage. « Nos principaux clients sont en Italie, et nous souhaitons commercialiser nos produits dans d'autres pays européens. »



Les Minoteries Sidi Bendehiba

Leader ALGERIEN dans la fabrication de farines
Spéciales prêtes à l'emploi



Innovation et marge sont les points forts de votre commerce. Un partenaire vous aide à les valoriser c'est les minoteries Sidi Bendehiba.

Les minoteries Sidi Bendehiba dont le siège est à Mostaganem ont une capacité de production de 1000 tonnes par jour (500 tonnes/J à Chlef et 500 tonnes/J à mostaganem)

Les minoteries Sidi Bendehiba adaptent leurs farines selon vos besoins.

- Farines pour pains spéciaux et traditionnels: avantages bonnes pour la santé et rentable pour le boulangers et le consommateur.
- Farines pour brioches, viennoiserie, génoiserie, pain de mie et buns. Avantages: rentabilité, qualité et longue conservation.



- Farines pour biscuiterie, confiserie, boulangerie et viennoiserie industrielles. Avantage rentabilité, qualité et longue conservation.

- Farines ménagères, pizza crêpes etc...

Avantage : qualité, et rentabilité

Les minoteries Sidi Bendehiba vous accompagne Financièrement dans la mise à niveau de vos Boulangeries



www.maghreblebeaupain.com

Un nouveau site en cours de construction est mis à la disposition de tous les professionnels de la filière. Il sera bénéfique et rentable en le construisant ensemble. Il sera le lien fort et le domaine des échanges entre tous les acteurs de la filière, qu'ils soient algériens maghrébins ou de toute autres nationalité.



MINOTERIE SIDI BENDEHIBA

Siège social : Ex. Marché de gros : Fruits & légumes - SIDI OTHMANE SAYADA - MOSTAGANEM

Unité de production :

1) Ex. Marché de gros : Fruits & légumes SIDI OTHMANE - SAYADA - MOSTAGANEM - B.P 225

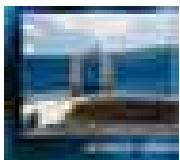
2) Ouled Fares Route Aïn M'Ren CHLEF

Tél : 045 27 14 60 / 51 & 040 69 08 35 / 36 Fax : 045 27 14 52 E-mail : msbmosta@yahoo.fr

www.maghreblebeaupain.com

L'Arab Banking Corporation Algérie

Agroligne : Pouvez-vous nous présenter l'ABC ?



L'Arab Banking Corporation (B.S.C) dont les principaux actionnaires sont l'Autorité Koweïtienne d'investissement, la Banque Centrale Libyenne et l'Autorité d'investissement d'Abou Dhabi, a établi, depuis de nombreuses années, de solides liens de coopération avec les institutions bancaires Algériennes à partir de son réseau implanté à Bahreïn (Manama), USA (New York), Royaume-Uni (Londres), France (Paris), Italie (Milan), Allemagne (Frankfurt), Espagne (Madrid), Tunisie, Égypte, Jordanie, Singapour ... et a toujours considéré le marché Algérien comme objectif essentiel dans sa stratégie.

Aussi, la présence du groupe sur ce marché a-t-elle été des plus significatives, notamment dans le montage de crédits financiers sur les marchés internationaux des capitaux, la confirmation et le refinancement d'opérations de crédit documentaires, la mise en place de crédits acheteurs...

Cette volonté de répondre aux différents besoins du marché Algérien s'est vite matérialisée par la création d'un bureau de représentation en 1995. Présence ayant permis à Arab Banking Corporation, tout d'abord de développer et de renforcer les liens de coopération la liant aux institutions financières Algériennes, ensuite de vivre les profondes réformes économiques lancées au début de la décennie 90, notamment celles autorisant l'établissement de banques à capitaux privés en Algérie.

C'est dans cet environnement économique et financier en profonde mutation que Arab Banking Corporation ALGERIA a été créée en 1998.

La banque ABC Algérie est la première banque internationale à capitaux privés à s'être installée en Algérie. Implantée actuellement à Alger, Oran et Hassi Messaoud, avec un réseau de 5 agences, elle compte renforcer son réseau avec une dizaine de nouvelles agences à moyen terme. Elle offre une diversité de produits bancaires (banque commerciale et de détail), et assure conseil, assistance et qualité de service à ses clients.

Agroligne : Quel est le pourcentage de clients évoluant dans l'industrie Agroalimentaire ?

L'Algérie, comme la plupart des pays émergents, est en pleine croissance économique ; ce qui favorise l'émergence du secteur de l'agroalimentaire (biens de consommation courante, produits de base...). En effet, mis à part le secteur de l'énergie (hydrocarbures et gaz) qui est le

moteur de l'activité économique en Algérie, le secteur agroalimentaire reste prédominant. On retrouve dans notre portefeuille une moyenne de clients de plus de 2/3 qui évoluent dans l'agroalimentaire.

Agroligne : Quelle est la part des transactions liées à l'agroalimentaire ?

Concernant la part des transactions liées à l'agroalimentaire, elle suit logiquement la même tendance que celle de la part des clients ABC-A. Notre portefeuille d'engagements envers ce type de clientèle a atteint les 74% du portefeuille global en 2005.

Agroligne : Quel est le volume des affaires des IAA qui a transité via ABC-A en 2005 ?

A titre indicatif seulement, le volume des affaires qui a transité par les caisses d'ABC-A et concernant l'industrie agroalimentaire en 2005 dépasse les 100 millions de Dollars Américains.

Agroligne : Quels sont les dispositifs réservés aux IAA ?

Concrètement, il n'existe aucun dispositif réservé exclusivement à l'industrie agroalimentaire. Les dispositifs existant concernent l'ensemble des opérateurs économiques, et sont mis en place par l'Etat tels que, l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) et l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ; ces deux agences ont pour vocation de promouvoir l'investissement et de soutenir les initiatives à caractère privé et public.

Concernant les dispositifs particuliers pour les échanges sud/sud, aucune disposition n'existe en ce sens. Nous vous signalons à toutes fins utiles que l'Algérie est impliquée dans le processus de négociation en vue de son adhésion à l'OMC.

Agroligne : Pouvez-vous nous donner des exemples d'industriels agroalimentaires étrangers installés en Algérie ?

Parmi les industriels étrangers installés en Algérie, à savoir celles qui disposent d'unités de production implantées sur le territoire, nous pouvons citer : UNILEVER, COCA-COLA, DANONE, NESTLE, CANDIA, MASTERFOOD, PEPSI, PROMASIDOR, GALINA BLANCA, ULKER, etc...

Plus d'infos : www.arabbanking.com.dz

Propos recueillis par Farah Bouchouareb

Bilan des échanges mondiaux d'équipements agroalimentaires et place de la France au 1er trimestre 2006

Les échanges mondiaux d'équipements agroalimentaires

es échanges mondiaux ont poursuivi leur croissance pour atteindre en 2005 un montant total de 8,9 milliards d'US \$ d'équipements exportés.

Ce marché est très concentré puisque près de 90% des exportations mondiales sont réalisées par 15 pays, parmi lesquels figurent une dizaine de pays de l'Union européenne.

Les exportations

L'Allemagne, 1er exportateur mondial d'équipements agroalimentaires pour l'année 2004, représente environ 20% du marché mondial. Suivent l'Italie, les Pays-Bas, les Etats-Unis et la France. Les pays non européens, à l'exception des Etats-Unis, sont de faibles exportateurs. Le Japon et La Chine n'occupent en 2005 que la 12ème et la 14ème place avec une part de marché comprise inférieure à 2%.

Les importations

Les Etats-Unis, 1er importateur mondial d'équipements agroalimentaires, suivis par le Royaume Uni et la France. L'Union européenne représente près de 45% des importations d'équipements agroalimentaires.

La place de la France

La balance commerciale de la France est excédentaire en matière d'équipements agroalimentaires

Les exportations :

La France se situe à la 5ème place des pays exportateurs ; ces bons résultats sont notamment dus à la très bonne image des produits alimentaires français à l'étranger qui contribue à dynamiser les performances des équipementiers français. Les exportations ont progressé de près de 17% entre 2004 et 2005.

Les trois principales zones d'exportation de la France sont l'Union européenne (40% de nos exportations), l'Afrique du Nord (plus particulièrement l'Algérie) et l'Amérique du Nord :

- En 2005, nos principaux clients sont les Etats-Unis (1er client), l'Espagne, l'Allemagne et la Belgique en 2005. L'Allemagne est notre 3ème client et notre 2ème fournisseur ; c'est un marché prioritaire et incontournable pour la profession. L'Algérie et le Maroc font également partie de nos 10 meilleurs clients.

Les exportations à destination des nouveaux Etats membres se développent notamment en Pologne et en Hongrie.

Les exportations françaises sur l'Asie représentent moins de 5%. Elles sont essentiellement destinées au Japon, à la Thaïlande et à la Chine ; les résultats sur l'Inde sont très faibles.

Quant aux pays du pourtour méditerranéen, il ressort des statistiques actuellement disponibles que la Turquie est, sur cette zone, le marché avec lequel l'Union européenne a le plus d'échanges commerciaux en matière d'équipements agroalimentaires; cette tendance devrait encore s'accroître dans les années à venir.

Enfin, les performances de la France **en Afrique du Nord** sont bonnes puisque plus de 8% des exportations y sont réalisées, 4,0% en Algérie et 2,6% au Maroc et 1% pour la Tunisie et la Libye (année 2005).

Les ventes d'équipements agroalimentaires sont insignifiantes **en Afrique sub-saharienne** (hors Sénégal et Afrique du Sud qui représentent chacun de 0,7% de nos exportations), dans les pays d'Amérique latine (hors Mexique et Chili) ainsi que dans certains pays d'Extrême Orient (Corée du Sud, Vietnam notamment).

Les importations

La France est le 3ème importateur mondial d'équipements agroalimentaires. Le 1er fournisseur de la France est l'Union européenne qui représente 88,7% des importations en 2004. Environ 30% des importations proviennent de l'Allemagne ; viennent ensuite l'Italie (1/4 des importations) et les Pays-Bas. Les Etats-Unis ont considérablement réduit leurs exportations à destination de la France depuis 2003, au bénéfice de l'Allemagne et des Pays-Bas. Nos importations en provenance de pays non européens autres que les Etats Unis sont très faibles (moins de 1%).

Par ailleurs, il y a lieu de signaler les difficultés rencontrées par les entreprises françaises sur certains marchés

comme la Chine (le régionalisme rend difficile le montage de certaines opérations, l'Inde (faible présence des français malgré une importante demande dont profite la concurrence) ou encore le Brésil (importance de la mise en place de partenariats industriels).

Ubifrance s'est fixé pour objectif de poursuivre ses actions en 2006 sur les nouveaux Etats membres (+ Roumanie et Bulgarie), la Russie et la Turquie et les renforcer sur l'Amérique Latine (notamment Argentine, Brésil, Chili et Mexique). Les pays du Maghreb doivent également être aidés dans leur modernisation.

Avertissement :

Les équipements pour le conditionnement ne sont pas pris en compte dans le cadre de cette analyse (les nomenclatures douanières ne distinguent pas l'agroalimentaire du secteur industriel).

Anne PERILHOU - Ubifrance

Chef de Projet Equipements et Technologies Agroalimentaires

Equipementiers du Monde et de la Méditerranée.

TREIF GmbH.....

« La société Treif, fabricant Allemand est quadruple spécialiste du Tranchage Agro-Alimentaire avec des partenaires et des Filiales dans le monde entier, et notamment au Maghreb. Nous équipons déjà de nombreuses industries, le catering aérien et les grandes surfaces en équipement pour trancher, couper, râper de la viande, du poisson, des légumes, du pain et tout autre aliment. Nos trancheurs, slicers et autres appareils garantissent de meilleures conditions d'hygiène, précision et présentation. »

Mondial Frigo.....

Spécialiste du froid et du conditionnement d'air dans les Process Agroalimentaires, Mondial Frigo a réalisé avec succès des installations au Maghreb : conservation fruits, poissons frais, surgelés, entrepôts frigorifiques, abattoirs, laiteries fromageries.

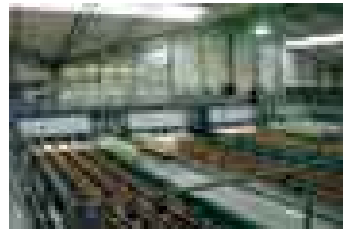


Société MCSP.....



« Spécialistes des pièces détachées pour tanks à lait et tanks reconconditionnés d'occasion (MCSP/COMMERCANT GAULOIS), nous garantissons un excellent rapport qualité/prix pour nos équipements et matériels. Nous souhaitons commercer dans tout le Maghreb »

Le groupe MAF RODA AGROBOTIC



MAF RODA AGROBOTIC : un « savoir faire » depuis 1905. Le siège social est basé à Montauban en France et comprend 16 filiales à travers le Monde. Il est aujourd'hui le Leader Mondial spécialisé

dans le développement, la fabrication et l'installation clefs en main de solutions de calibrage, et de conditionnement pour fruits et légumes. Notre gamme de machines nous permet de répondre à toutes les demandes de calibrage et d'emballage quelque soit le produit.

Société APMV.....

« Nous sommes spécialisés dans le cannelage, le polissage, le mâtage, la vente de pignons, d'engrenages et de paliers en bronze pour tout types d'appareils, ainsi que dans la commercialisation de cylindres neufs LEONHARD BREITENBACH (Allemagne), pour lesquels nous sommes l'agent exclusif pour les pays du Maghreb. Notre société APMV est certifiée ISO 9001 version 2000 pour l'ensemble de ses activités.



Nous avons déjà de nombreux contrats avec les professionnels de notre domaine en Algérie et notamment depuis 2 ans que nous nous sommes intéressés à ce marché. Aujourd'hui nous avons pour ambition de couvrir tout le Maghreb ».

Société Estève.....



La société ESTEVE dont le siège est en France est largement implantée sur le Maghreb avec de nombreuses références en minoteries, semouleries et plus généralement dans l'agro-alimentaire pour la fourniture de silos de stockage farine, de solutions de transfert mécanique ou de pneumatique et pour le dosage des pulvérisants (farine, sucre, améliorants de panification et fortification..)

YORK.....

YORK, groupe Johnson Controls, avec son partenaire algérien ALFI présente le nouveau refroidisseur CHILLPACK. Compact, et avec une très faible charge d'ammoniac, il possède une haute efficacité énergétique, et peut avoir des applications variées : laiterie, entrepôt, abattoir, process, etc.



Foire Internationale d'Alger

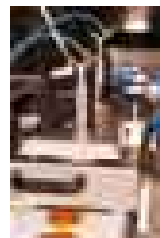
La Foire Internationale d'Alger affiche complet. Les opérateurs ont été nombreux à répondre à notre invitation de faire part au marché algérien de leurs activités. Ils s'expriment et décrivent leurs programmes.

La société BRENET

Présente activement sur le marché maghrébin, elle est spécialisée dans la rénovation d'équipements laitiers. « Nous disposons d'un large stock de machines, mais aussi d'outillages neufs pour Kustner & Corazza ».



Elle doit sa compétence en l'expérience qu'elle a acquise chez les industriels français de charcuterie classique dont elle est l'un des principaux partenaires depuis plusieurs générations. « STALE saura vous conseiller utilement sur le choix des équipements indispensables d'une ligne complète : grignoteuse à viande congelée, hachoir, cutter, mélangeur, poussoir, formeuse à hamburger, boulette et croquette, clippeuse, injecteuse à saumure, malaxeur, four universel, marmite, machine à conditionner sous vide, etc... mais saura également vous assister dans la réalisation de vos recettes, et dans la maintenance de votre usine. »



La société FRAUTECH Srl-Italie

Cette société produit des séparateurs centrifuges, des clarificateurs, des bactofuges, des cuves, des unités de pasteurisation, UF, UHT, CIP, des minilaiteries (pour lait, fromage, yaourt, crème glacée, jus, vin, huiles) et aimerait collaborer avec tous clients du Maghreb.



La Société WADI International s.r.l.

Son siège est situé en Italie. Cette société propose une large gamme de raccords et vannes en PVC pression pour l'eau potable et les conduits d'irrigation. Nous avons aussi la gamme complète pour les tuyaux en PE pression PN 16 d.20 au d.110 et les colliers de prises. Retrouvez toute la gamme des arroseurs, électrovannes et les électro-programmateurs pour les jardins et toute la gamme d'accessoires concernant l'irrigation et le système goutte-à-goutte.



INDESPAN

C'est une entreprise espagnole de recherche et de développement en Boulangerie, Pâtisserie, Restauration/Traiteur. « Nos produits, prêts à l'emploi, permettent aux professionnels d'enrichir leur gamme de production en développant des produits nouveaux et de qualité pour mieux répondre à la demande de la clientèle. Installés à Valencia, nous travaillons dans toute l'Europe et recherchons des distributeurs en Algérie. »

La technologie de Jacir Air

Spécialement adaptée au respect de notre environnement, notre technologie permet de limiter les consommations d'eau et d'électricité, et d'obtenir des niveaux sonores extrêmement bas... Venez nous consulter et découvrez les principes de fonctionnement de notre gamme de tours de refroidissement à circuit ouvert ou fermé, et de refroidisseurs hybrides, pour les secteurs industriel et tertiaire.



METTLER TOLEDO

Ce premier fabricant mondial de systèmes de pesage et d'instrumentation analytique, propose des solutions dédiées à l'industrie agroalimentaire avec notamment des rempisseuses et des solutions de contrôle statistique de la qualité des processus de remplissage.



La société STALE

Son siège social est situé en France, avec des agences en Algérie et au Maroc. Elle est spécialisée dans l'étude, la réalisation, le process, et la maintenance des industries de transformation de viande en charcuterie halal depuis plus de 10 ans.

Luxber
 Des solutions pour la fabrication d'emballage plastique
 Luxber S.p.A.
 Via...
 Tel. +39 051 2300000 Fax +39 051 2300000
 Web: www.luxber.com Email: info@luxber.com

..... **AROMATECH : tout un monde de goûts**

Le Groupe Aromatech produit et commercialise des gammes complètes d'arômes alimentaires destinées à tous les secteurs d'applications de l'industrie agroalimentaire.

Aromatech est présent dans le monde entier, soit par son réseau d'agents exclusifs, soit via ses 5 filiales: Tunisie, Turquie, Algérie, Chine et Thaïlande. Depuis 2005, Aromatech renforce la présence commerciale du Groupe sur l'ensemble du continent africain.

Aromatech dispose d'arômes sous diverses formes (liquides, poudre par simple mélange, atomisation et granulation) et pour tous types de législation (artificiels, nature identiques, naturels et biologiques). Elle possède les certifications Kasher, Halal et BIO.



..... **Cosmos Aromatica Internacional S.A**

Cosmos Aromatica Internacional S.A., basée à L'Ametlla del Vallès à Barcelone en Espagne fabrique et commercialise une large palette d'arômes adressés à tous les segments de l'alimentaire et de la boisson. Parmi ses clients, la société compte les plus importants fabricants de denrées alimentaires et de boissons rafraîchissantes. La société Cosmos est en outre déjà présente dans plus de 15 pays.



..... **Domnick Hunter France : Représenter un groupe mondial**

Domnick Hunter France est la filiale d'un groupe international dont l'objectif est de développer et de fournir des solutions innovantes pour la filtration, la purification et la séparation de l'air comprimé, des gaz et des liquides ainsi que pour le traitement de l'eau.

le nouveau
AGS10
Groupe meunier à 10 passages

Pav. C/Stand A5
Foire Internationale d'Alger 2006

AGREX S.p.A.
OSCO VALMORICA PADOVANA (PD) - ITALIE
Tel: +39 049 80.75.004 - Fax: +39 049 80.75.504
E-mail: info@agrex.com - www.agrex.com

S.A.R.L. AGRIKON
14, Avenue Devenue BOULEVARD BELLEVUE EL HANNOUJ ALGER
Tel: +213 20 21 40 14 00 - Fax: +213 20 21 40 14 00
E-mail: agriko@dyahost.dz

LA FORCE EN TOUTE SIMPLICITÉ



MF 821₁₂

MF 200

Robustesse en toute simplicité : un véritable classique Massey Ferguson. Grâce à la simplicité de sa conception, à sa robustesse, à la qualité de construction et ses faibles coûts d'utilisation qui ont caractérisé la marque Massey Ferguson, la Série MF 200 suscite un intérêt global.

Pour les travaux, il est le tracteur le plus vendu au Maroc depuis la construction locale. Avec des moteurs Perceps dynamiques, des boîtes à vitesses et différentiels, des transmissions efficaces, le système hydraulique Massey Ferguson et un grand choix d'équipements optionnels permettant d'adapter les modèles aux conditions locales, vous pouvez être sûr de trouver sur le marché.

Pour toutes informations complémentaires, visitez www.masseyferguson.com ou contactez-nous directement Massey Ferguson le plus proche.

Massey Ferguson - Pedigree, Puissance et Performance.

SARL CANEAB

Abdel Mohamed Bouafif - Route de Tassout - Bata 33000 - Algérie
Tel : 00213 01 34 23 20 / 00213 02 73 96 00 / Fax : 00213 01 407 400
Internet : www.caneab.com

MAG

21 Ouzar Tach - Bata - Algérie
Tel : 00213 254 958 78 - Fax : 00213 254 260 81

MASSEY FERGUSON est un membre depuis 1992 de l'entreprise
www.masseyferguson.com



MASSEY FERGUSON



Le groupe Domnick Hunter est présent sur les marchés de la chimie fine, la fermentation, la pharmacie, les hôpitaux, les cosmétiques et l'agroalimentaire. Le groupe propose aussi bien des produits pour la filtration process (pré filtration et filtration finale pour les liquides, filtration vapeur, filtration de l'air stérile, filtres autoclaves), que pour le traitement de l'air comprimé (Sécheur frigorifique, Sécheur adsorption, purge de condensat et séparation huile/eau) et ainsi que pour le traitement de l'eau.



.....Imaje S.A : Solutions globales de marquage et de traçabilité

Imaje fait figure de leader parmi les fabricants de systèmes de codage et de marquage, fournissant une gamme complète d'équipements et de services. « Nos produits s'intègrent en toute discrétion à votre processus de fabrication. Nous répondons aux besoins de nos clients en matière d'identification de produits dans plus de 120 pays.

.....INGREDIENT TECHNOLOGY : Expérience et Savoir-Faire

La société INGREDIENTS TECHNOLOGY est spécialisée dans les produits liés au traitement de la farine, dans les conservateurs, les améliorants pour pains spéciaux, qu'il s'agisse de pain de mie ou de pain hamburger. La société propose également des correcteurs standards pour tout type de farine et des enzymes de panification. « Nous solutionnons tous vos problèmes, contactez-nous et découvrez l'expérience et le savoir-faire qui font la différence ! »



.....NEP INT'I

La NEP INT'I est une société de droit privé, spécialisée dans l'équipement professionnel et de collectivités ; son domaine d'application est l'importation, la distribution, la mise en service et la maintenance de ses équipements professionnels et de collectivités. En termes d'offres, la NEP commercialise une très large gamme d'équipements de collectivités pour la boulangerie-pâtisserie, la pizzeria, la crème glacée, le snack, la grande cuisine, le froid, la buanderie ainsi que sa gamme d'équipements professionnels pour la confiserie, la chocolaterie, la biscuiterie ou la croissanterie.



.....Omnichem : Fabricant de produits chimiques sanitaires

« Notre principale préoccupation c'est la sécurité alimentaire. Nous vous offrons une large gamme de produits (lubrifiants, détartrants additifs anti-mousseux, assainissants...etc) à haut rendement destinée à l'industrie alimentaire et aux installations de traitement des eaux »

.....PIERRE GUERIN SAS au service des métiers du goût et de la santé

La société Pierre Guerin, basée depuis 1959 près de LA ROCHELLE en France, conçoit et réalise des cuves en acier inoxydable pour les métiers du goût et de la santé, ainsi que des pompes, vannes et des gammes complètes de systèmes d'agitation et de mélange (hélices, turbines, ancres racleuses) à très haute performance.

« Nous sommes le partenaire de l'industrie laitière et agroalimentaire au Maghreb depuis plus de 40 ans, grâce à notre savoir-faire important dans les métiers du lait, des boissons, des ovo-produits et notre capacité à adapter la conception de nos installations à la culture et aux modes de vie des consommateurs maghrébins tout en utilisant les méthodes de fabrication les plus modernes et les plus performantes actuellement en vigueur (automatisation, sécurité, traçabilité...). »



.....RKW

La société RKW est l'un des fabricants Européens leader en matière de films d'emballages de première qualité pour l'industrie alimentaire et non alimentaire. Les films très transparents et brillants sont imprimés en flexographie jusqu'à 8 couleurs sur les machines les plus perfectionnées du marché. « Notre savoir-faire, fruit de longues années d'expérience, est la garantie d'une qualité excellente et fiable »

.....SIMEZA

La société SIMEZA est spécialisée dans la fourniture de silos métalliques en acier galvanisé. « Nous vous proposons nos installations complètes de stockage de céréales, nos silos de ferme de stockage de farines ainsi que nos réservoirs métalliques d'eau et nos bâtiments métalliques autoportants sans structure. »

• Technosilos

Technosilos étudie et réalise des installations complètes pour l'industrie agroalimentaire et vous propose ses solutions pour vos installations de stockage, vos installations de dosage et de pesage de produits solides et liquides, ainsi que des systèmes de broyage et de mélange de matières premières, des systèmes de transfert pneumatique et mécanique, des systèmes de dépoussié- rage, des systèmes de traitement des liquides et des systèmes de supervision et d'automatisation des installations.



• TchIn-Lait

La société TchIn-Lait produit et commercialise du lait UHT sous la marque CANDIA. Ses capacités de production atteignent 400 000 litres de lait/jour, conditionnés en briques en carton. Parmi la gamme de ses produits, les variétés laits blancs, laits&jus, lait chocolaté et lait à la fraise.



• VIGAN

La société VIGAN est spécialiste des portiques déchargeurs et chargeurs, pneumatiques et mécaniques, du vrac : céréales, dérivés, produits chimiques et minéraux (alumine, soufre, chaux, etc...) La société fabrique aussi les machines pneumatiques mobiles, « pompes à grain » en aspiration et refoulement entre navires, camions, wagons, magasins et silos.



• ZIDOU : une première en Afrique

Le complexe industriel de transformation et de pasteurisation des oeufs (ZIDOU) est la première usine du genre en Afrique et dans le monde arabe.

« Notre domaine de compétence intègre les secteurs de l'agroalimentaire, de la santé et de l'environnement. L'hygiène, la qualité et la sécurité alimentaire du citoyen algérien sont les facteurs incitatifs et moteurs de notre investissement et c'est pourquoi nous proposons des oeufs pasteurisés ZIDOU à 100 % naturels, garantis sans conservateurs ni additifs. Nos oeufs s'adressent à tous les industriels de l'agroalimentaire, les professionnels de la restauration, les producteurs de crème glacée ainsi qu'aux collectivités. Sont garantis une réduction de l'espace de stockage, la facilité d'exécution, la stabilité des recettes et surtout la qualité hygiénique nos produits finis (Oeufs entiers liquides, Jaune d'oeuf liquide, blanc d'oeuf liquide, oeufs entiers en poudre et jaune d'oeuf en poudre).

Diplôme D'honneur décerné à Vita Jus

VitaJus occupe actuellement une place importante sur le marché national (40%). Outre le large choix de variétés pour ses jus de fruits, la société propose à sa clientèle trois types de conditionnement : le Pack Tetra Pak, la barquette Tetra Pak et la bouteille en verre. Fort de ses résultats enviables, Vitajus a également mis sur le marché un cocktail tropical à la fraise à base d'omega 3, un additif alimentaire bénéfique au système cardio-vasculaire. L'atout de la société, c'est la mise en place de produits de qualité et bons.

De par ses produits et ses prix pratiqués, VitaJus se voit proposer des opportunités de partenariats aussi intéressantes que profitables.

A l'export, la société algérienne prend timidement ses repères sur l'Europe et les autres continents et devrait grâce à ses efforts pour améliorer et développer ses infrastructures et capacités de production, faire la part belle à l'orange, fruit du pays par excellence. Voilà de quoi justifier le diplôme d'honneur décerné à l'occasion de la cérémonie pour le prix algérien de la qualité 2005, présidé par le Ministre de l'Industrie.



Le groupe Fullwood Packo est leader mondial dans la production et l'installation de système de traite, de refroidissement de lait, de traitement de lait et d'équipements pour l'industrie agro-alimentaire et pharmaceutique



- Cuves de refroidissement de lait à détente directe ou à eau glacée
- Installations de traite mécanique
- Laiteries, fromageries (installation clé en main)
- Pompes centrifuges et à lobes, électro-polissage
- Equipements divers pour l'industrie alimentaire et pharmaceutique

PACKO INOX nv / Torhoutsesteenweg 154 - B-8210 Zedelgem
Tel. ++32 (0)50 25 06 44 / Fax. ++32 (0)50 20 07 52

Contact : Christophe Duigou
Sales & Commissioning Engineer
E-mail: Christophe.Duigou@packo.com / <http://www.packo.com>



Agromed

www.agromed.org

La publication du réseau méditerranéen
de l'agroalimentaire et de l'agriculture



Sommaire

Le point de vue	p3
Le réseau du mois	p6

Cocktail



Cocktail

كوكتيل

Tropical à la Fraîche
Omega-3

Idéal pour la prévention
des maladies cardio-vasculaires
et le cholestérol



Z.I. Site 02 Ouled Aïch
Blida - Algérie
Tel : 025 43 58 11/13 -
Fax : 025 43 58 14
Site web : vitajus.com

Avoir un esprit tourné vers l'Europe.. La CGEM s'organise



Mon nom est Khadija OMARI et je suis Responsable du Bureau CGEM Bruxelles. Je suis en fait la représentante permanente de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc à Bruxelles. Je m'occupe de ce bureau de représentation qui a pour but de suivre l'actualité européenne. C'est un bureau de liaison mais aussi une instance de lobbying auprès des institutions européennes.

Je m'occupe entre autres des questions euro-méditerranéennes, du partenariat avec d'autres pays méditerranéens, la Belgique, la France et autres principaux pays européens, de représenter la CGEM et de suivre l'actualité de la rive nord de la Méditerranée pour les fédérations qui sont membres de notre Confédération comme la Fenip, la Fenagri, l'Association des femmes chefs d'entreprises. Il y a beaucoup d'autres associations qui sont membres chez nous comme la Fédération des Bâtiments et Travaux Publics

Votre sentiment par rapport au salon European SeaFood ?

A propos du salon, je trouve qu'on a une bonne présence sur le salon, que le secteur est bien représenté. La plupart des entreprises présentes cette année, l'étaient l'année dernière et c'est une bonne image du secteur

Info/contact : www.cgem.ma

European SeaFood Exhibition et SeaFood Processing Europe nouvelle édition !!!

Trois jours pour accéder au marché européen des produits de la mer et de leur transformation

Le SeaFood Processing Europe a été organisée dans l'esprit de faire se réunir des acheteurs sérieux et des professionnels de l'équipement et des technologies utilisés dans la transformation des produits de la mer. Cette foire professionnelle, c'est la présentation des meilleurs produits et services dont a besoin le transformateur de produits de la mer pour apprêter la matière première et la préparer pour la phase de distribution.

L'European Seafood quant à lui est l'événement européen le plus important en matières de produits de la mer . Plus de 135 pays présents entre distributeurs, transformateurs, exportateurs et autres professionnels du secteur de la pêche et des produits de la mer. Six halls d'exposition ont entièrement été mis à la disposition des dernières innovations et informations du secteur.

Ensemble les deux événements constituent à Bruxelles, le rassemblement le plus complet en matière de produit de la mer, une halte indispensable aux professionnels du secteur du monde entier !!


..... **Bruxelles, Centre des Expositions**
..... **Prochaine édition du 24 au 26 avril 2007**
..... **Info/contact : www.europrocessing.com**





Standards for
tomorrow.

Conditions d'hygiène
irréprochables.



Le concept révolutionnaire
du plansichter en inox ou
en PUR évite une contami-
nation par moisissures et
bactéries.

BÜHLER
KITCHEN

Comité des Producteurs agricoles de la Méditerranée par la FIPA

Un objectif : Permettre aux agriculteurs méditerranéens de développer une identité commune pour leurs produits, qui reconnaîtrait la spécificité de leurs productions en vue d'un développement agricole rural du bassin

La Fédération Internationale des Producteurs Agricoles (FIPA) est l'organisation mondiale des agriculteurs. Créée en 1946, elle représente plus de 600 millions d'exploitations agricoles familiales regroupées au sein de 110 organisations nationales dans 75 pays. La FIPA jouit d'un statut consultatif général auprès du Conseil Économique et Social des Nations Unies.

Aujourd'hui des comités spécialisés par produit, thème ou région sont mis en place pour mieux répondre aux questions liées à chaque ensemble. C'est le cas du **Comité des Producteurs agricoles de la Méditerranée**.

C'est le fait que les produits alimentaires "méditerranéens" soient de plus en plus reconnus comme étant bénéfiques pour la santé, qui a fait penser aux producteurs agricoles, du Nord et du Sud de la Méditerranée, qu'ils pouvaient se regrouper au sein de la FIPA pour faire valoir les bienfaits de leurs produits. Il faut en outre répondre au manque de considération des besoins de la région dans les politiques internationales de développement et tenter de gérer les conflits d'intérêts à l'intérieur même du bassin.

Pour la période 2005-2007, le bureau est constitué du Président: M. Guy Giva (France) et des Vice- Présidents: M. Cherif Ould Hocine (Algérie), M. Alican Kabakci (Chypre), M. Francesco Serra Carraciolo (Italie), et M. Mabrouk Bahri (Tunisie).

Les pays membres sont l'Algérie, Chypre, l'Égypte, l'Espagne, la France, l'Italie, Malte, la Palestine, le Portugal, la Tunisie et la Turquie.

Outre son rôle de lobbying auprès des instances européennes, sa volonté d'être une plate-forme des échanges pour les agriculteurs et son devoir de stimuler la coopération technique à différents stades, le comité des producteurs agricoles de la Méditerranée travaille à généraliser :

- **La diversification des productions** pour éviter le phénomène de produits identiques (légumes, fruits, huile, vin, blé dur, ovins) qui arrivent à maturité quasiment aux mêmes périodes et qui se destinent presque tous aux mêmes marchés.
- **L'amélioration de la qualité**
- **La disponibilité de l'eau** Il s'agit là d'un aspect crucial pour résoudre les deux aspects précédents.

Financement :

La FIPA est financée par les contributions versées par ses organisations membres qui adhèrent de manière volontaire. La FIPA bénéficie également d'une assistance au développement pour financer ses activités dans les pays en développement.

Plus d'infos : <http://www.ifap.org/fr/>



Sarl Douguiz import-export en agro-alimentaire



**S.A.R.L DOUGUIZ
IMPORT-EXPORT**

COOPERATIVE UNIVESITAIRE G II N°49 KOUBA - ALGERIE -

TEL: +213.21 28 28 02

FAX: +213.2128 26 50

Portable: +213.70 80 61 43

Contact: Monsieur RAHMOUNE Nabil

E-mail: douguiz@hotmail.com



Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche



**une présence continue
aux côtés des agriculteurs
pour :**

- * un développement durable**
- * un meilleur revenu
pour les agriculteurs**



**à travers l'écoute, le conseil
et l'information**



en direct et

**par le biais de ses médias
Tounès El Khadra & El Falah**

Italia

39^{ème} Foire Internationale d'Alger
01 - 08 juin 2006 - Pavillon "C"



Sociétés et entreprises présentes :

MATERIEL POUR AGRICULTURE, ELEVAGE, INDUSTRIES AGRO-ALIMENTAIRES

AGROA, ALTECO, ANSELMO, BILINI BEANE, CANTUZZI, CDFI,
CINPA, EMMER, ENOAGRICOLA ROSSI PACCO,
FILI FRAGOLA, FIMA, GRUPPO FERRARISI, RAPANELLI FORAVANTE, SCOLPE,
STA SPARTI, TECHNO POLTRY EQUIPMENT LA FARRIGIANA

CONDITIONNEMENT & EMBALLAGE

CORFEL, FOX SAS, ORVED, SACMI, SACMI LABELLING, SACMI FILLING

MATERIEL ET COMPLEMENTES POUR B.T.P. - CONSTRUCTION ET CARRIERES

BAGNI CRUSHING PLANTS

BICCARIA, BERNARDI, COMEC, LOREY IMPIANTI, METALLALANTE,
OMF OFFICINE S.T.M. REITER ET ORIPA_SBC

DIVERS PRODUITS ET SERVICES

ABERT (ARTICLES DE MENAGE), ALIAS (PORTES BLINDEES),
ARBONDA (LAIN ET DERIVES), BONVICINO (TRANSPORT MARITIME),
CARLE ET MONTARI (INDUSTRIE DU CHOCOLAT), EUROCOM (SERENDES),
GHEDI GYRANO (CAVRES SORTES: RWCH (PEINTURES),
IPM GROUP (MULTIMEDIA), ISOTRANS (EXPEDITIONS INTERNATIONALES),
MTH (PORTES/FRIGORIFERES), PEZZETTI (CAFETERES),
QAT CONSULTING (EQUIPEMENTS DIDACTIQUES),
SANTONI (HABILLEMENTS), TARRIS (COMPAGNE DE NAVIGATION),
UPPER (AMENAGEMENT DE SURDAIL, GESTA / DISTRIBUTEUR DU JUMPO)

HYDRAULIQUE - IRRIGATION - POMPES

ARAD, CAPRAE, KERSELT GROUP, PAVELLI TECNOIMPIANTI,
TECNOTERMINCA, SACE, UNDELTA, WADI INTERNATIONAL

MECANIQUE ET OUTILS

EMFLEX, MASERIO ANTONIO, NEGRO BOSSI, OMA, ROSSI,
SUAUTO, SIRCOSULT

MATERIEL POUR PRESSINGS, BLANCHISSERIES ET LAVIERES

ACA, BERGAMINI, GHEDI BENVENUTO, REALTAM

INDUSTRIE PLASTIQUE & CAOUTCHOUC

GHEDI BENVENUTO, GAMBALORO, MESA, LONGIOTTI MECCANICA,
SCA, WITTECH, SAUSANO FICL

DIVERS EQUIPEMENTS

AIR TRASMISSION (ACCOUPLLEMENTS),
ATSC (DIFFUSION SONORE), CHIVON (COMPRESSEURS),
DITRON (CASSONNEMENTS ENREGISTRES ET SYSTEME D'ALIMENTATION
POUR MAGASIN), ENECO (PROGETTO CLIS EN MARE),
FANTUZZI (EQUIPEMENTS PORTUAIRES),
FERRAZ (CHAUFFERES, RACHTEURS, CLIMATISSEURS),
FILTROTECNICA (FILTRATION D'AIR),
INSTRUMENTS ET SYSTEMS (SYSTEMES DIDACTIQUES ET INDUSTRIELS),
GIORGIO DAMMINOLA & C. OTTOBALLI BUSNARDI (CHAUFFERES),
SARAI (CARNES POUR PEINTURE), SILANCO (PEINAGE),
TOWER LIGHT (TOURS ECLAIRAGE)

INSTITUTIONS, CONSORZIUMS & ASSOCIATIONS

ARNDUSTRIA/PACENZA, CCI-VENEZIA,
CONSORZIO MOCIT, UNISPORT PADOVA,
VICENZA-QUALITA', SACE-SMEST

Institut Italien pour le Commerce Extérieur (ICE)

Bureau pour la promotion des échanges de l'Ambassade d'Italie

24, Chemin D'Hotel Saida El Soudani - 90000 El Bar - ALGER

Tel +213 21 821575 / 78 96 - Fax +213 21 821177

E-mail: ice@alger.ice.it

Directeur: Samuele FORSI


The Made in Italy Official Portal

Le Maghreb : une volonté certaine d'échanges

Les opérateurs du sud de la Méditerranée nous confient leurs projets et se dévoilent... Découvrez-les.

.....les entrepreneurs tunisiens

L'UNION TUNISIENNE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA PECHE

AU COTE
DES AGRICULTEURS

L'Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche est au côté des agriculteurs pour un développement durable et un meilleur revenu pour l'agriculteur par l'écoute, le conseil et l'information



<http://www.utap.org.tn/>

...Caves Ceptunes : Producteur de vin en Tunisie



Monsieur Imed HAMDJ, Directeur Commercial nous présente son activité : « Nous essayons d'exporter notre vin partout, dans le monde. Pour l'instant nous exportons en Russie, en Belgique, en France, en Italie et au Maroc. Le vin a ses traditions en Tunisie, ce qui nous

oblige à exporter à 70% et à travailler sur le marché local à hauteur de 30 %. Nous essayons du coup de participer à tous les salons à travers le monde, pour développer des marchés, d'autant plus que d'ici 2010 il va y avoir une grande augmentation de la consommation internationale. Normalement ça devrait éclater pour tout le monde et notamment pour la Tunisie. »

...SEPA

Monsieur Jamel BEN SAIDA nous présente la Société d'Exploitation et de Production Agricole, fondée en 1985. « Nous sommes spécialisés dans la production de miel, plus spécifiquement de miel d'abeilles. Nous vendons notre miel en Tunisie à la pharmacie Tunisienne et nous essayons d'exporter à Barcelone... Nous avons beaucoup de contacts, je viens par exemple d'avoir un contact important avec le représentant des grands magasins AUCHAN en EUROPE, il est très intéressé pour importer notre miel qui a la particularité d'être du miel aux agrumes, plus précisément du miel d'oranger. »

...SOTAVI

La Société Tunisienne d'Aviculture «SOTAVI»,



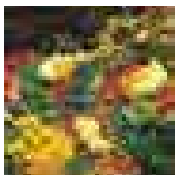
est une société anonyme, certifiée ISO 9001 version 2000 dont l'activité est la production et la commercialisation des poussins d'un jour chair et ponte et des oeufs à couver chair et ponte.

...VIGNERONS DE CARTHAGE

Monsieur Becem BEN CHEIKH nous présente la société basée à Tunis. « Nous produisons du vin, et nous comptons une vingtaine de produits différents selon la répartition suivante : 60% rouge, 25% rosé, 15% blanc. Nous avons une production annuelle qui tourne aux alentours de 370000 hectolitres. Nous possédons environ 10 vignobles qui sont la propriété de l'UCCV. Nous proposons divers cépages, traditionnels et nouveaux. Notre société vend à l'international et nous avons des collaborateurs en France. Nous avons aussi des partenaires sur le marché belge, canadien, suisse, marocain et enfin sur le marché japonais. Nous prospectons actuellement des clients sur les pays scandinaves, l'Asie, la Chine

les entrepreneurs marocains.....

... La société APHYSEM



A.PHY.S.E.M. est une société semencière marocaine. Dans le cadre de notre stratégie de développement, nous sommes à la recherche d'entreprises possédant des obtentions végétales performantes et des variétés de haute qualité.

... Abdelmajid JARNI de la Coopérative CMAB

La Coopérative Marocaine d'Agriculture Biologique, (CMAB) récemment réactivée, se met aujourd'hui au service des producteurs, des transformateurs, des commerçants et des consommateurs intéressés par la démarche. Nous produisons à la demande et nous nous positionnons en quelque sorte comme des courtiers en développement. Notre coopérative, peut aussi avoir des activités de production et de commercialisation.

... COMANER MAROC, le partenaire de l'industrie agro-alimentaire marocaine .

« Leader sur son marché, la société Comaner Maroc est spécialisée dans l'importation, la distribution, la logistique et le marketing des ingrédients alimentaires tels que les produits laitiers, les ingrédients fonctionnels laitiers, les graisses végétales, le carovit, le dextrose, les additifs. A ce titre elle représente les sociétés les plus prestigieuses telles que ECOVAL - INGREDIA - ALIMCARAT - ALMES -DUCLOS INTERNATIONAL... »



... VIALYS

« Notre société VIALYS est spécialisée dans la collecte, la transformation, la commercialisation et l'exportation de divers produits agricoles et naturels marocains tels que les huiles essentielles, les amandes amères, les épices.. Nous pouvons aussi bien offrir des produits bio (certifiés), que des produits conventionnels. »

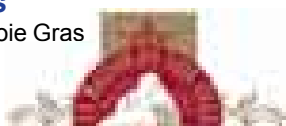
... Groupe HOFIT



« Le Groupe HOFIT basé à Bouskoura avec ses filiales SMAC, SGMS, N/CCIC et LOCATRAP est l'opérateur incontournable dans le secteur agroalimentaire et propose entre autres des chariots élévateurs TCM, des gerbeurs BT, des pompes GUINARD ou ALTA, des nettoyeurs industriels KARCHER, des systèmes d'aspiration CFM, des groupes électrogène SDMO, des compresseurs INGERSOLL RAND et des produits de maintenance.»

... La Maison du Foie Gras

« Depuis 1989, la Maison du Foie Gras élève des canards Mulards au Maroc. Elle dispose d'une unité intégrée (élevage, abattage, découpe, transformation et distribution) , qui distribue foie gras, magrets et autres



dérivés du canards au Maroc et à l'étranger. Les Produits de la Maison du foie Gras sont 100% Halal. Dans le cadre de son développement à l'international, notre société recherche des distributeurs dans les Pays Arabes et/ou musulmans. »

... La CMGP

« Présente sur le marché marocain depuis plus d'une décennie, la Compagnie Marocaine de Goutte à goutte et de Pompage se positionne comme leader au Maroc pour les systèmes d'irrigation goutte à goutte et les revêtements des bassins en géo-membrane ».

... Extralap

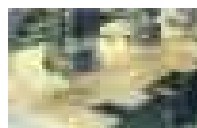
Basée à Azrou, au cœur du Maroc, les sociétés ACAF multiplication et Extralap proposent une gamme complète de fourniture pour l'élevage cunicole. La société conçoit un matériel répondant aux exigences des éleveurs en leur garantissant un rapport qualité-prix remarquable. ACAF multiplication, propose la multiplication de lapins à fort potentiel génétique, en partenariat avec de grands groupes internationaux pour une amélioration de la rentabilité de l'élevage.

... MeaFood Service

La Société MEA FOOD SERVICE met à la disposition des collectivités, hôtels et restaurants, une large gamme de produits alimentaires et d'entretien ainsi que ses services. Le service reste en effet notre point fort. Rejoignez le n°1 de la restauration, car être au service de nos clients 'est aujourd'hui pour nous le but de notre existence.



... MELTON MAGHREB S.A.R.L



«La société MELTON MAGHREB S.A.R.L., située au Maroc, est le distributeur exclusif sur l'Afrique du Nord de la société espagnole MELTON SL., fabricant de générateurs de colle hot-melt.

Nous souhaitons auourd'hui augmenter de façon importante le développement de nos matériels dans tout le Maghreb. Les générateurs MELTON sont en effet utilisés dans plusieurs industries, notamment dans le secteur agroalimentaire. Les générateurs de colle thermo-fusible ainsi que les pièces de rechange de marque Melton sont en outre compatibles à 100% avec plusieurs marques. »

... Ismailia Plastique : Notre plus grand souhait : vous servir !

« La société Ismailia dont le siège est au Maroc, fabrique une large gamme de caisses pour usage agricole et ha-lieutique tout à fait adaptées à l'univers professionnel, au transport, au stockage, au conditionnement et à l'usage domestique. La diversité de nos produits répond à vos besoins les plus spécifiques. Nous vous garantissons en outre des produits compétitifs avec toute la sécurité, la qualité et l'économie de place grâce à l'emboîtement »..

les entrepreneurs algériens.....

... Biodattes Algérie

Biodattes Algérie vous fournit à l'Export la meilleure datte Deglet Nour d'Algérie. Des dattes en qualité extra fraîches, en branches, moelleuses, calibre Jumbo (5.5 cm et +), mûres sur palmiers, produites dans les meilleurs terroirs de Biskra et certifiées Agriculture Biologique.

Nos dattes sont mises sous emballage personnalisé très solide, beau design respectant les exigences agroalimentaires, sanitaire et de résistance à la mise en chambre froide et sont disponibles toute l'année en nouvelle récolte en Algérie ainsi qu'en France. Nous garantissons une conservation en chambre froide négative ainsi qu'une livraison sous 48h par transport aérien.

... COOPÉRATIVE AGRICOLE

Nous sommes une coopérative agricole de produits agricoles extra primeurs et primeurs ainsi que de produits de terroir, parmi lesquels le couscous séché à l'ombre et roulé à la main, nature. Nous n'utilisons aucun procédé industriel. Nous comptons lancer les produits agricoles BIO DES SEPTEMBRE et nous recherchons tout partenaire susceptible de s'associer à notre projet et possédant beaucoup de terrain (200 ha à cultiver), idéal pour toute sorte d'agriculture. A titre d'exemple dans cette région du sud algérien, les cultures privilégiées sont le raisin de table au mois de mai, les petits pois au mois de novembre, ainsi que la carotte, l'aubergine, et l'orange. Les récoltes pour les oranges sont d'ailleurs phénoménales avec des fruits atteignant plus de 700 gr chacun!

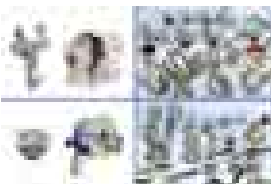
... SARL SGEM GUEDILA



La source de GUEDILA a été découverte en 1982 dans le Sud Est de l'Algérie ; et exploitée depuis 1986 jusqu'à ce jour. Elle a subi une rénovation radicale par son promoteur SARL SGEM GUEDILA. Le nouveau système de production installé répond aux normes internationales et permet d'avoir un produit de première qualité sur le marché des boissons, et d'établir une bonne relation avec sa clientèle. GUEDILA garde toujours ses propriétés physico-chimiques et organoleptiques depuis sa découverte.

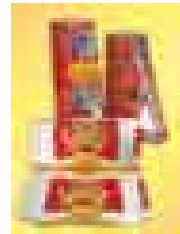
... INVEST INOX

Notre société INVEST INOX dont le siège est en Algérie, spécialisée dans l'importation et la commercialisation des équipements et pièces de rechanges en acier inoxydable pour l'agro-industrie, pharmacie, chimie et pétrochimie, vous propose une large gamme de produits tels que des pompes centrifuges, des pompes volumétriques, des tuyauteries, de la robinetterie, des vannes, des raccords, ainsi que des coudes, tes, réductions, colliers. Nous proposons aussi des tôles, des siphons de sols et caniveaux inox, des produits de soudages et autres accessoires en acier inoxydable. Notre société commercialise sur stock une large gamme de produits standards,



mais aussi, à la demande du client, dans des délais records, nous pouvons fournir sur commande tout type de pompes et accessoires en acier inoxydable.

... Sarl Agrofilm packaging



La Sarl Agrofilm packaging est spécialisée dans l'extrusion, l'impression, la flexo, l'hélio et la commercialisation de films et d'emballages flexibles pour des opérateurs des secteurs des détergents, biscuiterie, pâtes, confiserie, café et agriculture. Développement du Mixpap et Banderoles

... LABOREF SARL

LABOREF SARL fabrique depuis 1978 une large gamme d'arômes destinés à toutes sortes d'applications: émulsions pour boissons gazeuses, arômes liquides et poudres pour confiserie, glaces, yaourt, biscuiterie, chocolaterie, etc...

... Univers Des Filtrés SARL

La société Univers des Filtrés, dont le siège social est en Algérie, distribue des équipements de Traitements & Filtrations pour l'eau, l'air, et le gaz. Nos équipements interviennent dans la microfiltration des liquides et des gaz de Process, le traitement de l'air comprimé, les filtres, sécheurs d'air par adsorption et par réfrigération, et les générateurs d'Azote ainsi que dans les générateurs d'hydrogène

... La multi présence, l'exemple de SIM

La société SIM a été fondée en 1990 en tant que petite société familiale dans le domaine de la Minoterie- Semoulerie où elle a fait office de pionnier en sa qualité de première société privée dans cette filière d'activité en Algérie. Dès les premières années d'activité, la société SIM a connu une croissance active et soutenue pour s'ériger actuellement en un groupe industriel, commercial et financier d'une envergure nationale largement consacrée.

Le groupe SIM-SPA a élargi ses activités vers d'autres créneaux dans le domaine des eaux minérales, de la santé, de la promotion immobilière et le trading de céréales. Le groupe compte aujourd'hui 1700 employés et 19 usines. « Notre capacité de production se répartit entre la semoule/farine : 1 999 tonnes/jour, les pâtes alimentaires : 300 tonnes/jour, le couscous : 115 tonnes/jour et l'aliment de bétail : 220 tonnes/jour. Nous sommes présents avec des comptoirs sur 13 pays (Niger, Belgique, Canada, Libye, Afrique du Sud, Haïti, Grande Bretagne, Mali, Sénégal, l'Italie, la France, la Mauritanie et récemment les Etats-Unis). Nos produits sont également présents en Allemagne, Espagne, Tunisie par des exportations indirectes. Le commerce avec les pays du sud n'étant qu'à 2%, on ne peut pas encore parler de commerce dynamique avec le Maghreb, mais plutôt d'une machine qui est en panne »

SIAAM
سيام 2006

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRO-INDUSTRIE ET DE L'AGRO-ALIMENTAIRE AU MAROC



Voir contacts :

ORGANISATEUR

BO MAROC

87, bd d'Anfa, angle av. Moulay Youssef, Casablanca, Maroc
Tél. : +212 (0) 20 47 06 00 / Fax : +212 (0) 20 47 06 01
semin@bo-maroc.ma / www.bo-maroc.ma

COORGANISATEUR

BO FRANCE

87, avenue des Pyrénées 31340 L'Union, France
Tél. : +33 (0) 8 38 27 18 83 / Fax : +33 (0) 8 38 27 18 84
semin@expormedia-france.com / www.expormedia-france.com

ORGANISATION

iec

ON EXHIBITION



SUPPORT OFFICE

AMIAG

RECEPTION OFFICE

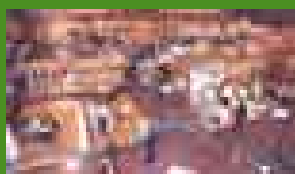


Le SIAAM :

salon de référence de l'agro-industrie et de l'agro-alimentaire

Frédéric Lehenaff - Commissaire Général du SIAAM 2006

AgroLigne : Pouvez-vous nous présenter le SIAAM ?



F.H : Le SIAAM est un salon international de l'agro-alimentaire et l'agro-industrie au Maroc. Cet événement attendu par la profession depuis plusieurs années, déjà,

est organisé à l'Office des Changes de Casablanca du 21 au 25 Juin 2006.

Les 3 premiers jours seront dédiés aux professionnels du secteur et les deux derniers jours seront ouverts à un plus large public. Nous avons choisi la ville de Casablanca, en raison du carrefour économique et industriel qu'elle représente pour le Maghreb.

Ce salon comportera 4 pôles, à savoir un pôle produit animal, un pôle produit végétal, un pôle produit agro-industriel et agro-alimentaire et un pôle produit du terroir.

AgroLigne : Qui est l'organisateur de ce salon ?

F.H : Ce salon est organisé par IEC Maroc, une des 22 filiales du groupe Expomedia, un des leaders mondiaux dans l'organisation de salons professionnels. Fort de son expérience de plus de 30 ans et de sa présence dans de nombreux pays émergents, Expomedia a développé un portefeuille d'exposants, de clients institutionnels et de visiteurs suffisamment important pour fédérer une parfaite internationalité de ses événements.

AgroLigne : Quelles sont les attentes ?

F.H : Le SIAAM constitue un carrefour essentiel pour l'adaptation des professionnels du secteur marocain aux mutations technologiques de l'environnement mondial. Ce salon a également pour vocation d'améliorer la qualité de la production grâce à la mise en place de normes de certification, de prendre en compte les besoins du consommateur à la recherche de produits personnalisés.

De plus, le pôle produit du terroir permettra de développer une ambiance de convivialité et de mettre l'accent sur ce créneau porteur à l'export.

Participer au SIAAM c'est la garantie de rencontrer les acteurs majeurs de la filière, comprendre les spécificités du marché marocain, analyser les dernières tendances et innovations du secteur, créer un large réseau de contacts professionnels ciblés, pénétrer un marché à forte demande, développer de nouveaux partenariats et mieux vous positionner, bénéficier d'une organisation professionnelle

répondant à toutes vos exigences. Nous attendons 200 exposants et 15 000 visiteurs professionnels.

AgroLigne : Quel message souhaiteriez-vous faire passer ?

F.H : Nous convions les internationaux à se déplacer sur ce salon pour marquer leur présence sur le marché agro-industriel et agroalimentaire marocain en pleine émergence. En effet, la forte demande marocaine en matière de technologie et de savoir-faire constitue une opportunité de débouchés unique pour les entreprises étrangères.

AgroLigne : Pourquoi choisir d'investir au Maroc ?

F.H : La filière agro-industrielle et agroalimentaire constitue le moteur du développement économique et demeure dynamique et attractive. Le marché agro-industriel marocain a besoin d'adapter ses équipements et ses processus. De plus, la proximité du marché marocain est un atout considérable pour les entreprises européennes.

Le secteur agro-industriel occupe une place stratégique dans l'économie marocaine. Ce secteur compte près de 2000 entreprises qui représentent 25% du total des établissements industriels. Le salon SIAAM 2006 offre l'opportunité de rencontres entre le monde professionnel de l'agro-alimentaire et les nouvelles technologies de l'agro-industrie.

Propos recueillis par Fatou DIAGNE



Formation à distance : la coopération inter-pays

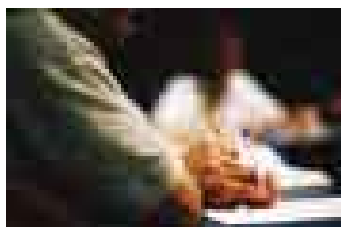
Abdelhamid Bencharif : Enseignant - Chercheur au CIHEAM/IAMM

Pierre Aragon : Responsable du secteur médias et formation à distance de l'IAMM

Agroligne : Quelles sont les formations à distance proposées par l'IAMM ?

A.B : L'enseignement à L'IAMM est organisé autour de trois thématiques : agriculture, développement rural et agroalimentaire. En ce qui concerne l'économie agroalimentaire et le management des entreprises, trois modules pédagogiques ont été préparés et peuvent faire l'objet d'une formation à distance. Les deux premiers modules portant sur «Mondialisation et géostratégies» et «Marketing et comportement du consommateur» totalisent soixante heures de cours chacun, et sont coordonnés respectivement par moi-même et par ma collègue Martine Padilla. Le projet «Qualimentic», en cours de préparation, concerne la qualité des produits et la santé.

Agroligne : Ces formations sont destinées à quel public ?



A.B : Pour l'instant, ces cycles de formation sont destinés à nos étudiants de l'IAMM et aux étudiants de nos partenaires du sud, dans le cadre des formations délocalisées, comme

celle du MBA «Management Agroalimentaire» que nous réalisons à Alger en partenariat avec l'Institut Supérieur de Gestion et de Planification (ISGP) et le World Trade Center Algeria (WTCA). A titre d'exemple, les participants au module «Mondialisation et géostratégies agroalimentaires», qui sont tous des professionnels et préparent ce MBA en alternance, ont pu d'abord travaillé seuls ; le contenu d'enseignement équivalent à soixante heures de cours a ensuite été validé en deux journées (12 heures) de présentiel.

Les contenus peuvent être également recomposés pour être adaptés aux besoins des pays et aux objectifs pédagogiques des partenaires qui nous invitent à participer à leur enseignement.

Agroligne : Combien de personnes suivent ces formations à distance ?

A.B : Pour l'instant, nous ne réalisons pas de formation à distance au sens strict du terme, dans la mesure où elle est toujours combinée à la formation en salle, soit à l'IAMM, soit dans des instituts de formation des pays du pourtour méditerranéen.

A l'IAMM, cette formation est suivie par nos propres étudiants (une vingtaine chaque année), qui sont rejoints par quelques étudiants de Sup Agro qui choisissent l'option «commerce international», et par des stagiaires accueillis

en cycle court. Ces formations sont également diffusées, en totalité ou en partie, dans le cadre des partenariats que nous développons avec des institutions de formation. C'est le cas du MBA d'Alger que j'ai déjà signalé ; des séquences pédagogiques (quelques leçons) sont également intégrées dans les enseignements de l'INA d'Alger, l'INAT de Tunis, l'IAV de Rabat, ou l'Université Akdeniz d'Antalya. En réalité, nous pratiquons une pédagogie combinée : supports à distance, cours en salle, travail en équipe...

P.A : La formation à distance est un terme de moins en moins utilisé car trop général ; on parle plus volontiers d'enseignement numérisé qui peut être diffusé en présentiel ou dans le cadre d'un dispositif de formation à distance. Il y a d'ailleurs un bon repère établi par le ministère de l'éducation nationale, c'est le dispositif COMPETICE, qui définit une typologie de 5 enseignements ouverts ; cela par du présentiel amélioré (enseignement traditionnel amélioré par la présence de documents multimédias) jusqu'à la formation à distance entièrement en ligne et destinée aux personnes qui travaillent seules chez elles, en liaison avec un tuteur, qu'ils ne voient quasiment jamais.

Il y a donc toute une typologie de pratiques qu'on appelle abusivement formation à distance, qui sont de nouvelles pratiques pédagogiques, où le geste direct de l'enseignant face à son public est médiatisé. Médiatisé, cela peut être proposer un film, engager les élèves à aller sur un site ou une plate-forme d'enseignement, exécuter des travaux ou des exercices d'apprentissage etc... Il n'y a plus réellement de mots pour parler de ce nouvel enseignement qui se profile, parce que chacun a sa propre stratégie.

Par exemple, dans les cours de Martine Padilla d'une durée de 15 jours, les élèves étaient sur place et pourtant ils n'ont jamais rencontré leurs enseignants. Dès le départ, ils ont été autonomes sur la plate-forme et l'enseignante responsable ne les a rencontrés physiquement qu'au moment de la synthèse et de l'évaluation. Les technologies et les pratiques changent...

Agroligne : La visioconférence peut-elle être utile dans la formation à distance ?

P.A. : C'est un des exemples dont ne vous a pas parlé M. Bencharif, mais c'est une des solutions pour mettre en place une coopération avec les pays du sud. Par exemple, dans le cadre du projet européen, FORMDER, nous avons démarré sur une co-production de ressources pédagogiques. C'est à dire que quatre institutions de quatre pays méditerranéens se sont mises d'accord sur un programme et se sont répartis les rôles en terme de production de la ressource pédagogique. Quand ces ressources sont progressivement disponibles en ligne pour les étudiants qui

veulent les consulter chez eux. On commence maintenant à envisager pour chacun des auteurs principaux des cours des visio-conférences reliant les trois autres sites. Chaque auteur donne une conférence vers les quatre sites par le biais d'une petite vidéo conférence (type webcam) ; c'est le démarrage d'une « communauté virtuelle » d'enseignants et d'étudiants marocains, égyptiens, grecs et français.

Agroligne : L'ouverture de la zone de libre échange va-t-elle susciter de l'intérêt pour ce style de formation ?

A.B : C'est certain, il existe déjà une demande importante en matière de formation. Je pense surtout à la formation continue des cadres, en relation avec la politique de mise à niveau qui se développe actuellement dans les pays du sud et notamment au Maghreb.



La formation des dirigeants et des cadres d'une manière générale constitue un facteur important de la compétitivité des entreprises, particulièrement dans le secteur

agroalimentaire qui était caractérisé par une intervention importante des Etats. Lorsque l'économie se libéralise, les règles du jeu changent, le professionnalisme des dirigeants se mesure par leurs performances, et de nouvelles compétences « manageriales » sont alors exigées.

Le programmes MEDA, initié dans le cadre du partenariat euro-méditerranéen, comporte un volet « formation professionnelle » qui prévoit des mesures d'accompagnement financières et techniques destinées à appuyer les pays tiers méditerranéens.

Il existe également d'autres programmes de coopération consacrés au « renforcement des capacités » qui accordent une place importante à la formation, il s'agit soit de la coopération bilatérale, soit des programmes initiés par des Organisations internationales telles que l'ONUDI ou la CNUCED.

Dans ce contexte, il me semble que la formation à distance devra occuper une place importante dans les actions de formation qui seront mises en œuvre. En effet ce type de formation présente deux avantages majeurs, dans la mesure où elle permet :

- une amélioration de la qualité des contenus de formation et des méthodes pédagogiques ;
- une meilleure flexibilité des enseignements et leur adaptation aux besoins des publics ciblés ;
- une possibilité de d'appropriation et de démultiplication dans les différents pays partenaires
- une relative baisse des coûts de formation, mais à moyen et à long terme

P.A : Je voudrais revenir sur cette notion de coût car au début, l'investissement est énorme. Si n'importe quel enseignant peut préparer, seul, un cours pour le lendemain, en revanche le médiatiser suppose de l'écrire, et de

le concevoir, de travailler avec d'autres corps de métiers pour permettre à l'étudiant de travailler en autonomie. Le temps reste une des autres grandes limites. En effet, les professeurs n'ont souvent que peu de temps à libérer pour cet investissement, sauf pour la visioconférence car cela reste un geste intuitif et spontané comme tous les cours devant des étudiants.

Par rapport à l'ouverture, un des éléments qui me paraît pouvoir inciter à ce type de processus, c'est que ça lève la contrainte des périodes et des programmes. Un cours que l'on donne ici pour un DESS, ne convient pas forcément à la période et au niveau des étudiants à Tunis. Cela supposerait donc une harmonisation des programmes, une synchronicité du temps si l'on voulait s'adresser à trois universités en même temps.

L'arrivée du LMD, auquel cherchent à adhérer les pays du sud va forcer cette harmonisation. Les gens vont travailler en module, et cela permettra d'harmoniser le nombre d'heures avec le nombre de validations nécessaires pour obtenir un même diplôme.

Agroligne : Avez-vous un mot à rajouter ?

P.A : En conclusion, on peut dire que les freins majeurs à ces formations, relèvent de la difficulté des universités à valider ces cours dans le cahier des charges d'un enseignant. Par exemple, pour un cours de 30h qui est mis en ligne, personne ne peut dire encore à quoi cela correspond en terme de charge de travail. En général, on dit que cela correspond à trois-cinq fois plus de temps la première année, deux fois plus de temps la seconde et cela s'harmonise la troisième année. Cela pose donc le problème de savoir de combien de temps on libère un enseignant de ses fonctions traditionnelles pour lui permettre de concevoir et encadrer ses nouveaux cours.

Ce sont des freins administratifs qui paraissent mineurs pourtant cela bloque beaucoup d'initiatives concernant la production de cours médiatisés.

L'autre frein majeur, c'est que cela change totalement le travail de l'enseignant, Ca change leur métier !

A.B : Je suis assez d'accord, le frein majeur qui m'a empêché de développer d'autres modules est incontestablement la charge de travail.

Agroligne : Et comment réagissent les professeurs face à ces freins ?

P.A : Toutes les études montrent que dans l'enseignement, il y a 10 % d'innovateurs. Il faut donc s'appuyer sur ces 10 %.

A.B : La conception des cours exige beaucoup de temps, et donc des arbitrages difficiles avec les autres activités ; or les enseignants-chercheurs mènent d'autres actions de formation en parallèle, et certains sont en même temps responsables de plusieurs projets de recherche et/ou de coopération sur le terrain.



AIGLE AZUR

Compagnie Aérienne Française



Au coeur de la Méditerranée



Algérie Maroc Tunisie Portugal
au départ de toute la France

Reservations & Réclamations
0 810 797 997
www.aigle-azur.fr

www.aigle-azur.fr

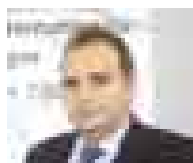
L'ICE : des formations « Entrepreneurs » partout dans le monde

Interview de M. Samuele Porsia

Directeur de l'Institut Italien pour le Commerce Extérieur



Agroligne : L'ICE aujourd'hui ce sont quelles formations ?



S.P : Nous proposons nos formations ICE dans le monde entier. Par exemple, dans un pays comme la Roumanie, on a organisé un séminaire sur la créativité et l'innovation technologique. Ce séminaire est destiné aux entrepreneurs du secteur. Toujours dans les pays de l'Europe de l'Est, on est en train de faire des séminaires de formation pour la certification des laboratoires ISO 9001. Pour tous les pays en voie de développement, on propose des cours de formation pour des jeunes entrepreneurs afin de leur apprendre comment gérer et créer sa petite et moyenne entreprise. Ce sont des cours qui sont fait en collaboration avec des ministères et des universités locales et qui se tiennent à l'intérieur même des pays concernés. Dans d'autres pays, on est en train d'organiser des cours en marketing du tourisme en présentant un peu l'approche italienne.

Agroligne : Avez-vous des exemples au Maghreb ?

S.P : En Tunisie on est train d'organiser un séminaire sur les différentes approches pour l'aménagement de la qualité dans l'agroalimentaire. Ces cours sont gratuits et offerts aux opérateurs soit du secteur privé soit du secteur public.

Et on propose aussi des cours à des fonctionnaires issus des ministères pour leur mise à niveau. C'est par exemple le cas des fonctionnaires de différents ministères du commerce qui participent dans les pays concernés, à nos cours de formation sur la lutte contre la contrefaçon et la contrebande. Nous avons aussi des séminaires sur le développement de la PME-PMI. Continuellement, nous proposons des séminaires et cours de formation destinés aux fonctionnaires.

Agroligne : Qu'envisage l'ICE en Algérie en terme de formation ?

S.P : En 2003, on a fait un cours qui étaient destiné aux jeunes entrepreneurs pour la gestion et le marketing, l'année d'après on a mis sur la production de lait et de dérivés. On avait envoyé 4 gérants de PME-PMI algériens dans le secteur du lait en Italie et le cours a été organisé par la chambre de commerce avec des entrepreneurs italiens. Cela permet aussi d'engendrer après des retombées commerciales pour ce qui est du marché de la production et de la transformation du lait.

La même année, nous nous sommes intéressés aux gestionnaires des entreprises publiques en Algérie et nous avons organisé un cours pour des entreprises publiques destinées à être privatisées : Comment rendre intéressante une entreprise publique pour les opérateurs algériens, comment lancer une entreprise publique dans le secteur privé ?

Au mois de mai 2006, nous aurons une grande initiative à Rimini, dans le secteur de la pêche. On a créé un nouveau produit qui s'appelle le cours de formation de formateurs pour la certification de l'activité. C'est un cours pour les fonctionnaires du ministère de la pêche et des chambres de la pêche sur l'aquaculture, la pêche artisanale.. Dans un premier temps, des entrepreneurs algériens vont aller en Italie pour un cours de 10 jours. Nous organiserons un suivi l'année d'après en Algérie, pour voir quel type de coordination pourra être installée en Algérie pour donner une suite. Ce sera une sorte de validation de l'enseignement qui permettra en outre de valider le transfert du modèle italien. Nous souhaitons que le ministère de la pêche assigne des sociétés italiennes et que grâce à la mise à niveau du secteur de la pêche, des exportations « pêche » vers l'Italie soient permises.

Autre progrès en 2004, un groupe de formation dans le secteur du marbre. Vous savez en Algérie, il y a beaucoup de cave, qui doivent être encore exploitées donc on a envoyé quatre jeunes entrepreneurs du secteur marbre en Algérie en Italie pour montrer comment exploiter la cave et la rentabiliser

L'année prochaine l'Ice s'adressera à des opérateurs italiens pour l'achat de machines et de biens destinés à la production et nous développerons l'apprentissage de la langue italienne dans les universités économiques à travers des conventions entre les organismes italiens et algériens afin que des jeunes diplômés algériens puissent venir travailler avec des sociétés italiennes qui s'installent en Algérie progressivement.

La langue italienne est actuellement très peu développée dans les universités algériennes et ce que nous voulons c'est donner une formation de type économique en italien. Il ne s'agit pas forcément de la langue italienne au niveau culturel, nous visons avant tout les retombées économiques.

Tunisie

La BAD accorde un prêt pour cofinancer un projet agricole intégré

 La Banque Africaine de Développement (BAD) a approuvé un prêt de 29 millions de dinars tunisiens destiné à cofinancer un projet de développement agricole intégré dans le gouvernorat de Kairouan. Le projet comprend trois composantes relatives à la modernisation des infrastructures rurales, au développement agricole participatif et au renforcement institutionnel. Il s'agit notamment de financer 1500 microprojets au profit des femmes et des jeunes, de créer des pistes de désenclavement et des périmètres irrigués, de construire les réseaux d'adduction d'eau potable et d'améliorer la production animale. Ce projet devrait porter les productions des produits maraîchers à 32 000 tonnes, les céréales à 9 000 tonnes, la viande rouge à 400 tonnes et le lait à 200 tonnes.



pour passer sous le contrôle de Sasa Industrie, spécialiste des supports de cuisson anti-adhésifs professionnels (Le Cateau Cambresis-59. CA 2005 : 64,4 M€, en hausse de 6,7%. 52% du CA à l'export.



Résultat net : 5,5 M€, soit +26,2%. 490 salariés). Sasa Industrie, pourrait ainsi renforcer ses positions sur le marché en développement de l'équipement des boulangeries industrielles. Pour cette année, Sasa vise une croissance organique de 6 à 8%, et serait déjà à l'affût d'une nouvelle acquisition.

Algérie

Eriad Sétif quitte la Bourse

 L'appel public à l'épargne lancé en 1998 par Eriad Sétif, à travers l'émission d'un million d'actions d'une valeur de 2300 DA l'unité, prend huit ans après le chemin inverse. Ainsi, le groupe qui était considéré comme le fleuron de l'industrie agroalimentaire du pays est sur le point de revenir dans le giron des entreprises dont le capital est détenu à 100% par l'Etat.



Maroc


Biscuiterie : Bimo garnit sa gamme

 Bimo, qui revendique 49% du marché marocain de la biscuiterie, pâtisseries et gaufrettes vient de lancer Pepito. Ce biscuit sera fabriqué au Maroc, dans l'une des deux unités de l'entreprise. Malgré le succès de la marque sur le marché européen, les fabricants locaux n'ont pas manqué de mener des études marketing et d'adapter le produit au goût du consommateur marocain. Ainsi, un test a été effectué auprès d'une large frange de la population (particulièrement les enfants, principal segment ciblé) avec un taux de satisfaction avoisinant les 98%. Bimo dispose désormais de deux actionnaires de référence : l'ONA et Danone, numéro 2 mondial de la biscuiterie. Ce dernier, dont la filiale LU, est une des plus performantes en Europe dans le secteur, va notamment permettre à Bimo de lancer de nouvelles marques au Maroc. Mais c'est surtout pour poursuivre la politique de diversification menée depuis plusieurs années déjà que Bimo entreprend de telles initiatives. « Depuis 1981, notre objectif principal est de rendre le biscuit accessible au plus grand nombre sans pour autant amoindrir la qualité des produits », expliquent les responsables de la société, lors du lancement de Pepito à Casablanca.



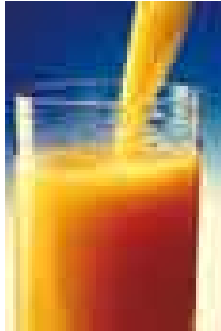
France

Équipement : Roure adhère à Sasa Industrie

 Roure, fabricant de matériel de boulangerie et de métiers de bouche (St-Chamond-42. CA 2005 : 8 M€. 50 salariés), est en négociation

CEVITAL : La touche sucrée de l'Algérie

Le groupe CEVITAL appartient aux leaders algériens du secteur de l'agro-alimentaire avec des productions annuelles de 570000 tonnes d'huile et de 600000 tonnes de sucre. Le groupe dispose aussi d'une unité de production de margarine et de graisses végétales permettant la production de 180 000 tonnes par an, de silos portuaires d'une capacité de 180 000 tonnes et d'un terminal de déchargement portuaire d'une capacité de 2000 tonnes.



mes. « Cela permettra à notre société de proposer un nouveau produit très rentable à l'exportation. »

Au niveau de son développement à l'international et notamment sur le sucre blanc raffiné, l'extension de la raffinerie de sucre, permettra d'augmenter la production de 600 000 tonnes par an à 1 600 000 tonnes par an à partir de 2007 ; ce qui fera passer le pays du stade d'importateur à celui d'exportateur.

Bien que la société CEVITAL ait investi dans d'autres domaines comme la sidérurgie et la chimie, l'agroalimentaire reste le domaine-clé de ses activités. Parmi les différents projets imaginés au cours de l'année précédente, beaucoup sont actuellement en cours d'installation ou de finalisation.

Il s'agit par exemple des projets agricoles, tels que la mise en culture d'agrumes d'une zone 10000 hectares dans le sud du pays, pour permettre l'approvisionnement d'une unité de transformation, et la fabrication d'un jus d'agru-

CEVITAL était déjà exportateur dans le domaine des huiles et oléagineux et avait dès l'année dernière affiché son souhait de pénétrer le marché international du sucre raffiné. D'autres actions tournées vers l'exportation devraient voir le jour prochainement.

Aujourd'hui, le groupe peut se réjouir de trouver ses clients sur le mondial et CEVITAL a ses adresses en Libye, en Tunisie, en Espagne, en Angleterre, en France et en Hollande. Une liste, qui ne devrait pas manquer de s'agrandir...

CEVITAL

Deux salons créent l'événement mondial pour les industries alimentaires

De la première transformation ...

... aux machines de conditionnement, emballages & contenants

ipa | salon International process alimentaire
20-23 NOV. 2006
PARIS-BOIS DE BILLIÈRE
www.ipa-web.com

EMBALLAGE
20-24 NOV. 2006
PARIS-BOIS DE BILLIÈRE
www.emballageweb.com

Paris-Bois de Billière
Tél. +33 (0)1 47 35 23 23
Fax +33 (0)1 47 35 23 23
www.ipa-web.com

Paris-Bois de Billière
Tél. +33 (0)1 47 35 23 23
Fax +33 (0)1 47 35 23 23
www.emballageweb.com

La reconstitution de lait



La filière Lait en Algérie :

Le lait occupe en Algérie une place prépondérante dans la ration alimentaire de chacun.

Il apporte la plus grosse part de protéines d'origine animale, loin devant la viande et les œufs.

La filière Lait algérienne fonctionne principalement sur la base de matières premières importées.

Il s'agit de poudre de lait et de matière grasse de lait anhydre qu'il faut ajouter à de l'eau potable pour « reconstituer » le lait. Celui-ci servira de base à la fabrication de divers produits laitiers (yaourt, crème dessert, fromage...)

Ce procédé technologique de réhydratation de poudre est depuis une vingtaine d'année le quotidien de l'industrie laitière algérienne qui est devenue un acteur clé de l'économie algérienne.

L'eau, matière première de la filière Lait

L'eau nécessaire à la reconstitution du lait doit au minimum répondre aux exigences réglementaires en terme de qualité microbiologique et qualité physico-chimique de l'eau destinée à la consommation humaine.

En réalité, les critères de qualité de l'eau à utiliser qu'exigent les industriels laitiers sont beaucoup plus sévères que ceux de l'eau potable.

L'eau souterraine obtenue par forage est la principale source d'eau des industries agro-alimentaires, grosses

consommatrices d'eau potable.

Malheureusement, les eaux souterraines disponibles dans le sous sol algérien sont la plupart du temps trop fortement minéralisées ou voir même saumâtres et salines.

Cette caractéristique de l'eau disponible a pour conséquences :

- Un dépassement de qualité sur de nombreux critères de potabilité,
- Un risque important de corrosion des équipements de process laitier même lorsqu'ils sont en acier dit « inoxydable »

- Une difficulté d'utilisation dans les centrales d'énergies (chaudière vapeurs, tours de refroidissement)

Son utilisation en industrie laitière nécessite d'être potabilisée et partiellement déminéralisée.

Le traitement d'eau par osmose inverse

Une solution de traitement d'eau existe pour répondre aux exigences soulevées dans le paragraphe précédent. Il s'agit de la technique membranaire de l'osmose inverse. Cette technique consiste en une séparation physique des éléments minéraux et organiques présents dans l'eau.

Son seuil de coupure est environ 5000 fois plus petit que le micromètre (à la frontière de l'atome !).

On peut presque considérer qu'il ne reste dans l'eau osmosée que la molécule d'eau H₂O.

Cette technologie membranaire est une technologie dite propre car elle ne nécessite pas l'utilisation de produits chimiques dangereux pour l'environnement.

L'eau osmosée est qualifiée d'« eau ultra-pure ». Elle est

en Algérie

déjà le standard de qualité d'eaux utilisées par des industries très exigeantes telles que l'industrie pharmaceutique.

Cette technologie présente les avantages suivants :

- Eau garantie de qualité irréprochable, constante et ultrapure
- Mise en œuvre et exploitation simplifiées et automatisées
- Fonctionnement continu 24h/24
- Technologie propre sans atteinte à l'environnement

L'eau à la laiterie **DANONE DJURDJURA**
C'est en 1984 que la famille BATOUCHE crée la laiterie DJURDJURA à Ighzer Amokrane dans la wilaya de Béjaïa. En 1996, la croissance aidant, le site industriel d'Akbou (W. Béjaïa) voit le jour avec le parti pris de miser sur l'innovation et l'automatisation. Le virage du nouveau millénaire est pris courant 2000 par la Laiterie DJURDJURA qui va accorder la priorité aux exigences de qualité en misant sur une installation d'osmose inverse de 50 m3/h.

Cette installation va permettre d'accompagner la réussite de la production de yaourts Djurdjura tout en pérennisant l'outil de production.

Le choix du fournisseur pour la réalisation de l'osmose inverse se portera sur la société française Permo, précurseur de cette technologie en 1972. La société POLYZI, partenaire Permo en Algérie depuis plusieurs années et disposant de 3 agences, assure depuis le bon suivi de l'installation.

En 2001, la laiterie DJURDJURA et le groupe DANONE (leader mondial de l'agro-alimentaire) vont sceller un partenariat qui va donner naissance à la Laiterie DANONE DJURDJURA qui est aujourd'hui encore le leader algérien des produits laitiers.

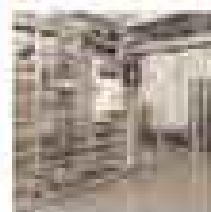
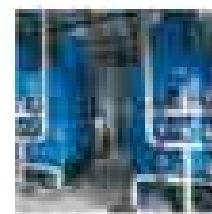
En 2004, l'augmentation des productions va nécessiter la mise en place par Permo d'une seconde installation d'osmose inverse de capacité identique à la première.

Permo, leader européen du traitement de l'eau au point d'utilisation a conçu, fabriqué, assemblé et mis en œuvre ces 2 installations de traitement des eaux sur le site de DJURDJURA en s'appuyant sur les compétences techniques et les exigences qualité du client.

Le choix judicieux de cette technologie a permis et permet aujourd'hui encore, le développement sécurisé de la production des yaourts Danone Djurdjura en Algérie.

PERMO,
une expérience
INTERNATIONALE
de 80 ans dans le
TRAITEMENT DES EAUX
Industrielles.

Filtration - Détérioration
Adoucissement
Déméralisation
Osmose Inverse
Nano Filtration
Ultrafiltration
Microfiltration - Chloration
Ultra Violets - Ozone, ...



permo
TRAITEMENT DES EAUX

BWT FRANCE

PERMO - SERVICE EXPORT

Tel : + 33 1 49 22 46 48 - Fax : + 33 1 49 22 45 30

email : permo.export@bwt.fr

www.permo.fr

100 rue Charles Michels - 92121 La Garenne Cedex - FRANCE

SIAGRIM 2006

Inauguré le jeudi 20 avril par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, le 1er Salon international de l'agriculture du Maroc (SIAGRIM) s'est ouvert à Meknès sous le thème : «L'Agriculture Notre Terre, Notre Richesse».

Développer la promotion, la modernisation du secteur agricole marocain, mais aussi et surtout, la diversification des débouchés et le renforcement de l'intégration des produits nationaux sur le marché international et faire du label Maroc une valeur d'avenir sûre sont les mots d'ordre de cet événement.

Cette première édition du SIAGRIM s'est tenue sur la place «Sahrij Souani», en face du Bassin d'Agdal sur une superficie de 50.000 m², et s'est articulée autour des six pôles suivants : « L'Agro-fournitures et services », « Les Produits Agricoles et Agro-industriels », « L'Élevage », « Le Machinisme agricole », « La Forêt, la nature et l'environnement » et «Le Pôle des régions : atouts économiques et touristiques ».



Ce salon a pour objectif d'influer une forte dynamique au rôle des régions dans la valorisation de leurs atouts pour attirer les investissements nécessaires au développement. En effet, vitrine des 16 régions du Royaume, visiteurs et exposants ont pu découvrir les spécificités caractérisant chaque région en matières de produits agricoles





de terroir aussi bien frais que de la première transformation. Mais aussi et surtout, le SIAGRIM reste un espace de rencontres, d'échanges d'expertises, entre les professionnels et opérateurs du secteur agricole parmi lesquels les fellahs, les éleveurs, les producteurs, les investisseurs, les chercheurs, les associations, les coopératives, les établissements régionaux et les acteurs politiques, etc.

En marge de cette manifestation plusieurs activités culturelles et artistiques, ainsi que des conférences thématiques, sur des sujets comme: «Défis et enjeux du secteur agricole face aux contraintes de la mondialisation et des accords de libre-échange», «Le partenariat entre les entreprises du secteur agricole», «L'espace forestier, une locomotive du développement durable» et «Quels mécanismes pour la promotion des investissements agricoles au Maroc».

Organisé par le ministère de l'Agriculture, du Développement rural et des Pêches maritimes, ce salon, s'est pour-

suivi jusqu'au 27 avril. Le Premier ministre, Driss Jettou, les membres du gouvernement, les invités de S.M. le Roi dont les ambassadeurs et chefs de délégations étrangères, les ministres de l'Agriculture du Sénégal et du Gabon, la directrice de l'Agence américaine pour le développement international (USAID), le représentant de la FAO, les secrétaires généraux des départements de l'Agriculture en Arabie Saoudite et en Angola, le secrétaire général du département Elevage au Mali, le ministre de l'Agriculture de la wilaya de Sennar au Soudan et la présidente de la commission agriculture au Québec et le directeur général de l'Agriculture en Andalousie, le wali de la région Meknès-Tafilalet, le président de la Fédération des chambres d'agriculture du Maroc, le président du Conseil général de l'agriculture, le président du Conseil de la préfecture de Meknès, le président de la commune de Mechouar Stinia, le commissaire et le président du SIAGRIM, ainsi que par les chefs d'entreprises chargées de l'aménagement du site Sahrij Souani et plusieurs autres personnalités, tous ont pris part à cette grande manifestation.

Fatou DIAGNE

Le Salon International de la Pêche
et de la Valorisation des Produits de la Mer

Agadir Fish 2006 Morocco

4ème Edition

Du 23 au 26 Novembre 2006
Place Bijaouane - Agadir - Maroc
www.agadirfishmorocco.com



6, rue Taraboulouss, Av Hassan II -Agadir- Maroc
Tél : +212 48 82 61 85 / Fax : +212 48 82 88 53
E-mail : cape@menara.ma

IFE Hongrie... En avant pour 2007 !!!

La seconde édition de IFE Hongrie qui s'est clôturée dernièrement sur un bilan positif, a fait de cette foire commerciale, l'événement le plus grandissant du pays dédié notamment à l'alimentation, la boisson et l'hospitalité. 2006 a attiré des professionnels commerciaux parmi lesquels des acheteurs industriels renommés de 33 pays, et ce grâce aux milliers de nouveaux produits et services innovants présentés à cette occasion.

85% des attendus des visiteurs hongrois ont été atteints
88% des exposants se déclarent satisfaits de l'affluence et de la qualité des visiteurs présents

Avec près de 200 exposants de 22 pays, IFE Hongrie 2006 est devenu le canal de prédilection des producteurs internationaux pour entrer sur ce nouveau marché européen. IFE Hongrie est soutenu notamment par les associations phares de promotion aussi bien nationales, qu'internationales comme CMA, HEPO, SOPEXA, AMC, Sri Lanka Tea Board, WKO et Excal.

IFE Hongrie se présente comme une excellente plateforme de découverte de l'énorme potentiel du marché hongrois. L'édition 2007 est déjà en préparation.

Autre point fort, le programme de conférences sur la Serbie Moderne et la distribution alimentaire, a attiré de nombreux acheteurs et vendeurs, tous attentifs aux interventions des personnalités, telles que Monsieur Stanko Pevac de Rodic M&B en Serbie.

Et pour 2007, les organisateurs, Montgomery International et les partenaires Expo Media Events confirment le ré-enregistrement pour des stands d'exposants présents en 2006... L'édition IFE Hongrie 2007 devrait aussi en parallèle attirer encore davantage d'acheteurs industriels nationaux et internationaux.

Plus d'informations – Participation 2007

Contact : Philippa Christer - Montgomery International Ltd

Tél. : +44 (0)20 7886 3116.

Fax : +44 (0) 20 7886 3101.

E-mail : philippa.christer@montex.co.uk

Web : www.ifeworldwide.com



La Grèce : une vaste campagne de promotion de l'huile d'olive

Le gouvernement grec a lancé lundi une vaste campagne de promotion tous azimuts de l'huile d'olive, une production phare de la Grèce, dotée d'une enveloppe de 5 millions d'euros.

La campagne vise «à renforcer la présence et la diffusion du produit sur le marché international», à «promouvoir l'image d'une civilisation de l'olive», et à «améliorer la production de l'olivier et la production d'huile», a indiqué le ministre de l'Economie et des Finances Georges Alogoskoufis. Dans une conférence de presse réunissant les représentants des ministères du Développement, de l'Agriculture, du Tourisme, des Affaires étrangères et de la Culture, M. Alogoskoufis a désigné l'année 2006 comme «l'année de l'olivier et de l'olive».



gents américain, chinois et australien. Le ministre a relevé que la Grèce est le troisième producteur mondial d'huile d'olive du monde avec une production de 400.000 tonnes, derrière l'Espagne (1 million de tonnes) et l'Italie (900.000 tonnes). La Grèce exporte le quart de sa production mais seulement 6% de ses exportations sont labellisées, le reste est vendu en vrac.

La production nationale rapporte 1,1 milliard d'euros et la politique agricole commune (PAC) verse 500 millions pour le secteur. Le montant global (1,6 milliards euros), soit 1% du PIB grec, fait vivre 400.000 ménages agricoles, a précisé M. Alogoskoufis.

La campagne, financée à hauteur de 3,755 millions d'euros par les fonds d'investissements public et le reste par des fonds européens, visera notamment les marchés émer-

Source : www.terre-net.fr

L'Algérie, « marché stratégique » pour les exportations agroalimentaires

Un plan baptisé justement Plan d'exportation de l'industrie agroalimentaire a été présenté à Paris par le ministre français de l'Agriculture, M. Dominique Bussereau, à l'occasion de la première « Journée export » organisée par l'Association française des industries alimentaires (ANIA).

Le gouvernement français a choisi l'Algérie, les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Italie l'Espagne, la Chine, la Corée du Sud, l'Inde, la Russie et la Pologne comme « marchés stratégiques », selon M. Dominique Bussereau.

Ce Plan d'exportation de l'industrie agroalimentaire, huitième du genre, s'inscrit dans la stratégie des autorités françaises pour un redéploiement des entreprises locales de l'agroalimentaire en matière d'exportations.

Redéploiement qui passe visiblement par la diversification des destinations. En témoignent, dans ce sens, les précisions du ministre français de l'Agriculture lorsqu'il ajoute que « la France doit



à la fois maintenir les moyens sur ses marchés traditionnels » et « renforcer ses actions sur les marchés émergents qui correspondent à l'avenir de ses exportations ».

Les douze pays choisis représentent 50% du marché mondial et 57% des exportations françaises. Avec une part de marché mondial de 8%, la France est le troisième exportateur de produits agricoles et agroalimentaires derrière les Etats-Unis et les Pays-Bas. Le solde positif du commerce extérieur agroalimentaire français a baissé pour la deuxième année consécutive, s'établissant à 7,7 milliards d'euros pour 2005 contre 7,9 en 2004 et 8,5 en 2003.

Source : *La Tribune*

Alcan Packaging

Avec Tircel, il est plus facile d'ouvrir les fromages fondus.

Grâce à sa longue expérience sur le marché fromage fondu, Alcan Packaging est devenu un leader sur le marché mondial de la feuille d'aluminium laqué. Avec ses 3 usines spécialisées dans la production d'aluminium laqué, Alcan Packaging offre une qualité et un service garantissant le succès de vos ventes.

Tircel est une languette qui présente assez de rigidité pour garantir une ouverture facile et une déchirure propre de l'emballage.

L'emballage pour fromage fondu est composé de trois éléments principaux : un opercule, une coquille et une languette (le Tircel). Grâce à la laque déposée de chaque côté (thermosealable



et thermorésistant), la température du fromage fondu permettra de sceller les deux côtés et de garantir l'absence de fuite.

La solution d'emballage proposée par Alcan Packaging présente de nombreuses qualités :

- Un vernis et un aluminium recuit spécialement développé pour s'adapter au type de machine ou de fromage
- Scellage à basse température
- Film haute barrière à l'humidité, l'oxygène et la lumière
- Film d'opercule résistant à la corrosion
- Ouverture facile grâce au Tircel

Un « code-barre biologique » pour vérifier l'origine géographique des aliments

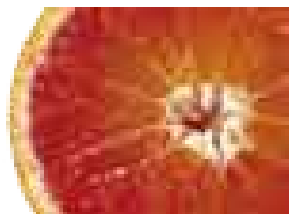
Agissant comme un marqueur biologique, le procédé de code-barre mis au point par L'Unité propre de recherche (Upr) Qualité des aliments du Cirad, permet d'identifier l'origine géographique du produit importé, même après son conditionnement.

Depuis cinq ans, l'équipe de Didier Montet, chercheur en sciences et sûreté des aliments au Cirad, mène un projet de recherche visant à analyser de façon globale les micro-organismes présents sur les aliments tropicaux afin d'en assurer la traçabilité (méthode de PCR-DGGE). Les poissons du Sud-Est asiatique (pangasius et tilapias) dont la provenance précise est souvent inconnue ont servi de cobayes à l'expérimentation. Ils portent en effet des bactéries qui se sont adaptées à leur environnement et témoignent ainsi de leur origine géographique.



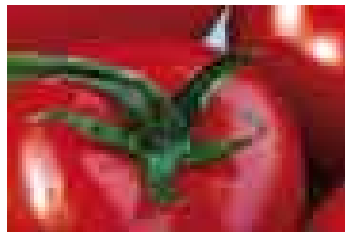
du poisson, du fruit, du légume... ».

Toutes les traces chimiques, biochimiques et biologiques présentes sur le produit animal ou végétal, peuvent entrer dans l'analyse statistique globale.



Les enjeux économiques sont importants sur ce nouveau marché de la détermination

d'origine. Le Cirad et ses partenaires, centres de recherche, universités et start-up du sud de la France, ont pour objectif à terme, de concevoir des puces électroniques, véritables cartes d'identité du produit alimentaire importé. Les importateurs et industriels qui doivent répondre à l'obligation de traçabilité (règlement européen 178/2002),



auront ainsi l'assurance de l'origine du produit avant commercialisation.

« L'ADN des bactéries est multiplié, puis mis sur un gel qui en sépare les fragments de même taille par affinité. On fait ensuite l'analyse d'image par recoupements d'après un modèle statistique » précise le chercheur, « et on obtient le code-barre biologique

Cette rubrique est la vôtre

Vous êtes nombreux à nous faire parvenir des informations, à nous présenter ces produits qui encore méconnus, sont riches et bénéfiques pour la santé et la beauté de nos corps.. A votre demande, nous vous offrons la possibilité de continuer à nous faire part de ces trésors du monde encore plus facilement. Pour 74€ HT par an, vous recevez vos codes de connexion pour mettre en ligne aussi souvent que vous le souhaitez tous vos produits naturels et garantis bien-être sur le site www.agroligne.com...

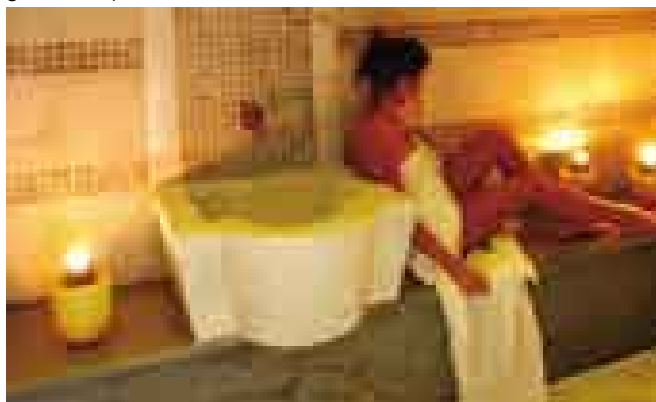
Plus d'infos : Mme JOVILLAIN – contact@gromed.org

LE SAVON NOIR :

bien-être et détente



Dans les pays du Maghreb, où il est communément utilisé dans les hammans, les femmes l'emploient au-moins une fois par semaine afin de préparer la peau avant le gommage traditionnel au Kassal (ou kessa, un gant de crêpe granuleux).

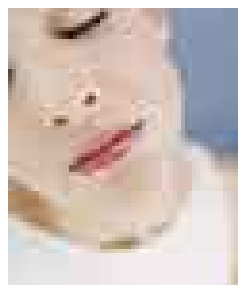


Il convient à tous les types de peau et se présente sous la forme d'une pâte végétale épaisse et onctueuse (entièrement naturelle), riche en Vitamine E, qui une fois mélangée avec de l'eau devient onctueuse ; il est reconnu pour ses propriétés calmantes et adoucissantes, il peut être liquéfié afin d'en faciliter l'emploi et agrémenté de senteurs orientales : santal, ambre, fleur d'orange...

On procède ensuite au gommage, à l'aide du Kassal, afin de se débarrasser des impuretés plus profondes et de li-

Le SAVON NOIR, aussi appelé savon « BELDI », est fabriqué au Maroc dans la plus pure tradition, à partir de la chair de l'olive préalablement pressée à froid

bérer les pores, permettant aux huiles de soins d'agir efficacement. Le résultat est étonnant ! La peau est légère et «moelleuse», prête à recevoir d'autres soins... Incomparable gommage, il purifie l'épiderme, le débarrasse de toutes ses cellules mortes. La peau est douce et satinée, prête à l'exfoliation



Mode d'emploi pour faire peau neuve :

Enduire sur peau humide le produit sur le corps et le visage en couche épaisse, en particulier sur les zones rugueuses, laisser agir 3 à 4 minutes, rincer puis gommer avec

le gant de kessa. Optimiser la détente et le soin par l'application d'une huile corporelle

S'utilise sans gant sur le visage ou avec un gant de crin souple pour le visage.

Résultat époustouflant garanti !





ceVital

Une Dynamique de Croissance

En moins de 10 ans, Cevital est devenu un acteur important de l'économie algérienne grâce à sa politique de diversification et d'intégration. La qualité de ses résultats financiers lui permet d'être la première entreprise privée algérienne à se placer sur les marchés financiers.

A Dynamic of Growth

In less than 10 years, Cevital has become a major player of the Algerian Economy thanks to its diversification and integration strategy. Its very good financial results enable it to become the first Algerian company to be listed on financial markets.

NOUVEAU PANORAMA GENIUS UN BIJOU DE FAMILLE



Le nouveau « génie » de la production par lots ajoute à toutes les qualités et particularités techniques du modèle précédent de nouvelles caractéristiques qui en améliorent les performances.

- 1** Afficheur plus grand (1) et un PLC d'automate programmable (PLC) de nouvelle génération offrent une meilleure visibilité et fonctionnalité (possibilité d'afficher les températures significatives et la régularité des lots).
- 2** Bras mobile (2) pour remplir automatiquement les cuves avec un système anti-goutte et vidage pneumatique à chaque changement de matériau.
- 3** Nouvelle configuration de la vitre (panorama) réglée au moyen de disques électroluminescents (3) pour voir parfaitement à l'intérieur du mélangeur et nouveau système de résistances anti-buée.
- 4** Groupe broyeur (4) monté à une hauteur permettant une plus grande souplesse de positionnement et facilitant l'entretien et l'inspection de tous les composants.

GRUPPO

PIERALISI

Via Don Bartoloni, 1 - 60035 JESI (AN) - Italy - Tel. +39-0731-231.1
Fax +39-0731-231.239 - www.pieralisi.com - info@pieralisi.com