

Indéniablement, quelque chose bouge entre les deux rives de la méditerranée; depuis l'association des pays du Maghreb à l'UE; depuis la paix revenue en Algérie, le réchauffement des relations de ce pays avec la France et l'embellie de son économie; depuis la fin de l'isolement de la libye; depuis...

Indéniablement, il existe des conditions pour que la méditerranée de l'Ouest redevienne le pont qu'elle n'aurait jamais dû cesser d'être et plus particulièrement entre partenaires privilégiés que sont, d'un côté, les pays de la rive Nord et de l'autre ceux du Maghreb.

Le retour remarqué en Algérie des opérateurs français et italiens notamment est l'un des signes les plus apparents et le plus visible : banques, transport, industriel...

Parce que la tradition d'échanges est très ancienne dans l'agroalimentaire, le retour des grandes marques françaises dans ce pays est significative d'un véritable engouement et un retour de la confiance.

La Foire Internationale d'Alger, l'événement médiatique incontestable de la région est un test à dimension réelle de l'engouement des opérateurs français pour ce pays en particulier et pour la région en général.

Elias Cherif

ECONOMIE

AGROALIMENTAIRE...
Des indicateurs qui parlent 4

MAROC
L'ambition d'une intégration régionale 6

ENTREPRISES MAROCAINES
Se préparer à l'entrée dans l'économie mondiale 8

ALGÉRIE
Cap et résultats de l'économie 10

AGREX 2005
Nouveautés 16

INTERVIEW
COFACE, la gestion partagée du risque 17

ZIDOU
Un complexe agroalimentaire unique en Afrique 20

AIGLE AZUR
Un opérateur incontournable sur l'Algérie 23

SORTEX
La nouvelle trieuse Série Z 24

GRUPE BÜHLER
Chiffres-clés 25

Blackmer 28

Un leader à l'écoute de ses clients 29

SBO UNIVERSALTM
Jusqu'à 20% de réduction 31

FORMATION

MANAGEMENT DES SAVOIRS
Quels dispositifs d'appui ? 35

POINT DE VUE D'UN INDUSTRIEL 35

POINT DE VUE DE LA RECHERCHE 36

POINT DE VUE DE L'UNIVERSITAIRE 37

L'INVITE DU MOIS

INTERVIEW
Les passeurs de savoirs 39

INNOVATION

MARCHES
Innovations ciblées 43

TRANSACTION

BANQUES FRANÇAISES : De plus en plus présentes en Afrique du Nord 45

ALIMENTATION ET SANTÉ

DEPUIS LE SIAL, Tendances, tendances... 46

OÙ SE RENCONTRENT-ILS

ANUGA 2005 49

SPACE 2005
Plus international 50

AgroLigne Magazine
Mensuel de l'Agroalimentaire et de l'Agriculture

Siège social
27, place d'Aguesseau 34.000 Montpellier
info@agroligne.com

Editeur
TNS Communication

Directeur de la publication
Elias Cherif

Coordination Internationale
Nabila Cherif

Information-promotion
Emmanuel Cau

Information-Rédaction
Liams B., Mme Raphalen, Mme Shaffer, Mme Diagne, Mme Bouhaddi, M. Tahar, M. Ould oudlaa

Conception-Montage-Maquette
Fatima Boucheffa & B.Liams

AgroLigne Europe
Contact : N.Shaffer / A.Bousslama
Tél.: 33 4 67 65 03 39
Fax : 33 4 67 65 22 12
27 place d'Aguesseau - 34.000. Montpellier.
e-mail: info@agroligne.com

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

AgroLigne Algérie
Contact : Naouel Aissani, Farah B./ Salima B
Tél.: 213 21 21 91 43
Fax: 213 21 21 02 32
4, Impasse de Biarritz, Pins Maritimes, Mohammadia, 16130 Algérie
e-mail: info@agroligne.com

AgroLigne Tunisie
Contact : Nassima AYADI MEZGHANI
e-mail : ayadi_mezghani@yahoo.fr
Tarek Mamy
e-mail : info@agroligne.com

AgroLigne Maroc
contact : F. Diagne
42, Rue Omar Slaoui - 3ème étage, Appart 7 - Quartier du Parc 30 000 Casablanca - Sidi Belyout Casablanca 20000
GSM : 212.63.88.44.83
Tél/Fax : 00 212 22 48 62 68
e-mail : info@agroligne.com

Abonnement - Promotion - Publicité
Tarifs abonnement: France 74 Euros et étranger 104 Euros

Photogravure - Impression
CLARCOM
34000 Montpellier

ISSN: 0249 - 020 X
Dépot légal: à parution
Commission paritaire n° 020779437

AGROALIMENTAIRE...

Des indicateurs qui parlent

Par F. Raphalen

138 milliards d'euros, c'est le chiffre d'affaires en 2004 des industries agroalimentaires françaises. 28.8 milliards proviennent des exportations plaçant ainsi la France au premier rang mondial des exportateurs du secteur mais lui permettant aussi de dégager un excédent commercial.

Le solde de la balance commerciale agroalimentaire française a considérablement évolué ; encore négatif au début des années 70, avec - 430 millions d'euros, il devient excédentaire en 1974 avec + 1.5 milliard pour atteindre un record

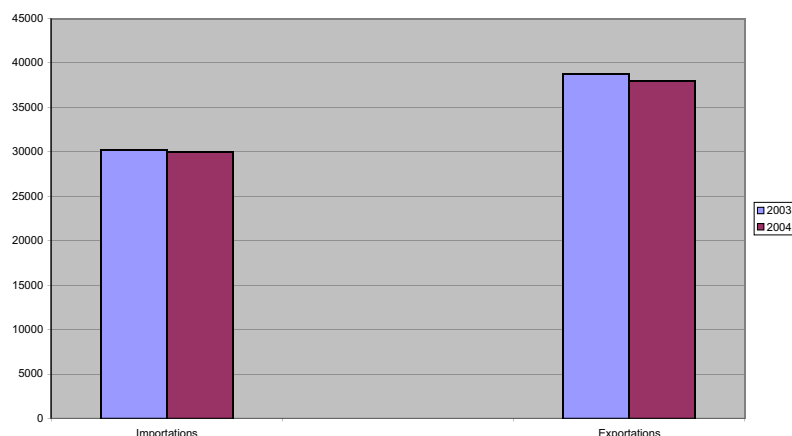
noncée pour les produits agricoles (+1,4% de hausse, pour 28% des valeurs) que pour les produits des industries alimentaires (+0,4%, pour 72% des valeurs)

exportations, les exportations françaises de vins continuent leur croissance en 2003 : +2,2% en valeur, pour atteindre 5,9 Milliards d'euros. L'excédent progresse également et reste le plus fort contributeur au solde global : il s'élève à 5,4 milliards d'euros.

Les vins effervescents, et notamment le Champagne, se portent bien (+6,08%) et progressent plus vite que les vins tranquilles (+0,6%). Ces derniers représentent néanmoins 70% des expéditions. En 2003, les Céréales affichent une croissance (+6,9% en valeur).

Ce secteur passe au deuxième rang pour les exportations, et mérite bien sa place de challenger sur le solde, derrière les Vins (+3,5 Milliards d'euros). Ce sont le blé et le maïs qui constituent la majorité des échanges. Les Produits Laitiers (auxquels les Fromages contribuent à hauteur de 52%) perdent une place dans le classement des exportations. En

Importations et Exportations de l'agroalimentaire français



en 1997 avec 10.2 milliards d'excédent. L'année 2004 ne dénote pas avec un solde commercial positif de 7.5 milliards d'euros, cependant en baisse de 7.7% par rapport à 2003.

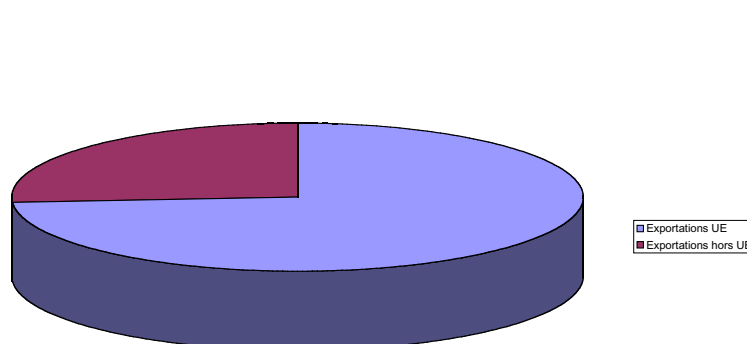
A l'import, les produits bruts (30% des valeurs, + 1,5%) progressent plus que les produits transformés (70% des valeurs, +0,3%). Les principaux postes à l'import enregistrent des stagnations ou des baisses (produits laitiers) sauf les préparations alimentaires diverses, les fruits et légumes frais (hors pomme de terre) et les produits à base de cacao.

La hausse des exportations est plus pro-

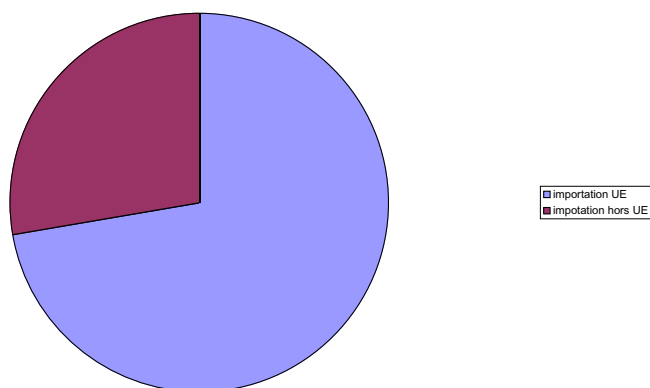
PRINCIPAUX POSTES D'EXPORTATION EN 2003

Encore et toujours poste leader de nos

Part de l'UE dans les exportations de l'agroalimentaire



part de l'UE dans les importations agroalimentaires



progression cette année de 0,1%, les expéditions se sont élevées à 4 milliards d'euros. Les Fromages restent au-dessus de la barre des 2 millions d'euros d'exportations.

La France enregistre encore un bon solde commercial : +1,99 Milliard d'euros grâce à la baisse des importations.

Les autres principaux postes excédentaires sont les spiritueux et liqueurs, les sucres et confiserie, ainsi que les animaux vivants.

Les déficits les plus importants sont enregistrés sur les produits de la mer (bruts et transformés, -1,6 Milliard d'euros), les Tabacs (-1,6 Milliard d'euros) et les Fruits (-1,02 Milliard d'euros)

L'UNION EUROPÉENNE, CLIENT PRIVILÉGIÉ DE LA FRANCE

L'Union Européenne, avec plus de 72% des exportations totales de produits agroalimentaires en valeur, est la première zone cliente de la France. Allemagne, Union Economique Belgique Luxembourg, Italie, Royaume-Uni, Espagne et Pays Bas sont les premiers pays clients de la France.

Les produits envoyés sont très variés mais les grands postes excédentaires sont principalement les vins, les fromages, les céréales (blé, maïs et orge), les bovins

vivants, les viandes de volailles et les pommes.

DES SPÉCIFICITÉS SELON LES ZONES GÉOGRAPHIQUES

L'Amérique du Nord (principalement les Etats-Unis, avec 5,8% des exportations) est la deuxième zone cliente en valeur (en progression). La France y exporte principalement des vins et spiritueux, des fromages et des eaux.

Vient ensuite l'Asie (5,25% des exportations totales en valeur) qui importe de France des vins et spiritueux, du fromage, des eaux, des légumes secs mais également des céréales.

Le Continent Africain (dont l'Afrique du Nord qui compte pour 2,8% des exportations) importe principalement des céréales (blé, orge), des produits de la minoterie et des produits laitiers.

Avec 2,7% des exportations, l'Europe Orientale passe de la 6ème à la 5ème place (la Russie représentant 34% des envois en valeur sur cette zone). Elle importe des céréales, des vins et spiritueux, de la viande de porc et de volaille.

Le Proche et Moyen Orient (2,3% des exportations), importent essentiellement des céréales, de la viande de volailles et des fromages fondus

CRÉER 80.000 EMPLOIS EN 10 ANS

Plus 80.000 emplois en dix ans et 500.000 emplois à terme : c'est l'objectif du plan de 150 millions d'euros du gouvernement français pour soutenir son industrie agroalimentaire. L'objectif du « premier plan d'action concret pour la première industrie française depuis trente ans » selon les termes de Nicolas FORISSIER, secrétaire d'Etat à L'agriculture et à l'alimentation, semble réaliste. L'industrie agroalimentaire française est en effet un des rares secteurs à avoir créé des postes au cours de la dernière décennie. Ceci dit, pour la première fois depuis dix ans, l'emploi (418.500 salariés) a régressé de 0,6% en 2004.

L'ensemble de ce "partenariat national pour les industries agroalimentaires" va ainsi représenter un minimum de 150 millions d'euros dont au moins 50 millions d'euros de crédits budgétaires, en "majeure partie" nouveaux, et 100 millions d'euros de financement, principalement des prêts participatifs, a précisé le Secrétariat d'Etat à l'Agriculture. Un plan d'action à suivre de près !

MAROC

L'ambition d'une intégration régionale

Par F. Diagne

Les industries agroalimentaires constituent l'un des premiers secteurs industriels du Maroc, avec une variété très large de productions (Poissons, viandes, fruits et légumes, céréales, sucre, huiles et margarines, lait et dérivés, boissons, biscuits, chocolats, aliments du bétail, ...etc.). Elles restent donc très stratégiques par leurs capacités à nourrir une population de plus en plus croissante et à générer des emplois et des entrées de devises grâce aux exportations.



Les potentialités encore peu exploitées, laissent prévoir un développement colossal, tant sur le plan national, que régional et international, pour de nombreuses raisons :

- Au niveau local, des habitudes de consommation qui changent en faveur des produits transformés ;
- Une poussée démographique ;
- La mise à niveau des industries agroalimentaires ;
- La proximité de l'Europe ;
- Etc.

QUELQUES CHIFFRES SUR LA PRODUCTION AGRICOLE

Agrumes

Les agrumes constituent le principal produit agricole d'exportation. Le verger agrumicole a produit près de 1.150.000 tonnes sur plus de 74.000 ha durant la campagne 2001/2002. Les qualités organoleptiques ainsi que la précocité caractérisent les variétés produites notamment les clémentines et les oranges.

Le Maroc a exporté durant la campagne 2001 / 2002 459.800 tonnes.

Les principaux marchés d'exportation sont :

- 1- L'Union Européenne avec 236.800 t (dont essentiellement la France, l'Allemagne, la Belgique, la G.B, la Hollande, la Suède) (51,5 %)
- 2- Les Pays de l'Europe de l'Est avec 138.000 t (30%)
- 3- L'Amérique du Nord avec 38.000 t (8%)
- 4- Les Pays scandinaves 38.000 t (8,0 %).



Al Wifak de Coopération de Jbil est une association qui vise le développement dans le monde rural, et surtout la région de Jbil, située dans la province d'EL KELAA des SRAGHNA dans la région de Tensift Al Haouz.

L'Association recherche des financements pour continuer le développement de son programme d'activités :

- * L'analphabétisme dans la région de Jbil
- * Réaliser des projets qui ont pour but de permettre à la population rurale d'accéder à l'eau potable.
- * Promouvoir la création de coopérative dans le domaine de la production laitière.

5- Les Pays du Moyen Orient avec 9.000 t (2,5 %).

Les légumes frais

Durant la campagne 2001-2002, le Maroc a exporté 333.900 tonnes de légumes.

Les tomates représentent une part importante soit 206.100 tonnes exportées, constituant 60% du total exporté de légumes suivi par les pommes de terres avec 45.900 tonnes.

Le Maroc offre une large gamme de variétés de tomates et de pommes de terre :

- tomates : Long shelf life, Cherry, Cluster, stretched tomates

- pommes de terre : Nicholas, Diamond, Roosevelt et autres variétés

Cette large offre à l'exportation est complétée par d'autres légumes et fruits tels que : haricots verts, paprika, courgettes, concombres, melons, fraises, pêches, abricots,...

Le Maroc a exporté 333.900 tonnes de primeurs pendant la campagne 2001/2002 dont les tomates (206.100 tonnes) et les pommes de terres (45.900 tonnes).

Les principales variétés exportées sont

- Tomates : long shelf life, cerises, grappes, tomates allongées ;

- Pommes de terre : Nicolas, Diamant, Rosevelt, autres ;

- D'autres légumes et fruits complètent l'offre à l'export : haricots verts, poivrons, piment forts, courgettes, concombres, melons, fraises, pêches, abricots,...

LES CONSERVES DE FRUITS ET LÉGUMES

Les produits leaders à l'exportation en 2002 sont :

- Conserves végétales (câpres, cornichons, ...) : 113,8 Millions USS

- Conserves d'olives : 89,8 Millions USS

- Conserves de fruits, confitures (abricots, cocktail de fruit ...) : 17,2 Millions USS

- Légumes et Fruits congelés : 7,7 Millions USS

AUTRES PRODUITS TRANSFORMÉS

D'autres produits d'origine agricole participent d'une manière significative à l'offre exportable comme par exemple :

- Vins : 9,8 millions US \$

- oignons sauvages : 4, 5 millions US \$

- Epices : 2,7 millions US \$

- Huiles d'olive : 2,2 millions US \$

- Champignons : 0,8 million US \$

- Dattes : 0,6 million US \$

- Caroubes : 0,6 million US \$

NOUVEAUX PRODUITS

1. Produits biologiques

Le Maroc possède un fort potentiel en agriculture biologique.

Ce domaine, aujourd'hui en pleine expansion, a un avenir prometteur. Il possède une grande diversité d'écosystèmes et de climats qui offrent un large panel d'espèces végétales (fruits et légumes contre-saison, fruits tropicaux et subtropicaux, espèces spécifiques tel l'arganier, le câprier, le safran, les plantes médi-

cinales).

Tous ces atouts permettent au Maroc de se positionner avantageusement sur le marché international des produits biologiques. Ce secteur qui compte actuellement plus de 13.000 ha cultivés en bio, voit ses exportations atteindre un volume de 5000 tonnes en 2001/2002. Les principaux produits exportés sont : légumes frais, agrumes, olives, dattes, safran, plantes médicinales et aromatiques,...

2. Couscous et pâtes alimentaires

Le couscous et les pâtes alimentaires constituent un secteur en plein essor à l'exportation. En 2002, la production de pâtes alimentaires a atteint 34.096 USS et les exportations ont réalisé un chiffre d'affaire de 586.601 USS.

3. Huile d'argane

L'huile d'argane est extraite de l'amande du fruit de l'arganier. Cet arbre, unique au monde par ses caractéristiques, existe uniquement dans le Sud-Ouest du Maroc (Région Essaouira - Agadir - Taroudant - Ifni).

Les usages actuels de l'huile d'argane sont multiples :

- consommation alimentaire, usages gastronomiques par des chefs de cuisine réputés.

- cosmétique, soins de la peau et des cheveux (usages traditionnels selon la culture méditerranéenne locale).

L'huile d'argane constitue une matière première pour l'industrie cosmétique et médicale. La matière solide résiduelle après extraction (le tourteau) est une base d'extraction pour des principes chimiques utilisables en cosmétique et en médecine.

INTEGRATION REGIONALE PAR LA MISE A NIVEAU

Le programme de mise à niveau au Maroc est particulièrement orienté vers des mesures techniques et financières concernant les entreprises et les conditions d'exercice de leurs activités et de leur gestion.

Ces mesures qui ont été définies par les responsables des programmes, sont le plus souvent subdivisées en mesures d'appui direct aux entreprises et en mesures d'appui à l'environnement immédiat des entreprises.

Il s'agit donc d'un projet économique dont la nécessité découle de la décision générale de l'ouverture de l'économie marocaine. Pour le gouvernement marocain, il ne s'agit pas d'un projet de société générale, comme il est parfois compris dans les milieux de décideurs économiques et dans d'autres pays de la méditerranée.

Au Maroc, l'un des points essentiels est de confirmer la responsabilité des opérateurs économiques dans la mise à niveau de leurs unités respectives et de veiller à une concertation étroite et des initiatives conjointes entre secteur public et secteur privé.

Le royaume a multiplié ses réformes économiques en se fixant comme objectif de tout mettre en œuvre pour une économie plus performante afin d'attirer davantage d'investisseurs.

Pour ce faire, les entreprises marocaines doivent se moderniser et devenir plus concurrentielles par des processus de mise à niveau et l'instauration d'un nouveau Code du Travail. Ce dernier est entré en vigueur le 7 juin 2004, et a pour objectif la mise en conformité de la législation marocaine avec les conventions internationales, l'augmentation de la flexibilité du travail, la simplification et la modernisation du droit du travail.

Les principales dispositions concernent la réduction de la semaine de travail de 48 à 44 heures, l'amélioration des mesures de sécurité, d'hygiène et d'inspection du travail, la création du Conseil de négociation collective mais également l'amélioration de la gestion des conflits sociaux par l'instauration de la conciliation obligatoire par des organes appropriés.

La libéralisation du transport routier des marchandises fait également partie des mesures prises par le gouvernement de M. Driss Jetoun.

Cette mesure est actuellement entrée en vigueur et d'autres projets aussi importants sont en cours, à savoir : la libéralisation du transport maritime, une nouvelle réforme du secteur portuaire, une ouverture de l'espace aérien marocain à la concurrence étrangère, une poursuite de la libéralisation du secteur de l'énergie, une réforme du secteur de l'audiovisuel. Les engagements qui ont été pris par le Maroc à travers les accords d'association avec l'Union Européenne rendent plus crédibles ces processus de mise à niveau et de libéralisation. Elément clé pour la réalisation du partenariat économique et financier, la zone de libre échange a pour ambition de devenir le marché le plus important du monde d'ici l'an 2010. Bien que le libre-échange soit le noyau du dispositif euro méditerranéen et qu'il soit même le seul point défini, il reste cependant des zones d'ombre, car beaucoup de questions demeurent encore sans réponse.

Les objectifs de l'intégration régionale sont clairement définis en ce qui concerne l'ouverture des marchés du Sud aux produits industriels européens, mais qu'en est-il pour les autres domaines : la circulation des hommes, par exemple ?

Les obstacles structurels à la modernisation et à l'amélioration de la croissance en Méditerranée pourront-ils être surmontés par les effets d'une démarche libre-échangiste ?

L'espace euro méditerranéen verra-t-il se développer une zone monétaire de rattachement à l'euro? Comment seront conciliés les encouragements à l'ouverture économique et politique, sachant que des contradictions peuvent se révéler entre ces deux termes?

Comment se définira la région au sein d'une économie mondiale où les préférences commerciales s'estompent?

Si l'accent, à juste titre, a été mis sur la prévention des risques de déséquilibres macro-financiers, quel sera le rôle de l'union européenne en cas de crise chez l'un ou plusieurs des pays partenaires?

ENTREPRISES MAROCAINES

Se préparer à l'entrée dans l'économie mondiale

Par F. Diagne

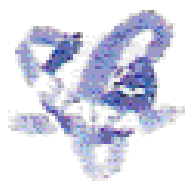
Résolument engagé depuis quelques années dans le processus de mise à niveau de son économie, le Maroc continue, et avec la détermination, de moderniser ses unités de production. C'est l'une des raisons pour lesquelles la Banque Mondiale le classe au 2ème rang dans le palmarès tant convoité des pays émergents les plus dynamiques économiquement. Conscient des contraintes et des menaces de la mondialisation et, faisant sienne la politique libérale, le Maroc a ouvert de vastes chantiers de réformes économiques et politiques.

Depuis la signature en 1996 de l'accord de libre-échange avec l'Union Européenne, le gouvernement marocain n'a eu de cesse de donner des signes forts, encourageants et crédibles à l'adresse de ses partenaires en matière de mise à niveau des entreprises et de respect des normes internationales de la qualité et de la bonne gouvernance. Un effort salué et récompensé par l'Union Européenne qui lui a alloué 20 millions d'Euros pour l'ai-

der à réussir le challenge de la mise à niveau et consolider son programme de réformes sociales. Ainsi, tous les opérateurs du secteur de l'agroalimentaire vont se conformer aux exigences de la traçabilité des produits à destination du marché européen. En effet, des systèmes d'assurance qualité permettent d'appliquer et de vérifier les mesures de contrôle destinées à garantir la qualité et la sécurité sanitaire des aliments. Ils doivent s'appliquer à

chaque étape de la chaîne de production alimentaire et être conformes aux dispositions réglementaires et besoins des consommateurs.

Les systèmes se composent d'un ensemble de contrôles qui doivent être exécutés et vérifiés à chaque étape de la chaîne par la ou les personne(s) responsable(s) (producteurs, agriculteurs, pêcheurs, transformateurs de produits alimentaires, détaillants, distributeurs, personnel chargé du stocka-



POLYTRANS

TRANSPORTS NATIONAUX / INTERNATIONAUX


Le Pouvoir De Dire Oui !



13, Boulevard Rachidi 20 000 Casa-Anfa Tel : 022 22 57 19 / 21 – 022 22 90 57 / 63
Ld : 022 22 57 25 E-MAIL : chakib.hajji@polytrans.co.ma

ge et du transport, etc.).

Les gouvernements ont un rôle important car ils doivent fournir des recommandations sur les systèmes d'assurance qualité les plus appropriés et vérifier leur application qui doit être conforme à la réglementation en vigueur. Le choix et l'application des systèmes d'assurance qualité peuvent varier selon l'étape de la chaîne de la production alimentaire, la taille et la capacité de l'entreprise alimentaire, le type de produit, etc., et peuvent inclure les Bonnes pratiques d'hygiène (BPH), les Bonnes pratiques agricoles (BPA) ainsi que les systèmes d'analyse des risques - points critiques pour leur maîtrise (HACCP) et les systèmes connexes aux HACCP. Pour maintenir leurs parts de marché, les entreprises marocaines sont donc appelées à se conformer aux modes et normes de production et de commercialisation des produits agroalimentaires en vigueur dans le marché européen. L'adoption de la traçabilité au Maroc est désormais une exigence pour les exportations des filières agroalimentaires. Nombreux sont ceux à qui ont déjà intégré les notions de certification et de standards internationaux, selon les experts interrogés. Mais, ce n'est pas le cas de tous les acteurs du monde agro-industriel. . Ainsi, si les grands exportateurs structurés n'ont pas trop de problèmes pour leur mise à jour, les petits et moyens (majoritaires) en ont: manque de moyens matériels et de compétences techniques. Ce n'est pas tout de se faire accompagner par des organismes de certification. Il ne suffit pas d'intégrer les process, il faut investir dans le matériel d'équipement et dans la formation du personnel. Selon les conclusions de l'agro expert, M. Omar Aloui, dans le rapport « Etude de cas de mise en conformité aux normes SPS pour les exportations marocaines », les entreprises sont depuis longtemps sensibilisées, mais l'enjeu n'est plus vraiment là. «L'effort de répondre aux exigences des marchés étrangers est une routine pour la majorité des fermiers. Mais le concept de qualité a été longtemps limité aux critères visuels et commerciaux (taille, couleur, poids, etc.) ». Ce concept a évolué rapidement, mais les pratiques n'ont pas suivi. Les auteurs du rapport ont travaillé sur le cas des agrumes et tomates. Ces secteurs,



**ASSURANCES
HAJJJ**

**POUR VOS BESOINS
NOUS MAÎTRISONS
LES ROUAGES DE
L'ASSURANCE**

- Automobile
- Multirisques Bâtiments (Branche, Dégât des Eaux, Responsabilité Civile, Vol, Inc. de Glace)
- Multirisques Habitation (Branche, Dégât des Eaux, Vol ...)
- Multirisques entreprises (Branche, Dégât des Eaux, Responsabilité Civile, Vol, Inc. de Glace)
- Accidents du Travail
- Malade
- Epargne retraite
- Marine
- Taux Risques - Informatique - Montage - Charité
- Santé éducation
- Responsabilité Civile Domicile ... etc.

Assurances Hajji
10, Avenue des F.A.R. N° 705 - Casablanca - Maroc
Tél. : 022 20 59 68/69 - Fax : 022 20 59 77 - E-mail : yhajji@connectcom.net.ma

celui des agrumes en particulier, ont vraisemblablement une longueur d'avance. La tradition exportatrice leur a valu d'être la plus ciblée. La norme HACCP a été appliquée par de nombreuses usines d'emballages privées et «délibérément intégrée dans leur stratégie de gestion». Cependant, l'expérience en est à ses débuts, conclut l'étude. «Les dirigeants interrogés n'ont pas pu faire un rapport solide sur les avantages et/ou problèmes qui résultent de la mise en application des mesures. Le coût de conformité à cette norme inclut la formation, l'aide technique et scientifique, l'achat de nouveaux équipements et matériaux de surveillance», indique l'étude. Certains partenaires européens l'exigent déjà comme condition pour l'acceptation des produits marocains. Pour M. Hemad Kessal, président de la Fédération des PME-PMI, l'année 2005 sera véritablement une étape déterminante dans la mise à niveau des entreprises marocaines et aussi un véritable test de la performan-

ce des petites et moyennes entreprises dont une grande majorité accuse, selon lui, des retards en matière de modernisation de leurs unités de production, notamment dans l'agroalimentaire. M. Mouad El Jamaï, Directeur du Centre Régional d'investissement du Grand Casablanca pense, pour sa part, que l'engagement du Maroc dans des accords de libre-échange, notamment avec l'Union Européenne et les Etats-Unis, doit inciter les entreprises marocaines à revoir leurs modes de gestion et de production, à "faire leur mea-culpa" et au besoin à fusionner leurs activités dans le cadre de groupes professionnels solides et homogènes. De l'avis de tous donc, les entreprises peuvent réussir le challenge de la mise à niveau nécessaire à leur arrimage à l'économie mondiale d'autant plus qu'elles bénéficient aujourd'hui de garanties conséquentes en matière de financement et d'accompagnement en matière de formation continue, de contrôle de la qualité et de conquête de nouveaux marchés.

ALGÉRIE

Cap et résultats de l'économie

Liams Ben
Source CNIS

L'embellie financière qu'a connue l'Algérie, depuis 1999, grâce à la flambée des prix du pétrole, semble encourager davantage les décideurs algériens à injecter plus d'argent pour soutenir la relance de l'économie algérienne.

POLITIQUES DE RELANCE ÉCONOMIQUE
L'embellie financière de l'Algérie est une réalité. L'Etat (les réserves de change par exemple ont atteint plus de 43 milliards de dollars) et les banques (plus de 600 milliards de dinars, selon certaines estimations) disposent de liquidités importantes.

Une nette amélioration de la capacité d'autofinancement de l'Algérie, résultat d'une double conjoncture très favorable ces dernières années. Économique, grâce à l'emballlement des prix du pétrole, et climatique, grâce à la générosité du ciel.

Cette épargne importante qui n'a pas d'égale dans l'histoire économique contemporaine de l'Algérie, constitue un véritable atout qui, conjugué aux bonnes performances macroéconomiques réalisées à la suite des différents ajustements budgétaires et monétaires, peut ouvrir une voie royale pour l'accélération des réformes économiques de structures et de modes de gestion qui restent à faire.

Ce qui, il faut le dire, n'est pas toujours facile. Non seulement en termes de choix et d'arbitrages entre les différentes options de dépenses publiques mais aussi parce que l'Algérie a déjà un ancrage important dans l'économie de marché et dans l'économie mondiale. Elle doit de ce fait respecter un certain nombre de normes et d'engagements et ne peut se permettre les sentiers de la facilité. Toute injection d'argent frais dans son économie se fera désormais sous contrainte de maintien et de préservation des grands équilibres macroéconomiques.

PROGRAMMES DE RELANCE ÉCONOMIQUE

Deux grands programmes ont été lancés depuis six ans en vue d'insuffler une nouvelle dynamique à l'économie

du pays. Après le Plan triennal de soutien à la relance économique (PSRE) lancé en 2001, le président Bouteflika a dévoilé les grands axes du deuxième Programme complémentaire de soutien à la relance économique (PCSRE).

D'importantes enveloppes ont été dégagées dans le cadre de ces deux plans pour permettre un décollage effectif de l'économie algérienne : 7 milliards de dollars, soit 525 milliards de dinars, pour le PSRE et 55 milliards de dollars, soit plus de 4200 milliards de dinars, pour le PCSRE. Le gouvernement a-t-il atteint les objectifs tracés dans le cadre du PSRE ? Dans son rapport publié en juillet 2004, l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) a vivement critiqué ce plan mis en place pour la période 2001-2004. Le PSRE, selon l'OCDE, a réalisé « des résultats mitigés, notamment pour ce qui est de la durabilité de l'impact sur la croissance et l'emploi et des fragilités qu'il pourrait engendrer, particulièrement sur l'équilibre intérieur ». Toutefois, les autorités algériennes se sont félicitées des effets engendrés par ce premier programme de soutien à la relance économique.

QUELS RÉSULTATS ATTENDUS DU PCSRE ?

Dans le bilan final du PSRE, il a été souligné que l'objectif « n'était pas de résoudre tous les problèmes latents enregistrés en termes de besoins d'emplois tout particulièrement ». Pour le gouvernement, le but est d'« atténuer les effets pervers d'une crise profonde et de créer les conditions propices à une authentique stratégie de développement durable ». L'enveloppe budgétaire consacrée au PSRE est répartie ainsi : 155 milliards de dinars pour

l'amélioration des conditions de vie, 124 milliards pour le maillage infra-structurel, 74 milliards pour l'activité productive, 20 milliards pour la protection du milieu, 76 milliards pour les ressources humaines et la protection sociale et 29 milliards pour l'infrastructure administrative.

Selon le bilan du gouvernement, le PSRE a permis le lancement de 16.063 projets dans divers secteurs et l'implication de 26.000 entreprises. Il a contribué aussi à la création de 728.666 emplois durant la période allant de septembre 2001 à décembre 2003. Cependant, selon les spécialistes, le taux de chômage reste très élevé (17,7% en novembre 2004) et le climat social relativement tendu.

**LE COMMERCE EXTÉRIEUR
Les chiffres de 2004**

En 2004, le commerce extérieur algérien a bénéficié de la hausse du baril de pétrole. Les exportations ont atteint un nouveau record avec près de 31,7 milliards \$ (Mds \$). Les importations en forte croissance, +34,47 % à 18,2 Mds \$ sont tirées par la consommation publique et privée ainsi que par les programmes dans le BTP. L'excédent commercial augmente de +24,6 % à 13,51 Mds \$. Selon les données du centre national de l'informatique et des statistiques (CNIS) des douanes, les exportations

algériennes constituées presque exclusivement d'hydrocarbures (97,5 %), ont fait un bond de +32,96 %, et passent de 23,84 Mds \$ en 2003, à 31,713 Mds \$ en 2004.

Cette performance est d'abord explicable par le prix des hydrocarbures. Avec une moyenne en 2004 de 38,24 \$ le baril pour le Brent (pétrole de référence en Europe), les cours du brut ont été supérieurs de 34 % à ceux de 2003 (28,46 \$/b). La hausse des exportations s'explique aussi par l'augmentation de la production algérienne de pétrole qui atteindrait actuellement 1,5 millions de barils par jour.

Les principaux clients de l'Algérie sont les Etats-Unis (23,15 % des ventes algériennes), l'Italie (16,70 %), la France (11,40 %), l'Espagne (11,25 %), les Pays-Bas (7,44 %), le Canada (5,69 %) et le Brésil (5,61 %).

Les exportations hors hydrocarbures demeurent insignifiantes avec 788 millions \$.

Les importations, libellées en dollars, ont enregistré une forte progression de +34,47 % et atteignent 18,2 Mds \$. Une partie de cette progression résulte d'un effet de change lié à l'évolution du rapport euro-dollar entre 2003 et 2004 (appréciation d'environ 11% de la monnaie européenne).

Les principaux fournisseurs de l'Algérie sont la France (22,67 % des achats algériens), l'Italie (8,53 %), l'Allemagne (6,90 %), les Etats-Unis (6,158 %), la Chine (5,02 %) et l'Espagne (4,85 %). L'Algérie importe près de 50% de l'Europe.

La structure des importations algériennes demeure globalement inchangée. Les biens d'équipement industriels et agricoles représentent, avec 7,23 Mds \$, 39,7 % des importations avec une place importante pour le secteur automobile (1,4 Mds \$). Les matériaux de construction et les demi-produits arrivent en seconde position (25,29 % du total) à 4,60 Mds \$, suivis des produits alimentaires (19,8%) à 3,60 Mds \$ et des biens de consommation (15%) à 2,76 Mds \$.

Les chiffres bruts

Importations : 18,199 Mds \$ en 2004 contre 13,534 Mds \$ en 2003 (+34,47 %)

Exportations : 31,713 Mds \$ en 2004 contre 23,84 Mds \$ en 2003 (+32,96 %)

Excédent commercial : 13,51 Mds \$

en 2004 contre 10,84 Mds \$ en 2003
Structure des importations :

- Biens d'équipement industriels et agricoles (39,7 % du total) : 7,228 Mds \$ en 2004 contre 5,084 Mds \$ en 2003 (+34,58 %)

- véhicules de transport de personnes et de marchandises : 1,387 Mds \$ en 2004 contre 0,717 Mds \$ en 2003 (+93,43 %)

- turboréacteurs, turbopropulseurs et autres turbines à gaz : 0,327 Mds \$ en 2004 contre 0,205 Mds \$ en 2003 (+59,47 %)

- appareils électriques pour la téléphonie : 0,248 Mds \$ en 2004 contre 0,210 Mds \$ en 2003 (+14,68 %)

- Ordinateurs et autres appareils de traitement de l'information : 0,222 Mds \$ en 2004 contre 0,193 Mds \$ en 2003 (+13,06 %)

- biens destinés à l'outil de production (25,29 % du total) : 4,602 Mds \$ en 2004 contre 3,660 Mds \$ en 2003 (+25,7 %)

- les barres en fer et en acier : 0,431 Mds \$ en 2004 contre 0,325 Mds \$ en 2003 (+32,32 %)

- les profilés en fer et en acier : 0,084 Mds \$ en 2004 contre 0,051 Mds \$ en 2004 (+63,62 %)

- les constructions et parties de construction : 0,129 Mds \$ en 2004 contre 97,14 Mds \$ en 2003 (+33,62 %)

- bois et dérivés : 0,289 Mds \$ en 2004 à 0,263 Mds \$ en 2003 (-8,97 %)

- biens alimentaires : 3,606 Mds \$ en 2004 contre 2,678 Mds \$ en 2003 biens de consommation non alimentaires : 2,765 Mds \$ en 2004 contre 2,112 Mds \$ en 2003

EXPORTATIONS EN HAUSSE EN 2005

Les recettes d'hydrocarbures de l'Algérie ont atteint 9,27 milliards de dollars au premier trimestre de 2005, selon le Centre national de l'informatique et des statistiques (CNIS) d'Algérie.

Cette performance qui représente une croissance de 26,74% par rapport à la même période 2004, s'explique par la hausse des prix du pétrole sur le marché international.

Mais les exportations hors hydrocarbures de l'Algérie, membre de l'Organisation des pays exportateurs de pétrole (OPEP), demeurent marginales ne représentant que 2,12% du volume global.

En dehors des hydrocarbures, l'Algérie a surtout exporté pendant cette période les demi-produits pour une valeur de 152 millions de dollars, les produits bruts (22 millions de dollars) et les produits alimentaires (13 millions de dollars).

Les autorités algériennes sont en train de prendre des mesures pour diversifier les ressources économiques, mettant l'accent sur le développement de secteurs entre autres agricole et touristique, afin de se débarrasser de l'actuelle forte dépendance des produits d'hydrocarbures.

EXCÉDENTS DANS LA BALANCE COMMERCIALE

10,81 milliards de dollars en 2004 !

Tel est le montant de l'excédent commercial enregistré durant les onze premiers mois de l'année en cours, selon les données dites provisoires du CNIS. L'excédent dans la balance commerciale de l'Algérie enregistre ainsi une hausse de 1 milliard de dinars par rapport à la même période de l'année dernière (9,88 milliards de dollars).

Les exportations sont évaluées à 26,69 milliards de dollars entre janvier et novembre 2004, soit une augmentation de 20,9% par rapport aux onze premiers mois de l'année précédente. Les importations ont également connu un accroissement important de l'ordre de 30,2% pour atteindre en 2004 les 15,87 milliards de dollars. L'augmentation des dépenses algériennes en matière d'importations ne s'est finalement pas répercutée négativement sur la balance commerciale puisque l'excédent s'est accru.

Comme chaque année, l'Algérie n'est pas arrivée en 2004 à promouvoir les exportations hors hydrocarbures. Ce volet continue de dominer les ventes de l'Algérie à l'étranger. Il représente 97,32% du volume global. De manière plus détaillée, sur les 26,69 milliards de dollars d'exportations, 25,97 milliards de dollars reviennent au secteur des hydrocarbures qui enregistre ainsi un accroissement de 20,9% comparativement à la même période de 2003. Ce chiffre, faut-il le noter, est en contradiction avec le chiffre (29 milliards de dollars) avancé par le ministre de l'Energie et des Mines, M. Chakib Khelil. Certes, le CNIS a précisé que ses données sont provisoires mais la différence est importante. Une chose reste sûre, pour l'heure, la tendance à

la hausse dans l'exportation des hydrocarbures est justifiée par les pics historiques des prix du pétrole qui ont marqué le marché international en 2004. Toujours concernant les exportations, il y a lieu de souligner que le reste de l'enveloppe est partagé entre trois groupes. Il s'agit des demi-produits avec 466 millions de dollars (1,75%), de l'alimentation avec 110 millions (0,41%) de dollars et des produits bruts avec 88 millions de dollars (0,33%). Les Etats-Unis avec 486 millions de dollars, l'Italie avec 472 millions de dollars, la France (283 millions de dollars) et l'Espagne (280 millions de dollars) ont été les principaux clients de l'Algérie pendant le mois de novembre dernier. En ce qui concerne les importations, la tendance n'a pas connu de grands changements cette année.

Ce sont les équipements industriels et les produits alimentaires qui se sont taillés la part du lion. Les dépenses de l'Algérie dans le premier chapitre sont évaluées à 5,90 milliards de dollars (37,19%) contre 3,19 milliards de dollars (20,13%) pour le deuxième groupe. Les biens de consommation viennent en troisième position avec 2,58 milliards de dollars (16,28%). Les principaux fournisseurs en novembre 2004 sont la France (281 millions de dollars), suivie de l'Espagne (136 millions de dollars), l'Italie avec 114 millions de dollars, les Etats-Unis avec 75 millions de dollars et l'Allemagne avec 73 millions de dollars.

4,5 milliards de dollars au premier trimestre 2005 !

Le solde du commerce extérieur de l'Algérie s'est établi à un excédent de 4,5 milliards de dollars au premier trimestre 2005, contre 3,4 milliards durant la même période de l'année dernière, selon le CNIS.

Cette croissance s'explique par la hausse des exportations (+25,96%), dont le montant global s'est élevé à 9,47 milliards de dollars, selon la même source. Pendant cette période, les importations ont aussi connu une augmentation de 21,27% pour atteindre 4,96 milliards de dollars.

Les achats de l'Algérie concernent en premier lieu les biens d'équipements industriels dont les dépenses ont enregistré un accroissement de 45,68% durant les trois premiers mois de 2005

par rapport à la même période de l'an passé, ajoute le CNIS.

FACTURE ALIMENTAIRE EN HAUSSE

Les importations de l'Algérie en biens alimentaires ont été évaluées à 721 millions de dollars au premier trimestre 2004, contre 649 millions au premier trimestre 2003, indique le rapport du CNIS.

Cette hausse de 11,09 % traduit, une fois de plus, la forte dépendance du pays en matière de produits alimentaires, d'autant que ceux-ci occupent le troisième rang dans la structure des importations nationales avec une quote-part de 19,47 %.

Les statistiques du Centre révèlent que l'augmentation des achats concerne plus les laits et les produits laitiers qui ont enregistré une augmentation considérable de 65,75 %. La valeur de ces produits qui occupent 25,84 % dans la structure des importations alimentaires, est passée de 112,4 millions de dollars au premier trimestre 2003 à 186,3 millions au premier trimestre 2004.

Il en est de même pour les huiles de tourteaux et de soja qui se sont accrues de 47,54 % et dont la valeur est passée de 30,5 millions de dollars à 45 millions de dollars. Les importations des céréales, des semoules et des farines demeurent toujours aussi importantes bien qu'elles aient enregistré une baisse de 20 % durant la période considérée.

Aliments de base, ces produits occupent 30,01 % des importations globales du groupe des biens alimentaires. Leur montant financier est passé de 288,6 millions de dollars au premier trimestre 2003 à 230,8 millions de dollars durant la même période de 2004.

Les légumes secs qui représentent 7 % des importations alimentaires, ont augmenté de 9,07 %, passant de 46,3 millions de dollars à 50,5 millions. En revanche, les dépenses en sucres et sucreries qui occupent la quatrième position dans l'ensemble des importations alimentaires avec un taux de 5,03 %, ont enregistré une baisse de 16 %.

Leur valeur est passée de 43,7 millions de dollars à 36,3 millions. Les statistiques du CNIS révèlent, par ailleurs, qu'il y a une augmentation importante du taux des importations de thé et de café de l'ordre de 27,14 %.

L'ALGÉRIE ET LA BANQUE MONDIALE

Les relations Algérie - Banque mondiale (BM) ont évolué significativement. L'intervention de cette institution financière internationale portait, à l'indépendance du pays, essentiellement sur l'assistance et l'accompagnement de l'Etat en phase de construction. Ce mode d'intervention s'est maintenu jusqu'au début des années 1990 date à laquelle l'Algérie est entrée dans une crise économique sans précédent; arrivé à une situation de cessation de paiement. Une seule alternative était dès lors possible: entamer des négociations pour le rééchelonnement de la dette extérieure et appliquer en urgence des réformes structurelles que le FMI et la BM imposaient à l'Algérie dans le cadre de ce qu'on appelait le plan d'ajustement structurel (PAS). Les conséquences d'un tel plan d'urgence n'étaient malheureusement pas sans prix. L'application dans les années 1994 et 1995 du PAS a entraîné une importante saignée dans le secteur public en raison des licenciements massifs d'employés. Pas moins de 400.000 employés ont fait les frais de cette thérapie de choc. Le PAS a constitué un véritable test de vérité pour l'Algérie qui a pu, grâce aux réformes enclenchées dans tous les secteurs d'activité, sortir de l'ornière. Cela a été d'autant plus risqué que le pays vivait en parallèle une autre crise, plus dangereuse, qu'est la crise sécuritaire. La situation a commencé par s'améliorer dès le début de 1999.

L'Algérie a commencé réellement à consolider ses réformes structurelles et à réaliser des taux de croissance appréciables. La BM qui, à travers des rapports périodiques, suivait de près la situation en Algérie, a été amenée, pour sa part, à adapter ses rapports avec le pays. Ainsi, et à la demande du gouvernement algérien, une nouvelle stratégie de coopération est née entre l'Algérie et la BM. Appelée Country Assistance Strategy (CAS), cette nouvelle stratégie de coopération s'étalera sur la période 2004-2006. Elle vise, à travers plusieurs projets restant à définir et/ou à finaliser, à favoriser la croissance économique et la création d'emplois en aidant les pouvoirs publics à accroître à la fois l'efficacité des dépenses publiques et la place et le rôle de l'investissement privé dans l'économie. Les projets en question concernent, entre autres, l'emploi rural, la restructuration des zones sinistrées, l'eau et l'assainissement, la lutte contre la pollution industrielle, la résorption de l'habitat précaire, la réforme des télécommunications, la modernisation du système bancaire, l'assistance technique à la privatisation, au système financier et aux secteurs de l'énergie, des services et des transports.

Les frais d'importation de ces deux produits ont bondi de 26,9 millions de dollars à 34,2 millions. Les fortes dépenses concernent également les viandes qui ont enregistré une hausse de 30,09 %. Ainsi, leur facture a été estimée à 29,4 millions de dollars, contre 22,6 millions durant les deux périodes considérées.

S'agissant de la valeur des exportations algériennes en produits alimentaires, celle-ci a atteint 69 millions de dollars durant le semestre dernier, contre seulement 10 millions de dollars durant le premier trimestre 2003.

Le CNIS révèle une très forte hausse des exportations des vins de raisin (+6 494,32 %). Leur valeur a bondi de 0,88 million de dollars à 58,03 millions. Ils sont suivis des dattes (3,34 millions de dollars), des crustacés (1,71 million de dollars) et des babeurres (1,31 million).

RELANCE DU PROCESSUS DE PRIVATISATION

Le gouvernement a-t-il enfin réussi à défricher le dossier de la privatisation des entreprises publiques économiques des multiples obstacles empêchant la concrétisation d'une telle option qui pourrait avoir des conséquences douloureuses sur le plan social.

Celle-ci, décidée et approuvée par les deux chambres législatives, en 1995, a, en fait, débouché sur de piètres résultats. En clair, le processus de privatisation a donné lieu à seulement deux cas de privatisations : le groupe sidérurgique d'El Hadjar, repris par l'indien Ispat, et l'entreprise d'engrais et détergents Enad, reprise par l'allemand Henkel. De plus, les relations financières entre les banques publiques et les entreprises publiques n'ont cessé de se détériorer malgré les injonctions des pouvoirs publics ordonnant aux institutions fiduciaires d'accorder encore des créances à des sociétés moribondes qui, sous d'autres cieux où la logique économique est de mise, auraient eu vite fait de mettre la clé sous le paillason.

C'est ainsi que les statistiques officielles rapportent que, sur l'ensemble des entités économiques, 263 entreprises sont considérées comme durablement déstructurées et déficitaires, alors que le nombre de celles dites « insuffisamment performantes » avois-

nerait les 600. Ce qui démontre l'urgence de trouver une solution radicale pour remettre sur les rails les entreprises dites solvables ou de passer à la fermeture pure et simple des autres en espérant leur trouver un partenaire et dans le cas contraire les céder totalement.

LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

Quelle est la réalité du chômage en Algérie?

Officiellement, le taux de chômage est de 17,7 %, selon une enquête réalisée par l'Office national des statistiques entre octobre et novembre 2004 auprès de 13.013 ménages ordinaires répartis sur le territoire national. Mais, de l'avis du Chef du gouvernement, le taux serait de 13 % seulement.

Quoi qu'il en soit, le Bureau international du travail pourrait revoir à la baisse le taux officiel de 17,7 %. Dans une déclaration à l'agence AAI, un de ses experts, Mohammed Musette, a révélé que le taux, qui a le plus de chances d'être retenu, est celui de 13%.

2 MILLIONS D'EMPLOIS D'ICI À 2009

Le gouvernement s'est fixé comme objectif 2 millions d'emplois d'ici à 2009. Projet trop ambitieux ? Il semble que non, vu le nombre d'emplois créés ces dernières années : 2,3 millions entre 1999 et 2003. Mais au-delà de ces chiffres grisants, dans quelle mesure la crise du chômage est-elle résorbée ou promet-elle de l'être ?

L'objectif de deux millions d'emplois à créer d'ici à 2009 contenu dans le programme quinquennal complémentaire, sera-t-il atteint ?

De l'avis de certains experts, l'Algérie peut aspirer à créer plus de 2 millions d'emplois permanents dans les prochaines 5 années à condition que la cadence des investissements s'accélère et que les dispositifs d'emploi soient davantage assouplis. De même, ils recommandent des mesures incitatives à l'embauche pour les entreprises comme cela se fait dans un grand nombre de pays du monde. Ce qui est certain, c'est que les grands chantiers déjà lancés ou qui le seront incessamment par certains départements ministériels à l'image de celui des travaux publics créeront un nombre important de postes d'emploi. Sur ce registre, et selon les prévisions du ministère de l'Agriculture et du

Développement local, le secteur de l'agriculture qui a bénéficié d'une enveloppe de 300 milliards de dinars dans le cadre du programme de soutien à la croissance économique, est à même de générer quelque 1.399.000 emplois dont 419.000 permanents.

BANQUES :

DYNAMISER L'INVESTISSEMENT

Une nouvelle fois, la BADR vient de créer l'événement en annonçant un taux d'intérêt de 5,25% pour les crédits d'investissement.

Soit le crédit le moins cher et le plus attractif sur la place bancaire dans la mesure où l'effort de réduction consenti est de l'ordre de 0,75 point, c'est-à-dire passant d'un taux de 6 à 5,25%.

Ainsi, après la BEA, le CPA et la BDL qui ont réduit le prix du crédit qu'elles vendent aux investisseurs de 6 à 5,5% avec l'espoir de relancer "l'appétit" des créateurs de richesses, il est intéressant de relever l'audace de la BADR qui semble avoir réservé sa surprise aux opérateurs, concurrence oblige.

Interrogé sur la rentabilité d'un crédit revendu à 5,25%, le président de la BADR rappellera que l'amélioration des indicateurs économiques du pays permettent d'entreprendre un tel réajustement qui "à bien sûr été étudié et minutieusement mis au point".

En se démarquant des autres établissements de crédit de la place, la BADR qui s'est redéployée sur l'agriculture, entend de la sorte booster ce secteur par effet d'intérêt sur les taux.

C'est dans le but de concourir à la relance économique du pays, "dans le cadre de la mise à niveau des fonctions bancaires" que la BADR conjugue ses services et l'effort sur la rémunération des intérêts. Pour rappel, la BADR a commencé à baisser ses taux d'intérêt en février 2002, les ramenant de 8 à 6,5% jusqu'à décembre 2003.

De janvier 2004 à fin 2004, le taux de crédit d'investissement était de 6% à la BADR, alors que chez la concurrence, il arrivait à 6,5 % suivant des manœuvres sur deux périodes. Ce n'est qu'à partir de juillet 2004 que la banque se voit rattrapée par les autres à hauteur d'un niveau de crédit de 6,5%. Comme quoi la concurrence entre établissements de crédits publics est bel et bien réelle. Pour le pays, la révision à la baisse des taux bancaires est le meilleur indicateur de solvabilité

et un ratio de bonne conduite financière tant il renseigne sur la maîtrise de certains risques inflationnistes.

MARCHÉ DES CÉRÉALES

L'Etat n'est plus tenu, comme par le passé, de confier le soin d'importer les céréales et les légumes secs à un seul opérateur public.

De fait, depuis l'indépendance du pays la quasi-totalité des importations des céréales et légumes secs étaient l'apanage de l'OAIC. Or, l'OAIC ne dispose plus de la fonction de monopole en matière d'importation. En outre, on assiste à l'émergence de nouveaux opérateurs dans le créneau d'importation de céréales et de légumes secs.

Les réformes engagées ne remettent plus en cause le principe de la disponibilité des produits dérivés de céréales et de légumes secs en tout temps et tout lieu à des prix socialement tolérables. Les opérateurs économiques intéressés par ces importations doivent répondre à un cahier de charges très strict et procéder à la consignation d'un contrat d'adhésion (importateurs - ministère du Commerce).

Le contrat d'adhésion fixe les règles de jeu arrêtées d'un commun accord entre importateur et pouvoir public dont les clauses prévoient les droits et les obligations de l'importateur. Ce dernier s'engage formellement à contribuer à l'approvisionnement et à la régulation du marché. Il est en outre tenu de se conformer aux lois et règlements relatifs à la qualité et à la conformité des produits.

Le contrat institue un système d'information destiné à prévenir toute rupture d'approvisionnement.

LE PNDA RÉUSSIT SON PARI

En Algérie, pour faire sortir le secteur de l'agriculture de l'état de léthargie dans lequel il s'est retrouvé et lui permettre d'emprunter une démarche résolument économique, l'idée de le doter en septembre 2000 d'un Plan national de développement agricole (PNDA) qui s'est élargi en juin 2002 à la dimension rurale, se confirme, au fil de la mise en œuvre du PNDA sur le terrain comme solution.

Dans son essence, le PNDA a été voulu un instrument à même d'assurer au pays la sécurité alimentaire, le développement rural et la préservation des ressources naturelles.

En d'autres termes, le Plan s'est fixé comme principaux objectifs de sortir de la vision aléatoire d'« autosuffisance alimentaire » pour s'inscrire dans une logique de « sécurité alimentaire » et d'aller vers un seuil minimal de production pour les produits de base :

- Adapter les systèmes de production aux conditions des milieux physiques et climatiques des différentes zones de production;
- Augmenter la surface agricole utile (SAU) ;
- Améliorer les conditions de vie et de revenus des agriculteurs, promouvoir des productions à avantages comparatifs avérés pour leur exportation, encourager l'investissement agricole, améliorer la compétitivité de l'agriculture et son intégration dans l'économie mondiale, et libérer des initiatives privées au niveau des approvisionnements en intrants, de l'écoulement et du conditionnement de la production et de la dissémination du savoir et du savoir-faire.

Le ministère de l'Agriculture a lancé à travers le territoire national cinq programmes de développement. Ils visent une augmentation de la production des produits de large consommation et les produits à avantages comparatifs pour le marché local et les exportations.

Les initiateurs du PNDA ont pensé qu'il faudrait au plus vite moderniser les exploitations agricoles et encourager la compétitivité des filières agricoles dans la perspective de l'accord d'association à la zone de libre-échange avec l'Union européenne et de l'adhésion à l'OMC.

Après quatre années d'application, le PNDA a réussi à élever la production en quantité et en qualité ainsi qu'à impulser une dynamique de relance dans le secteur.

Les résultats enregistrés parlent d'eux-mêmes et témoignent que le retour au travail de la terre n'est plus une chimère.

A titre d'exemple, on peut citer que,

dans le cadre du PNDA, la superficie plantée en arbres fruitiers et rustiques dépasse largement celle comptabilisée depuis l'indépendance du pays. Egalement et à titre d'illustration, on notera les résultats, enregistrés en 2004, des récoltes en matière de production végétale et animale.

LA RELANCE SOUTENUE PAR LES COURS DU PÉTROLE

Avec 605.112 pauvres en 2003, la population disposant de moins de 1 dollar/jour est passée de 1,9% en 1988 à 0,8% en 2000.

Si l'on assimile le seuil de pauvreté extrême en Algérie à l'allocation forfaitaire de solidarité (AFS) destinée notamment aux personnes sans revenus, il serait égal en 2003 à 1 000 DA/personne/mois soit 33 DA/jour. Ce seuil serait donc supérieur au (seuil) international de pauvreté de 1 dollars qui, converti en DA, a été estimé à 25 DA par le CGPP.

Le rapport du Cnes montre en outre que le revenu disponible des ménages à prix constants a augmenté entre 1990 et 2003, en moyenne annuelle d'environ de 4%. Sur la période de 1999 à 2003, il atteint 9,37%.

Cet accroissement des revenus est, semble-t-il, selon le Cnes, dû à la fois à l'augmentation de 6% des salaires et aux transferts de la protection sociale des dispositifs de soutien aux réformes. L'amélioration des revenus a donné lieu à une hausse de la consommation des ménages entre 1990 et 2003 de 1,68% et de 3,2% entre 1999 et 2003.

Cependant, la répartition des ressources s'effectue, relève le conseil, sans mécanismes d'ajustement des revenus des différentes catégories sociales visant à réduire les écarts dans la rémunération et stimuler la productivité et l'efficacité du travail, et qui donne un caractère stimulant et prioritaire au salaire.

Le Cnes constate également « la faible intégration sectorielle, les dysfonction-

Indicateurs socio-économiques (1997 à 2003)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Taux de croissance (en volume) de la PIB	0,80	5,50	3,50	2,5	3,10	4,20	7,20
Taux de croissance (en volume) du PIB	1,10	3,10	3,20	2,90	2,10	4,10	6,90
PNB / habitant (en USD)	1 580,30	1 545,80	1 540,40	1 707,7	1 698,00	1 575,00	1 855,10
Taux de croissance annuel de l'indice des prix à la consommation	5,70	5,00	3,60	0,30	4,30	3,40	2,60
Taux de croissance de la production industrielle (prix national)	-5,60	7,20	0,00	1,70	-0,90	1,10	0,40
Taux de croissance des prix à la production industrielle (prix national)	7,20	4,00	3,00	3,30	4,00	3,80	3,80
Taux de croissance des prix à la production industrielle (secteur privé)	1,50	1,70	-0,30	0,50	0,20	-0,40	0,60

nements qui affectent des pans entiers de l'économie et de l'économie informelle concourent à une affectation des ressources incompatibles avec les normes et les objectifs sociaux", est-il mentionné dans le même document. Celui-ci propose une politique de répartition en tant que vecteur stimulant de la création de richesses fondées sur le travail et sa rémunération objective.

Le Cnes avoue que la relance économique a été soutenue par la consolidation des réserves de change qui ont atteint plus de 32 milliards de dollars en 2003.

Entre 1990 et 2003, la politique monétaire et financière a, selon le rapport, connu une évolution importante à partir de la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit qui a permis au système bancaire de fonctionner selon les règles de la commercialité.

C'est ainsi que les banques, suggère le Cnes, devraient s'impliquer davantage dans les activités productives.

Ce qui laisse supposer, soutient le conseil, un encadrement efficace de la croissance économique par les taux d'escompte et d'intérêt.

"Ainsi, il échoit à la politique monétaire l'appui de la relance économique saine qui bénéficie des crédits nécessaires et dépourvus de tensions inflationnistes".

1990-2003 : UNE CROISSANCE ÉCONOMIQUE ANNUELLE DE 2,43 %

Sur la période 1990-2003, la croissance de la masse monétaire en moyenne annuelle a atteint 19,17% et l'inflation (moyenne) n'a pas dépassé annuellement, selon le Cnes, le cap des 13,5%.

Deux éléments ont, estime le Cnes, marqué la politique budgétaire. Il s'agit du Plan national du développement agricole (Pnda) et du Plan de soutien à la relance économique (Psre)

qui ont permis au pays de renouer avec la croissance économique et d'imprimer une inflexion de la tendance du chômage.

Sur un autre registre, les dépenses budgétaires sont passées de 138,5 milliards de DA en 1990 à 1 516,3 milliards de DA en 2001 soit une augmentation en moyenne annuelle de 24%. Ces dépenses ont été prises en charge par la fiscalité pétrolière à hauteur des 60% ; 30% proviennent de la fiscalité ordinaire.

La croissance économique entre 1990 et 2003 a atteint 2,43% en moyenne annuelle et l'accroissement démographique a été de 1,88%. Le PIB en dollars/habitant est passé d'environ de 1.543,37 dollars en 1994 à 2.136 dollars en 2003, soit une amélioration moyenne de 3,6%. En termes de structure, la contribution à la croissance des activités productives place en tête les hydrocarbures et les services qui fournissent 60% de la richesse nationale.

L'agriculture et le BTPH participent à hauteur de 30% alors que la part de l'industrie baisse de 13,3% en 1990 à 8,6% l'année dernière.

Par secteur, on note que le poids de l'agriculture dans les activités productives est passé de 13,3% en 1990 à 18,6% en 2003 avec une croissance moyenne stable de 5,37%.

La contribution des industries hors hydrocarbures à la production nationale a régressé donc de 5 points.

Le secteur de l'habitat commence à renouer avec la croissance qui s'est située ces dernières années à 6%. Les réalisations de logements sont en moyenne annuelle de 100 mille unités face à une demande estimée à 1,2 million de logements.

Par ailleurs, en matière d'alimentation en eau potable, la dotation domestique par habitant et par jour pour l'année 2003 atteint 170 litres.

REPÈRES

L'indice de l'économie de la connaissance connaît une progression significative durant la période 1995-2002 ; les plus grosses évolutions sont enregistrées sur l'innovation 116% et les infrastructures de l'information 166%.

Près de 12.591 étudiants sont inscrits en postgraduation et 8.014 en doctorat d'état.

L'Office national des droits d'auteur a enregistré plus de 7.000 œuvres originales pour un total de 4.800 auteurs membres définitifs.

Près de 12,4 milliards de DA sont alloués à la recherche scientifique dont 6,4 aux nouvelles technologies de la communication.

Près de 474 projets sont consacrés aux nouvelles technologies de la communication dont 57 pour les télécommunications, 108 pour les mathématiques et 54 pour la technologie spatiale.

L'Algérie est passée de 10.000 à 700.000 internautes et de 100 à 4.000 cybercafés entre 2000 et 2003.

Près de 50.000 micro-ordinateurs/an sont commercialisés en Algérie.

Il y a près de 125 entreprises algériennes certifiées à la norme ISO 9000.

Les entreprises qui ont entamé la procédure de certification, se chiffrent à 261 dont 65% sont des entreprises publiques.

Le coût de la certification de ces entreprises est estimé à 824,6 millions de DA.

Le nombre d'inventions protégées est de 1.659 brevets à la fin décembre 2003.

Indicateurs socio-économiques (1997 à 2003)

Taux de croissance des prix de gros des fruits et légumes	18,80	6,60	-0,60	-4,50	6,60	6,90	4,30
Taux de croissance de la production agricole (en volume)	-0,38	0,28	0,02	-0,09	...	1,30	17,00
Solde de la balance Com. (Sob/fo) (en 10 6 \$ US)	5 150,00	1 250,00	3 640,00	12 854,00	9 476,00	7 398,00	11 977,00
Solde de la balance des paiements (en 10 6 \$ US)	1 300,00	-1 700,00	-2 410,00	7 964,00	6 308,00	3 925,00	8 384,00
Taux de change moyen pondéré (LUS = ... DA)	57,68	58,7351	64,57	75,2569	77,26	79,68	77,26
Solde général de Trésor (en milliards de DA)	66,10	-398,30	-16,50	398,90	48 710,00	-31,60	262,90
Monnaie et quasi-monnaie M2 (en milliards de DA)	1 081,50	1 287,90	1 463,40	1 659,20	2 085,00	2 901,50	3 401,90
Excédent de la dette extérieure / recettes d'exportations de biens et services	3,16	3,77	3,14	1,11	1,12	1,14	0,90
Service de la dette extérieure / recettes d'exportations de biens et services (en %)	30,80	47,20	30,60	19,80	22,21	22,07	17,64
Taux d'accroissement naturel de la population en %	1,66	1,52	1,46	1,43	1,50	1,53	1,58
Taux d'activité en %	36,59	37,41	...	38,60	37,80	...	37,80
Taux de chômage en %	36,41	29,77	27,30	...	23,70
Population en milliers de l'année (en 10 ³)	29 045,00	29 507,00	29 950,00	30 386	30 836,00	31 357,00	31 846,00

AGREX 2005

Nouveautés

Parmi les différentes nouveautés proposées par AGREX durant ces dernières années, le nouveau moulin à 10 passages avec une capacité de mouture de 75 tons de blé par jour est incontestablement le plus remarquable par sa technologie. C'est, de fait, surtout grâce à la nouvelle technologie des moulins AGREX, destinés à la transformation du maïs en farine et gritz dont il est équipé.

Dans l'industrie mondiale, le secteur meunier est extrêmement actif. Après les nombreux succès obtenus avec les groupes meuniers dans la transformation du blé, reconnus dans le monde entier, AGREX cible aujourd'hui un nouveau et non moins intéressant secteur en perpétuelle évolution: la filière transformation de maïs. L'industrie alimentaire est entraînée de changer radicalement: on est passé des aliments traditionnels à base de farine et de semoule de blé à la recherche de produits destinés au bien-être en relation avec les nouvelles tendances.

Considérant cette évolution, AGREX propose aujourd'hui une série tout à fait moderne de moulins horizontaux pour satisfaire la demande nouvelle de l'industrie

alimentaire pour des produits adaptés à une demande des consommateurs de plus en plus exigeants.

Il s'agit de la série de moulins AGS4-GR-SE et AGS6-FM-GR-SE qui couvre différentes capacités de mouture.

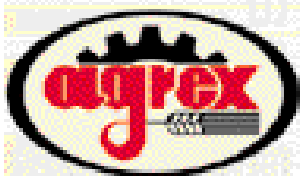
Le maïs n'ayant pas de gluten, avec nos installations conçues pour le dégermer, on peut obtenir des semoules et des farines parfaitement digestibles destinées à une alimentation spéciale.

Le gritz de maïs est la base des produits des snacks, production de grande consommation que l'on peut trouver aujourd'hui dans les supermarchés du monde entier.

La farine de maïs est également utilisée dans la panification et la pâtisserie, comme complément ou en substitution à la farine

de blé. Il ne faut pas oublier qu'aujourd'hui, avec les farines et semoules de maïs, on peut obtenir des pâtes et du couscous de haute qualité et d'un goût tout à fait agréable. Aujourd'hui, le maïs est l'un des céréales les plus cultivées au monde. C'est pour cette raison qu'AGREX a décidé de développer une série innovante de groupes meuniers AGS-GR. Cette nouvelle série marquera incontestablement l'histoire de l'innovation de la technologie meunière.

Comme d'habitude, AGREX sera présente à la Foire Internationale d'Alger qui aura lieu du 01 au 09 juin, Pavillon « C » italien – stand « D6 ». Des spécialistes AGREX se feront un plaisir d'y présenter toutes les caractéristiques, les avantages et les performances de tous ces produits.



le nouveau AGS10

Groupe meunier à 10 passages



Pav. C/Stand D6
Foire Internationale d'Alger 2005

AGREX S.p.A.
35010 VILLAFRANCA PADOVANA (PD) - ITALIE
Tel: +39.049.90.75.884 - Fax: +39.049.90.75.824
E-mail: info@agrex.com Internet: www.agrex.com

SARL AGREXIND
Vill. n. 22, HAÏ ENADJAH - DELY - IBRAHIM - ALGER
Tel: +213 (0) 21.36.90.59 - Fax: +213 (0) 21.36.90.57
E-mail: agrexind@yahoo.fr Internet: www.agrexind.com

INTERVIEW

COFACE,

la gestion partagée du risque



M.Olivier Poncet (OP)

Coface est présente directement dans 57 pays et, grâce aux partenaires du réseau mondial CreditAlliance, structuré autour d'une gestion partagée des risques de crédit, dans 93 pays .

AgroLigne : Pouvez-vous nous présenter Coface?

M.O. Poncet: Coface est une société privée dont la mission est de faciliter le commerce entre les entreprises partout dans le monde. Elle répond aux besoins des entreprises en développement qui, quels que soient leur taille, leur nationalité et leur secteur d'activité, multiplient leurs relations commerciales avec des clients et des fournisseurs qui constituent ce que l'on appelle couramment leur « Poste clients ». Ce Poste représente pour elle des opportunités, mais aussi des risques. Sa gestion est devenue un enjeu stratégique majeur pour le «credit manager» qui doit donc développer, en temps réel, en toute connaissance de cause, en toute sécurité et à moindre coût, les relations que son entreprise entend entretenir avec l'ensemble de ses partenaires commerciaux.

Pour répondre à ce défi, Coface leur propose des solutions pour protéger, financer et développer leur Poste clients, en leur permettant d'en externaliser la gestion en tout ou partie. Coface met en effet à la disposition de ses 85.000 clients plus de 4.500 collaborateurs, organisés dans chaque pays autour de forces commerciales intégrées, une offre de garanties et de services qui s'appuie sur quatre lignes de produits: l'assurance-crédit, l'information et la notation mondiale d'entreprise @rating, la gestion et le recouvrement de créances, l'affacturage et la titrisation de créances. Elle propose également trois autres services : l'assurance caution, la formation aux techniques du poste clients et, en France, la gestion des garanties publiques à l'exportation pour le compte de l'Etat. De plus, pour être partout où ses clients vont,

Coface est présente directement dans 57 pays, et dans 93 pays grâce aux partenaires du réseau mondial CreditAlliance, structuré autour d'une gestion partagée des risques de crédit (Système Risque Commun qui suit en permanence 44 millions d'entreprises dans le monde).

AgroLigne : Quels sont les services Coface les plus sollicités pour aider les entreprises à définir leurs activités d'exportation en Algérie?

M.O. Poncet: Il s'agit avant tout de considérer le niveau auquel se trouve l'entreprise vis-à-vis de sa démarche export. Si elle en est au stade de la recherche de clients et de marchés, elle a recours à l'assurance prospection. Ce produit que Coface gère pour le compte de l'Etat, lui permet en effet d'engager des dépenses en toute sécurité si son action se révèle infruc-

PROMAL

PRODUIT DE MER ALGERIE

PROMAL



Sarl PROMAL

Zone Equipement Bouharoun - Tipaza

Tél: 213 24 40 45 85 / Fax: 213 24 45 86

tueuse. Comme dans tous les pays, une fois le client trouvé, l'entreprise cherche à limiter ses risques en ayant recours à l'assurance-crédit. Ce réflexe « assurance-crédit » est particulièrement utile dans un secteur comme celui de l'agroalimentaire pour lequel systématiser les accreditifs irrévocables et confirmés est très vite anti-commercial. Si une entreprise veut aller plus loin et investir en Algérie, elle peut bénéficier de garanties d'investissement proposées par Coface ou Unistrat Coface. Bref, quel que soit la problématique, la solution Coface répond à ses besoins.

AgroLigne : Quelles sont les plus grands obstacles auxquels sont confrontées les entreprises désireuses de s'investir au Maghreb ?

M.O. Poncet : En dépit de la proximité culturelle de la France avec ces pays, le principal obstacle est sans doute le manque de transparence des entreprises locales, qui, en particulier au Maroc et en Tunisie, sont en grande majorité des PME familiales, souvent jalouses de leur indépendance, ce qui ne permet pas toujours d'évaluer avec le maximum de pertinence souhaitable le profil financier de son partenaire commercial. Cette absence de communication des opérateurs privés est d'autant plus dommageable en Algérie que la libéralisation du commerce extérieur a vu la création de milliers de sociétés d'import-export. Du fait de leur actionnariat familial et des réticences de leurs

dirigeants à ouvrir leur capital à des investisseurs extérieurs, nombre de ces entreprises du Maghreb sont, en outre, sous-capitalisées et préfèrent recourir à l'endettement bancaire, a fortiori à court terme, plutôt que de faire appel aux marchés financiers, même s'il est vrai que ceux-ci sont encore peu développés. Il convient, enfin, de signaler la lenteur de paiement des entreprises de cette région, résultant notamment des deux points mentionnés précédemment, de certaines déficiences des systèmes judiciaires et, s'agissant en particulier de l'Algérie, des lenteurs bancaires.

Si l'indice Coface des incidents de paiement se situe à un niveau structurellement supérieur à la moyenne mondiale, ceux-ci s'avèrent, toutefois, être le plus souvent de simples retards de règlement plutôt que des réelles insolvabilités, et les actions de nos services contentieux affichent des taux de recouvrement très satisfaisants.

AgroLigne : Concernant l'Algérie, quelle analyse faites-vous du risque pays ?

M.O. Poncet : Elle est globalement plus favorable puisque, dans le cadre de la notation pays @rating que nous développons pour 151 pays, nous venons de reclasser la note de l'Algérie de B à «B sous surveillance positive».

L'environnement économique et financier a bénéficié d'une conjoncture pétrolière extrêmement favorable permettant

d'utiliser pleinement les capacités de production, tandis que les prix du baril étaient élevés.

L'accroissement des recettes pétrolières a fourni aux autorités les moyens de poursuivre une politique budgétaire de soutien à l'activité du secteur non pétrolier. Dans ce contexte, l'économie enregistre des taux de croissance soutenus. Les revenus en devises atteignent un montant inégalé, renforçant la situation financière extérieure et contribuant à l'accumulation des réserves. En outre, la dette extérieure continue de diminuer. Cette bonne orientation de l'économie devrait se poursuivre en 2005, compte tenu de l'extension des capacités de production de gaz, tandis que la production de pétrole pourrait être contrainte par une plus stricte observance de la discipline de l'OPEP. Cet environnement demeure favorable à la situation financière des entreprises. Le secteur privé reste cependant insuffisamment développé, contraint par les rigidités administratives et les carences du secteur bancaire ainsi que par la concurrence d'un secteur industriel public non rentable. Les réformes structurelles visant à diversifier l'économie et moderniser l'appareil productif ont peu avancé au cours des dernières années. Le processus risque d'être encore lent, compte tenu des résistances sociales et politiques.



ALGERIE

Le premier complexe de pasteurisation des oeufs

Une jeune entreprise vient de naître avec des ambitions non moins élevées qui consistent à supplanter l'importation en ovo produits et relever le défi de l'hygiène alimentaire et la santé. Pour de telles ambitions, il fallait un complexe en conséquence et une implantation stratégique, aux portes de la capitale et à proximité des grandes voies de communication.



UNE INFRASTRUCTURE OPPORTUNE

Sur une superficie de 4000 m² et deux niveaux, avec une capacité de production de 6000 tonnes/an, le complexe industriel de transformation et pasteurisation des œufs ZIDOU, première usine du genre dans les régions arabe et africaine, s'appuie sur un process largement intégré dans les pays industrialisés depuis de nombreuses années.

C'est un complexe qui arrive à point nommé, après les nombreux cas d'intoxication alimentaires enregistrés en Algérie.

Le début de la production est appelé à réduire le volume des importations de farine d'œufs et à soutenir la production avicole locale.

LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ET LA SANTÉ

Traçabilité, qualité, sécurité ! Ces aspects sont au cœur du process et constituent la réponse aux nombreuses contaminations enregistrées en Algérie.

Le produit ZIDOU est garanti "œuf frais d'origine".

En amont, des relations privilégiées sont contractées avec des producteurs d'œufs.

La livraison se fait sous frais.

Les œufs sont traités par les ultraviolets pour éliminer les microbes éventuels et par lumière pour détecter les œufs impropres à la consommation.

Lavage, brossage, cassage, filtration, refroidissement et homogénéisation sous azote sont traités mécaniquement sans l'intervention humaine.

Un contrôle en laboratoire est effectué systématiquement.

La date de péremption est signalée sur l'emballage: 28 jours pour l'œuf liquide, 18 mois pour l'œuf en poudre particulièrement adapté aux régions éloignées.

Il est prévu à court terme l'utilisation des alvéoles ou plateaux retournables. Les coquilles sont broyées et proposées aux producteurs d'aliment de volailles et pour l'enrichissement des terres agricoles.

L'utilisation des œufs pasteurisés est incontournable dans la restauration des collectivités, cantines et autres et devrait constituer la règle au regard de la qualité de l'hygiène dans la manipulation et le commerce des œufs.

La propreté des produits ZIDOU est appelée incontestablement à révolutionner la manière de cuisiner



UNE GAMME ÉTENDUE D'OVO PRODUITS

- **Liquide**
Sachet de 0,5 kg et 1 kg
Bag in box de 5, 10 et 20 kg
Container de 1.000 kg
- **Poudre**
Sacs de 20 kg

des menages qui n'auront pas à redouter l'impropreté des œufs, première cause d'intoxication alimentaire.

L'ŒUF DANS TOUS SES ÉTATS

L'œuf est présent dans notre consommation à une grande échelle. Il est partout dans ce que nous mangeons ou dégustons. Ingrédient indispensable, sa production et sa manipulation se sont développées parfois anarchiquement en Algérie, provoquant des intoxications alimentaires mémorables comme celle de l'année dernière qui a touché quelque 1633 personnes.

La pasteurisation des oeufs est fortement recommandée.

C'est, sans doute, l'origine d'un projet pour un jeune entrepreneur déjà habitué à utiliser l'ingrédient et à gérer les questions d'hygiène dans la



La dernière technologie C'est effectivement la dernière technologie en matière de transformation et de pasteurisation d'œufs.

L'acheminement des œufs pour le lavage se fait automatiquement sur tapis roulant.

L'hygiène est absolue avec une optimisation des contrôles de salubrité des salles et des équipements de production

production de crèmes glacées.

UN PRODUIT SAIN ET DE QUALITÉ

Les divers procédés de transformation permettent l'élimination des bactéries pathogènes et des salmonelles.

Aucun additif. Le processus de transformation maintient intact dans les ovo produits le goût et la texture de l'œuf frais.

PLUS BESOIN DE CASSER DES ŒUFS

Pratiques et simples à intégrer, les ovo produits ZIDOU trouvent aisément leur place dans les recettes de cuisine. Plus besoin de casser des œufs ni de séparer le jaune du blanc !

Gain de temps et de main d'œuvre, absence de gaspillage, ni de déchets, réduction du stockage et transport.

DES PRODUITS RÉPONDANT

AUX QUALITÉS LES PLUS FINES

Les propriétés fonctionnelles de l'œuf sont démultipliées avec les ovo produits ZIDOU. Emulsion, liaison, coagulation sont les propriétés préservées dans toute leur fraîcheur.

Les produits ZIDOU ont déjà été adoptés par : Air Algérie, AVICAT, les glaces "Iceberg", Pâtisseries ZEROUATI, des résidences universitaires...



UN AIR DE JEUNESSE



Tout dans le projet respire la fraîcheur : sincérité, jeunesse, esprit d'initiative, ambition, innovation...

Le « patron » d'abord : Mehdi Issiakhem est jeune et débordant de vitalité, ingénieur et PDG d'un projet auquel il a su donner vie pour « sortir de la crème glacée », l'ancienne activité de son père.

Les motivations ensuite : l'environnement, la santé du consommateur, l'économie de devises pour le pays.

La jeunesse du projet, enfin : moins d'une année.

Il y a quelque part une conviction communicative dans les ambitions du projet qui force la confiance.

DERNIERE NEWS

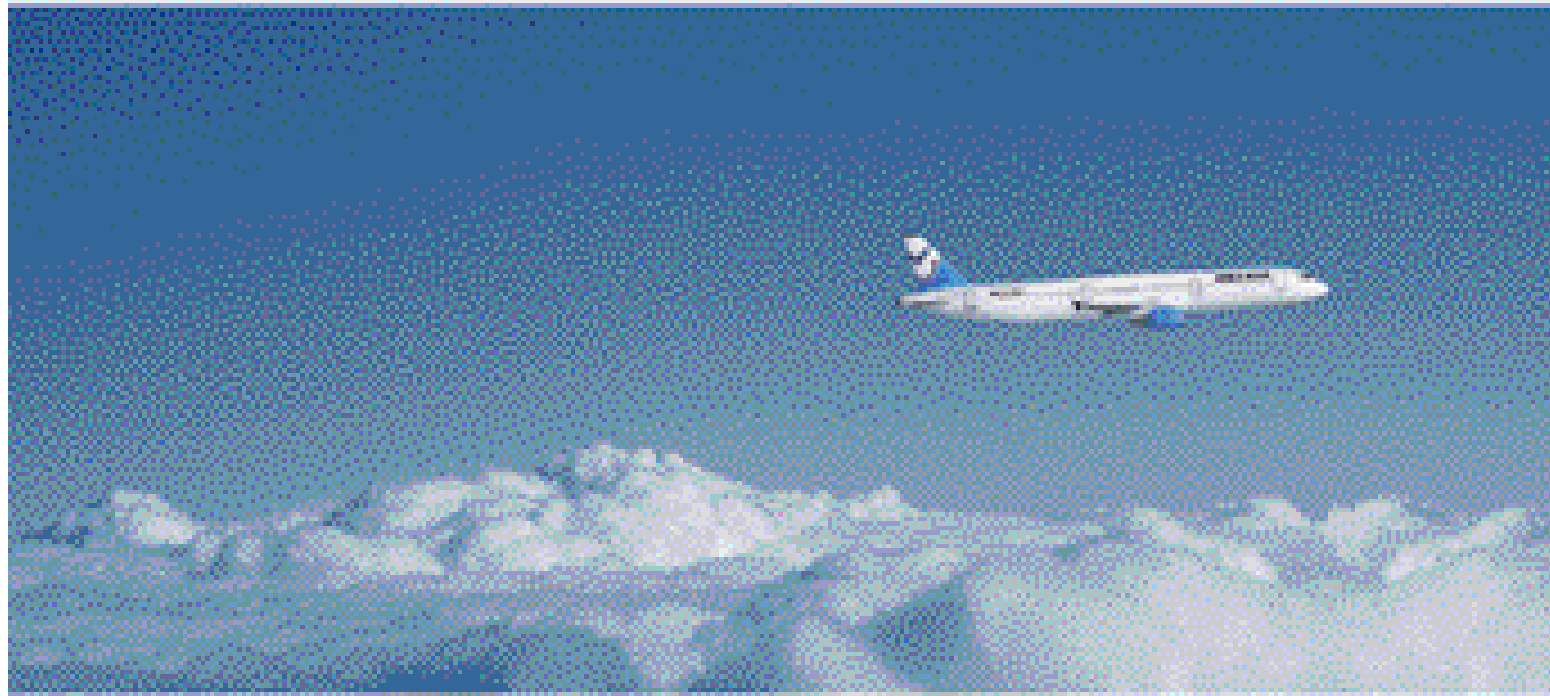
Le produit Zidou en outre de 1kg et 1/2 kg (20 et 10 œufs) seront commercialisés au grand public "dans les superettes de la capitale et wilayas limitrophes" à compter du 25 mai 2005.

Complexe de Transformation et Pasteurisation des Oeufs

Colline Mouhous
Bordj El Kiffan - Alger
Tél : 213.21.20.10.87

Fax : 213.21.20.10.60

E-mail : zidoualgerie@yahoo.fr



L'Algérie, tous les jours, toute l'année !



Vols au départ de France
PARIS LYON MARSEILLE TOULOUSE LILLE MULHOUSE

www.aigle-azur.fr

Renseignements & réservations France

N° Azur 0 810 797 997

PREMIER D'APPEL LOCAL



AIGLE AZUR

Un opérateur incontournable sur l'Algérie

Concentré dès sa création en 1946 sur des destinations telles que le Maghreb, l'Afrique, le Moyen et l'Extrême-Orient, la Compagnie Française de Transport Aérien poursuit aujourd'hui son extension sur l'Europe du sud, le bassin oriental de la Méditerranée et sur les régions nord de l'Afrique.



Aigle Azur a ainsi réussi à imposer sa marque et à développer un programme dense et varié sur l'Algérie, dont la desserte se fait maintenant par vol régulier. Près d'une soixantaine de vols hebdomadaires au départ de Paris Orly sud, Lille, Lyon, Mulhouse, Marseille et Toulouse vers Alger et 6 des plus grandes villes algériennes placent Aigle Azur en tête des opérateurs français sur cette destination.

AIGLE AZUR UN PARTENAIRE FIABLE

Aigle Azur est surtout un partenaire qui a su écouter son réseau de relations, en assurant à la demande des vols ponctuels ou des séries de vols vers les pays d'Europe de l'est et de l'ouest et du bassin méditerranéen et vers l'Afrique, pour le compte de tours opérateurs, de groupements d'agences de voyages, de compagnies aériennes, de collectivités et d'entreprises. Réactive, la compagnie peut selon la disponibilité de ses appareils, déclencher un vol en moins d'une demi-journée seulement !

Présente sur le réseau d'agences en France et en Algérie, les vols Aigle Azur sont disponibles dans toutes les agences de voyages françaises, et

après d'un réseau en Algérie, de plus d'une centaine d'agences réparties à travers le territoire. Des agences centrales de vente et de réservation de billets comme celle en plein cœur d'Alger, devraient s'ouvrir dans les villes les plus importantes du pays. Quelques-unes sont déjà opérationnelles à Azazga, à Tlemcen, Oran, Tizi Ouzou.

Jamais depuis quarante ans, une compagnie aérienne n'a desservi autant de villes en Algérie :

Soit un total de 10 aéroports et villes escales. La Compagnie dessert également 7 aéroports en France à partir de l'Algérie.

DES CHIFFRES QUI PARLENT :

- 400 salariés en France et près de 140 en Algérie
- 300 000 passagers transportés vers l'Algérie entre le 25 juin et le 15 septembre 2004
- 900 000 passagers transportés en 2004, toutes destinations confondues (vols réguliers vers l'Algérie et charters)
- 5 nouvelles prochaines dessertes vers l'Algérie : Bordeaux-Alger ; Marseille-Béjaïa ; Lille-Oran ; Paris-Batna et Paris-Sétif (dès l'ouverture de l'aéroport)



DES NOUVELLES RÉJOUISSANTES :

1. Ouverture du service de fret à partir des aéroports de Lyon, Marseille et Mulhouse,
2. Ouverture d'un salon « Classe Affaires » à l'aéroport d'Orly,
3. Politique de tarifs promotionnels nouvelle.

Alors que l'ensemble des compagnies aériennes appliquent une tarification par typologie de clientèles (couples, jeunes, retraités...), l'offre Aigle Azur est inédite :

- parce qu'elle abandonne la tarification catégorielle,
- parce qu'elle introduit des tarifs accessibles, clairs et simples,
- parce qu'elle ne prend en considération que les conditions du voyage (limite de validité...) et non le type de passagers,
- parce qu'elle mise sur l'émergence d'une nouvelle culture du voyage vers l'Algérie

Plus d'infos : au 01 41 51 00 00 ou
par e-mail : info@aigle-azur.fr
Site web : www.aigleazur.fr
Représentation Algérie :
+213 (0)21 64 13 13

SORTEX

La nouvelle trieuse Série Z

Le nettoyage du blé ou le Triage optique comme valeur ajoutée.

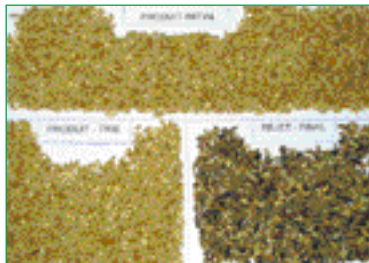
Les méthodes de cultures écologiques et la forte pression des prix dans l'agriculture ont rendu la matière première de plus en plus contaminée par des grains étrangères, des moisissures, des bactéries et par des contaminations toxiques. Et pourtant, la Meunerie comme l'industrie alimentaire doit livrer des produits finis impeccables. Déjà à l'ouvrage pour le triage colorimétrique de riz, de café, de noix et autres produits secs dans le monde, les classeurs colorimétriques Sortex offrent de nouvelles possibilités pour les moulins à céréales notamment pour le nettoyage du blé dur, de seigle, le triage de grains d'avoine et à l'avenir, pour le nettoyage de blé tendre. Depuis trois ans que la nouvelle trieuse Série Z pour le triage du riz est entrée sur le marché, les nouvelles possibilités de triage dans les secteurs des Semouleries, Minoteries et le secteur des céréales se sont développées.



Entre la nouvelle Série Z et l'ancienne Série 9000, plusieurs perfectionnements au service du blé dur :

- Capacité de triage jusqu'à 18-20 t/h pour un classeur colorimétrique à 4 canaux.
- Meilleure qualité de triage, grâce à des caméras avec une résolution de seulement 0.3 mm.
- Nouvelle optique avec détection indépendante des couleurs et des points.
- Triage amélioré du quintuple, c'est-à-dire moins de bon produit dans les extractions.
- Conduite sur site avec écran tactile et possibilité d'interconnexion avec les systèmes de contrôle-commande Mele ou WinCos.
- Prélèvement d'échantillons directs dans les produits extraits et dans les produits principaux.

- La Série Z est une machine très simple à un prix très avantageux.
- 4 Modèles de Série Z sont disponibles pour vos projets et c'est aussi simple d'installer cette nouvelle génération de classeurs colorimétriques dans un diagramme existant que dans un nouveau projet.



MÉCANISME

La fraction mélangée a été subdivisée après le triage principal en 93,6% de blé propre et en 6,4% de refus, c'est-à-dire un mélange d'impuretés et de blé. Cette partie refusée a subi un triage supplémentaire avec un petit débit. La fraction admise, un peu plus que la moitié, a pu être ramenée au produit principal. La part éliminée, c'est-à-dire les 3,1% de déchets de la fraction mélangée, correspond à env. 1% de la quantité totale nettoyée.

RÉSULTATS

- élimination de plus de 99,8% de toutes les graines étrangères,
- excellente élimination des grains décolorés,
- bonne élimination des grains pourris ou non mûrs,
- pas d'élimination de bonnes brisures,
- élimination insuffisante des grains échaudés,
- pas d'élimination d'avoine et d'orge clairs.

Outre l'utilisation pour l'élimination de l'ergot du seigle, la grande qualité du triage et le haut débit des machines série Z offrent d'autres possibilités d'application et un triage colorimétrique des grains d'avoine pour la fabrication des

VISITE D'ÉTAT CHEZ BÜHLER



La 37^{ème} foire internationale d'Alger fut l'occasion pour Bühler de recevoir la prestigieuse visite de Monsieur Abdelaziz Bouteflika. En effet, le Président algérien a profité de sa visite d'ouverture de l'édition 2004, pour saluer le groupe Bühler sur son stand en présence notamment de Monsieur Boukrouh et de Monsieur Claude Haegi, président de la Chambre de Commerce algéro-suisse. Monsieur Nicola Gregorio, directeur de Sortex chez Bühler Paris a informé le chef d'Etat de la République algérienne démocratique et populaire des activités de Bühler dans les Etats du Maghreb. La participation du groupe de minoterie au salon a été couronnée de succès.

Pour la 38^{ème} édition nous vous accueillons au pavillon Suisse

flocons alimentaires ou des flocons de fourrage n'est pas exclu. Des tests sont aujourd'hui menés pour le nettoyage de blé tendre, avec des objectifs d'élimination des impuretés foncées, de réduction des grains contaminés toxiquement et des grains attaqués par des vomitoxines.

DES AVANTAGES INCONTOURNABLES...

- Possibilité d'éliminer des impuretés et des grains décolorés dont la grandeur et le poids spécifiques sont identiques à ceux de la bonne céréale.
- Amélioration univoque de la qualité des produits finis.
- Simplification du nettoyage.
- Economie d'énergie électrique et des frais de production plus bas.
- Montage et mise en service plus simples et plus rapides.



GROUPE BÜHLER Chiffres-clés

Avec un chiffre d'affaires de 1462.9 millions de francs suisses en 2004, le groupe spécialisé dans la minoterie peut se féliciter d'avoir vu ses commandes augmenter de 5.9% en deux ans. C'est sûr, Bühler tire le maximum des céréales.

Le secteur d'activité minoterie dispose des technologies de processus les plus modernes et d'une ingénierie innovante pour le traitement de blé tendre, blé dur, maïs, seigle, avoine, orge, millet/sorgho, sarrasin, soja, pois et haricots, d'une belle manutention pour les boulangeries industrielles et fabriques de biscuits, installations de mélange ainsi que l'industrie sucrière et des processus d'innovation de produits pour les nouveaux marchés.

Les installations Bühler garantissent en outre une qualité de production impeccable tout en conservant des coûts de production et de main-d'œuvre bas, et ce depuis plus de 140 ans. Grâce à sa technologie de processus moderne et à son ingénierie innovante, la qualité et le rendement sont portés à un niveau maximal.

Bühler propose ainsi des solutions complètes dans les domaines du traitement et de l'affinement des céréales (blé tendre, blé dur, seigle, maïs, avoine, orge), de la meunerie spéciale et de l'affinement des plantes (soja, sarrasin, légumineuses). Bühler traite le sucre (broyage, tamisage et transport), propose le traitement thermique de farines, de germes et de son, ainsi que le traitement de la manutention dans les boulangeries industrielles. Le groupe garantit, par un dispositif d'échantillonnage, de cribles, d'appareils à aimants la sécurité d'une qualité parfaite du produit final.

DU GRAIN DE BLÉ AU PRODUIT FINAL CONFORME AU MARCHÉ

Afin de produire une farine de qualité supérieure à partir de céréales, il est nécessaire de disposer des machines et installations appropriées ainsi que du savoir nécessaire concernant les diverses étapes de processus. Bühler, en tant que leader technologique et commercial, se porte garant pour

des processus de qualité élevée et adaptés aux besoins des clients.

La planification d'un broyeur à céréales est une opération complexe qui demande une ingénierie appropriée. Les étapes de processus suivantes sont nécessaires pour transformer un grain de blé en farine de qualité supérieure.

- **Le nettoyage** : avant le broyage, les impuretés se trouvant dans les céréales, comme, les graines de mauvaises herbes, les pierres, la terre, les pièces métalliques sont retirées avec précaution

- **Le dosage/pesage** : les secouuses utilisées sont entièrement électroniques pour le contrôle de production ainsi que le doseur gravimétrique pour les produits s'écoulant en flux libre.

- **Le transport** : différents appareils sont utilisés pour le transport horizontal et vertical de farines, de produits à grains fins et moyens et pour d'autres produits pulvérulents.

- **Le broyage/contrôle** : la procédure de broyage est parfaitement adaptée au type de céréale à broyer. Elle comprend les étapes de processus suivantes : broyage, tamisage, sassage et mouture.

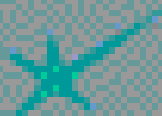
- **Le malaxage** : les farines sont mélangées selon les recettes dans le silo à farine de l'installation

- **L'ensachage/palettisation** : la farine et les produits annexes du broyage sont préparés pour le transport

- **L'aspiration** : Filtre de buse, filtre à particules fines et ventilateurs pour l'aération et l'aspiration de la poussière des broyeurs

Sécurité de la qualité : Dispositif d'échantillonnage, cribles, appareils à aimants et autres pour la sécurité d'une qualité parfaite de la farine

- **Réglages et commandes** : Visualisation des systèmes de processus et de commande pour les broyeurs et boulangeries



SIRIUS

Efficacité maximale de tamisage.

La technologie la plus récente
axée sur un tamisage des plus performants.

- Efficacité maximale de tamisage
- Compartiments en inox
- Conditions sanitaires excellentes
- Conception modulaire
- Entretien facile

Modèle 401
Circuit 1 seul, 200L
T +33 (0) 4 88 58 11 11
F +33 (0) 4 88 58 11 11
www.lesaffaires.com

Modèle 105
Circuit 2x200L, 400L
T +33 (0) 4 88 58 11 11
F +33 (0) 4 88 58 11 11
www.lesaffaires.com



POMPES CENTRIFUGES

Blackmer
Coulbourn

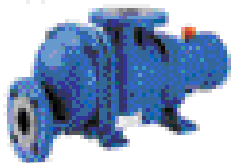


System One

Une gamme complète de pompes industrielles innovantes, de haute résistance, à faible maintenance de haute qualité et durable.

POMPES VOLUMÉTRIQUES

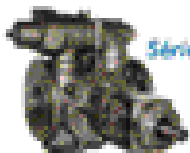
Série C Fonte ou Inox



ATEX

POMPE A PRINCIPE MOUVEX®

Votre solution pour le respect des produits sensibles à l'air et au chaulage.
Principe Mouvez : piston excentré



Série P

POMPE A PALETTES

Votre solution pour les produits à viscosité élevée



Série Abraque

POMPE PÉRISTALTIQUE

Votre solution pour les produits chargés et abrasifs

Responsable AFRIQUE DU NORD

M. Claude SAUZ

4, avenue de l'Abraque

13870 ROCIGNONS - France

Tel : 33 (0)4 90 94 91 95

Fax : 33 (0)4 90 94 91 96

Mobilité : 33 (0)6 11 54 67 19

c.sauz@blackmer-mouvez.com

Blackmer
Coulbourn

www.blackmer.com



Nouvelles opportunités d'échanges : www.agromed.org

FAITES PROFITER VOTRE ENTREPRISE ET VOS PARTENAIRES
DES ÉCHANGES COMMERCIAUX ENTRE PROFESSIONNELS !

Voici venu le nouvel outil de développement de vos échanges en
ligne : www.agromed.org

Vaste réseau des opérateurs méditerranéens de l'agriculture et de
l'agroalimentaire, agromed.com se positionne comme un outil
efficace pour les échanges inter-entreprises à l'international, per-
mettant aux professionnels de venir librement annoncer, offrir et
rechercher des biens et services du secteur.

**N'hésiter pas! Faites une visite et profitez du
réseau ciblé pour développer vos offres et enri-
chir vos demandes!**

T.N.S Transactions Nord Sud - 27 place d'Aguesseau
34 000 Montpellier

Tél.: 04 67 65 03 39 - Fax : 04 67 65 22 12 - E-mail :

contact@agromed.org

www.agromed.org



Un leader mondial à l'écoute de ses clients huiliers

En un demi-siècle d'activité, le Groupe PIERALISI a su conjuguer savoir-faire et technologie pour être aujourd'hui en position de leader mondial avec 70% des installations huilières. Les systèmes Pieralisi emploient des technologies qui permettent, non seulement de garder les caractéristiques naturelles des olives (saveur, goût, douceur) mais aussi de disposer d'installations fonctionnelles qui tiennent compte de la matière première traitée et des conditions dans lesquelles on la travaille. De plus, Pieralisi fournit à sa clientèle une assistance et un avis technique fondamental pour la détermination du type de machine ou d'installation répondant le mieux à ses besoins (quantité, système de travail, etc.).



UNE LARGE GAMME DE PERFORMANCES

La gamme des équipements Pieralisi comprend des instal-

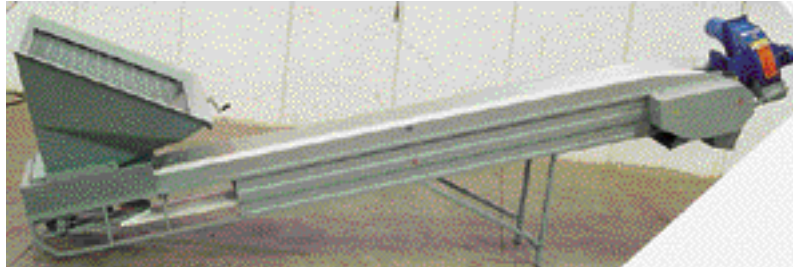
lations de dimensions extrêmement variées qui peuvent satisfaire de multiples usages et besoins que l'on traite ses

propres olives ou pour compte, en petites ou grandes quantités, pour le marché local ou pour l'exportation...

Elle a une capacité variable de 150 kg/h au minimum et 8 tonnes/h au maximum.

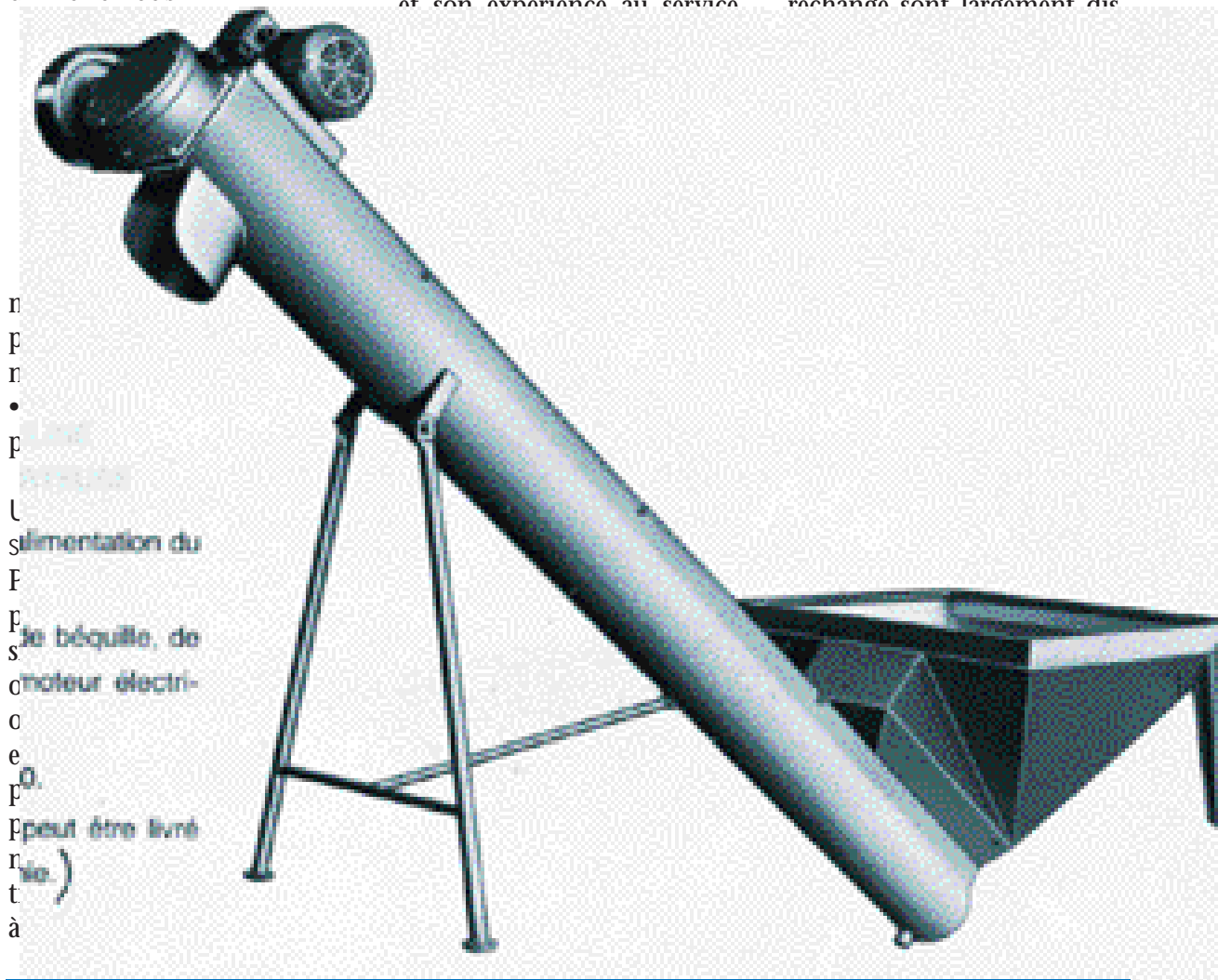
Différentes solutions sont offertes:

- installations avec un seul décanteur;
- installations avec adjonction d'eau aux olives ou sans ajout d'eau;
- broyeurs-pétrisseurs de différentes capacités, groupés de différentes



cités pour répondre à une demande croissante et à une exigence de qualité plus élevée. Aujourd'hui le groupe Peralisi met son savoir-faire et son expérience au service

récoltes et de transformation des olives. Le personnel technique a été souvent formé en Italie, dans les établissements Peralisi de Jesi. Les pièces de rechange sont largement dis



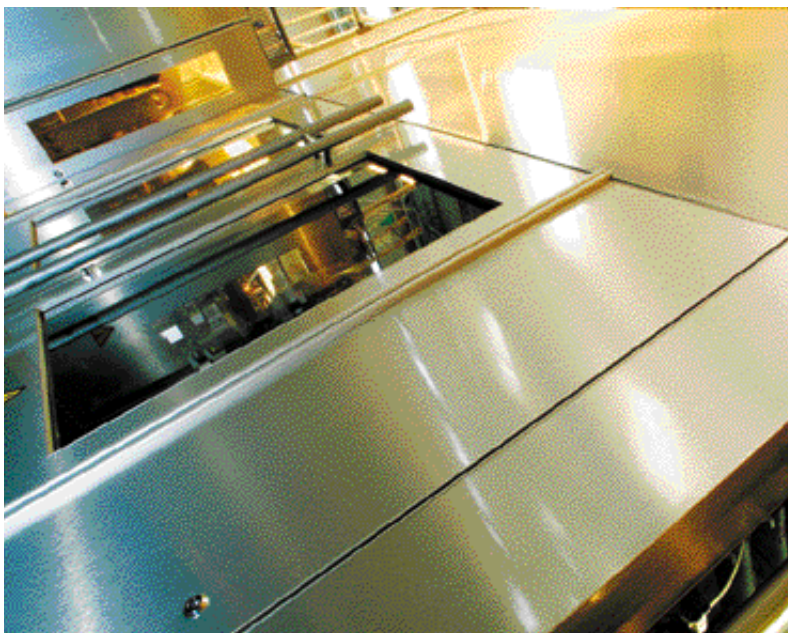
n
P
n
•
P
L
L
S
F
F
S
O
e
P
P
n
t
à

Via Don Battistoni, 1 - 60035 JESI (AN)
Tél.: 0731 231.1 - Fax 0731 231239
www.pieralisi.com - e-mail: info@pieralisi.com

SBO UNIVERSAL™

Jusqu'à 20% de réduction du coût de soufflage bouteille

Réduire jusqu'à 20 % le coût de soufflage des bouteilles PET par rapport à la référence des SBO Series2, tel est le résultat de la nouvelle génération de souffleuses Sidel SBO Universal™ dont le lancement mondial a lieu à Interpack.



La nouvelle génération de souffleuses Sidel SBO Universal™ est le fruit de trois ans de recherche et de développement pour concevoir, valider et qualifier de nouvelles solutions de fabrication de bouteilles plastiques, de 0,25 à 3 litres, à grandes cadences. A la clé, un accroissement de la productivité jusqu'à 23 % associé à une réduction des coûts d'exploitation jusqu'à 25 % qui conduisent à une réduction du coût de soufflage bouteille de 20 %. Ces performances résultent non seulement d'un travail mené sur l'excellence de la souffleuse mais aussi sur tout un programme de développement de « solutions bouteilles » optimisées pour les hautes cadences.

SBO UNIVERSAL™, DES SOUFFLEUSES VERSATILES

La multiplicité des applications, capacités ou types d'emballages couverts par la nouvelle gamme de souffleuses Sidel donne toute sa dimension à la nouvelle génération de souffleuses SBO Universal™.

Des souffleuses pour toutes vos lignes de conditionnement. Eaux plates ou gazeuses, boissons carbonatées ou sensibles, sauces ou détergents, les souffleuses SBO Universal™ répondent aux exigences de production de tous vos produits ou liquides alimentaires ou non alimentaires conditionnés en emballage plastique.

Des solutions à toutes les exigences techniques de votre emballage. Outre la production de bouteilles standard, les souffleuses SBO Universal™, sont également conçues pour des emballages spécifiques. Du process Heat Resistance (HR) pour les bouteilles remplissables à chaud à la Chauffe Préférentielle (CP) pour la production de flacons plats ou emballages complexes, la gamme SBO Universal™ produit des emballages plastiques aux formes et applications les plus variées.

Une gamme adaptée à un large éventail de capacités. A l'instar de la Series2+, la gamme SBO Universal™ est conçue pour la production d'emballages de 0,25 l à 3 l en standard. Grâce à des configurations techniques spécifiques, elle produit également des emballages de capacité jusqu'à 5 ou 6 litres. PET ou PP, une seule et même souffleuse. Avec l'émergence de nouveaux polymères, Sidel a mené des recherches orientées sur la matière première et le process. La production d'emballages PET ou PP est réalisée sur les nouvelles souffleuses SBO Universal™ sans modification de configuration machine, avec des cadences de production similaires.





Illustration : photos close up de différentes applications.

Augmentation de la productivité jusqu'à 23%.

Des cadences en croissance de 12,5 % à 1.800 bouteilles par moule. Grâce au développement d'une nouvelle cinématique machine et du nouveau four au pas de 40 mm pour le maintien des temps de chauffe, Sidel affiche des cadences de production de 1.800 bouteilles par moule pour de nombreux emballages, en toute sérénité. La machine n'est pas le seul élément repensé : le design des préformes et bouteilles, la conception des moules optimisés aux lois de retrait et le process ont été également adaptés aux hautes cadences et contribuent à la solution globale de production d'emballages à 1.800 bouteilles par moule.

Réduction des temps de maintenance de 25%. La gamme SBO Universal™ arbore est un nouvel habillage en aluminium brossé qui offre une image intégrée aux autres équipements Sidel de la ligne tout en étant plus fonctionnel. Nouvelle passerelle d'accès à l'alimentateur, ouvertures latérales des portes de four et nouveau châssis de la roue de soufflage favorisent l'accès des opérateurs aux organes de la machine pour les

interventions de maintenance. Les nouveaux composants sans entretien et le plan de maintenance optimisé réduisent également le temps de maintenance.

LE RAIL DE GUIDAGE EST GRAISSÉ À VIE.

Réduction des temps de changement de format de 20%. Un nouveau concept breveté de fond de moule et une nouvelle butée d'élongation sans fixation contribuent à la réduction du temps de changement de format. Le nouvel habillage favorise quant à lui l'accessibilité et l'ergonomie de la machine. Enfin, tous les paramètres de l'alimentateur et les dimensions de préformes sont à présent enregistrés dans la recette process, ce qui accélère la relance de la production.

Rendements garantis de 97%. La nouvelle conception de l'alimentation préformes réduit les niveaux bas et améliore de 2% minimum le rendement de la souffreuse. Le tapis d'extraction évite l'emboîtement des préformes les unes dans les autres. Les rouleaux orienteurs sont les plus novateurs : les préformes mal emboîtées ou en surnombre sont éjectées automatiquement et évacuées

vêtées ou bouteilles défectueuses, non conformes ou bien encore mal « engagées » réduisent les arrêts non programmés de la production.

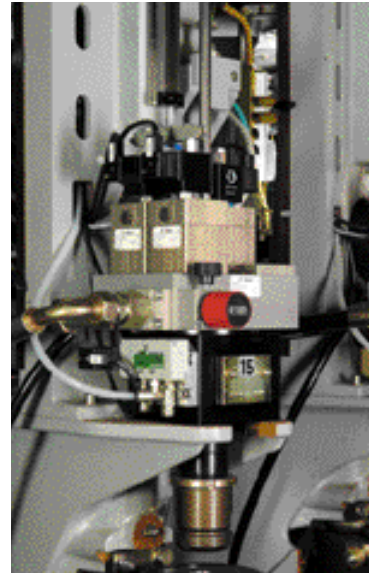
Qualité bouteille avec un taux de rebut maximum de 0,1 %. Le conditionnement thermique de la préforme a fait l'objet de progrès substantiels. Le concept du four par radiation qui confère aux souffleuses Sidel la capacité de produire des emballages de qualité, est renforcé et offre une excellente répétitivité et stabilité du profil de chauffe. S'ajoutent l'intégration d'un module d'inspection des préformes (option) et le contrôle de la qualité bouteille en ligne (option). La flexibilité de chauffe liée à l'excellente maîtrise des paramètres de production augmente notamment les plages de process. Elle contribue à l'amélioration des caractéristiques mécaniques de la bouteille et aux possibilités d'allègement de poids.

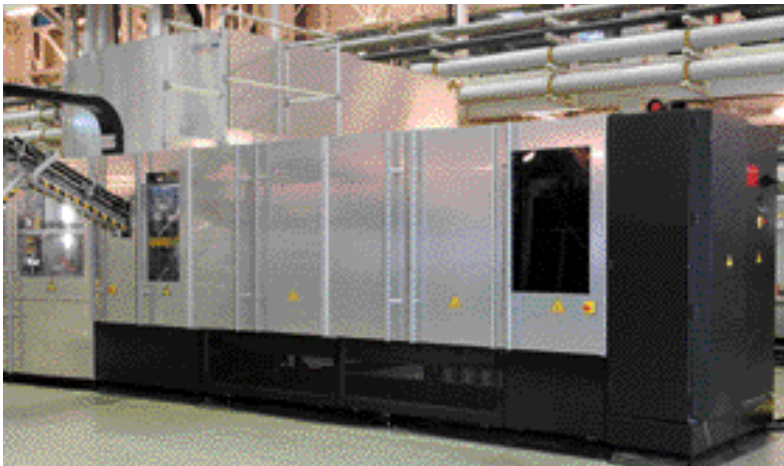
RÉDUCTION DES COÛT D'EXPLOITATION JUSQU'À 25 %

Réduction des consommations d'air. La nouvelle station de soufflage, avec une



vers la trémie par un tapis de recyclage intégré sous les rouleaux. Le nouvel automatisme de la souffreuse gère l'alimentation de préformes avec une boucle de régulation pour asservir en vitesse les rouleaux et la colonne élévatrice en nombre de préformes nécessaires pour alimenter la souffreuse. Un nouveau programme machine assure la gestion des arrêts et une production sécurisée. Des zones d'éjection pour préformes mal





réduction des volumes morts des circuits d'air de 27 %, diminue les consommations d'air de soufflage. L'option recyclage d'air, associée à un débitmètre, apporte un gain supplémentaire de 15 % minimum. Par ailleurs, le développement de formes bouteilles particulières permet un soufflage basse pression. Toutes ces améliorations permettent de réduire la taille du compresseur et donc son prix d'achat.

Réduction de la consommation électrique de 15 %. Malgré l'augmentation des cadences à 1.800 b/h/m, le temps de chauffe des préformes est similaire grâce au four au pas de 40 mm sans ajout de puissance de chauffe. La nouvelle régulation des zones de chauffe, avec un paramétrage individuel de 100% des lampes du four depuis le PCC associé au positionnement individuel des lampes, permet de diminuer les consommations électriques de 15% en moyenne. Un dispositif de mesure est intégré pour mesurer en production la consommation électrique de la souffleuse et l'afficher sur l'écran IHM (Interface Homme Machine). Réduction de la main-d'œuvre pour exploiter la machine. Outre le nouvel habillage qui favorise l'accessibilité et l'ergonomie de la souffleuse, le nouveau poste de conduite machine est plus convivial et intuitif. Doté d'un écran 17" et de l'interface XP, il simplifie la conduite de la souffleuse, la supervision de la qualité de production et du pro-

cess, le suivi des rendements, les réglages et la maintenance. L'intégration d'un EIT en standard garantit le suivi de la production et des arrêts machine, l'analyse de l'origine des arrêts pour dépannage.

Réduction du coût de maintenance en pièces de rechange.

La nouvelle gamme SBO UniversalTM garantit la réduction du coût de maintenance et des pièces de rechange consommables. De nouveaux composants sans entretien optimisent le plan de maintenance et réduisent l'immobilisation de la machine. La nouvelle cinématique, avec une inertie et des contraintes mécaniques réduites, le nouveau poste de soufflage, de nouveaux bras de transfert, un nouveau joint tournant air associés réduisent les arrêts programmés de maintenance.

Réduction des espaces au sol.

L'encombrement au sol de la souffleuse est sensiblement réduit grâce à l'intégration de l'armoire électrique en bout de four et à la compacité du nouveau distributeur de préformes. Les espaces ainsi libérés peuvent être utilisés pour implanter des équipements annexes ou pour stocker moules et pièces de personnalisation à proximité de la machine.

Cadences mécaniques maximales en bouteilles / heure:

SBO 6 : 10 800

SBO 8 : 14 400



SBO 10 : 18 000

SBO 14 : 25 200

SBO 16 : 28 800

SBO 20 : 36 000

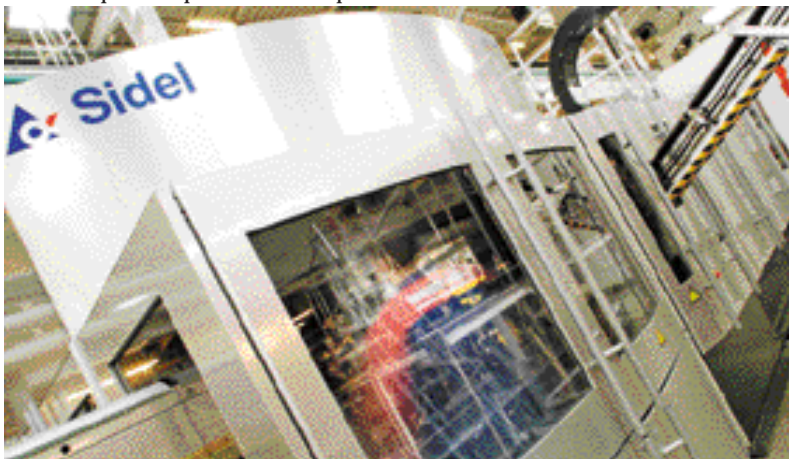
En développement : 51.000

UN GRAND CHOIX D'OPTIONS

Du process à la maintenance, de la consommation d'énergie aux accessoires de process, Sidel a développé un catalogue d'options personnalisées au cahier des charges de votre emballage pour optimiser les performances de la production en matière de qualité et de coût bouteille. Des options relatives à la flexibilité de la production et l'hygiène sont également disponibles.

DES BÉNÉFICES

SUR TOUTE LA LIGNE DE CONDITIONNEMENT
L'augmentation de rendement de 2 % sur la souffleuse SBO UniversalTM se répercute sur le rendement global de la ligne. Pour une cadence de ligne identique, l'augmentation de la cadence de la souffleuse à 1.800 bouteilles/heure/moule offre la possibilité de choisir un modèle inférieur de souffleuse, ce qui diminue le coût d'investissement global de la ligne. Comme les temps de changement de format sur la souffleuse, généralement les plus élevés de la ligne de conditionnement, sont réduits, les temps de changements de format pour l'ensemble de la ligne sont également réduits. La diminution des consommations d'air permet de sélectionner un compresseur de format inférieur et de réduire ainsi le coût d'investissement. En version Combi, la SBO UniversalTM offre une solution de soufflage-remplissage-bouchage intégrée encore plus efficace.



Le Code à Barres EAN

*Le Standard Incontournable
du Commerce*



EAN ALGERIE

ORGANISATION ALGÉRIENNE DE CODIFICATION DES ARTICLES

Route Nationale N°5 - El Ala - Bab Ezzouar

BP285 Hacén Badi - Alger - Algérie

Tel.: 021.24.39.99 Fax: 021.24.45.12 E-mail: eanalgerie@wissal.dz

MANAGEMENT DES SAVOIRS

QUELS DISPOSITIFS D'APPUI POUR UNE MEILLEURE COMPETITIVITE ?

UNIVERSITE MENTOURI DE CONSTANTINE

le 21 mars 2005

La journée d'étude a été organisée conjointement par le Laboratoire de Recherche Alimentation ALNUTS de l'INAATA (Université de Constantine) et l'Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (IAMM), avec la collaboration World Trade Center association Algeria (WTCA) et le Groupe industriel MAMI (Sétif).

« La mondialisation, la libéralisation des économies nationales, l'ouverture et l'internationalisation des marchés ont des implications importantes pour les entreprises agro-alimentaires du sud de la Méditerranée qui sont appelées à concevoir et mettre en œuvre de nouvelles stratégies en vue d'affronter un environnement de plus en plus complexe, incertain et hautement compétitif. »

Dans ce contexte, les organisateurs de cette journée ont estimé qu'une rencontre entre différents acteurs professionnels et universitaires, pouvait contribuer à clarifier et à approfondir les multiples questions imbriquées dans la problématique de la mise à niveau et la compétitivité

des entreprises agro-alimentaires.

La question centrale est de savoir comment organiser et gérer les dispositifs d'appui scientifiques qui permettront aux entreprises algériennes d'obtenir les niveaux de performances exigées, en vue d'affronter les entreprises étrangères et de se confronter à la compétition. Dans cette optique, la rencontre vise quatre objectifs majeurs :

- présenter les analyses les plus récentes sur le rôle et la place de l'économie des connaissances et du management des savoirs, dans les entreprises des pays développés, en vue d'aider à la réflexion sur la situation des pays en transition vers l'économie concurrentielle ;

POINT DE VUE D'UN INDUSTRIEL Le Président du Directoire du Groupe MAMI

C'est une rencontre très instructive et qui mérite d'être renouvelée, car le thème traité est, à mon avis, d'une importance primordiale pour l'avenir des entreprises en Algérie.

Comment acquérir le savoir indispensable à la compétitivité des acteurs économiques face aux défis de la concurrence internationale ?

Quels mécanismes, tenant compte du contexte algérien, mettre en place ?

Même s'il est vrai qu'il ne peut exister des solutions toutes prêtes ou des recettes, ce genre de rencontre peut néanmoins être un catalyseur à la création de clubs de réflexion et de débats au niveau desquels pourraient être associés des opérateurs, des universitaires, et tous les acteurs qui interviennent pour améliorer les performances des entreprises

La formation et le perfectionnement de l'encadrement managérial constituent le préalable à la mise à niveau de l'entreprise. Cela est bien connu, mais les débats d'aujourd'hui ont confirmé une de nos préoccupations majeures sur le terrain, celle de la maîtrise des savoirs opérationnels, car il ne s'agit pas seulement d'acquérir des savoirs universitaires, encore faut-il pouvoir les appliquer et les adapter à l'environnement algérien. Concrètement, il nous faut répondre à trois types de grandes questions liées :

- Comment rendre opérationnels nos cadres universitaires qui possèdent « la théorie », mais pas la pratique ?

- Comment organiser nos partenariats pour devenir producteurs de savoir, et pas uniquement acheteurs et utilisateurs ?

- Comment transmettre les savoirs au sein même de l'entreprise ?

Les dispositifs et les « stratégies-réseaux » proposés par le Conférencier sont des réponses efficaces et bien adaptées aux défis actuels, mais comme il le précise lui-même, leur mise en œuvre demande de la maturation, car elle se heurte à des résistances culturelles. Je proposerai le « coaching », au tant que solution ponctuelle, à court terme.

Je terminerai par un souhait, celui de multiplier ce type de rencontre, avec plus de participation des entreprises.

Monsieur K. Adiche, Directeur Général
et Président du Directoire du Groupe MAMI

- établir un diagnostic des dispositifs d'appui au secteur agro-alimentaire des pays du Sud de la Méditerranée ;
- instaurer un débat entre décideurs, opérateurs publics et privés, universitaires, et échanger les expériences capitalisées en Algérie ;
- examiner l'opportunité de la mise en place de technopoles agro-alimentaires.

La journée a été organisée autour de trois séances.

Au cours de la première séance, une communication présentée par M. A. BENCHARIF pose la problématique de la mise à niveau des entreprises, à partir d'une analyse qui explique d'abord le développement du secteur agro-alimentaire dans les pays occidentaux, pour ensuite identifier les contraintes qui caractérisent ce secteur dans les pays Sud-Méditerranéens, avant de s'interroger sur les politiques susceptibles de réduire cette « fracture Nord-Sud », dans le contexte de la zone de libre-échange euro méditerranéenne et de la libéralisation de la sphère de l'économie agro-alimentaire.

Il a démontré que « le processus de libéralisation économique qui cherche à aligner les systèmes de production des pays de la rive Sud sur les formes dominantes au niveau international se heurte à de multiples contraintes qui se conjuguent pour aboutir à un niveau de productivité industrielle très inférieur à celui des entreprises des pays développés ».

Une deuxième intervention du même conférencier démontre que les entreprises les plus performantes sont celles qui exploitent mieux que les autres les savoirs et les compétences. Les dispositifs d'appui scientifique et le management des savoirs deviennent ainsi des préalables essentiels à la performance durable et à la compétitivité des entreprises.

La dernière séance a été consacrée à « L'appui au secteur agro-alimentaire

POINT DE VUE DE LA RECHERCHE

Le GREDAAL

Nous remercions les organisateurs de nous avoir donné l'occasion de participer à cette journée d'étude. La problématique traitée est pertinente, dans la mesure où elle pose des questions actuelles, liées à des préoccupations concrètes qui concernent l'ensemble des acteurs de la sphère agro-alimentaire

Dans le contexte actuel, marqué par une forte demande en matière d'études et de formation, face à une offre atomisée et déstructurée, l'organisation autour de réseaux opérationnels peut constituer une réponse pertinente. L'ambition du GREDAAL est justement de constituer cet interface indispensable entre les opérateurs économiques, les compétences nationales et la coopération internationale. Pour cela, les animateurs du Groupe s'appuient sur les expériences déjà menées en Algérie : Symposium maghrébin (1989), Réseau GREFAL au CRIAA (1990), programme SEFCA/IMMA, réseau ADIAM... Ils veulent ainsi mettre à profit les enseignements tirés par la mise en œuvre de ces projets réalisés en réseau, et assurer une continuité de la démarche, en mobilisant d'abord les chercheurs qui les ont initiés.

Les besoins en matière de formation, d'études et de recherches sont très importants, dans les secteurs agricole et agro-alimentaire. Deux éléments peuvent donner une indication sur l'ampleur de la demande : le nombre relativement important d'études réalisées par des bureaux d'études étrangers, le faible nombre de réponses à certains appels d'offre.

Face à l'importance des besoins explicitement formulés, se pose la question des modalités et des capacités de réalisation. Plus précisément, c'est la problématique de la mobilisation des



Réunion de travail au GREDAAL : à la recherche de réseaux performants

compétences et des experts qui est ici posée. De ce point de vue, le diagnostic établi, plus d'une quinzaine d'années auparavant est toujours valable.

Lors de cette rencontre le GREDAAL a plaidé en faveur de la création de réseaux spécialisés organisés et coordonnés, seuls à même de constituer la masse critique indispensable à l'émergence de groupes de recherche et d'expertise performants capables d'apporter des réponses efficaces aux problèmes complexes posés par le développement agro-alimentaire en Algérie.

Une telle démarche permet de mettre à profit les complémentarités intersectorielles, de créer des synergies (notamment entre les fonctions d'information, de formation, d'études et de recherche et de mise en relation) et de favoriser ainsi l'accumulation des savoirs, des expériences et leur valorisation.

GREDAAL.COM

CIT2 162 logt. Bat. N° 10

Bouchaoui 3, Chéragua

Alger

Tél : 20 34 92 47

Fax : 20 34 92 48

Mail : gredaal@gredaal.com

<http://www.gredaal.com>

re en Algérie : expériences et opportunités »

L'accent a été particulièrement mis sur la promotion des dispositifs d'appui novateurs fondés sur une «stratégie-réseau », qui permettent «la formation d'une masse critique indispensable à l'émergence de groupes de recherche et d'expertise réellement performants, aptes à s'approprier les savoirs, à valoriser les expériences en vue de prendre en charge les besoins exprimés ».

La création de Centres d'appui « ex-nihilo » est indispensable, mais ne paraît pas suffisante face aux besoins actuels, et en comparaison avec les systèmes d'appui modernes développés dans d'autres pays (CRITT, Technopoles, Clusters...).

La fin de la rencontre a été consacrée à la présentation de deux projets de formation:

- Le MBA Agri-business organisé conjointement par l'IAMM, l'ISGP et le WTCA qui a démarré en décembre 2004.
- Le projet de Master «Gestion de la qualité des aliments au Maghreb» de l'Université de Constantine, organisé avec la collaboration d'un consortium international et le soutien de l'AUF.

Les débats ont confirmé que les avantages concurrentiels restaient à construire. Pour cela, il convient d'apporter des réponses à certaines questions majeures, particulièrement celles relatives à l'appropriation des savoirs et à l'amélioration des coûts de production et de la productivité. En effet, dans un environnement économique de plus en plus concurrentiel, la compétitivité des entreprises dépend largement de leur capacité à acquérir des savoir-faire managériaux, à intégrer de nouvelles technologies et des outils de gestion performants, à accéder aux informations stratégiques (indicateurs de marchés, innovations, réglementation commerciales, normes techniques, etc.).

POINT DE VUE DE L'UNIVERSITAIRE

Le Directeur du laboratoire de recherche ALNUTS

Conscients des enjeux actuels, notamment de la nécessité d'appuyer les entreprises agro-alimentaires à s'élever au niveau des exigences de la compétitivité internationale, nous avons concrétisé avec nos partenaires le projet d'une journée d'étude sur ce thème du management des savoirs et des dispositifs d'appui aux entreprises agro-alimentaires. Cette rencontre voulait être l'amorce d'un processus et non une fin en soi ; en effet la problématique ne peut être épuisée en une seule journée et tous les participants ont bien senti qu'il fallait aller plus loin.

Nous sommes convaincus qu'il faut construire un réseau de compétences au service des PME et PMI algériennes de l'agro-alimentaire. C'est pour cela qu'à travers le laboratoire ALNUTS de l'UMC, nous oeuvrons avec d'autres collègues de l'Université Mentouri pour la création d'un Département d'économie et de sociologie alimentaires au sein de l'INATAA à côté et pour renforcer d'autres départements comme ceux de la Nutrition, des Technologies Agro-alimentaires ou des Biotechnologies agro-alimentaires.

A l'UMC, nous avons engagé des processus de créations, de forma-

tions type M2 pour la préparation au niveau Doctorat mais aussi et surtout pour le monde professionnel. Nous avons sollicité pour cela des partenaires nationaux et des partenaires étrangers.

Nous projetons de lancer une enquête en direction des PME et PMI agro-alimentaires pour mieux cerner leurs besoins en matière de compétences et d'appui scientifique.

Un de nos souhaits est de mettre en place, avec les partenaires de cette journée et d'autres encore (Chambres de Commerce et de l'Industries, jeunes entrepreneurs et porteurs de projets, ANSEJ et PME/PMI), une structure de soutien pour développer et promouvoir les connaissances en direction des entreprises agro-alimentaires (coopération, innovation, transfert de connaissances, etc.).

Enfin, je dois souligner que cette journée a aussi montré que des spécialistes de la nutrition, de la technologie, de la santé, de l'économie et des gestionnaires de PME peuvent avoir des préoccupations communes et doivent agir ensemble de manière durable.

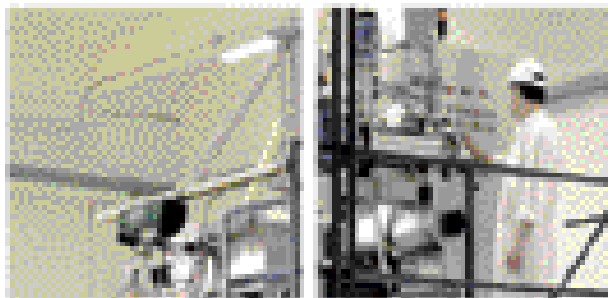
MEKHANCHA Djamel-Eddine



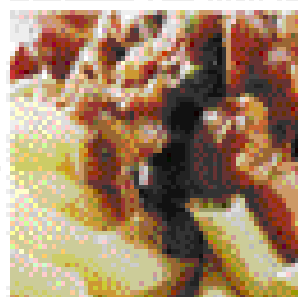
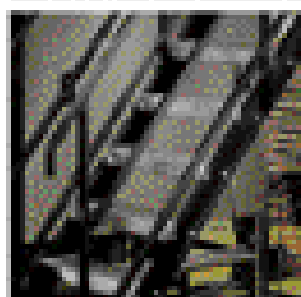
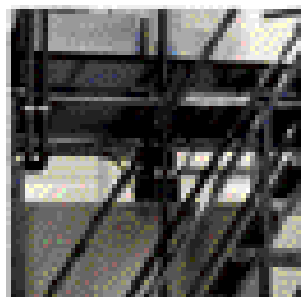
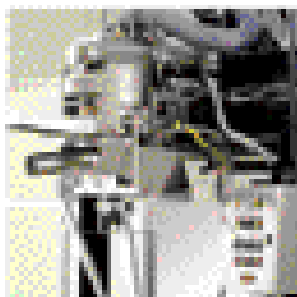
Université Mentouri de Constantine



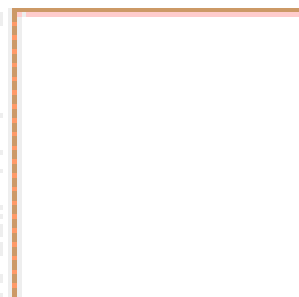
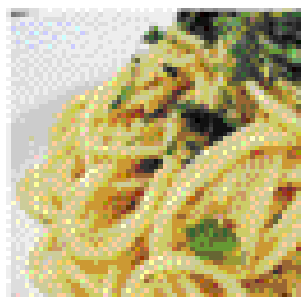
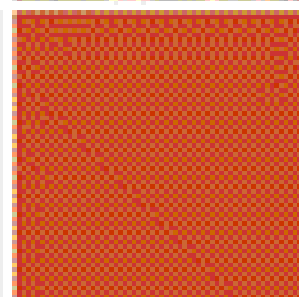
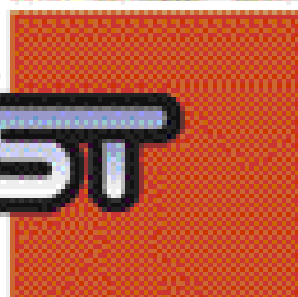
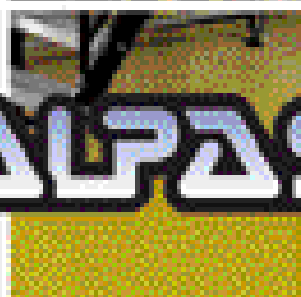
Les discussions se poursuivent à la pause café



*Machine et Lignes
pour Pâtes Alimentaires*



ITALPAST



Qui projette et fabrique des lignes pour la production de pâtes alimentaires doit concentrer ses forces envers des solutions technologiques avancées. **ITALPAST** a mis au point la ligne pour la fabrication de pâtes sèches courtes et pâtes spéciales afin de satisfaire les clients visent à un rendement en production et qualité par l'emploi de machines automatiques.

PARTENAIRE dans la réalisation de ce projet c'est la société **SARL MAHBOUBA** qui depuis longtemps produit des pâtes à niveau industriel et est devenue une référence pour le marché algérien entier.

www.italpast.com

- pâtes longues
- pâtes courtes
- pâtes spéciales

INTERVIEW

LES PASSEURS DE SAVOIRS



M. A. Bencharif
CIHEAM/IAMM

“Les formes d'organisation de la coopération et les dispositifs retenus pour sa mise en œuvre deviennent parfois des éléments plus décisifs que le contenu proprement dit du projet ou son financement.”

Agroligne : Vous affirmez que la mise à niveau à niveau des entreprises exige des partenariats Nord-Sud. Or, les débats ont montré les limites de la coopération internationale. Comment expliquez-vous cette divergence?

M. A. Bencharif : J'ai bien affirmé que l'émergence d'entreprises compétitives exigeait des dispositifs d'appui susceptibles de les aider à améliorer leurs performances sur les marchés tant domestiques qu'extérieurs. La mise en place des tels dispositifs doit être effectivement fondée sur des partenariats Nord-Sud.

La question qui se pose est alors de savoir si les différentes formes de coopération aussi bien dans le champ universitaire que celles relatives aux contrats inter-entreprises, s'accompagnent effectivement d'un transfert de savoir-faire, d'une création de compétences et de l'émergence de capacités autonomes d'innovation technologique et organisationnelle.

Dans la pratique, il est vrai que la coopération scientifique a souvent été limitée à une publication de travaux, sans une réelle appropriation sociale, et que la coopération dans le secteur économique est restée cantonnée à la production et à la commercialisation.

En effet, l'acquisition de technologies, de méthodes de management et d'organisation conçues dans les pays industrialisés, ne signifie pas

automatiquement leur appropriation.

Une réelle maîtrise des savoirs exige des changements culturels importants, en vue de dépasser la «difficulté à inscrire le progrès dans la durée » et s'engager dans la modernité. Pour citer un collègue sociologue, je dirai que la modernité se réfère à «ce qui a permis de produire des savoirs et savoirs-faire nécessaires à la création de valeur en continu dans le temps, à ce qui permet à un ensemble humain organisé de s'approprier ces savoirs et savoirs-faire, de les développer et d'en tirer des applications spécifiques, même s'ils n'ont pas été conçus par lui ».

La réussite d'un programme de coopération dépendra avant tout des capacités d'organisation des acteurs locaux. Les formes d'organisation de la coopération et les dispositifs retenus pour sa mise en œuvre deviennent parfois des éléments plus décisifs que le contenu proprement dit du projet ou son financement.

Agroligne : vous avez dressé un constat assez sévère en matière d'appui scientifique au secteur agro-alimentaire, dans les pays du Sud. Est-ce qu'il n'y a pas eu de progrès dans ce domaine ?

M. A. Bencharif : Le diagnostic que j'ai esquissé est en effet très global, puisqu'il concerne plusieurs secteurs dans différents

pays, et il se fonde sur des travaux relativement anciens

Bien sûr, des progrès ont été réalisés dans plusieurs domaines (centres techniques, actions de formation, programmes d'appui internationaux...), mais le problème qui nous intéresse, c'est à dire le transfert des savoirs, leur appropriation et leur démultiplication locale reste toujours posé.

Des travaux menés au cours de la décennie 1980 avaient déjà permis d'établir un diagnostic en matière d'activités d'appui scientifique au développement du secteur agro-alimentaire dans les pays du Maghreb, pour ensuite proposer la mise en place d'un dispositif de coordination spécifique à ce secteur, susceptible de mobiliser les compétences locales.

C'est donc la création d'un véritable technopole qui avait été envisagée, bien avant l'émergence du processus de mondialisation.

Le diagnostic de la situation, en matière d'activités d'appui scientifique au développement du secteur agro-alimentaire d'une manière générale, et aux entreprises agro-industrielles en particulier, avait alors permis d'analyser minutieusement toutes les faiblesses de l'environnement scientifique et technique : inadéquation de certaines formations, insuffisance d'actions de formations ciblées, isolement des compétences, cloisonnement Université

– Entreprise, déficit d'information économique et technologique, moyens logistiques et financiers éparpillés, fonctions de soutien dispersées, apports de la coopération internationale inexploités...

En définitive, toutes ces insuffisances se traduisent par des déperditions des moyens, des compétences et donc par une perte d'efficacité.

Cela a empêché la formation d'une «masse critique» indispensable à l'émergence de groupes de recherche et d'expertise réellement performants, aptes à prendre en charge les besoins exprimés.

Pour dépasser ces blocages, la mobilisation des compétences nationales peut être organisé à travers des dispositifs appropriés et spécifiques qui permettent, d'une part, le développement des relations universitaires-opérateurs et la création d'une dynamique locale et, d'autre part, la valorisation de la coopération internationale.

Cela exige un changement important de l'ordre des priorités dans la démarche de formulation des projets et les formes de coopération, puisqu'il s'agira de partir de la demande exprimée par le monde professionnel, avant d'organiser des compétences locales, pour ensuite faire appel à la coopération et éventuellement aux financements internationaux.

Agroligne : Dans votre deuxième exposé, vous avez cité plusieurs programmes de coopération internationale qui visent «l'accès aux savoirs », ainsi que les partenariats inter-entreprises dont l'objectif est l'acquisition des savoirs. Pouvez-vous nous clarifier les relations entre ces différentes actions ?

M. A. Bencharif : La coopération en matière de savoirs couvre un domaine très large, elle se concrétise sous différentes formes et à travers un très grand nombre de canaux.

Pour simplifier l'analyse, j'ai pré-

senté un schéma qui distingue trois niveaux:

- Le niveau macro-économique concerne les quatre piliers de «l'Economie Fondée sur les Connaissances », plus particulièrement l'éducation et les ressources humaines, ainsi que les systèmes d'innovation. La coopération internationale passe par les accords de coopération scientifique et technique, les projets de coopération inter-universitaire...etc

- Le niveau micro-économique caractérisé par les partenariats inter-entreprises.

- Le niveau intermédiaire ou méso-économique regroupe les programmes qui visent le « renforcement des capacités des structures d'appui ».

Dans mon intervention (journée d'étude du 21mars 2005), j'ai tenté d'identifier les apports, mais aussi les limites de la coopération internationale à chacun de ces trois niveaux. J'ai insisté plus particulièrement sur les dispositifs d'appui, car je reste convaincu que c'est à ce niveau que se situe le maillon faible du processus de transmission et d'acquisition des savoirs (réseaux, association, clubs, technopoles...).

Concrètement, cela veut dire qu'une formation de haut niveau, ou un travail de recherche « up to date », ne se traduisent pas automatiquement par une appropriation et «un progrès dans la durée » comme souligné précédemment. Il nous faut donc réfléchir à des dispositifs novateurs adaptés au contexte national qui viennent compléter, consolider et valoriser les actions traditionnelles. Il s'agit de promouvoir des formes d'organisation qui permettent aux enseignants, aux chercheurs d'être aussi des « passeurs de savoir ».

Agroligne : Quelle est la place de l'IAMM, dans ce paysage ? Quelle démarche vous privilégiez? Pouvez-vous nous citer

SOUTIEN

INDISPENSABLE

À LA MISE À NIVEAU

« Le passage d'une situation de protection à une situation de libéralisation et de concurrence ouverte ne peut se faire sans actions de soutien à l'entreprise et à ses structures d'appui. En effet, la compétitivité dépend aussi bien des performances de l'entreprise que de son environnement ... Comment l'entreprise peut-elle affronter et se confronter à la compétition internationale si ce n'est par la mise à niveau des produits, des systèmes d'information, de gestion, de production et de l'environnement des affaires ?»

Source :

« Dispositif de mise à niveau »
Fonds de Promotion de la
Compétitivité Industrielle -
Ministère de l'Industrie et de la
Restructuration - Alger

quelques exemples concrets de projets réalisés en Algérie

M. A. Bencharif : Le CIHEAM se veut un outil de la coopération méditerranéenne dans les domaines de l'agriculture et de l'alimentation, à travers les trois missions : la formation, la recherche et la coopération.

La spécificité du CIHEAM/IAMM dans le paysage général de la coopération se fonde sur deux éléments liés à sa vocation :

- La spécialisation du domaine d'activité : l'économie agricole et agro-alimentaire ;
- la gestion des entreprises agro-alimentaires. (L'IAMM est une des premières institutions à avoir intégré l'enseignement de l'économie agro-alimentaire, dès le début de la décennie 1970, grâce à M. Louis Malassis qui en était le Directeur) ;

- La dimension maghrébine et méditerranéenne, notamment à travers une politique de réseaux : l'IAMM a été pionnier dans la construction de réseaux de formation et de recherche impliquant des équipes méditerranéennes.

Il est vrai, qu'au cours de ces dernières années, d'autres institutions françaises et européennes ont adopté ces orientations. Cependant, le CIHEAM /IAMM bénéficie de l'effet d'expérience et de la confiance établie avec ses partenaires, avantages qui se traduisent par la possibilité de développer des partenariats innovants caractérisés par une méthode de travail participative. La démarche vise à associer pleinement les partenaires à la réalisation des projets, l'objectif souhaité étant le transfert, l'appropriation et la démultiplication des "savoirs" à travers la création d'une dynamique locale autonome.

Les programmes de coopération en matière de formation privilé-

gient l'ingénierie pédagogique, en s'appuyant notamment sur les nouvelles technologies de la communication, pour mettre en place de nouvelles filières de formation, appelées à être prises en charge par des enseignants locaux et à devenir autonomes à moyen terme. Quant aux activités de recherche, elles sont souvent conçues comme des recherches scientifiques pour des visées opérationnelles sur demande des professionnels ou des décideurs.

En tant qu'exemple de projets réalisés en Algérie, je citerai deux actions de formation :

- Le Partenariat INA-IAMM pour la conception et la mise en place des enseignements en économie rurale et agro-alimentaire à l'INA d'Alger ». qui a consisté à renforcer l'enseignement d'économie rurale existant, mais surtout à introduire de nouvelles spécialités en économie agro-alimentaire et en gestion des entreprises agro-alimentaires.

- La délocalisation du MBA Agribusiness en Algérie, en partenariat avec l'ISGP et le WTCA qui a démarré en décembre 2004.

En matière d'étude et de recherche, le programme de coopération SEFCA/IMMA, réalisé au cours des années 1990 constitue certainement une référence, notamment en raison des dispositifs organisationnels mis en place à l'occasion de sa réalisation. Cette expérience a apporté de précieux enseignements aussi bien en matière d'organisation des chercheurs, de leur mise en relation avec les opérateurs économiques, qu'en ce qui concerne les formes de coopération internationale.

Il convient également de citer la participation à des études pilotées par le Ministère de l'Agriculture, notamment dans le cadre de la mise en place des Observatoires des filières agro-alimentaires.

PROBLÉMATIQUE

DES COMPÉTENCES

« ... Des expériences appréciables ont été capitalisées, des expérimentations ont été menées avec succès, de même que des opérateurs et des chercheurs ont été formés. Isolés dans leurs structures respectives et enfermés dans un dialogue restreint avec leurs partenaires habituels, ils demeurent faibles. Réunis, ils peuvent constituer la « masse critique » nécessaire pour parvenir à une réelle maîtrise du milieu naturel avec ses particularités et ses irrégularités, et à une appropriation des technologies et du travail scientifique productif. ...

... Les pays maghrébins sont riches en compétences et en potentiel humain. La déperdition de ces énergies, du fait de l'éparpillement, de l'isolement, de la dépendance à l'égard des centres de réflexion et de conception extérieurs doit être supprimée. »

« la création d'une structure permanente de coordination pour assurer... la mise en place d'un dispositif de coordination spécifique à la problématique alimentaire, regroupant chercheurs et opérateurs autour d'une documentation, de banques de données, d'équipes d'expertise, d'organes d'information et de vulgarisation ».

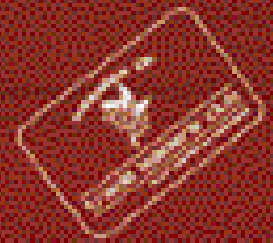
« Les principales missions de cette structure consisteraient à apporter un appui scientifique et technique aux décideurs et aux opérateurs, à coordonner les activités de formation d'études et de recherches dans le domaine agro-alimentaire, à mettre en place des systèmes d'information et à promouvoir l'implantation de réseaux et de recherches. ».

Source : Symposium maghrébin « La question alimentaire au Maghreb arabe », organisé par l'Institut National d'Etudes de Stratégie Globale et l'Institut National d'Etudes Supérieures Agronomiques de Blida - Alger, juin 1989 .
Extrait du Rapport final



مؤسسة الزيت المكنون

HUILERIE ABOULKACEM



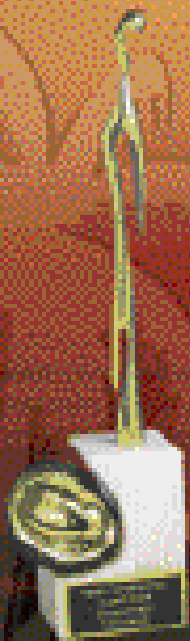
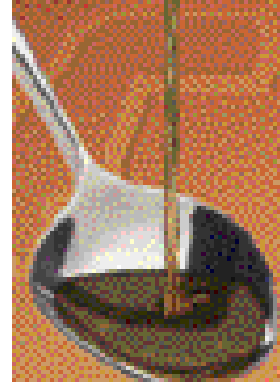
1^{er}

producteur d'Huile
de Nigelle au Maghreb

مركز الزيت المكنون



Lauréate De Trophées
Internationaux



24th International Award
For Food and Beverages
Paris 2004



Platinum Technology Award
For Quality And Best Trade Name
Paris 2005



Diamond Eye Award
For Quality Commitment And
Excellence
Berlin 2004

MARCHÉS

Innovations ciblées

Les innovations tentent de coller au mode de vie des consommateurs. Ces derniers recherchent minceur, santé et fuient l'obésité ? Qu'à cela ne tienne, les innovations ont trouvé leur créneau.. avec une petite touche de plaisir tout de même... Quant aux tendances de l'axe Praticité, les innovations fourmillent surtout dans les catégories « cœur de repas ». Voici donc décrites quelques-unes des tendances qui régissent les marchés.



BISCUITERIE : ENTRE PLAISIR ET MINCEUR..

Plusieurs axes régissent ce marché, le plaisir en tête avec une innovation vers des produits plus gourmands. Le nomadisme, en deuxième position fait se développer l'offre de produits de type en-cas, facile à transporter et à consommer. La minceur, autrefois troisième axe, se radicalise avec les produits purement diététiques et n'influence plus qu'en septième position les innovations pour les autres biscuits. Tout nouveau cependant, la tendance végétarisme qui apporte une touche « santé naturelle » encore inconnue en 2002 est une des innovations intéres-

santes en 2003 et 2004.

CONFISERIE : L'INNOVATION AU SERVICE DES ADULTES

L'axe Fun en tête pour régir les

innovations du marché quand la cible ne dépasse pas 18 ans, est détrôné par l'axe « Produits allégés en sucre » lorsque l'offre concerne la cible adulte. La minceur a occupé 14.5% des innovations de la confiserie en 2002 contre 8% en 2003. En revanche, la tendance nomadisme connaît une belle dynamique en 2003 qui est essentiellement due au développement de la confiserie de poche pour adulte.

CHOCOLAT : GRAND CAP SUR LE PLAISIR

Sophistication, fun, variété des sens constituent les trois leviers les plus dynamiques sur le segment Chocolats. L'axe plaisir représente à lui seul, 70% des innovations Chocolats.

Tout comme les marchés Confiserie et Biscuiterie, le



nomadisme se développe fortement (8.2% des innovations Chocolats en 2003 contre 1.1% en 2002).

ÉPICERIE APÉRITIF : PLUS DE DIÉTÉTIQUE

La variété des sens (goûts nouveaux) reste en 2002 comme en 2003 avec 21.5%, la dynamique majeure des innovations sur le marché. Depuis 2003, les industriels mettent le cap sur la minceur et la naturalité des innovations, puisque ces tendances ont respectivement pris 2.2 points et 3.2 points en 2003.

CONDIMENTS ET SAUCES : À LA RECHERCHE DE L'EXOTISME

L'innovation reste depuis plusieurs années positionnée sur l'axe plaisir. L'exotisme y est fortement lié avec une montée de 21.5% à 24.4% entre 2002 et 2003 avec l'assaisonnement au gingembre et au wasabi des produits.

CÉRÉALES : SANTÉ TECHNIQUE AVANT TOUT

L'offre de produits Céréales dynamisée en 2002 par le Fun se recentre en 2003 sur une dynamique santé technique, toujours dans l'optique de séduire la cible adulte. La minceur, même si elle connaît un léger recul, est le second levier de l'innovation sur ce marché en 2003. L'axe forme est renforcé par les bénéfices Énergie et Bien-être qui atteignent 9.3% en 2003.



LES BÉBÉS AUSSI PROFITENT DE L'INNOVATION

Très pratiques à utiliser en crèches, les repas surgelés pour bébés en portions facilement démoulables sont cuisinés à base d'ingrédients naturels de qualité et sont sans additif, sel et sucre. Le SIAL souligne le gain de temps et la facilité dans la manipulation permises par le produit et son emballage et félicite la grande variété des recettes proposées aussi bien en salé que pour les desserts.



QUAND LA CORIANDRE REJOINT L'OLIVE..

La Tapenade coriandre a fait son entrée au palmarès des innovations du SIAL. A consommer à l'apéritif ou à cuisiner dans certains plats, la technologie et le procédé de fabrication dont recèle la pâte à tartiner salée, font d'elle un produit facile à consommer, notamment grâce à son conditionnement qui se décline selon les goûts en quatre formats : 115ml, 500gr, 1kg et 3kg.

TOMATES VERTES EN HORS D'ŒUVRE

Sélectionnées par le SIAL pour la recette, les tomates vertes SUN-

POMO conviennent bien à la restauration gastronomique et traditionnelle. Leur entrée en grande et moyenne surface devrait satisfaire les végétariens et les consommateurs désireux de gagner toujours plus de temps dans leur préparation de hors d'œuvre, assaisonnement, salades, sandwiches et pizzas. A vos recettes !

L'OLIVE À BOIRE

Première boisson à base d'olive, H2 Olive, préserve les beautés intérieures et extérieures de ses consommateurs. Sa recette aux extraits de feuilles d'olive mélangés avec de l'huile d'olive vierge extra ont ravi le SIAL pour son originalité, mais le produit séduit aussi par sa composition, sa technologie et son procédé de fabrication. Parmi les parfums les industriels n'ont pas hésité à décliner : huile d'olive pure et feuilles, olive et vin blanc, olive et lychee..



BANQUES FRANÇAISES

De plus en plus présentes en Afrique du Nord

Par F.Raphalen

En réponse à un marché bancaire français mur, concurrentiel et concentré, les banques françaises ont tenté la carte des pays émergents, parmi lesquels le Maroc, l'Algérie, la Tunisie, la Libye et l'Égypte encore faiblement bancarisés. Aujourd'hui la région Afrique du Nord, représente le troisième marché étranger des grandes banques françaises. Pour BNP Paribas et Société Générale, près de 25% des revenus hors France Métropolitaine et USA proviennent d'Afrique du Nord.

CHOIX D'IMPLANTATION...

Après un long processus d'acclimatation régionale, les grands groupes bancaires français ont réussi à s'implanter durablement en Afrique du Nord, combinant selon les pays approches commerciales et contrôles transversaux des risques et des processus.

Grâce à une vaste gamme de produits pour les particuliers et pour les entreprises, les banques imposent un modèle de banque universel ; participation minoritaire dans une banque locale sans prise de contrôle pour les groupes Caylion, Natexis Banques Populaires, CIC-crédit Mutuel, Caisses d'Épargne, et participation majoritaire dans une entité acquise ou créée ex nihilo, avec la possibilité d'en assurer le contrôle pour la BNP Paribas et la Société Générale.

ENTRE SUCCÈS ET MESURE...

Les Banques françaises n'ont l'ambition de devenir des acteurs dominants en termes de parts de marché dans aucun des pays d'Afrique du Nord. La taille optimale d'une

banque française au Maroc, en Algérie, en Tunisie ou en Égypte se situe entre 10 et 20% du marché. Au-delà, elles s'exposeraient à des contraintes en risque-pays qui les rendraient moins flexibles, mais aussi à des variables peu contrôlables comme l'interférence politico-administrative des autorités et du secteur bancaire public.

Outre pour le cas de la Libye, où le système bancaire archaïque demeure nationalisé et fermé, l'implantation des banques françaises en Afrique du Nord est un succès indéniable reposant sur des axes stratégiques à long terme qui leur ont permis d'évincer la plupart des autres banques étrangères. C'est le résultat d'une période d'approche et d'observation faite d'engagements prudents et d'un élan modéré pour les risques les moins maîtrisés. L'étendue de leur offre bancaire nécessite un transfert de compétences techniques permanent (expatriation de cadres de haut niveau). Les banques se sont affranchis des pressions extérieures en matière d'octroi de crédit en faisant le choix de

contrôler des entités locales. Elles minorent par là-même, le risque de détérioration de la qualité des actifs en cas de retournement de la conjoncture économique. D'autant que les banques françaises sont demeurées sélectives et se sont différenciées par la qualité de leurs prestations, sans se montrer élitistes

DE MANIÈRE GÉNÉRALE..

Les banques préfèrent rester « légères », les objectifs en Afrique du Nord étant centrés sur la rentabilité plutôt que sur la masse. De nouveaux horizons restent à explorer dans une région en devenir : l'Algérie renoue avec la stabilité, la Libye sort lentement de l'isolement où elle se trouvait depuis plus de vingt ans, alors que la plus grande sophistication de la clientèle appelle la distribution de produits de financement spécialisés.

DEPUIS LE SIAL

Tendances, tendances...

Par F.Raphalen

Depuis la dernière édition du salon international de l'alimentation (SIAL), les organisateurs ont noté quelques-unes des tendances à la hausse autour de la consommation et de la commercialisation des produits agroalimentaires.. Petit tour des nouveautés.



CÔTÉ SANTÉ ET MINCEUR...

Le côté « santé » de l'ingrédient végétal permet un essor de la consommation des produits classiques qui

le contiennent, mais pousse surtout à développer la consommation de fruits et légumes. Les industriels associent par ailleurs « santé » et «

plaisir », notamment pour leur offre soja. La santé est une quête et les industriels jouent la carte du traitement sur le long terme. Ils présentent sous forme

de « dose quotidienne » leurs produits agroalimentaires et agricoles ainsi que leurs produits « minceur ». Dans ce segment, les producteurs multiplient les références lights et font graduellement apparaître des produits qui, sans être positionnés allégés ou lights, affichent une baisse des ingrédients responsables de la prise de poids (sel, matières grasses, sucre...). A contrario, la confiserie explose en Europe avec ses produits dits « relaxants ».

CÔTÉ FORME...

C'est la recherche de l'énergie. Les produits dits énergétiques se font la part belle et la gamme « petit déjeuner » domine la tendance. On vante les ingrédients naturels. Parmi eux, on note l'émergence de l'aromathérapie alimentaire utilisant les ingréd-



dients végétaux adaptés. La tendance est valable aussi en Europe qu'en Asie où bon transit rime avec beauté, santé et accessoirement bonheur.

DE MANIÈRE GÉNÉRALE...

Les consommateurs

sont à la recherche d'un exotisme plus pointu, et l'offre « cuisine africaine » marque des points. Dans la même tendance, les analystes voient l'accroissement de la part de la consommation « des produits épicés ». L'offre « exotisme ita-



lien et méditerranéen » quoique plus douce garde tout de même le cap grâce à son atout «santé alimentaire».

Les changements se lisent sur l'emballage et l'étiquette du produit. Les industriels recourent davantage à des emballages qui résonnent avec l'imaginaire du consommateur, mais recherchent aussi le côté ludique de leur produit. Le packaging devient plus souple.

L'étiquette devient moins formelle et moins triste mais plus

évocatrice. La tendance passe de la raison à l'émotion.

Les discours sont moins techniques, les

appellations résonnent davantage avec l'envie d'ailleurs et le naturel des ingrédients utilisés.



ANUGA 2005

Plateforme à orientations multiples

Par F. Diagne

Le salon mondial de l'alimentation "Anuga 2005" se tiendra à Cologne (Allemagne) du 08 au 12 octobre prochain avec la participation de près de quarante entreprises marocaines représentant les secteurs de la conserve de poissons et de la conserve végétale.



Cette manifestation à laquelle vont participer plus de 6.000 exposants venant d'une centaine de pays, est destinée à mettre en valeur la grande importance de l'agriculture marocaine et de l'industrie agroalimentaire associée, ont souligné les organisateurs, mardi à Casablanca, lors d'un point de presse tenue à cette occasion. Ils ont, en outre mis l'accent sur l'intensification de la participation marocaine qui est passée d'une trentaine de groupes exportateurs en 1999 à plus de quarante en 2003. Plate-forme à orientations multiples, ce salon spécialisé permet aux acheteurs de la distribution et au marché hors domicile de s'informer en largeur et en profondeur en matière de produits alimentaires et boissons. Plus de 160.000 visiteurs professionnels sont attendus

à ce salon qui repose sur un concept établissant connexions et points de repère précis pour les exposants étrangers qui représentent plus de 53 %. Cette édition 2005 verra l'extension de l'Anuga à dix salons indépendants dédiés à dix grands secteurs alimentaires relatifs notamment à l'alimentation fine, la viande et les surgelés ainsi que l'industrie du lait et confiserie. Parallèlement à cette manifestation, une plate-forme est consacrée à certaines tendances qui englobent des produits bio, produits halal et produits végétariens. Anuga 2005 est organisé par la chambre de commerce allemande en partenariat avec l'Union fédérale de la distribution agroalimentaire allemande (BVL).

SPACE 2005

Plus international

Par F. Diagne

"Le SPACE 2005 sera encore plus international, grâce aux actions soutenues de promotion que nous menons à l'étranger", a assuré Paul Kerdraon, commissaire général du SPACE ce mardi lors d'un point de presse à Rennes.



La 19e édition du SPACE qui aura lieu du 13 au 16 septembre à Rennes, sera "encore plus internationale", ont affirmé mardi les organisateurs



Il faut dire que les efforts de promotion à l'étranger portent leurs fruits puisque entre 1999 et 2004, le nombre de visiteurs étrangers au SPACE a progressé de 58% à 8.975 visiteurs et cela malgré une politique de visas que les organisateurs jugent trop restrictive et qui représente "un frein énorme à notre

développement" au Maghreb et en Afrique Subsaharienne. Pour l'édition 2005, le SPACE

a déjà enregistré 117 inscriptions de nouveaux exposants pour cette année, dont 50 de pays étrangers avec pour la première fois des exposants venant de Pologne, d'Ethiopie et de Nouvelle Zélande.

Alors que l'édition 2004 avait accueilli 110.650 visiteurs sur quatre jours, soit 3% de moins qu'en 2003, pour 2005, l'ambition tourne autour de 100.000 personnes, a déclaré M. Lemétayer. "On est dans le cadre d'un salon professionnel. Mieux vaut moins de visiteurs et une période faste d'investissements", a-t-il estimé.

