

Interview de Mme Laurice Pechberti : Commissaire général du salon SITEVI

Le secteur des fruits et légumes frais en France traverse un période difficile. Les surfaces et les volumes produits sont en régression, alors que la consommation tant espérée ne suit pas.

Profitant du SITEVI, indicateur de la tendance actuelle du secteur, Agroligne a interrogé pour vous Laurice Pechberti, commissaire général de ce salon.

AGROLIGNE : Le bilan du sitevi semble relativement positif malgré la crise actuelle, rencontrée dans le secteur du vin et des fruits et légumes.

La dimension internationale prend de l'ampleur sur ce salon, quel est votre message à destination des opérateurs ?

Mme Laurice Pechberti : Aujourd'hui l'agriculture au sens large aussi bien les vignes et le vin que les fruits et légumes n'échappent pas à la mondialisation. Dans ce cadre de mondialisation, ou il y a de plus en plus de pays qui sont producteurs, il faut se battre.

Pour cela, il faut être bon sur le plan de la technique, de la qualité des produits, mais aussi sur le plan de la commercialisation. Pour remplir à tous ces critères, il faut acquérir des techniques, des équipements, des matériels, des logiciels de traçabilité... et tout ça c'est ce qu'on trouve sur un salon comme le SITEVI.

Mon message est donc : " quand on veut rester dans le coup ", quand on veut rester debout et affronter l'avenir, dans des conditions de compétitions internationales qui sont et qui seront de plus en plus difficiles, il ne faut pas se faire d'illusions, il faut s'armer et se donner les moyens d'affronter la concurrence. Le SITEVI fait parti des salons extrêmement importants pour ces deux filières, qui permettent de donner aux producteurs du monde entier, des armes pour se battre et pour gagner.

AGROLIGNE : Plus de trente pays sont présents, qu'en est-il des délégations maghrébines sur le salon du sitevi ?

Mme Laurice Pechberti : Nous avons eu une délégation algérienne accompagnée d'Ubifrance, mais aussi des visiteurs marocains et tunisiens.

Toutefois quand on parle de délégation, il s'agit de personnes que nous invitons avec des partenaires et notamment avec UBIFRANCE.

Ainsi, j'ai été en Algérie à plusieurs reprises et notamment en mai dernier où j'ai rencontré aussi bien des opérateurs privés que des responsables de l'ONCV. Vu tout le développement et le travail qui est fait pour replanter en Algérie, je me suis donc attachée à mettre sur pieds des moyens avec l'aide d'UBIFRANCE pour la venue de l'ONCV.



Cependant, nous avons également des actions de promotion sur les 3 pays du Maghreb, car ce sont des pays d'abord que nous aimons bien, avec qui on partage une culture et notamment la langue française, et qui suscite notre intérêt car ils sont intéressés par la vigne et le vin et par les fruits et légumes. Donc le SITEVI est en plein dans leur centre d'intérêt.

Il y a donc plein de choses à partager avec eux, on a une expérience qui peut les aider notamment pour des transferts d'expériences. Pour cela, ça passe d'abord par des contacts personnels, il faut se connaître s'apprécier se faire confiance et après on travaille ensemble.

Propos recueillis par Emmanuel Cau

Algérie

Privatisation dans le secteur des eaux minérales



La Société de gestion des participations Cojub a annoncé avoir privatisé la filiale "Eaux minérales de Saïda" du groupe GBA le 27 août 2005 au profit de la Sarl Sidi El-Kebir. Pour rappel, la Société de gestion des participations Cojub avait cédé à 100% les filiales "Eaux minérales Epem Mouzaïae et Epem Ben Haroun au profit du groupe SIM. Le contrat de cession a été signé le 24 janvier dernier.

La SGP Cojub souligne, par ailleurs, le rachat des eaux

minérales ES Batna par le groupe industriel Salah Atia. La même source affirme avoir signé le 17 janvier dernier un contrat de cession du projet "Eau minérale d'El-Goléa" avec la SGBEM. Concernant le projet "Eau minérale de Béni Fodda", il est question d'un protocole d'accord paraphé avec le groupe Yaïci.



Du nouveau chez Tonic Emballage : inauguration d'une nouvelle usine de dernière génération fin novembre



Avec l'entrée en exploitation de l'usine de production de papier tissu du groupe Tonic Emballage fin novembre, l'Algérie aura son indépendance en la matière.

Cette usine, deuxième du genre en Afrique après celle de l'Afrique du Sud, permettra à l'Algérie d'assurer ses besoins en produits indispensables dans la vie de tous les jours. L'usine en question s'est aussi investie dans la fabrication du papier tissu dit "ouate", à base de vieux papiers de récupération. Cette matière est souvent utilisée dans l'industrie de l'électroménager notamment, pour les cuisinières.

Cette firme de dernière génération offrira aux consommateurs des produits de haute qualité répondant aux normes internationales et à des quantités répondant aux besoins du marché national, à "des prix très concurrentiels", lit-on dans un communiqué. Sa capacité de production annuelle est de l'ordre de 28 000 tonnes

de papier tissu, soit 80 tonnes par jour à base de 100% de papier de recyclage et de pâte noble pour le papier facial. Il est prévu également l'inauguration d'une nouvelle usine de fabrication de papier pour carton ondulé durant le premier semestre 2006. D'une capacité de production de 400 tonnes par jour, l'usine fabriquera aussi du papier kraft, du test, du Liner, du fluting et du White top, du papier jusque-là importé. Cette nouvelle industrie permettra sans doute une certaine autonomie au groupe en matière d'importation de matière première (papier). En ce qui concerne les activités annexes relatives à ces nouvelles industries, les initiateurs prévoient la mise en place d'une station de traitement des rejets, d'une centrale électrique, d'une station de tri des déchets d'une capacité de 400 tonnes par jour, des espaces de stockage. Il est utile de souligner qu'il a été fourni avec le matériel de cette usine une station de désencrage, deux stades de blanchiment et une station de traitement des eaux usées. Ces deux nouveaux investissements, assortis d'une centrale électrique, d'une station de dessalement d'eau de mer et d'une usine de carton, sont implantés sur une superficie de 25 hectares et permettront la création de 2 000 nouveaux postes d'emploi directs.

ERRATUM :

Suite à une erreur de légende (sur notre édition N°42) concernant l'Interview de M. Hamed ADJERID, Directeur Général de CARINSA Algérie", nous vous repassons photo et légende dans leur intégralité.



Inauguration de PAYMSA en février 2004 en présence de M. JORDI PUJOL, ex-président de la Generalitat de Catalogne (ici en discussion avec M.ADJERID)

Sur la photo de gauche à droite :

- 1- **M. AIT AISSA Madjid** : directeur Commercial à CARINSA Algérie
- 2- **M. ADJERID M'Hamed** : Directeur général à CARINSA Algérie
- 3- Responsable recherche & développement
- 4- **M. JORDI PUJOL** : Ex-président de la Generalitat de Catalogne
- 5- **M. QUIRO LOPEZ** : Directeur Marketing à Carinsa Espagne
- 6- **M. ALBERTO MARTINEZ** : Président Directeur général à CARINSA Espagne

Tunisie

Oléiculture : Un méga-projet d'irrigation jusqu'en 2009



La branche de l'huile d'olive en Tunisie dépend d'une façon très étroite des tendances climatiques et de la pluviométrie souvent instable. Pour promouvoir les potentialités de production oléicole indépendamment des aléas météorologiques, un nouveau projet d'irrigation vient d'être mis en place. Il va se développer sur 4 ans avec pour objectif à l'horizon 2009 de développer au maximum la superficie oléicole tunisienne irriguée.

Une superficie globale de l'ordre de 30 mille hectares vient d'être choisie et fera ainsi l'objet dans une première étape de technique d'arrosage par goutte à goutte.

Le choix de promouvoir cette technique en Tunisie permettra d'améliorer d'avantage les performances de la branche et aura certainement des retombées positives sur l'offre et les prix sur les marchés locaux et internationaux.

Maroc

Mise en place à Meknès d'un agropole d'oliviers : un projet financé à 100 % par les opérateurs privés marocains



Les industriels de l'huile d'olive de Meknès passent à une vitesse supérieure. L'approvisionnement de leurs unités a connu de fortes fluctuations ces dernières années et a fini par perturber leurs campagnes d'exportations. Ils ont donc décidé de se prendre en charge et ont mis en place un programme intégré qui implique aussi bien les industriels, les agriculteurs, les scientifiques, le ministère de tutelle que le Crédit agricole. Une association regroupant tous ces opérateurs a été initiée : l'Union pour le développement de l'olivier de Meknès.

Ce projet couvre plusieurs axes dont la réalisation de blocs homogènes d'oliviers d'au moins 100 hectares afin d'assurer un niveau de récolte satisfaisant et faciliter les opérations de traitement. Les industriels se sont aussi engagés à établir, à partir de la prochaine saison de

cueillette, des contrats d'approvisionnement avec les agriculteurs. Ces derniers ne feront plus appel aux intermédiaires mais livreront eux même directement aux opérateurs.



La mise en place de l'agropôle oliviers de Meknès, abrité par l'Ecole nationale d'agriculture de la ville, est la deuxième opération phare de ce programme.

Ce projet est financé à 100 % par le privé marocain et parmi les sponsors, on retrouve, entre autres, les Domaines royaux, le Crédit Agricole, les Conserveries de Meknès-Aïcha, Lesieur, le groupe Behecen et celui de Bahous (CHCI).

Le Maroc dans le cartel du poisson

Le Maroc est désormais membre de l'IFO. L'international Fishmeal and fish oil organisation est aux pays exportateurs de poissons ce que l'OPEP est aux producteurs de pétrole. Une force de négociation et de régulation de l'offre. L'IFO s'occupe des aspects techniques liés à la pêche et à l'industrie de la pêche, de la problématique des prix et des préservations de la biomasse. Cette année, les normes, la réglementation et la qualité étaient à l'ordre du jour.

Les pays de l'IFO réalisent la majeure partie d'une production mondiale du secteur de la pêche, estimée à 120 millions de tonnes dont 20% affectées à l'industrie de la farine.

Dans cette organisation, les membres inamovibles ont pour nom le Chili, le Pérou, l'Islande, les pays scandinaves et les USA. La candidature du Maroc, posée l'année dernière par l'ANAFAP, a été

entérinée en marge de la dernière réunion de l'IFO, tenue en Chine, du 14 au 17 novembre.

Le staff de l'IFO, composé de 12 membres, a organisé une réception en l'honneur de la délégation marocaine. Le Maroc a d'ores et déjà présenté la candidature de Marrakech pour abriter la prochaine session de l'IFO, prévue en 2006. La demande a recueilli un consensus général selon les membres de la délégation marocaine. Dès le mois de janvier 2006, une délégation de l'IFO conduite par son directeur général, Jean François Mithéne, viendra à Marrakech pour voir le site.

Deuxième volet de la participation marocaine à cette session, la demande faite par la délégation de faire partie du conseil d'administration de l'IFO. En intégrant cette association, les industriels marocains pourront certainement régler un vieux conflit, relatif notamment à l'utilisation du terme "Sardine" par des opérateurs sud-américains.

France

Vins - Un géant suédois de la vodka Absolut vaincu par un petit vigneron catalan



Le fabricant suédois de la vodka Absolut a perdu devant l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) sa bataille contre un petit vigneron catalan de Cabestany, près de Perpignan, auquel il voulait interdire de baptiser l'un de ses vins "Tinto Absoluto".

Le fabricant nordique, représenté par un important cabinet international d'avocats, invoquait la "dilution de sa marque" et demandait qu'un autre nom soit donné au vin rouge d'appellation par Jean-Philippe Beille, le viticulteur. "Il est d'un rouge profond, d'un rouge absolu", répondait-il. "En catalan, et nous tenons à notre langue, cela se dit +tinto absoluto+. Rien à voir avec des alcools distillés, ni par la couleur, ni par le caractère, ni par la culture, ni par le goût". Fond noir, caractères rouges simples, l'étiquette de ce "vin de pays des côtes catalanes" différait de l'inscription bleue sur fond transparent de la vodka. Dans un projet de décision du 5 octobre, non contesté par le distillateur suédois, et donc entré en vigueur le 10

novembre, le directeur général de l'INPI rejette la demande d'Absolut. Vin et vodka "n'ont pas la même origine, ni le même mode de consommation (...) ils sont commercialisés dans des points de vente différents (...). Il ne s'agit donc pas de produits similaires, le public n'étant pas fondé à leur attribuer une origine commune", explique-t-il. De plus, le directeur général de l'INPI considère que pour l'étiquette elle-même, "compte tenu des différences visuelles et phonétiques prépondérantes (...), il n'existe pas de risque de confusion pour le consommateur (...) Tinto absoluto ne constitue pas l'imitation de la marque antérieure invoquée".



Coca-Cola lance un nouveau soda aux extraits de café au niveau mondial (07/12/2005)



Le numéro un mondial des boissons gazeuses, l'américain Coca-Cola, a annoncé le lancement dans le monde d'une nouvelle boisson, le "Coca Blak", un mélange de Coca-Cola traditionnel et d'extraits de café, censé concurrencer le rival Pepsi. Le lancement débutera par la France le 15 janvier 2006. Il est considéré par le groupe d'Atlanta comme aussi important que celui du Coca-Cola Light en 1988. "Il crée une nouvelle catégorie de boissons pour les adultes" a déclaré à l'AFP Isabelle Hubsch, responsable de l'innovation pour Coca-Cola France, qui pilote depuis 18 mois cette création. Après la France, Coca Blak partira à la conquête du marché nord-américain en avril et en Espagne "avant l'été", selon la direction de Coca-Cola France pour qui les objectifs de vente sont "confidentiels". Si elle n'est pas interdite aux adolescents, cible traditionnelle de Coca-Cola, "Coca Blak" vise clairement une cible d'adultes

actifs "qui ont besoin d'un coup de pouce rafraîchissant et revigorant au cours d'une journée de travail", a précisé Mme Hubsch. Rompant avec tous les codes traditionnels du géant américain - où le rouge et le blanc dominant - Coca Blak se présente sous la forme d'une bouteille noire dont le contour est en aluminium qui ne laisse presque rien deviner de ce qu'elle contient. Autre innovation: le produit, pour répondre à ceux qui accusent les sodas de contribuer à développer l'obésité, contient seulement 20 calories par 100 millilitres, soit la moitié moins qu'un Coca-Cola classique. Pour Mme Hubsch, l'appellation "Coca Blak" a été choisie pour renforcer le "mystère" de la boisson. Celle-ci a, selon elle, une couleur sombre aux reflets dorés, de la mousse et bien sûr un goût de café. Le nouveau breuvage venu d'Atlanta apparaît aussi une nouvelle riposte au rival de toujours Pepsico, qui a récemment lancé sur le même segment un Pepsi Max Capuccino destiné lui-aussi à un public adulte. C'est la première fois que la multinationale américaine lance en avant-première un de ses produits en dehors du territoire américain, indique-t-on au siège de Coca-Cola France à Issy-les-Moulineaux (Hauts-de-Seine.) Source : Ménara

Formez un étudiant étranger pour votre développement à l'international : ingénieur par alternance

Vous souhaitez :

- Développer vos activités industrielles, commerciales, de conseil, d'études, avec des pays étrangers,
- Vous implanter dans un autre pays,
- Vous associer avec des partenaires étrangers,
- Monter une antenne commerciale dans un pays.

L'ESA vous propose de former un étudiant étranger, présent dans votre entreprise pendant deux ans, en alternance. Il obtiendra à l'issue de cette période un diplôme d'Ingénieur de l'ESA et pourra ensuite devenir votre interlocuteur dans son pays. Il aura acquis :

- une formation de haut niveau, professionnelle,
- une connaissance de votre entreprise,
- une connaissance de la culture française,
- une très bonne maîtrise de la langue française.

LA FORMATION

- Diplôme préparé : Ingénieur de l'ESA
- Durée de la formation : 2 années, intégrant l'une des six spécialisations suivantes :
- Productions et filières végétales,
- Productions et filières animales,
- Filières viticoles,
- Procédés, production et organisation industrielle en agro-alimentaire,
- Commerce, marketing et marchés internationaux,
- Gestion environnementale, aménagement du territoire.

SÉLECTION

- Nous sélectionnons des étudiants parlant français parmi notre réseau universitaire : 115 partenaires dans 35 pays du monde.
- L'organisation de la sélection est assurée de manière concertée par l'ESA et par l'entreprise.

CONDITIONS D'ADMISSION

- Niveau d'études Bac +3, Bac +4 (équivalence BSc)
- Bases solides en langue française (la formation peut être précédée de cours intensifs).

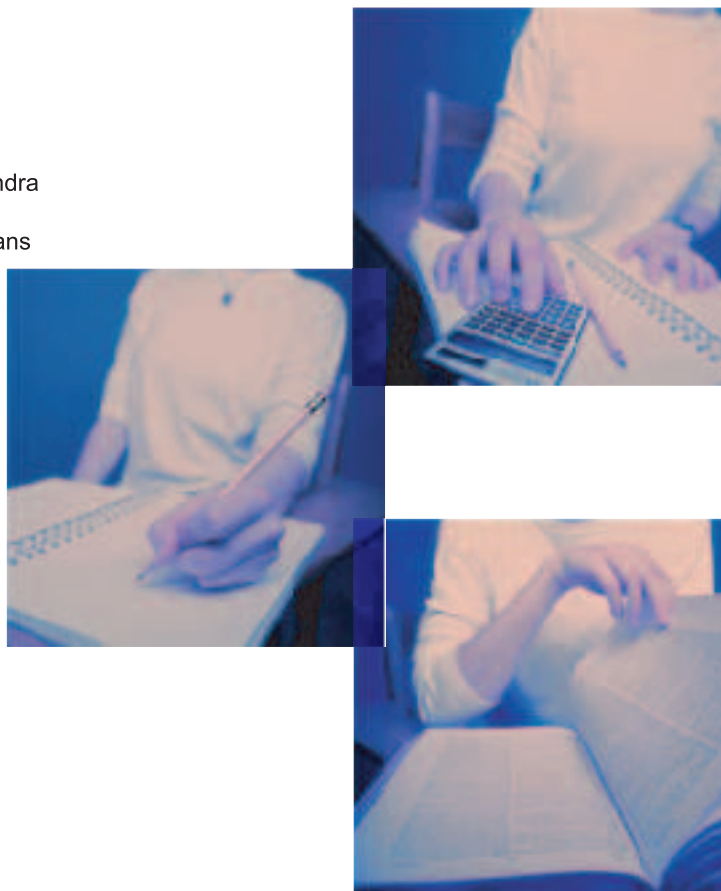
L'ALTERNANCE

- L'alternance est une modalité pédagogique qui associe sur 2 ans des sessions à l'école et des périodes en entreprise (52 semaines en entreprise, 42 semaines à l'ESA).
- Possibilité de bénéficier du dispositif de l'apprentissage si l'étudiant est ressortissant de l'Union Européenne.

DATES

- La formation débute en septembre.
- Les sélections des candidats sont organisées de février à avril.

Groupe ESA - Service Coopérations Extérieures -
Contact : Stéphane Brochier
55 rue Rabelais - BP 30748 - 49007 ANGERS Cedex 01
Tél. 02 41 23 55 36 / Fax 02 41 23 55 32
E-mail : s.brochier@groupe-esa.com
www.groupe-esa.com



Sifel Maroc 2005 : Le vent en poupe !

Sifel Maroc, qui s'est tenu du 8 au 11 décembre 2005 à Agadir, vient de fermer ses portes. Dynamisme, enthousiasme, professionnalisme caractérisent le salon, incontestablement ouvert sur l'international.

Des exposants enthousiastes !

Trois éditions auront suffi à Sifel Maroc pour s'imposer comme la première manifestation africaine dédiée à la filière fruits et légumes.

Du 8 au 11 décembre 2005, les trois chapiteaux (13 000 m²) installés sur un nouveau site d'expositions (Place Kamra) ont accueilli 302 exposants représentant 953 marques.

Outre la progression du nombre des exposants (+ 47% en regard de 2004), Sifel Maroc connaît une internationalisation des entreprises représentées avec :

- 50% : origine Maroc
- 21% : origine France
- 16% : origine Espagne
- 8% : origine Italie

Parmi les autres pays représentés : Arabie Saoudite, Belgique, Bulgarie, Espagne, France, Grèce, Italie, Jordanie, Maroc, Pays-Bas, Portugal, Tunisie, Turquie.

Des visiteurs motivés !

Avec 24 365 visiteurs enregistrés, Sifel Maroc draine des professionnels du monde entier ! Ainsi le salon assoit sa notoriété et met en avant les potentialités d'une filière fruits et légumes marocaine qui a déjà fait ses preuves sur les marchés internationaux via sa politique d'exportation.

En 2005, pas moins de 35 pays visiteurs ont été recensés :

- Europe : Allemagne, Belgique, Chypre, Danemark, Espagne, France, Royaume Uni, Grèce, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Portugal, Suède, Suisse.
- Europe de l'Est : Bulgarie, Hongrie, Russie.
- Afrique du Nord : Algérie, Egypte, Maroc, Tunisie.
- Afrique : Ghana, Sénégal, Soudan.
- Moyen-Orient : Irak, Israël, Jordanie, Liban, Syrie.
- Amérique du Nord : Canada, Etats-Unis.
- Océanie : Australie, Nouvelle-Zélande.
- Dom Tom : Guadeloupe, Martinique.
- Asie : Japon.

En terme de type de visiteurs, le Sifel Maroc cible prioritairement les professionnels de la filière fruits et légumes, du producteur aux entreprises, en passant par les techniciens et chercheurs :

- 31% des producteurs, agriculteurs,
- 28% cadres et dirigeants,
- 13% ingénieurs et techniciens,
- 11% : services,
- 6% centrales d'achat,
- 5% institutionnels



D'ores et déjà, la prochaine édition de Sifel Maroc se prépare. Le salon se déroulera du 7 au 10 décembre 2006 à Agadir.

Contact au Maroc : IEC

Tél : +212 (0) 22 47 06 00 / Fax : +212 (0) 22 47 06 01
Email : sifel@iec-morocco.com
Site internet : www.iec-morocco.com

Contact en France : Orgagri-Sifel

Tél : +33 (0) 5 53 77 83 55 / Fax : +33 (0) 5 53 96 62 27
Email : orgagri@sifel.org
Site internet : www.sifel.org

Votre Agenda en 2006

Sifel-LFL Pologne se tiendra du 13 au 15 février 2006 à Varsovie. La partie LFL (Logistique Fruits et Légumes) sera plus particulièrement consacrée à l'aval de la filière.

Sifel France se tiendra du 14 au 16 mars 2006 à Agen.

Sifel-LFL Russie se tiendra du 21 au 23 novembre 2006 à Moscou.

Sifel Maroc se tiendra du 7 au 10 décembre 2006 à Agadir

SITEVI 2005 : plus que jamais nécessaire !

Le SITEVI qui s'est tenu du 29 novembre au 1er décembre 2005 au Parc des Expositions de Montpellier a rempli ses engagements de salon d'affaires et son rôle de fédérateur des professionnels des filières vigne/vin et fruits/légumes.

Cette 22ème édition du SITEVI a prouvé que ce salon était plus que jamais nécessaire pour l'ensemble des acteurs des 2 filières, qu'ils soient visiteurs ou exposants.

- Une internationalisation qui se confirme avec 13.5 % de visiteurs étrangers (contre 12% en 2003). Pendant 3 jours, 50 pays ont sillonné les allées du Sitevi en vue de futurs investissements.

Les pays fidèles comme l'Espagne, l'Italie, le Portugal, la Suisse... ont été fortement représentés.

La venue massive des pays nouveaux producteurs ou émergents (Croatie, Russie, Chine, Algérie, Maroc, Australie, Nouvelle Zélande...) confirme le rayonnement international de cette édition.

Par ailleurs, côté exposants, 28 % d'entre eux étaient internationaux en provenance de 22 pays.

- Des visiteurs «de qualité» : 46 813 visiteurs ont fait le déplacement à Montpellier ; la baisse de fréquentation (10% par rapport à 2003) concerne principalement les visiteurs français qui traversent actuellement une période difficile.

Selon les enquêtes réalisées sur le salon par BVA, 95% des visiteurs sont satisfaits de ce rendez-vous, en particulier au niveau de l'offre exhaustive proposée par les exposants.

- Des contacts commerciaux encourageants : en dépit des difficultés actuelles, ce sont des visiteurs motivés et porteurs de projets d'avenir qui sont venus s'informer auprès des 900 exposants français et étrangers. Les premiers résultats des enquêtes montrent que les intentions d'investissement des professionnels sont bien réelles.



Où se rencontrent-ils



- Des conférences pour accompagner les visiteurs : Euroviti et les 18 conférences organisées par les partenaires professionnels ont rassemblé un large public tant sur le plan quantitatif que qualitatif. Les thèmes traités abordaient les domaines techniques, économiques, commerciaux ou socio-économiques. Cependant, ceux sur le marketing et les attentes des consommateurs ont été fortement plébiscités par les viticulteurs et les vignerons.

- Des contacts professionnels et humains riches : la réputation du Sitevi comme salon convivial s'est trouvée confortée à différentes reprises avec, notamment, le vif succès remporté par « l'Espace Vigneron : l'innovation au service des Entreprises ». Cet exemple de regroupement de différents partenaires autour d'un même thème montre la forte implication et mobilisation de ces derniers.



- Une couverture médiatique exceptionnelle : la presse, la télévision, les radios françaises et étrangères ont montré que le SITEVI était un événement professionnel de premier plan, vecteur de l'évolution des tendances tant pour la viticulture, la consommation du vin que le marché des fruits et légumes. Ainsi, malgré une période difficile tant dans le secteur de la vigne et du vin que des fruits et légumes, SITEVI apparaît comme le salon indispensable des filières vignes/vins et fruits/légumes.



Prochain SITEVI :
Novembre 2007 à Montpellier

Photos Sitevi : © A.P Foucha

Les nouvelles peseuses associatives Ishida "Série R" augmentent le rendement et la productivité.

Ishida, l'inventeur du pesage associatif, présente sa nouvelle ligne de peseuses associatives " Série R ". Dotés de hautes performances en terme de rapidité, de précision et de facilité d'utilisation, ces nouveaux équipements visent de très nombreuses applications : plats préparés, salades et produits frais, viandes et volailles, snacks, confiseries et biscuits, céréales, pâtes, autres aliments secs, aliments surgelés, et même produits non-alimentaires.

Ishida a intégré à sa nouvelle peseuse associative Série R les toutes dernières technologies disponibles en termes d'algorithme de calcul, d'électronique, d'interface et de communication, conférant à cet outil de production une avancée considérable :

- surdosages considérablement réduits
- cadences allant jusqu'à 200 pesées/min sur une machine 14 têtes
- niveau de fiabilité proche de 100 %
- consommation électrique réduite de 50 %

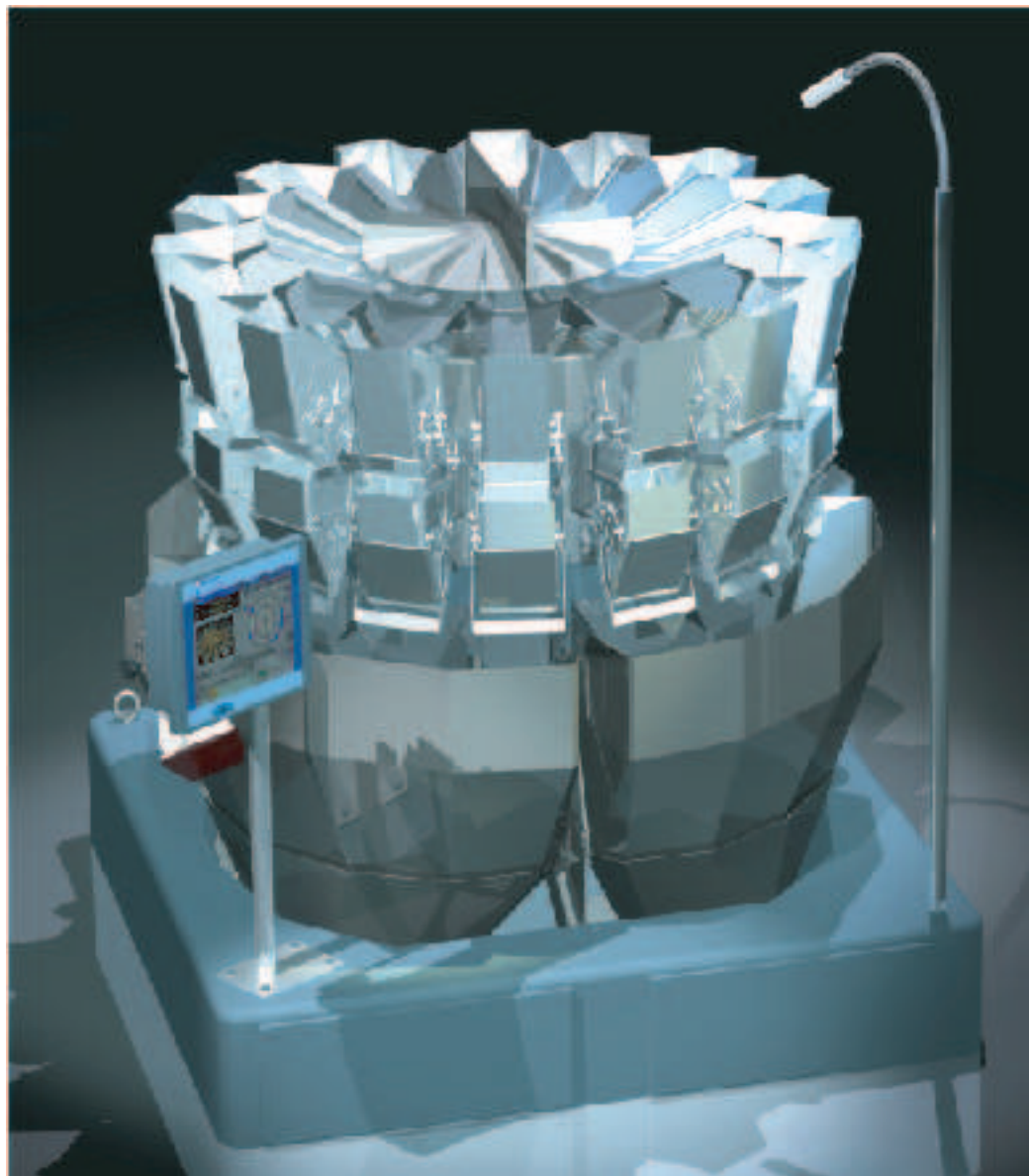
Meilleur contrôle du flux de produit :

La technologie Pulse Width Modulation (PWM) facilite le transport du produit, même le plus difficile ou délicat, en assurant un contrôle plus efficace de la fréquence et de l'amplitude des vibrations des convoyeurs radiaux. Le système Anti Floor Vibration (AFV), développé uniquement par Ishida, permet d'intégrer l'influence des vibrations extérieures susceptibles d'interférer sur les performances de la machine.

Augmentation de la vitesse et de la précision pour un meilleur rendement :

Innovation majeure, la Série R intègre un nouvel algorithme de calculs à base de technologie FPGA associé à un filtre numérique grande vitesse pour stabiliser la pesée, tous deux développés par Ishida.

Les machines sont donc extrêmement rapides puisqu'elles sont capables de calculer 16 associations de bennes en fonction du poids cible visé, d'en sélectionner 3 et de retenir la meilleure, alors que dans le même laps de temps, une machine classique ne calculera et retiendra



qu'une seule combinaison. La vitesse de calcul des Série R est 5 fois plus rapide par rapport aux équipements actuels. Par exemple, la peseuse 14 têtes à décharge simple peut atteindre des cadences de 200 pesées/min, soit une vitesse accrue de 20 % en comparaison aux modèles précédents.

Grâce aux avantages du nouvel algorithme, du nouveau filtre numérique grande vitesse et de l'AFV optimisé, les Série R permettent d'améliorer considérablement les rendements : le nombre de cycles perdus est proche de zéro, le niveau d'efficacité proche de 100 %, gain en précision de 0.5% du poids cible sur chaque emballage...

Optimisation de la conception :

Le design de la "Série R" permet un montage/démontage des bennes rapide ce qui facilite la maintenance, le nettoyage et réduit au maximum les temps d'arrêt.

Fonctionnement facile et intuitif :

Grâce à l'écran tactile couleur au fonctionnement intuitif, l'utilisation de la machine est simplifiée pour les opérateurs qui peuvent manipuler ses différentes fonctions :

- évaluation et contrôle des performances de production,
- fonction de mélanges,
- intégration dans un réseau Ethernet via l'environnement Windows XP®,
- Pré-réglages (téléchargeables) aidant à réduire les temps d'arrêt et facilitant les changements de produits.

" L'optimisation des rendements est plus que jamais un impératif majeur dans des marchés si concurrentiels, explique Graham Clements, Directeur Général d'Ishida Europe, par ailleurs, les distributeurs comme les consommateurs sont intransigeants sur la qualité des produits. Les nouvelles Série R garantissent aux fabricants des pesages rapides, fiables et précis de manière à respecter leurs impératifs de qualité et de productivité ".

Des fruits et légumes marqués au laser

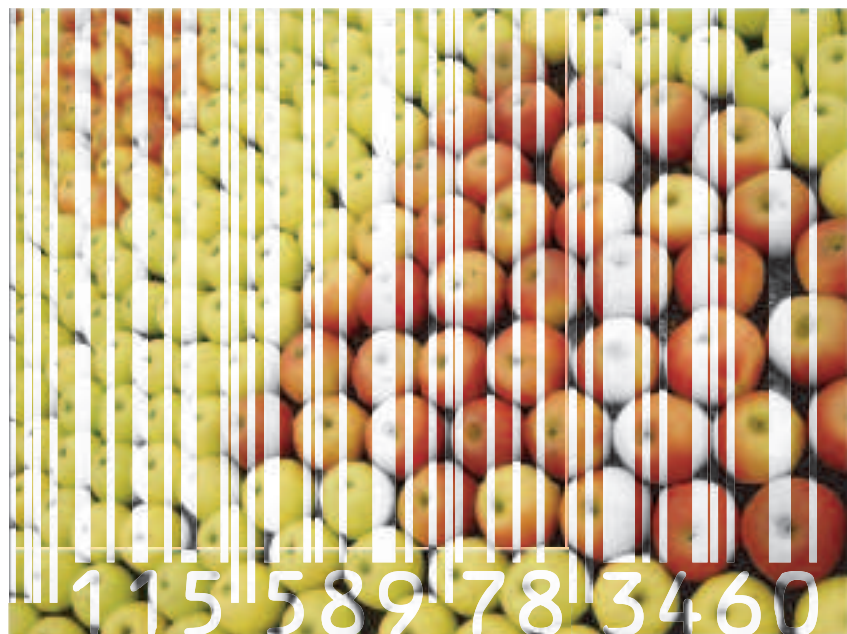
Un physicien canadien, Greg Douillard, propose une alternative aux petites étiquettes collées sur les fruits et légumes. Il a en effet mis au point une machine laser qui, en brûlant leur peau, permet d'inscrire certaines informations, comme un nom et un numéro d'identification.

À ce jour, deux sites ont adopté cette invention, l'un en Colombie britannique et l'autre en Ontario. Pommes et tomates y reçoivent dorénavant un tatouage d'identification. Les fruits sont 100 % comestibles, puisqu'ils ne reçoivent aucun traitement supplémentaire.

Cette technologie permet de graver chaque fruit ou légume au moyen d'une brûlure rapide sur une profondeur de quelques dixièmes de millimètre. Le résultat est une marque lisible et même " scannable ". En 2002, Durand-Wayland, producteur et distributeur de fruits en Géorgie, a acheté le brevet de ce procédé.

Toutefois, si la disparition de l'étiquette intéresse plus d'un, les associations de consommateurs et les producteurs ne sont pas encore tous prêts à adopter cette nouvelle technologie. Les questions les plus fréquentes sont liées aux réactions du consommateur qui, en mangeant une pomme sans la peler, mangera un code à barres...

Source : ADIT



Du café noir pour y voir plus clair ?

On connaît le caractère stimulant de la caféine, mais pour la première fois, des chercheurs montrent que cette substance agit sur l'activité de zones cérébrales impliquées dans la mémoire à court terme et l'attention.

Le café permet-il de retenir plus facilement un numéro de téléphone lu dans un répertoire avant de le composer? C'est là un exemple de tâche qui fait intervenir la mémoire à court terme. Une équipe de chercheurs du Medical University à Innsbruck, en Autriche, apporte de nouveaux éléments sur les effets cérébraux de la caféine.

Leur étude, présentée à l'occasion de la réunion annuelle de la Société de radiologie d'Amérique du Nord (RSNA), qui s'est tenue le 30 novembre dernier à Chicago, portait sur 15 volontaires adultes sains. Après une période de 12 heures sans caféine, ils ont reçu soit une capsule de 100 mg de caféine (ce qui correspond environ à 2 tasses de café), soit un placebo avant d'effectuer les tests. L'expérience a été conduite deux fois, de sorte que chaque volontaire a eu une période "avec caféine", et une autre "sans caféine".

Pour évaluer la mémoire à court terme, les volontaires se sont vus présenter une séquence d'images simples (les lettres A, B, C et D). Ils devaient répondre le plus rapidement (en levant l'index droit pour "oui" ou l'index gauche pour "non") dès qu'on leur demandait si l'image présentée était la même que celle vue deux images avant. Les chercheurs ont eu recours à l'imagerie fonctionnelle à résonance magnétique, afin de déterminer les effets de la caféine sur l'activation des modules faisant partie d'un réseau impliqué dans la mémoire à court terme.



Coup de fouet

Les résultats indiquent qu'après la période caféine, les volontaires tendent à présenter une meilleure mémoire à court terme et un temps de réponse plus court. Mais surtout, les auteurs ont observé, au cours de la période caféine, une augmentation de l'activité neuronale dans des régions distinctes du cerveau: dans le lobe frontal, où siège une partie du réseau de la mémoire à court terme, ainsi que dans le cingulum antérieur, la région qui contrôle l'attention.

Précisons que cette étude ne renseigne que sur la mémoire à court terme, et ne justifie nullement que l'on se rue sur la caféine ou des aliments qui en contiennent (café, thé, certaines boissons sucrées, guarana...) comme moyen d'améliorer ses performances mentales. Mais le "p'tit noir" qui donne un léger coup de fouet à l'attention trouve ici de nouveaux arguments.

Source : Health and Food

