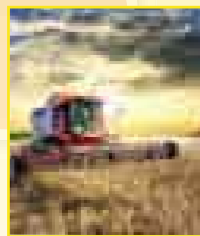


Economie :

Les fruits et légumes : un enjeu méditerranéen

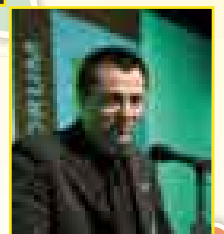


Dossier :
Le **Marché** des
Agro-Equipements

CHAKIB BEN EL KHADIR
Président de l'AMIMA,
Administrateur Directeur Général
de STOKVIS Nord Afrique



Invité :
SAMIR TAZI
Commissaire Général du SIFEL Maroc
et Membre de l'ASPEM



Solutions de tri optique pour graines, fruits et légumes secs du leader mondial. Le SORTEX Z+ haute résolution s'avère être le trieur le plus efficace pour tous les types de grains et légumes parmi lesquels le blé, l'avoine, le seigle, l'orge, le maïs et une grande diversité de lentilles et fèves. La qualité de son système d'inspection par caméra combinée à la fonctionnalité de reconnaissance de formes PROfile offre des performances exceptionnelles en matière de détection et d'élimination de toute sorte de défauts de couleur et de contaminants y compris les mycotoxines (ergot et fusarium), produits non mûrs, produits mal épluchés/décortiqués, boulettes de boue, brindilles et pierres.

www.buhlersortex.com



SORTEX Z+

Efficacité accrue, rendement maximum pour une rentabilité élevée

Réduit le nombre d'équipements nécessaires pour plus d'efficacité

Convertit des matières de qualité moyenne en produits de grande qualité

Flexibilité de réponse aux exigences spécifiques des clients

Interface utilisateur simple, facile à configurer et à utiliser

Plus de 20 000 installations SORTEX dans 140 pays

Obtenez le plus élevé et service après-vente SORTEX Total Care

Aliments sûrs. Aliments sains.

BUHLER

SOMMAIRE

ECONOMIE : LES FRUITS ET LÉGUMES EN MÉDITERRANÉE

- 5. Les Fruits et Légumes en France : un marché en pleine mutation
- 9. Les Fruits et Légumes en Algérie : une dégradation continue du rapport qualité / prix
- 11. L'Association des Producteurs Algériens de Boissons - APAB
- 15. Les Fruits et Légumes en Tunisie : une quasi autosuffisance

L'INVITÉ DU MOIS

- 17. Interview de M. SAMIR TAZI - Commissaire Général du SIFEL Maroc et Membre de l'ASPEM (Association des Producteurs et Exportateurs Maraîchers)

DOSSIER DU MOIS : LE MARCHÉ DES AGRO-ÉQUIPEMENTS

- 19. Le Marché des Agro-Equipements : après une année 2008 en forte progression, un retour à la normale est attendu en 2009
- 28. Interview de M. CHAKIB BEN EL KHADIR - Président de l'AMIMA, Administrateur Directeur Général de STOKVIS Nord Afrique

QUIZ

- 30. FRIAG SARL ALGERIE

NEWS ENTREPRISES

- 31. Algérie - L'Onilev est désormais une réalité
- 32. Maroc - Lesieur investit la filière oléicole
- 33. Tunisie - Nestlé GRAIN D'OR révolutionne le marché des céréales en Tunisie
- 34. France - ProNatura s'installe à Rungis

FORMATION

- 35. Connaître les fruits et légumes : maîtrise du produit et de la qualité
- 36. Responsable de la qualité dans les filières fruits et légumes - Licence professionnelle

OU SE RENCONTRENT-ILS ?

- 37. SITEVI 2009 : initiatives, innovations et faits marquants
- 40. SIFEL MAROC : carrefour méditerranéen de la filière des fruits & légumes
- 41. FRUIT LOGISTICA 2010 : le Mexique invité d'honneur
- 43. « SIAFIL-FILAHA » : Salon International de l'Agriculture Productions et Technologies Végétales

TRANSACTION

- 44. Algérie - De nouvelles mesures d'importation controversées
- 45. Algérie / France - Exportations : plus de 40 PME vont bénéficier d'un programme d'accompagnement
- Tunisie - Le CEPEX annonce la gratuité de l'accès aux outils d'analyse des marchés en ligne
- 46. Turquie - Un Traité de libre échange avec le Chili

INNOVATION

- 47. Les légumes se font raffinés pour les fêtes de fin d'année avec « Les Purées Festives »
- 48. Nature Addicts : le snack fruits des devants de caisse
- Brindélices lance sa propre marque et innove sur le marché des soupes

BIEN-ÊTRE

- 49. Le procédé Hot Filling : Meilleur pour la santé ?
- 50. Promouvoir les fruits et les légumes auprès des jeunes

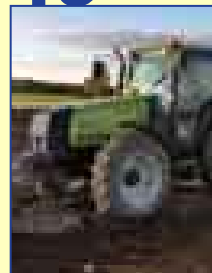
5



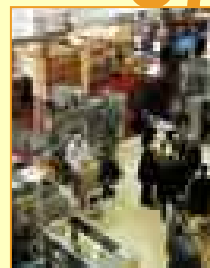
17



19



37



Siège social :

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

Editeur :

TNS Communication

Directeur de la publication :

Elias Cherif

Coordination internationale :

Emmanuel Cau

Information-Promotion :

Emmanuel Cau

Information-Rédaction :

E. Cau, Y. Cuenot, Farah B, E. Anguy

Montage-Maquette :

Yohann Cuenot

Agroligne Europe :

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

Agroligne Algérie :

Contact : Farah B
Lotissement H N°22 La Madrague
Tél. : +213. 21 30 17 23/42
Fax : +213. 21 30 15 90
Cel. : +213. 770 43 18 07
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Maroc :

Contact : E. Anguy, I. Zoubir
Km 110, Boulevard Chefchaouni
Lotissement ZAKIA Immeuble Zakia
Ain - Sebaa - Casablanca
Tél. : 00 212 22 66 13 11
Fax : 00 212 22 66 12 73
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Tunisie :

Contact : Tarek Mamy
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Canada :

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

Abonnement-Promotion-Publicité :

Tarif abonnement : France 74 euros HT,
(comprenant 6 numéros + prestations
annexes)

ISSN : 0249 - 020 X
Dépot légal : à parution
Commission paritaire n° 0212T79437

Editorial

Les Fruits et Légumes : un enjeu méditerranéen

La consommation des fruits et légumes ne cesse d'augmenter dans le monde entier et pourtant la part de production des pays de l'ensemble du Bassin méditerranéen n'a cessé de diminuer ces 30 dernières années. Pour faire face à la compétition mondiale, les producteurs des pays riverains de la Méditerranée doivent s'associer. Ensemble ils seront d'autant plus forts qu'ils couvriront un grand nombre de production de fruits et légumes.

La complémentarité climatique, agronomique et des variétés entre le nord et le sud de la Méditerranée constituent en effet, un atout stratégique dans la compétition mondiale. Unis les pays du Nord et du Sud de la Méditerranée peuvent livrer des productions de fruits et légumes sur tous les pays, toute l'année et de toutes les variétés. Mais pour y arriver, une étroite concertation entre les organisations professionnelles du Nord et du Sud de la Méditerranée semble plus que nécessaire. D'autre part, les agriculteurs doivent faire le choix de la durabilité, du développement durable et de la traçabilité des productions.

Elias CHERIF

Les Fruits et Légumes en France : un marché en pleine mutation

Sources : COI - INRA - FranceAgrimer - Ministère de l'Agriculture - Ubifrance

..... Les filières fruits et légumes représentent une part importante de l'activité agricole française qui s'est développée et organisée au cours de ces 40 dernières années. La structuration s'est faite autour des principaux acteurs mettant en jeu la production et son environnement (les agro-équipements et les agro-fouritures notamment), puis autour de ceux impliqués dans la mise en marché, la transformation, la distribution et la consommation.

Aujourd'hui, les consommateurs ont des exigences de plus en plus fortes, tant au plan de la qualité des fruits et légumes que celui de leur production dans une démarche éco-citoyenne.

..... **Les éléments du marché : anticiper et s'adapter à la mutation**

Une production concentrée dans le bassin méditerranéen

La production en Europe atteint près de 112 millions de tonnes soit 57 millions de tonnes de fruits et 55 millions de tonnes de légumes.

L'Italie, l'Espagne et la France sont les principaux pays producteurs de fruits et légumes :

- l'Italie trône à la 1ère place avec 29% des volumes, soit 33 millions de tonnes dont 18 millions de tonnes en fruits.
- l'Espagne produit 27 millions de tonnes sur 1,67 millions d'hectares avec environ 950 coopératives actives.
- La France est le 3ème producteur européen avec 3,15 millions de tonnes de fruits sur 17 160 exploitations et 6,5 tonnes de légumes sur 33 400 exploitations, ce qui représente un chiffre d'affaires de 7,3 milliards d'euros en 2006.

Pour ce qui est des légumes, la production française est très diversifiée avec 50 espèces dont 15 principales concentrées dans 4 zones de production : Bassin Rhône Méditerranée, Bretagne Val de Loire, Nord-Pas-de-Calais et Aquitaine. Elle fait appel à différents types de

L'Italie, l'Espagne et la France sont les principaux pays producteurs de fruits et légumes



production : maraîchage de plein air, serres et abris, cultures industrielles de plein champ, agriculture biologique.

La production fruitière en France suit une évolution comparable à celles des légumes. Une quinzaine d'espèces sont produites dont 8 principales. Si la superficie totale et le nombre d'exploitations sont en baisse régulière, ces baisses ont été jusqu'à présent compensées par l'augmentation de la productivité. On peut noter une concentration géographique des zones de productions sur 3 bassins : Val de Loire, Bassin Grand Sud Ouest et Bassin Rhône Méditerranée.

Une croissance de l'agriculture biologique

Depuis 1995, la production en agriculture biologique de fruits et légumes ne cesse d'augmenter en France. Entre 1995 et 2005, la production française de fruits a augmenté de 157% et celle de légumes à augmenté de 138%.

Le nombre des exploitations consacrées à l'agriculture biologique est en hausse de 15%, soit 15 200 sur le territoire français et de plus en plus de surfaces agricoles françaises se convertissent au bio, jusqu'à représenter aujourd'hui 63 000 hectares. L'objectif d'ici à 2012 est de tripler les terres dédiées à l'agriculture biologique. Cependant, le processus de conversion peut durer 2 à 3 ans, selon l'usage antérieur des terres. Des aides nationales et européennes de 58 millions d'euros sont prévus pour les agriculteurs qui choisissent de se convertir à l'agriculture biologique. Le Grenelle de l'Environnement prévoit que d'ici 2012, 6% des terres agricoles soient consacrées au bio.

Consommation de fruits et légumes frais en baisse en France



bruts, de perte de la culture culinaire par les jeunes générations, la perte des savoir faire en matière de choix et de conservation des produits y contribuent également.



La France exporte plus de 4 millions de tonnes de fruits et légumes chaque année soit une valeur globale de 2,56 milliards d'euros en 2008.

L'Europe : 1ère destination des importations et des exportations françaises

La France exporte plus de 4 millions de tonnes de fruits et légumes chaque année soit une valeur globale de 2,56 milliards d'euros en 2008. L'Union Européenne est d'ailleurs la 1ère destination des exportations de fruits et légumes. Elle représente 88% des exportations françaises en volume et 87% en valeur. A l'inverse, la France importe plus de 5 millions de tonnes de fruits et légumes par an, soit pour une valeur globale de 4,55 milliards d'euros en 2008. L'Espagne est son principal fournisseur.

Les tendances de consommation des ménages sont défavorables aux produits frais en général et aux fruits et légumes en particulier malgré le soutien des recommandations du Programme National Nutrition Santé. Les produits transformés et plus particulièrement les légumes surgelés et les jus de fruits, sont mieux positionnés. La cherté des fruits et légumes frais mise en avant par les médias ne peut résumer tous les freins à leur achat. Les problématiques d'image des produits



Paroles d'experts du monde des fruits et légumes



**André Barlier, Directeur
« Marchés, Etudes et
Prospective » de
FranceAgriMer**

« Destinées à la consommation en frais ou à la transformation par l'industrie, les filières fruits et légumes sont en constante évolution. Nouvelles variétés, adaptation aux règles de la protection phytosanitaire, modes de production innovants, tout est mis en œuvre pour satisfaire une demande mouvante. Soutenue par la généralisation de la prise de conscience de son apport bénéfique pour la santé, la consommation des fruits et légumes doit affronter les modifications des mœurs alimentaires : simplification du repas vers un « plat unique », diminution du temps consacré à la préparation et aux courses alimentaires, etc... Les filières françaises évoluent dans un contexte concurrentiel essentiellement européen auquel il faut ajouter, pour quelques produits, le Maroc, la Turquie et des pays de l'hémisphère sud pour la pomme et la poire. La concurrence est rude mais la filière française ne manque pas d'atouts tant humains que techniques. FranceAgriMer s'est engagé dans la mise au point et le suivi d'une veille concurrentielle internationale afin de comprendre et de comparer les forces et faiblesses des pays producteurs des principaux fruits et des principaux légumes. »

..... **Le développement durable : une thématique incontournable**

Depuis quelques années déjà, de plus en plus d'exploitants travaillent à limiter l'impact de leurs procédés de production sur l'environnement pour permettre de valoriser les produits auprès des consommateurs.

Ces évolutions sont encouragées, en particulier par les mesures du deuxième pilier de la PAC (qui s'inscrivent dans le cadre plus global du plan de développement rural national en France - PDRN) incitant au maintien de pratiques favorables ou, le cas échéant, au changement de pratiques. Ainsi, les exploitants agricoles mettent notamment en place :



- Le raisonnement des intrants et des rotations
- La limitation des transferts
- La gestion extensive des prairies
- L'agrotourisme pour une valorisation du terroir et du paysage
- L'étiquetage du bilan carbone sur les produits

Pour compléter ces démarches environnementales volontaires et leur effets encore limités, l'Etat français a fixé avec le projet de loi du Grenelle de l'Environnement des démarches obligatoires. Ce projet de loi appelé « Grenelle 1 » fixe les grandes orientations environnementales de la France en matière de transports, d'énergie et d'habitat. Il a été définitivement adopté par le Parlement, le 23 juillet 2009 après vote du Sénat.

- Plan Eco Phyto 2018.
- La mise en place des certifications environnementales des exploitations.
- Le développement de l'agriculture biologique.

De plus, le plan énergétique des exploitations, instauré début 2009, vise à atteindre un taux de 30 % d'exploitations agricoles à faible dépendance énergétique d'ici 2013.

Le programme «Terres 2020» fixe les objectifs du Ministère de l'Agriculture pour promouvoir un nouveau modèle agricole français d'agriculture destiné à être à la fois écologiquement durable et efficacement productif.

- De nouveaux matériels, équipements et services sont à disposition des professionnels pour développer une exploitation verte.
- des outils pour réaliser le bilan carbone des exploitations.
 - Des dispositifs de gestion de l'eau
 - De nouveaux procédés qui permettent de traiter leurs eaux usées de rinçage, pour les valoriser en épandage ou en compost.



- Des systèmes d'isolation et de régulation thermique des caves.
- Les énergies renouvelables.
- Des véhicules, tracteurs plus performants et plus écologiques.

Les nouvelles technologies, comme le GPS, l'imagerie satellitaire ou les capteurs embarqués voient le jour dans les exploitations et forment les principaux outils d'une agriculture de précision. Elle permet aux exploitants d'optimiser leurs déplacements, l'irrigation de leurs terres et leurs amendements.

Un travail de longue haleine est en cours pour apporter aux professionnels des outils, procédés et services qui leur donneront la possibilité de développer une agriculture durable. De nombreux organismes comme l'INRA, le CEMAGREF, l'IFV, le CTIFL... travaillent sur des sujets d'avenir comme :

- Une nouvelle gestion des sols.
- La protection des vignobles pour des pulvérisations de produits plus précises et donc moins importantes.
- La création de molécules qui permettraient aux plantes de résister seules sans produits phytosanitaires.

Dynamisme des filières fruits, légumes et viticulture en faveur du développement durable

Tous les agriculteurs, viticulteurs et exploitants arboricoles sont aujourd'hui confrontés à la nécessité de revenir à des pratiques plus saines, plus proches de la plante, moins productivistes, avec moins d'engrais, moins d'herbicides et de pesticides.

Agriculture biologique ou raisonnée, gestion des déchets, plan d'économie des ressources en eau et en énergie, diminution du poids des emballages, bilan carbone, etc... sont quelques exemples des actions déjà mises en place par un nombre de plus en plus importants d'exploitants.

Tous les agriculteurs, viticulteurs et exploitants arboricoles sont aujourd'hui confrontés à la nécessité de revenir à des pratiques plus saines...

Par ailleurs, des techniques d'agriculture durable inspirées de la biodynamie sont diffusées. L'idée est de dynamiser la plante en l'aidant à résister par elle-même aux agressions extérieures (maladies, insectes et produits épandus dans le voisinage) à l'aide de produits naturels utilisés à des doses homéopathiques tels que l'ortie, la prêle. Certains grands crus de Bordeaux utilisent ce procédé mais elle est surtout pratiquée dans la plupart des autres vignobles comme le Jurançon, la Bourgogne et la Loire.

Innovation dans le secteur du machinisme agricole en faveur d'une agriculture plus respectueuse de l'environnement

Le machinisme agricole est une industrie très innovante, donc de plus en plus coûteuse en matière de recherche. Les avancées technologiques visent évidemment, à améliorer l'efficacité de ces matériels. L'agriculture de précision est l'enjeu numéro un chez les constructeurs.

La période actuelle exige de préserver l'environnement, en dosant au plus juste les engrais, pesticides et semences, au bon moment et au bon endroit, grâce à des moyens techniques très sophistiqués (logiciels, satellites) et une maîtrise des coûts de production. Les professionnels doivent donc s'adapter pour

maîtriser de nouveaux métiers (électronique, automatique embarquée, ergonomie).

Parole d'expert sur le développement durable



Jean-Pierre Van Ruyskenvelde,
directeur général
de l'Institut Français
de la Vigne et du Vin

« Le développement durable constitue désormais un enjeu de société qui s'impose à tous et bien entendu aux producteurs agricoles. Il est en train de devenir un élément significatif pour la valorisation des produits. Ce contexte oriente forcément l'ensemble des innovations techniques : de nouveaux matériels, outils d'aide à la décision, équipements et services sont à la disposition des professionnels pour développer durablement leurs exploitations. Il existe, par exemple, aujourd'hui, des systèmes d'isolation et de régulation thermique des caves, des dispositifs de gestion de l'eau, des tracteurs plus performants énergétiquement et donc plus écologiques. Enfin, un outil bilan carbone permet de quantifier l'impact d'une exploitation sur l'effet de serre et d'en tirer un diagnostic afin d'améliorer les performances de la filière face aux enjeux climatiques. »

Les Fruits et Légumes en Algérie : une **dégradation continue** du rapport qualité / prix

..... Malgré une évolution appréciable de la production induite à la fois par l'accroissement des superficies et des rendements, l'Algérie est loin d'être autosuffisante en matière de fruits et légumes. L'Algérie a été contrainte d'importer (en 2007) 5,3 millions de qx pour une valeur de 263 millions USD.

D' autre part, si la qualité de l'ensemble des fruits et légumes algériens n'a pas sensiblement changé au cours de la période 1996 - 2007, en revanche les indices de prix ont connu une tendance à la hausse pour les fruits frais (plus de 200 %) et pour les légumes frais (près de 150 %). Une dégradation continue du rapport qualité-prix caractérise donc la filière !



.....**Production fruitière**

La production fruitière en Algérie a connu ces dernières années une dynamique d'extension des superficies (augmentation de l'ordre de 53 % entre les campagnes 1996 et 2006), de sorte que celle occupée par l'arboriculture en 2006 est de 480 000 ha soit 8,95 % de la superficie agricole utile.

L'évolution quantitative de la production (entre 1996 et 2006) des fruits à noyaux et pépins, figues, agrumes, dattes et vignoble est respectivement de 163 %, 61 %, 104 %, 36 % et 103 %. L'évolution moyenne de l'ensemble des fruits est de 100 %.

L'évolution annuelle des rendements (entre 1996 et 2006) des fruits à noyaux et pépins, figues, agrumes, dattes et vignoble est respectivement de 46,7 %, 20,6 %, 72,6 %, -14,5 % et -8,2 %.

L'évolution des rendements durant cette même période de l'ensemble des fruits est de 35,6 % (passage de 43 q/ha à 58 q/ha).

Production légumière

En 2006, la superficie totale consacrée aux légumes est de 337.807 ha. Celle occupée par la pomme de terre est de 98 825 ha soit 29 % du total.

La production moyenne des légumes (entre 1996 et 2006) est de 35,72 millions de quintaux, avec 14,38 millions de quintaux pour la pomme de terre soit 40 % de l'ensemble de la production.

Le rendement de la pomme de terre (durant la même période) est passé de 134,6 q/ha à 220,7 q/ha et celui des légumes (en général) est passé de 107,24 q/ha à 158,07 q/ha.

Importation de fruits

Les importations de fruits en valeur sont passées de 12,03 millions USD en 1996 à 105,41 millions USD en 2007 et en quantité de 9.000 qx à 2 656 000 qx. Durant la même période, la banane représente presque les 3/4 de l'ensemble des



importations c'est-à-dire une valeur moyenne de 37 millions USD/an sur un ensemble de 52 millions USD/an.

..... Importation de légumes

Les importations de légumes en valeur sont passées de 64,8 millions USD en 1996 à 158,4 millions USD en 2007 et en quantité de 2,1 millions de qx à 2,7 millions de qx.

On notera que les importations en valeur de pommes de terre sont passées de 1,5 million USD à 46,4 millions USD et que les importations de pommes de terre de semence sont passées de 20,7 millions USD à 64,3 millions USD durant la même période.

..... Prix de gros des fruits et légumes

Une analyse très succincte de l'évolution des prix de gros des fruits et légumes (sur la période 1996 - 2007) à travers des indices de prix et de leur évolution donne les résultats suivants : De 2006 à 2007, les fruits frais, les légumes frais et la pomme de terre ont connu respectivement une hausse de 15 %, 7,05 % et 41,4%.

Cette variation annuelle confirme la tendance lourde haussière des prix de la filière traduite par les indices de prix suivants pour l'année 2007 (l'année de référence étant 1996) :

201,4 % pour les fruits frais, 147,1 % pour les légumes frais et 203 % pour la pomme de terre.

Contrôle de la qualité des fruits..... et légumes

A l'heure de la production de masse et de l'ouverture du marché algérien, les clés de la réussite sont dans la maîtrise de la qualité. Maîtriser la qualité des fruits et légumes, c'est savoir la mesurer et l'exprimer à l'aide d'indices fiables et reconnus (taux de chlorophylle, valeur gustative et potentiel de conservation) en vue d'une approche commerciale basée sur le délai de vente et donc du circuit de distribution préférentiel.

A l'heure de la production de masse et de l'ouverture du marché algérien, les clés de la réussite sont dans la maîtrise de la qualité.

Pour les fruits, il s'agira d'effectuer des analyses multicritères relatives au poids (calibre moyen), à la fermeté (mesure de la force maximale de pénétration), à la teneur en sucre (degré Brix), à l'acidité (malique et critique), à la jutosité (jus/matière sèche) et à la discrimination (creux et vitrescents pour les melons).

Pour les légumes, il s'agira plutôt de détecter les défauts chromatiques et morphologiques, et de supprimer les corps étrangers (foreign material) et les matières végétales étrangères (extraneous vegetable matter).

Source : Le quotidien d'Oran



L'Association des Producteurs Algériens de Boissons - APAB

..... L'Association des Producteurs Algériens de Boissons – APAB est une association professionnelle, née en automne 2003. L'APAB s'adresse à l'ensemble des entreprises de droit algérien, publiques ou privées, versées dans la production de boissons.

La filière Boissons est scindée en quatre sous-filières :

- Les eaux minérales et eaux de source.
- Les jus de fruits, nectars de fruits et eaux fruitées.
- Les boissons gazeuses.
- Les boissons alcoolisées (bières et vins).

Dans un contexte économique effervescent, marqué par les changements induits par la mondialisation, l'APAB a pour mission originelle, vis-à-vis des autorités publiques, d'instaurer un cadre de réflexion, de dialogue et de proposition au profit de la promotion et de la prospérité des entreprises de sa filière.

..... Les objectifs de l'APAB :

Les membres de l'APAB s'attellent à :

- Promouvoir, préserver et défendre les intérêts de la profession.
- Actions de lobbying auprès des institutions nationales et internationales.
- Représenter la filière de la boisson auprès des pouvoirs publics ainsi qu'auprès des organisations et associations professionnelles nationales et internationales.
- Agir pour le développement et la promotion des statuts de l'entreprise citoyenne.
- Vulgariser la culture et les règles déontologiques de la profession.
- Contribuer à la normalisation des méthodes et processus de l'industrie des boissons.



- Surveiller et sensibiliser les autorités compétentes au phénomène de la contrefaçon.
- Développer un courant d'échange d'informations et de concertation avec les organismes professionnels nationaux et internationaux.
- Œuvrer à la mise en place d'une assistance technique dans le domaine de la recherche et de l'amélioration de la qualité et du packaging des boissons.

.....Le réseau des membres :

Selon une étude réalisée en 2005 par des experts de l'Euro Développement des PME/PMI – EDPME, le nombre des entreprises versées dans la production de boissons, recensées par le CNRC, est de 1400 unités.

Ce chiffre est largement contesté du fait que les fichiers du CNRC ne sont pas actualisés d'une manière régulière. Ainsi, le chiffre consensuel avoisinerait plutôt les 700 unités.

Aussi, il est à signaler, qu'à l'instar des réalités mondiales, la filière des boissons en Algérie est marquée par une forte concentration des parts de marché, qui sont de fait, inégalement réparties entre les différents acteurs.

Ainsi, le réseau des adhérents à l'APAB est peut-être faible en nombre, puisqu'il ne représente qu'une vingtaine des opérateurs existants mais il est fort en représentativité « marché », puisqu'il accapare, à lui seul, entre 75 et 80% des parts de marché.

Nous y retrouvons les fleurons de l'industrie des boissons, à savoir :

HAMOUD BOUALEM – NCA Rouiba – FRUITAL – PEPSI – IFRI – GUEDILA – EL GOLEA – VITAJUS – Groupe CASTEL Algérie – Groupe MAMI – TCHIN LAIT - DANONE Tessala Boissons – NESTLE WATERS – TANGO – CEVITAL - International Drinking Company – TOUDJA – Les Vignobles de l'Oranie – Eau Saida – Eau Djemila.

Tous ces membres, concurrents directs sur le marché, savent se montrer solidaires au sein de l'APAB, lorsqu'il s'agit d'intérêts communs.

.....Quelques actions menées par l'APAB :

- La création de l'APAB.
- La mise en place d'une équipe permanente de salariés.
- La mobilisation des principaux acteurs de la filière.
- La création d'un site web dédié aux membres.
- La mise en place d'une revue de presse régulière.
- La mise en place de conventions préférentielles (hôtels et assurances pour le moment).



...la filière des boissons en Algérie est marquée par une forte concentration des parts de marché, qui sont de fait, inégalement réparties entre les différents acteurs.

- Le rapprochement et la consolidation des relations avec les administrations publiques et institutionnelles.
- Le rapprochement et la consolidation des relations avec les organes de coopération internationale.
- L'accompagnement par l'organisme allemand GTZ dans la mise en place d'une organisation, au sein de l'APAB, qui soit en phase avec les attentes de ses membres.
- La levée de la discrimination

tarifaire, liée à la taxation de l'eau industrielle, dont ont fait l'objet les producteurs de boissons.

- La normalisation du tarif douanier lié aux concentrés de fruits.
- Collaboration à la préparation des textes d'application de la nouvelle réglementation relative à l'eau embouteillée.
- Campagne nationale de communication sur la motivation d'une augmentation du prix des boissons.
- La réalisation, avec les experts d'EDPME, d'une étude sur la filière des « boissons ».
- La réalisation, par un cabinet juridique, d'une étude et analyse de la législation régissant les activités de production, vente en gros et vente au détail des boissons alcoolisées.
- L'élaboration, avec les experts d'EDPME, d'une analyse de la pression fiscale de la sous-filière des « eaux embouteillées ».
- L'élaboration, avec des experts d'EDPME, d'une analyse de la pression fiscale des sous-filières « boissons gazeuses et bières ».

- Intense lobbying auprès du Ministère du Commerce pour la révision du tarif douanier des intrants et particulièrement le sucre.
- Intense lobbying auprès des Ministères des Finances et du Commerce pour une baisse de la pression fiscale des entreprises.
- Intense lobbying auprès des Ministères des Finances et des Ressources en Eau pour une homogénéisation de la taxation imposée à la sous-filière « eaux embouteillées ».
- Organisation de conférences de presse autour des problématiques de la filière.
- Participation à des événements économiques (salons, rencontres, conférences, ...).
- Participation à des groupes de travail ministériels et interministériels.

.....Présentation de la filière Boissons :

La filière des boissons est définie par les spécialistes comme celle qui fournit des produits alimentaires d'accompagnement.

La libéralisation de l'économie algérienne a vu l'envolée de l'initiative privée dans le secteur agroalimentaire, et plus particulièrement, dans la filière boissons.

Aujourd'hui, à l'exception notable de la sous-filière Vins, qui constitue encore un monopole public, la tendance pour les autres sous-filières est à la libéralisation et à la diversification.

Faute d'un système d'information fiable, nous nous sommes basés sur les résultats de l'étude, citée ci-dessus, portant sur la filière boissons et réalisée dans le cadre du programme MEDA, au profit de notre association.

Emplois du secteur :

Le secteur, toutes sous-filières confondues, employait, à fin 2003, près de 14000 personnes.

A fin 2008, l'effectif de la filière est estimé à près de 19000 personnes, réparties comme suit :

- Les eaux minérales et eaux de source : 29%
- Les jus de fruits, nectars de fruits et eaux fruitées : 10%
- Les boissons gazeuses : 30%
- Les boissons alcoolisées (bières et vins) : 31%

Il est à noter que la pyramide des âges est équilibrée au sein de la filière puisque 47% de l'effectif se situe dans la tranche 25/35 ans et 34% dans celle des 35/50 ans.

Production :

La production de filière a été estimée, à fin 2003, à près de 13 millions d'hectolitres.

Avec un taux de croissance annuel de 7%, la production estimée à fin 2008 est de près de 20 millions d'hectolitres.

Elle est répartie, par sous-filières, comme suit :

- Eaux minérales et eaux de source : 41%
- Jus de fruits, nectars de fruits et eaux fruitées : 6%
- Boissons gazeuses : 41%
- Boissons alcoolisées (bières et vins) : 12%

Chiffre d'affaires :

Celui-ci était estimé à près de 35 milliards de DA à fin 2004. Il est de 45 milliards de DA à fin 2008, soit une croissance annuelle de près de 7%.

Il est réparti comme suit :

- Eaux minérales et eaux de source : 17%
- Jus de fruits, nectars de fruits et eaux fruitées : 12%
- Boissons gazeuses : 32%
- Boissons alcoolisées (bières et vins) : 39%

Consommation :

La consommation est évaluée, à fin 2003, à 40,5 litres/habitant/an. Sa configuration par sous-filières est la suivante :

- Eaux minérales et eaux de source : 16,5 li/h/an
- Jus de fruits, nectars de fruits et eaux fruitées : 2,4 li/h/an
- Boissons gazeuses : 16,6 li/h/an
- Boissons alcoolisées (bières et vins) : 5 li/h/an

Constats des experts :

Sur la base du rapport élaboré par leurs soins, les experts sont arrivés aux conclusions suivantes :

- La filière boissons présente un gisement important.
- La consommation de la filière est en croissance continue.
- La filière jouit de réelles facultés à l'exportation.



LE FUTUR C'EST AUJOURD'HUI



Série VANGUARD

L'évolution de l'espèce



Scotch a spirale in lega - 100% acciaio inossidabile

Unificatori di velocità a trasmissione fluida

Novel piedistallo quadrilatero studiato per essere
completamente in acciaio 301 SS

Le futur de l'extraction de l'huile d'olive a commencé. Grâce aux nouveaux extracteurs centrifuges de la série VANGUARD qui garantissent une capacité de production élevée allée à un meilleur rendement d'huile. La série VANGUARD offre des performances supérieures, une économie de fonctionnement sans précédent, et un prix hautement compétitif.

GRUPPO

PIERALISI

Via Don Battistoni, 1 - 60035 JESI (AN) - Italy

Tel. +39-0731-231.1 - www.pieralisi.com - info@pieralisi.com

Les Fruits et Légumes en Tunisie : une quasi autosuffisance

..... La production tunisienne de fruits et légumes demeure fortement soumise aux aléas climatiques d'autant que seulement 8 % des terres cultivées sont irriguées. La production est surtout destinée à la consommation interne, à l'exception des olives, dattes qui constituent les principaux produits d'exportation de la Tunisie. Les quelques importations tunisiennes sont destinées à couvrir d'éventuelles insuffisances de la production nationale comme les oignons ou l'absence de cultures comme celles des bananes.



Des olives à l'huile : la Tunisie occupe la deuxième place mondiale en superficie après l'Espagne avec 1,6 million d'ha soit près de 19 % des superficies mondiales consacrées à l'olivier. La production d'olives a atteint une moyenne annuelle de 850 000 tonnes, et celle de l'huile d'olive 165 000 tonnes, ce qui représente près de 47 % des exportations agroalimentaires et 5,5 % des exportations totales du pays.

Les agrumes : la production annuelle moyenne atteint 240 000 tonnes, dont environ 120 000 tonnes d'oranges marseillaises. Les exportations d'oranges marseillaises constituent plus de 99 % des exportations d'agrumes et sont orientées essentiellement vers l'Europe.

Les dattes : la superficie plantée en palmiers dattiers couvre actuellement 40 000 ha, dont 16 000 ha en oasis traditionnelles. La production atteint en moyenne annuelle 145 000 tonnes dont 70 000 tonnes sont destinées à l'exportation.

Les abricots : la région de Kairouan occupe la première place dans la production d'abricots avec une moyenne de 40 % de la production nationale. Le reste est réparti entre les régions de Gabès, Gafsa, Béja et Kasserine. Les abricots tunisiens sont mis sur le marché à partir de fin avril et l'essentiel des exportations est réalisé entre mai et juin.

.....La production fruitière

Le verger fruitier occupe plus de 2 000 000 ha des terres agricoles en Tunisie, les cultures fruitières les plus importantes sont situées dans le centre. L'olivier est cultivé dans tout le pays, le raisin et les agrumes principalement au nord, et les amandes, les dattes et les figues dans la moitié sud.

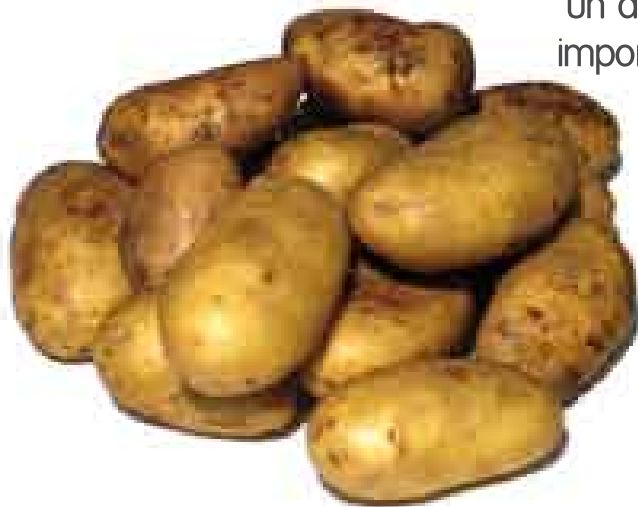


Les grenades : elles sont produites entre septembre et décembre avec une grande diversité variétale. On dénombre plus de 15 variétés qui sont aussi savoureuses les unes que les autres avec un taux de sucre moyen de 150 g/l et un pourcentage de jus compris entre 75 et 80 %. La région de Gabès au Sud produit environ 25 % de la production nationale (65 mille tonnes).

Les pêches : avec une superficie de 25 500 ha, la production de pêche a augmenté de 10 % en 2008 atteignant ainsi 105 000 tonnes. La production de la pêche a enregistré une évolution et ce, grâce à l'introduction de nouvelles variétés précoces et tardives (plates de chine et autres).

.....La production maraîchère

Les tomates : la Tunisie produit en moyenne 770 000 tonnes par an. Les objectifs de l'Etat fixent la production à 850 000 tonnes en 2009, dont 590 000 tonnes destinées à la transformation, notamment en concentré. Cet accroissement de la production suppose une progression du rendement, grâce à l'amélioration des techniques agricoles et de la protection phytosanitaire.



Les pommes de terre : la production se situe en moyenne aux environs de 305 000 tonnes par an. Cette production provient essentiellement du Nord de la Tunisie, notamment de la région du Cap Bon. Les exportations annuelles moyennes de pommes de terre sont de 2050 Tonnes et se font principalement entre janvier et février.

La Tunisie bénéficie d'un accès privilégié au marché européen pour un contingent de 16 800 tonnes de pommes de terre en exonération totale des droits de douanes. L'écart offre des opportunités appréciables pour le développement d'une production pouvant satisfaire les attentes du marché européen.

Les artichauts : la production tunisienne d'artichauts est estimée 19 000 tonnes sur une superficie de 2 250 ha. La spécificité du produit tunisien constitue une opportunité pour une amélioration de rendements.



L'agriculture biologique a connu durant les cinq dernières années un développement important en Tunisie.

L'agriculture biologique

L'agriculture biologique a connu durant les cinq dernières années un développement important en Tunisie. Les régions agricoles tunisiennes sont très propices à la prospérité de ce secteur.

L'agriculture biologique couvre une superficie de 285 000 hectares. Les produits concernés sont essentiellement l'huile d'olive, l'huile de jojoba, les amandes, les dattes, la pomme de terre, l'artichaut, l'aubergine et les produits dérivés des plantes aromatiques et médicinales.



INTERVIEW DE M. SAMIR TAZI

Commissaire Général du **SIFEL**

Maroc et Membre actif de l'**ASPEM**

(Association des Producteurs et Exportateurs Maraîchers)

« Le marché des fruits et légumes au Maroc se porte bien. La demande sur les produits de saison a été soutenue et les cours ont été favorables pour les producteurs. Il y a lieu de constater que cette demande a été encouragée par une forte affluence touristique sur toutes les côtes du Maroc cet été et par un mois de ramadan en pleine période estivale. Par contre les produits de contre saison qui sont ceux destinés à quarante cinq pour cent à l'exportation ont connu une campagne correcte, voire moyenne. ».

Agroligne : Concernant la production des fruits et légumes, peut-on parler d'une pénurie ou d'une abondance des cultures, en comparaison à l'année 2008 ?

M. Samir TAZI : Alors encore une fois, pour les produits de saison qui sont destinés essentiellement au marché interne nous avons connu un petit déséquilibre entre l'offre et la demande. L'offre a été plus faible que la demande pour les raisons déjà citées ci-dessus. Mais il n'y a pas eu de pénurie. Il y avait une certaine fluidité sur tout les marchés du royaume. Pour les produits de contre saison, la demande sur certain marchés traditionnels a été plutôt lourde pendant près de deux mois, mais il fallait honorer nos engagements avec nos partenaires donc le flux d'exportation a continué mais avec des exportations à la carte. De la même manière, nous avons eu un mois et demi où la demande était très forte. Ceci nous a permis d'économiser une partie de nos contingents à droits d'entrée nul et exporter sous le régime OMC. Quand à la fin de campagne d'exportation, il faut noter qu'il y avait un bon équilibre entre l'offre et la demande sur nos produits, donc des prix moyens.



Agroligne : Quel est l'état des exportations marocaines de fruits et légumes ?

M. Samir TAZI : Le Maroc dispose de 3500 kilomètres de littoral et cette situation ne peut que le prédisposer à être un pays exportateur. En ce qui concerne notre secteur, nos producteurs (quelque soit leur nationalité) se sont inscrits dans une démarche qualité très draconienne de telle sorte

qu'ils puissent pénétrer tous les marchés. Ceci leur a permis d'améliorer leur productivité et par conséquent le volume de production et d'exportation. La preuve en est que nous sommes passés de près de deux cent mille tonnes au cours des années quatre vingt dix à plus de sept cent cinquante mille aujourd'hui.

Agroligne : La production marocaine des fruits et légumes sert-elle uniquement à l'exportation ? Sinon quelle est la part des exportations et celle qui est consommée localement ?

M. Samir TAZI : Le Maroc produit plus de sept millions de tonnes de fruits et légumes par an y compris les agrumes. Nous exportons près d'un million et demi de tonnes agrumes inclus. Donc vous constaterez que la vocation d'exportation existe mais nous ne sommes pas que des exportateurs, nous sommes également des consommateurs.

Agroligne : Quels sont les plus grands clients du Maroc ? Avez vous remarqué l'intérêt de nouveaux pays pour la production marocaine ? Si oui, lesquels ?

M. Samir TAZI : Le client privilégié du produit marocain est l'Union Européenne. Toutefois vu les relations étroites tissées depuis plusieurs années entre les producteurs marocains et leurs partenaires européens, nous utilisons les plateformes logistiques européennes et notamment celle de Saint Charles pour nos exportations hors Union Européenne, notamment la Russie. Nous nous intéressons de plus en plus au marché nord américain, et également à l'Afrique subsaharienne.

Agroligne : Le Maroc importe des fruits et légumes lorsqu'il n'arrive pas à couvrir ses besoins nationaux. Quels sont donc les pays fournisseurs ?

M. Samir TAZI : Effectivement le Maroc importe également des fruits et légumes d'Espagne, de France, mais aussi



SIFEL MAROC 2009

d'Amérique Latine et d'Afrique de l'Ouest. Mais il s'agit essentiellement de fruits pour offrir au consommateur marocain un éventail de produits plus large. Soit par complément à la production nationale soit par des produits qui ne sont pas cultivés au Maroc.

Agroligne : Pourriez vous nous parler de l'Édition 2009 du SIFEL ? Quelles seront les innovations du Salon ? Et quel sera le thème du SIFEL 2009 ?

M. Samir TAZI : En tant que Commissaire du Salon SIFEL, nous sommes à J-60 de l'ouverture de l'édition 2009. Cette année, le salon sera plus compact en terme de superficie couverte avec un développement des espaces extérieurs, suite à la demande de certains exposants. Cependant, nous avons plus d'exposants et plus de délégations étrangères. Il y aura tout le long du salon une animation et un accompagnement plus rapproché envers les participants qu'envers les visiteurs.

En terme de thématique, le comité scientifique a sélectionné le thème de la logistique pour cette édition. Seront présents à cette édition, des transporteurs maritimes, rouliers, des ports, des administrations et des marques de matériel roulier.

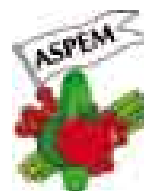
La particularité de cette édition sera le lancement de nouveaux salons agricoles « NASIM ». Ce seront des salons régionaux d'agriculture, des salons de proximités s'inscrivant dans la stratégie lancée par le ministère de l'agriculture qui est le « PLAN MAROC VERT ». C'est un rapprochement de tous les agriculteurs du Maroc, mais aussi de toutes les nouvelles technologies en terme de production, conditionnement, logistique, services, agro-industrie, qualité et traçabilité. Six régions ont été sélectionnées, le Loukos, la région Haouz -Tensift, le Saïss, le Tadla, le Doukalla et l'Oriental.

Le client privilégié du produit marocain est l'Union Européenne. (...) Nous nous intéressons de plus en plus au marché nord américain, et également à l'Afrique subsaharienne.



ASPEN

42 Bd Emile Zola - Casablanca
Tél. : 05 33 30 15 10
Fax : 05 22 30 06 12
Email : aspem@menara.ma



Le Marché des Agro-Equipements : après une année 2008 en forte progression, un retour à la normale est attendu en 2009

..... Le marché français des Agro-Equipements a atteint 4,85 milliards d'euros en 2008 soit une hausse de + 21,6 % par rapport à l'année 2007 qui s'était établie à 3,99 milliards d'euros. Le marché 2008 se répartit en 31 % pour les tracteurs et 69 % pour les machines et autres équipements.

Cette forte progression s'explique par la conjoncture exceptionnellement favorable dont ont bénéficié plusieurs secteurs clé de l'agriculture en 2007 et jusqu'au 3ème trimestre 2008.

Ces bons résultats recouvrent cependant des disparités significatives selon les types de matériels ou les régions. Les marchés de la première partie de l'année 2008 ont été dynamisés par la forte hausse des revenus agricoles affichés en 2007 par plusieurs catégories d'exploitations, notamment celles des grandes cultures. Ils ont été également stimulés par les cours des céréales qui sont restés à des niveaux élevés jusqu'au printemps 2008. Cependant, la deuxième partie de l'année 2008 a été marquée par un ralentissement des marchés résultant de la baisse relative des cours des céréales, de l'augmentation des coûts de production des agriculteurs (engrais, phytosanitaire, ...), des inquiétudes générées par la crise financière et économique actuelle.

La vive progression du marché global en 2008 masque cependant des difficultés dans plusieurs secteurs qui ont diminué leurs investissements notamment dans le domaine de l'élevage (bovin viande, ovin, porcin, avicole).

En 2008, la demande en Agro-Equipements a consolidé son orientation vers des modèles plus productifs et de

La vive progression du marché global en 2008 masque cependant des difficultés dans plusieurs secteurs qui ont diminué leurs investissements notamment dans le domaine de l'élevage...



plus grande technicité permettant de réduire les coûts de production tout en préservant l'environnement. Ces équipements offrent ainsi des niveaux renforcés de confort et de sécurité pour les opérateurs.

La rapidité de l'augmentation de la demande du marché en 2008 a eu pour conséquence l'allongement des délais de livraison de certains produits. Une partie des commandes passées en 2008 ne sera livrée que dans les premiers mois de 2009.

ETAT DES LIEUX DU MARCHÉ ET DES IMPORTATIONS FRANÇAISES D'AGRO-ÉQUIPEMENTS

• Des importations en augmentation de 15,6 %

Les importations qui, en 2008, assurent 69 % du marché français ont atteint 3,33 milliards d'euros, soit une progression de 15,6 %. Alors que les importations de tracteurs qui représentent 30% des importations totales ont augmenté de 14 %, dans le même temps, les importations de machines et équipements (70 % de nos importations totales) ont augmenté de 16 %.

A noter également de fortes augmentations des importations de matériels de travail du sol (+ 39 %), des matériels de semis et plantation (+ 28 %) et des matériels de récolte (+ 19 %).



Les principaux fournisseurs du marché français sont en 2008 : l'Allemagne (34 %), l'Italie (16 %), les Etats-Unis (8 %).

Les principales familles de matériels importés se répartissent ainsi :

- 30 % pour les tracteurs
- 15 % pour les tondeuses à gazon
- 17 % pour les pièces et accessoires
- 14 % pour les matériels de récolte et de fenaison
- 9 % pour les matériels de travail du sol et de semis

Ces cinq familles représentent 85 % des importations totales.

• Le marché des tracteurs agricoles

Le marché global des tracteurs agricoles neufs, toutes catégories, s'est établi en 2008 à 43 661 unités immatriculées,

Le marché global des tracteurs agricoles neufs, toutes catégories, s'est établi en 2008 à 43 661 unités immatriculées, soit une hausse de 16,1 % par rapport au marché de l'année 2007...



soit une hausse de 16,1 % par rapport au marché de l'année 2007 qui avait enregistré 37 610 immatriculations. Ces données ne comprennent pas d'immatriculations de Quads.

Les constructeurs tablent sur un marché global 2009 en baisse de 9,8 % à 39 380 unités.

Ce niveau de marché prévu pour 2009 reste supérieur de 5 % à celui de l'année 2007 qui avait été considéré comme satisfaisant, l'année 2008 étant considérée comme très exceptionnelle.

Rappelons que le marché global des tracteurs agricoles comprend les catégories suivantes : standard, vignes et vergers, enjambeurs vigneron, télescopiques, espaces verts, industriels, articulés.

Quel est le poids des principaux segments du marché en 2008 ?

- D'abord les tracteurs standard : ils représentent 72 % du marché total de l'année 2008.
- Ensuite les tracteurs étroits pour vignes et vergers ainsi que les tracteurs enjambeurs vigneron : ils représentent 7 % du marché total.
- Enfin, les autres : les télescopiques, les tracteurs pour espaces verts, certaines tondeuses à gazon autoportées, etc. Cet ensemble représente en 2008, près de 21 % du total des véhicules immatriculés comme tracteurs agricoles.



Après une année 2008 marquée par une activité soutenue pour l'ensemble des outils de travail du sol, de semis et de fertilisation, la demande en ce début d'année semble se resserrer assez nettement.

• Les matériels viticoles et vinicoles

La production de vin de l'année 2008 a été inférieure à celle de 2007, mais les cours des vins ne se sont pas vraiment redressés malgré la faiblesse de l'offre.

Il existe deux raisons principales à cela : les cours des céréales qui ont retrouvé leur niveau de début 2007, après avoir atteint des sommets en 2008, et les conséquences de la crise financière, laquelle rend les obtentions de crédits plus difficiles.

D'un point de vue régional, nous ne notons pas, pour ce segment d'activité, de différence importante.



La restructuration du secteur viticole se poursuit et une certaine reprise des marchés est observée. On observe un ralentissement des ventes de vins aussi bien en France qu'à l'export.

D'une manière générale la consommation mondiale de vin reste stable ou augmente très peu, et la production diminue légèrement. La France ne bénéficie pas de progression de ses parts de marché dans le vin.

• Les matériels de travail du sol, de semis, de fertilisation, et de protection des cultures

Après une année 2008 marquée par une activité soutenue pour l'ensemble des outils de travail du sol, de semis et de fertilisation, la demande en ce début d'année semble se resserrer assez nettement.

Bien que les besoins soient réels, et les marchés à moyens et longs termes positifs, l'activité 2009 pour les produits de travail du sol et de semis est incertaine.

A noter le maintien à un niveau intéressant pour le moment des techniques faisant appel à des produits « traditionnels », sans pour autant remettre en cause les intérêts pour les techniques simplifiées.

Il est vrai que les conditions climatiques de ces dernières années ont largement contribué à un regain d'intérêt pour les hermes et les charrues, pour ne citer que ces deux produits.

Ci-après le tableau des résultats 2008 et des prévisions 2009 par familles de produits :

	2007	2008	2009 (P)
Charrues	+ 10 %	+ 15 %	Stable
Outils animés par prise de force (hermes & fraises)	+ 10 %	+ 20 %	- 10 %
Outils à disques	+ 5 %	+ 20 %	- 8 % à - 10 %
Outils à dents	+ 10 %	+ 10 %	- 10 %
Semoirs	+ 5 %	+ 20 %	- 5 %
Distributeurs d'engrais	=	+ 15 %	- 10 %

• Les matériels de récolte automoteurs (moissonneuses-batteuses)

Rappelons que la dernière campagne 2007/2008, qui s'est terminée le 31 août dernier, avait affiché une progression spectaculaire de 36 % à 2 671 unités.



Concernant la campagne 2008/2009, en cours, la prévision table sur un marché de 2 350 machines, soit une baisse de 12 %.

La conjoncture exceptionnellement favorable, jusqu'à l'été 2008, avait été soutenue par les cours des céréales qui avaient atteint des niveaux élevés. Ensuite les cours n'ont fait que diminuer sans vraiment se redresser jusqu'en ce début d'année 2009.

Par ailleurs l'annonce, début 2009, de la réorientation des aides de la PAC vers les éleveurs, au détriment des céréaliers, a provoqué un choc psychologique négatif chez ces derniers ce qui les pousse encore à différer les décisions d'investissement.

On observe donc un fort attendisme dans l'espoir d'une éventuelle hausse des cours des céréales.

Les délais d'instruction des dossiers de crédit s'allongent, mais le nombre de refus n'augmente pas significativement, la situation financière des agriculteurs restant saine.

La tendance du marché se poursuit vers le développement des modèles de grande capacité et mieux équipés, soutenu par les agrandissements ou les regroupements d'exploitations. La part des modèles non conventionnels - sans secoueurs - continue sa progression.

Concernant la campagne 2008/2009, en cours, la prévision table sur un marché de 2 350 machines, soit une baisse de 12 %.

• Les matériels d'élevage



Globalement, l'année 2008 a été marquée par de très grands contrastes entre les différentes catégories de matériels. Les matériels roulants et certains matériels d'aménagement de bâtiments (tubulaires) ont fortement progressé jusqu'en septembre 2008, par rapport à septembre 2007. Puis les prises de commandes se sont très fortement réduites sur les derniers mois de l'année. Ce ralentissement était la résultante de plusieurs facteurs :

- Conjoncture mondiale défavorable aux investissements.
- Discussions en cours sur la baisse du prix du lait.
- Attendisme des éleveurs qui attendaient des baisses de prix, dans le sillage de la baisse annoncée des prix des matières premières.

A contrario, les petits matériels, à la suite d'une année 2007 très bonne, ont démarré l'année 2008 à un rythme sensiblement réduit (environ - 10 % par rapport à début 2007), puis ont connu un rattrapage très net sur le deuxième semestre.

Dans plusieurs domaines, les fabricants et les distributeurs sont pris en tenaille entre des utilisateurs finaux réclamant des baisses de tarif, et des produits en stock fabriqués avec des matières premières achetées avant les baisses.

Depuis la mi-janvier, on observe une certaine reprise dans le domaine des petits matériels d'élevage, car les stocks des distributeurs sont finalement assez bas globalement. En revanche, certains produits, comme les matériels tubulaires, font face à une dépression assez importante du marché, suite à des mises en stock importantes chez les distributeurs courant 2008, puis à une forte chute des prises de commandes en fin d'année.

Dans le domaine des machines d'alimentation pour l'élevage, le réseau des concessionnaires a été très perturbé dans leur trésorerie suite à des livraisons anticipées par leurs concédants, eux mêmes disposant en début d'année 2009 de capacités de livraison accrues suite à une baisse rapide du niveau de leurs propres portefeuilles de commandes de tracteurs.

De plus, les éleveurs sont devenus très prudents par manque de visibilité de la nouvelle orientation de la PAC et très méfiants suite à un climat de morosité instillé par les médias.

Dans l'élevage bovin viande en particulier, la demande reste assez faible, car les problèmes liés à la Fièvre Catarrhale

...2008 fut rythmée par des fluctuations importantes du prix des matières premières (acier, ...) et des allongements de délais de livraison.

• **Les véhicules agricoles remorques**

Le volume global des ventes de véhicules agricoles remorqués augmente de 3 % en 2008 pour atteindre 21 300 unités. Cette hausse n'avait pas été observée sur ce marché depuis 10 ans, soulignant ainsi des résultats 2008 satisfaisants.

L'augmentation des capacités observée se poursuit. Cette tendance est plus marquée pour les véhicules de transport : remorques monocoques et plateaux fourragers. Enfin, notons que cette année 2008 fut rythmée par des fluctuations importantes du prix des matières premières (acier,...) et des allongements de délais de livraison.



Ovine ne sont pas encore totalement résolus. La profession s'attend à une situation difficile jusqu'à l'automne 2009.

Enfin, il convient de rester très vigilant sur le niveau de trésorerie des entreprises, qui a pu souffrir du resserrement du crédit au niveau des utilisateurs finaux, et dans une moindre mesure, de l'application de la LME (Loi de Modernisation de l'Economie qui permet la réduction des délais de paiement).

Pour 2009, les constructeurs s'attendent dans l'ensemble à une activité relativement maussade, marquée par un début d'activité en retrait par rapport à 2008 (de - 10 % à - 20 %), qui devrait être rattrapée en totalité ou en partie sur le deuxième semestre.

L'INDUSTRIE FRANCAISE DES AGRO-EQUIPEMENTS : PRODUCTION / EXPORTATION ET PERSPECTIVES

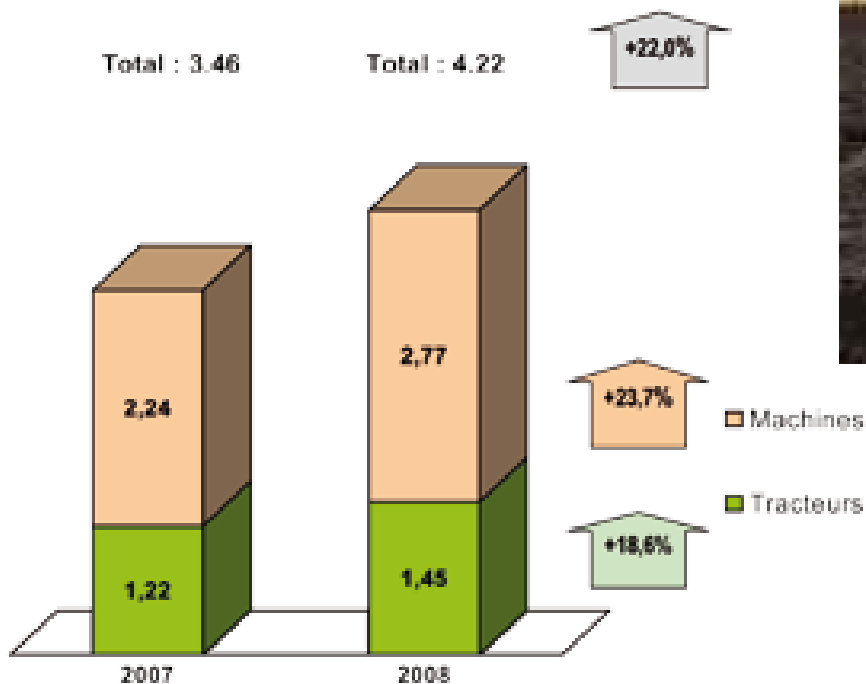
• **La production de l'industrie française en hausse de 22 % en 2008**

La production de l'Industrie française des Agro-Equipements (production française vendue en France + exportations) a progressé de 22 % en 2008 par rapport à celle de 2007 pour atteindre 4,22 milliards d'euros.

La production de tracteurs qui représente 34 % de la production totale a augmenté de 18,6 % pour atteindre une valeur de 1,45 milliards d'euros.

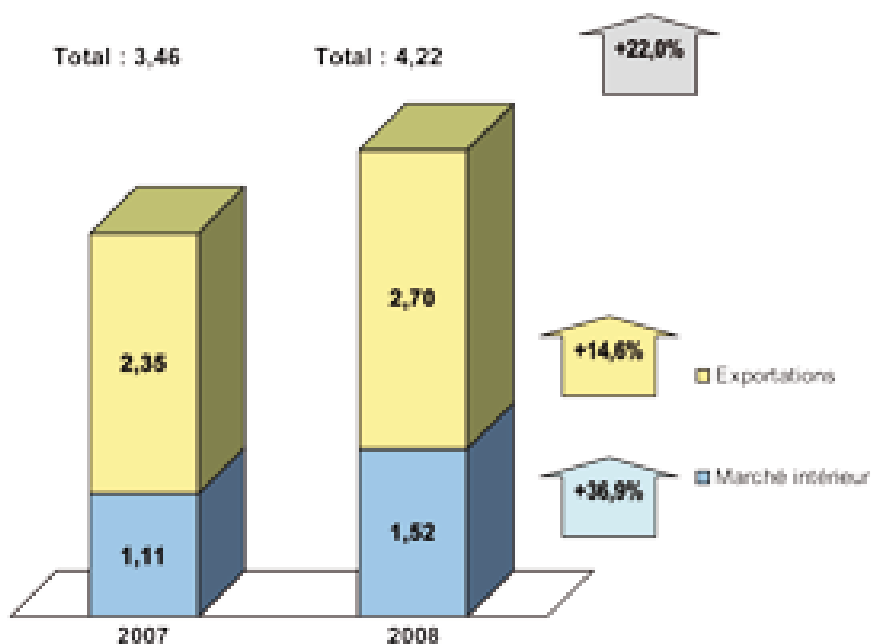
La production de machines et autres équipements qui représente 66 % de la production totale a augmenté de 23,7 % pour une valeur de 2,77 milliards d'euros.

Production française : Tracteurs et machines (en milliards d'euros)



Les ventes totales de l'industrie française sur le marché intérieur se sont élevées à 1,52 milliards d'euros, en progression de 36,9 %, alors que les exportations progressent à un rythme moins élevé (+ 14,6 %). La progression des ventes de l'industrie française sur son marché domestique est nettement plus forte que celle du marché (+ 22 %).

Ventes de l'industrie française sur le marché intérieur et exportations (en milliards d'euros)

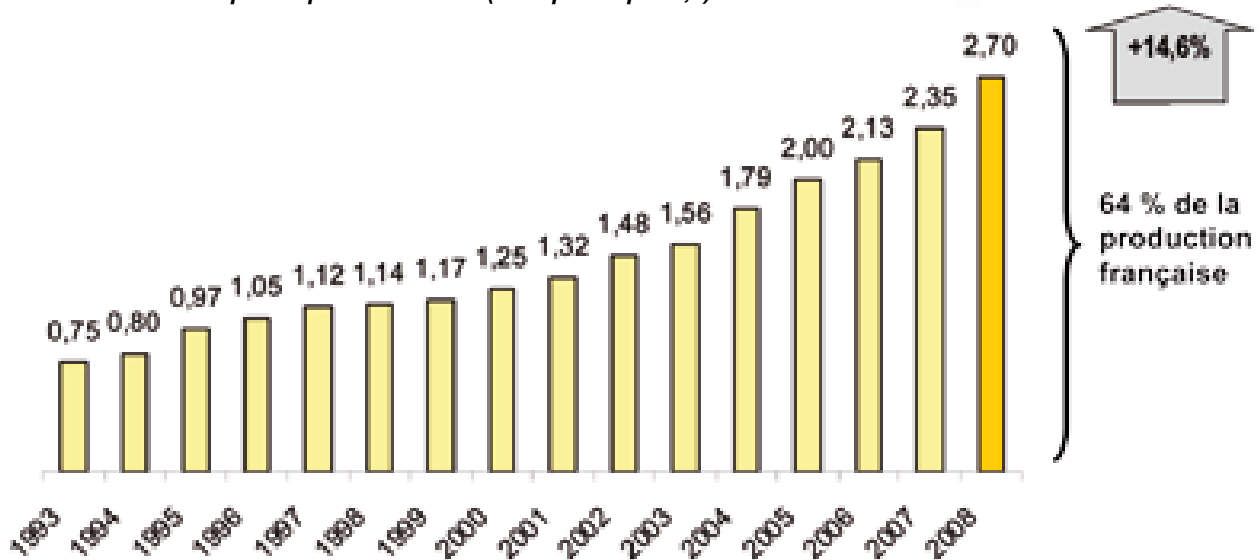


• **Les exportations de l'industrie française**

Le mouvement de hausse des exportations, ininterrompu depuis 15 ans, se poursuit. Les exportations atteignent cette année 2,70 milliards d'euros, une hausse de 15 %. Elles ont plus que triplé en 15 ans et représentent 64 % de la production totale française. C'est une performance nettement supérieure à celle de l'ensemble de l'Industrie française, tous secteurs confondus qui est de l'ordre de 40 %. Le taux de couverture de nos importations par nos exportations s'améliore régulièrement chaque année. En 10 ans, de 1997 à 2007 il est passé de 50 % à 81 %.



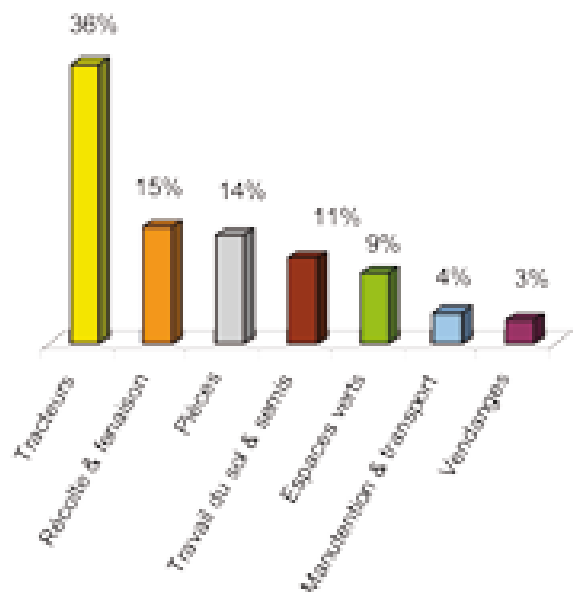
Exportations françaises (en milliards d'euros) :
En hausse ininterrompue depuis 15 années (multipliées par 3,6)



Ce bon résultat de l'industrie française est essentiellement obtenu grâce à la progression des ventes auprès des voisins européens (+ 16,5 %), ainsi qu'à l'Europe de l'Est (+ 13,2 %), l'Amérique du Nord (+ 5 %), mais également l'Australie (+ 55 %) et la Nouvelle-Zélande (+ 68 %).



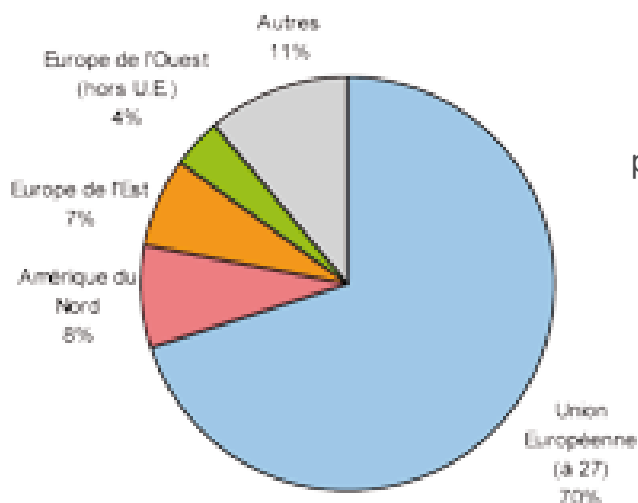
Les familles de matériels exportés en 2008



Les exportations : les principaux clients de l'Industrie française

Les principales régions clientes de l'industrie française des Agro-Equipements se répartissent selon le graphique ci-dessous :

Exportations : Régions clientes de la France 2008



L'Union Européenne à 27 constitue notre première zone cliente avec 70 % des achats, en progression de 17 % par rapport à 2007.

L'Amérique du Nord (8 % des achats) reste la seconde région cliente de la France. On observe la hausse des livraisons vers cette région du monde, malgré l'évolution très défavorable du taux de change Euros/Dollars. Cette évolution résulte notamment de la reprise du marché intérieur de cette région du monde.

L'Europe de l'Est, la 3ème région cliente de la France connaît, cette année, la poursuite de la progression de ses achats (+ 13 %) à 177 millions d'euros.

Nos exportations affichent également de solides progressions dans les régions suivantes :

- Océanie (+ 56 %) grâce à l'Australie (+ 55 %) et la Nouvelle Zélande (+ 68 %).
- Amérique du Sud (+ 37 %), grâce à l'Argentine (+ 33 %), au Brésil (+ 33 %), au Chili (+ 39 %).

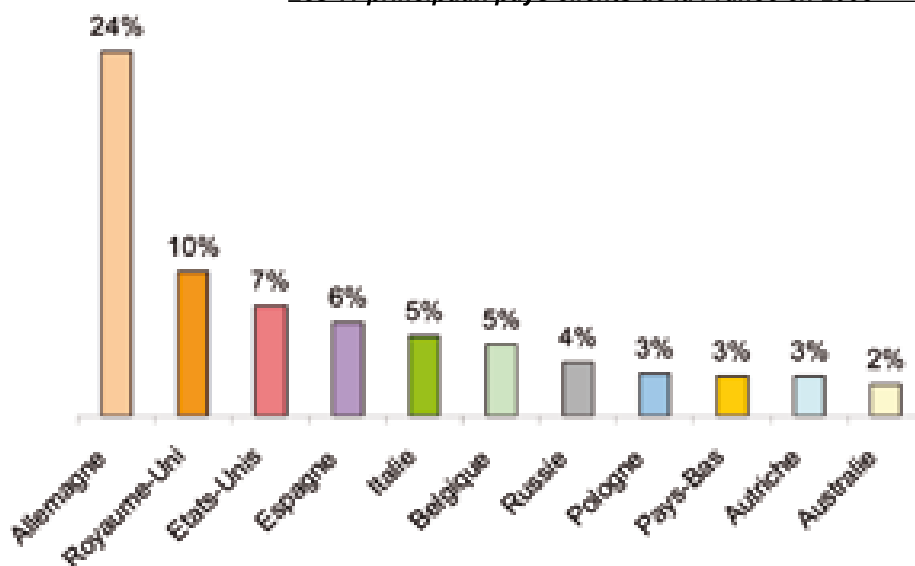
Cependant, elles reculent ou stagnent en Asie (- 1 %), en Afrique (+ 2 %).

L'Allemagne demeure le principal client de l'Industrie française qui livre 24 % de ses exportations. Elle est suivie par le Royaume-Uni (10 %), les Etats-Unis (7 %) et l'Espagne (6 %), viennent ensuite l'Italie (5 %) et la Belgique (5 %). Ces six pays reçoivent 57 % des exportations.

L'Europe de l'Est, la 3ème région cliente de la France connaît, cette année, la poursuite de la progression de ses achats (+ 13 %) à 177 millions d'euros.



Les 11 principaux pays clients de la France en 2008



Les matériels exportés

Les principales familles de matériels exportés sont d'abord les tracteurs, qui représentent en 2008 36 % du total. Puis viennent les équipements de récolte et fenaison (15 %), les pièces et accessoires (14 %), les tondeuses à gazon (9 %), les matériels de travail du sol, semis et plantation (11 %), les matériels de transport et manutention (4 %), les matériels de vendange (3 %).

Les exportations de la France ont particulièrement augmenté dans les secteurs des matériels de travail du sol (+ 28 %), des équipements de transport et manutention (+ 28 %), des équipements d'élevage (+ 26 %) , des matériels de récolte (+ 25 %).



Les professionnels de la filière des Agro-Equipements prévoient que le marché français devraient connaître en 2009 un retour à un niveau qualifié de « normal »

• Le marché français devrait revenir en 2009 à un niveau normal, proche de celui de 2007

Tenant compte des différentes prévisions par secteur, les professionnels de la filière des Agro- Equipements prévoient que le marché français devraient connaître en 2009 un retour à un niveau qualifié de « normal », proche de celui de l'année 2007 (4 milliards d'euros), considérée comme une année s'inscrivant dans une conjoncture ne revêtant pas le caractère exceptionnel de 2008.



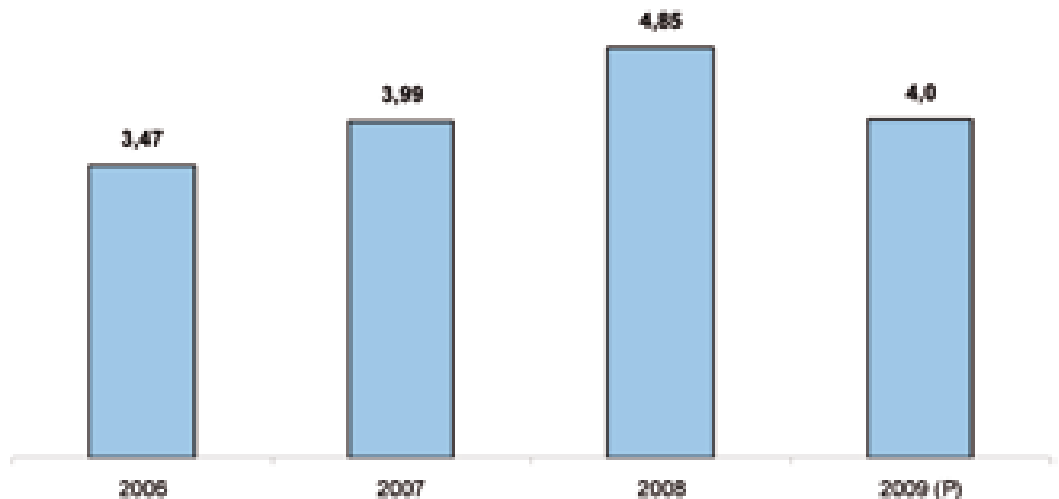
• Les perspectives 2009

Bien que les fondamentaux du secteur restent bons à moyen et long terme, le ralentissement des marchés, observé en fin d'année 2008, devrait se poursuivre en 2009, en raison de :

- La baisse relative des cours des produits agricoles et des revenus en 2008.
- Les difficultés affectant plusieurs catégories d'éleveurs.
- L'augmentation des coûts de production des agriculteurs.
- La réorientation des aides de la PAC et la baisse du soutien aux céréaliers.
- La crise économique et financière mondiale affectant l'ensemble de l'économie, et dans une moindre mesure le secteur agricole.

L'activité des constructeurs reste cependant encore assez soutenue au début de l'année 2009, en raison du besoin de renouvellement, de modernisation ou d'agrandissement de certaines exploitations ainsi que d'un volume significatif de livraisons à effectuer, résultant de commandes passées au cours de l'année 2008.

Marché français des Agro-Equipements (en milliards d'euros)



INTERVIEW DE M. CHAKIB

Président de l'**AMIMA**,
Administrateur Directeur
Général de **STOKVIS**
Nord Afrique

Agroligne : Bonjour M. Chakib BEN EL KHADIR, pouvez-vous nous présenter brièvement l'AMIMA, dont vous êtes Président ?

M. Chakib BEN EL KHADIR :
L'AMIMA (Association Marocaine des Importateurs du Matériel Agricole) est une association formée entre les négociants importateurs de machines agricoles. Elle a pour mission de représenter et protéger les intérêts professionnels de ses membres.

Dans le cadre du plan « MAROC VERT », le marché des machines agricoles au MAROC devrait connaître une très bonne progression, surtout si les subventions sont notamment maintenues.

L'AMIMA a pour objectifs de :

- Resserrer les liens de confraternité existant entre ses membres,
- Travailler en commun au perfectionnement et au développement de leur commerce,
- Etudier les principales questions d'ordre économique, social, technique, financier, juridique, fiscal et douanier,
- Assurer au Gouvernement Marocain, le concours de la profession, dans l'application d'une politique destinée à servir les intérêts généraux du pays,



BEN EL KHADIR

- Introduire devant toutes juridictions, les instances jugées utiles aux intérêts généraux des adhérents ou de donner assistance dans un intérêt commun à un ou plusieurs adhérents, dans les instances soulevant pour la profession, des questions de principe.

L'association se compose de négociants et de sociétés établis au Maroc, importateur/ distributeur de matériel agricole entrant dans les rubriques suivantes :

- Tracteurs à usage agricole à chenilles ou à roues,
- Matériel agricole pour la préparation des sols, à traction mécanique ou animale,
- Matériel de récolte,
- Matériel de traitement et défense des végétaux,
- Autre matériel d'équipement agricole ou d'industrie agricole, remorques et chariots de fermes, appareils de triage, concassage, stations de pompage, matériel de minoterie, laiteries, vinifications, huileries.....
- Pièces détachées concernant le matériel ci-dessus.

Les sociétés membres de l'AMIMA avec les marques de tracteurs commercialisées sont :

COMICOM → MASSY FERGUSON (MF)
 DIMATEQ → LANDINI
 SOCOPIM → JOHN DEERE (JD)
 STOKVIS → DEUTZ SAME
 SOMMA → NEW HOLLAND (NH)
 TRACTOMAG → BELARUS

Agroligne : *Le nombre de tracteurs vendus au Maroc a pratiquement doublé en passant de 2 700 en 2006 à environ 5 000 en 2008. Qu'est ce qui explique ce réveil du marché ?*

M. Chakib BEN EL KHADIR : Ce réveil du marché s'explique par la mise en place de la subvention de l'Etat Marocain qui s'élève à 40% de la valeur du tracteur, plafonnée à 90 000,00 DHS.

Agroligne : *Pourriez-vous nous donner un aperçu des chiffres au premier semestre 2009 ?*

M. Chakib BEN EL KHADIR : Les chiffres du 1er Semestre 2009, présentent une croissance d'environ 18% par rapport à l'année 2008.

Agroligne : *Que prévoyez-vous pour les années à venir ? Pensez vous que la tendance sera toujours à la hausse ou faut-il craindre une régression du marché des machines agricoles au Maroc ? Si oui, pour quelles raisons ?*

...le marché marocain ne tient que grâce à la subvention de l'Etat et au soutien du CREDIT AGRICOLE. Dès l'arrêt de la subvention, il pourrait connaître de grandes difficultés.

M. Chakib BEN EL KHADIR : Tant que la subvention sera maintenue, le marché des machines agricoles devrait continuer à progresser. Par contre, en cas de retrait de la subvention, le marché pourra plonger à moins de Mille tracteurs par an.

Agroligne : *Les opérateurs qui sont dans le machinisme agricole sont tous des importateurs. Cela signifie qu'aucune machine n'est fabriquée au Maroc. Peut-on savoir si le Maroc sert de plateforme à l'exportation vers d'autres pays d'Afrique ou si les machines importées servent uniquement au marché local ?*

M. Chakib BEN EL KHADIR : Les machines importées servent uniquement au marché marocain.

Agroligne : *Quel est l'avenir du machinisme agricole au Maroc ?*

M. Chakib BEN EL KHADIR : Dans le cadre du plan « MAROC VERT », le marché des machines agricoles au MAROC devrait connaître une très bonne progression, surtout si les subventions sont notamment maintenues.

Agroligne : *L'Etat accorde actuellement une subvention de 40% sur le financement d'un tracteur, il en est de même pour le Crédit*

Agricole qui apporte un appui conséquent dans le même sens. Néanmoins, cette subvention d'Etat est décrétée pour une période limitée de 2005 à 2010, que se passera-t-il selon vous après 2010 ? Craignez-vous que cela ait un impact sur vos ventes ? Que prévoyez-vous pour y remédier ?

M. Chakib BEN EL KHADIR : Comme expliqué précédemment, le marché marocain ne tient que grâce à la subvention de l'Etat et au soutien du CREDIT AGRICOLE. Dès l'arrêt de la subvention, il pourrait connaître de grandes difficultés.

Agroligne : *Souhaitez-vous ajouter un mot ?*

M. Chakib BEN EL KHADIR : L'équipement en machines du marché marocain, est très bas par rapport aux règles mondialement exigées par la FAO. Par conséquent, si le MAROC, qui a mis en place un plan ambitieux pour l'agriculture, souhaite avancer ce plan, il est indispensable de maintenir les subventions. N'oublions pas, l'importance du monde rural pour le MAROC.

QUIZ...

Les entreprises
vous **parlent**
d'elles

FRIAG SARL ALGERIE

..... **SARL Entrepôts FRIAG** est une plateforme industrielle pour l'entreposage et le conditionnement des produits agricoles et agroalimentaires. D'une superficie globale de 9400 m² dont 5100 m² bâtis. FRIAG est situé dans la Zac de Ben M'hidi à 10 minutes de l'aéroport et 20 minutes du port de Annaba.



FRIAG en Chiffres :

- 4 chambres de 750 m³ chacune en froid positif pour les produits à stocker entre 0 et + 8°C.
- 3 chambres de 800 m³ chacune en positif dotées de l'atmosphère contrôlé pour entreposer vos produits durant plusieurs mois dans une ambiance idéale.
- 2 chambres de 1 200 m³ chacune pour entreposer vos produits entre 0 et - 25°C.

Nos clients :

Agriculteurs, Coopératives, Importateurs de produits sensibles, Fabricants de produits laitiers, Fabricants de glaces, Gérants d'abattoirs, Mandataires de fruits et légumes, Mandataires de poissons et crustacés.

Le conditionnement :

C'est aussi notre spécialité ! Pour le marché intérieur et extérieur, vos produits seront bien présentés.



AGRILEVANTE

Salon international des machines, des équipements
et des technologies pour la filière agricole.

Bari, 8 - 11 octobre 2009

**Toute l'agriculture de la
Méditerranée est au rendez-vous.**

L'édition 2009 d'Agrilevante s'est fixé comme principal objectif de poursuivre son développement international afin de devenir un point de référence incontournable pour le secteur agricole des pays du Bassin Méditerranéen, des Balkans et du Moyen-Orient. Toutes les phases de production des produits y seront représentées : semis, culture, récolte, transformation, conservation et emballage.

Agrilevante 2009 : être protagonistes.

Un événement

organisé par l'Association des Salons Agricoles de la Région Méditerranéenne

tel: +33 (0) 4 91 41 21 00 - Fax: +33 (0) 4 91 41 21 01

www.agrilevante.com

FIERA DEL LEVANTE

Tout le patronage de:



www.agrilevante.eu

Algérie

L'Office national interprofessionnel des légumes et des viandes (Onilev) est désormais une réalité



Le décret exécutif n° 09-309 publié dans le Journal officiel du 27 septembre dernier, a rendu officiel la création de cette entité.

Annoncée il y a quelques mois, la mise en place de cet organisme vise à doter l'Etat algérien d'un instrument de contrôle pour ces filières qui enregistrent de manière récurrente des problèmes de régulation et de spéculation. L'Onilev a le statut d'établissement public à caractère industriel et commercial. Cet office est placé sous la tutelle du ministre de l'Agriculture et son siège est fixé à Alger. Il aura, entre autres missions, de réaliser toute étude et enquête permettant la connaissance des différents segments de la filière, leur niveau d'intervention et de proposer aux pouvoirs publics les programmes de développement et de régulation à mettre en place. Il devra en outre intervenir pour « concilier les intérêts économiques des différents intervenants dans la filière et ceux des consommateurs », explique-t-on dans le texte de loi. L'Onilev pourra également effectuer des opérations commerciales ou industrielles et fournir des prestations de service au profit des agriculteurs.

L'Office assurera aussi des missions de service public notamment en matière de régulation, de constitution et de gestion des stocks des produits stratégiques. Le décret précise que la liste des légumes et des viandes concernés par l'opération de régulation, qui peut être élargie à certains fruits à impact économique avéré, sera fixée par arrêté conjoint des ministres chargés de l'Agriculture et du Commerce.

Jumbo lance trois nouvelles saveurs



L'innovation est décidément le maître mot chez Jumbo. Après avoir lancé de façon inédite les cubes de bouillons de volailles, de mouton et de bœuf, et plus récemment les sauces tomates Tomasauce, sur le marché algérien, Jumbo innove une fois de plus

en proposant le lancement de 3 nouvelles tablettes de bouillon : ail, oignon et safran.

Ce lancement s'inscrit dans l'objectif de Jumbo : répondre aux nouvelles attentes de la ménagère pour faciliter la préparation de sa cuisine et rajouter de la saveur dans tous ses plats. Il est vrai que Jumbo est toujours plus apprécié

par le consommateur algérien, et grâce à sa position de leader incontesté Jumbo continue à innover. Les trois nouvelles tablettes ail, oignon et safran complètent la gamme de produits Jumbo bœuf, mouton et poulet. Jumbo dispose aussi d'une gamme de produits complète comme la sauce tomate prête à l'emploi, « Tomasauce », un délicieux coulis de tomate précuit. Ce dernier, répondant aux normes mondiales de qualité les plus rigoureuses, est produit dans l'usine d'Oran Sfcpa.

Source : www.lemaghreb.dz.com

Lu Algérie annonce la commercialisation de son « Prince goûter »

Prince goûter est le premier biscuit de renommée internationale à être fabriqué localement, a affirmé le directeur général de Lu Algérie, Claude Joly. Il a été certes adapté aussi bien au goût algérien qu'au marché national avec « des biscuits plus petits par rapport à ceux qui sont commercialisés en France et ailleurs, et ce, à un prix très abordable ne dépassant pas les 50 DA le paquet », mais la qualité reste la même, a-t-il ajouté.

Sur un autre plan, il a indiqué que Lu Algérie est une « toute nouvelle société ». Créée en octobre 2005, elle a commencé par commercialiser des biscuits et des gaufrettes importés, avant de passer à la phase production en avril 2007. Aujourd'hui, elle détient 28% de parts de marché, ce qui fait d'elle le numéro 2 du marché du biscuit, juste derrière Bimo. Son chiffre d'affaires avoisine les 2 milliards de dinars cette année, alors que l'investissement global consenti est de l'ordre de 200 millions d'euros, selon son premier responsable. Son avènement a permis de « développer le marché national du biscuit dont la croissance est passée de 0 à 20% en deux ans ».

Source : www.algerie-dz.com

Fruital va investir en Algérie

L'entreprise privée Fruital Coca-Cola a mis en place un plan de développement ambitieux, s'étalant sur la période 2009-2012, au cours de laquelle elle prévoit d'investir un montant de 30 millions d'euros dans l'amélioration des outils de production en Algérie.

Dans le cadre de son plan de développement triennal, Fruital Coca-Cola affirme avoir inauguré et mis en service une nouvelle ligne d'embouteillage PET, la sixième du genre, sur l'extension de son site de Rouiba. L'entreprise explique que cette nouvelle capacité de production « illustre le succès d'un partenariat mis en place depuis trois ans avec ECCBC (Equatorial Coca-Cola Bottling Company), qui a permis à Fruital de conquérir de nouvelles parts de marché et de s'ouvrir à l'exportation ».

Source : www.algerie-dz.com

Maroc

Lesieur investit la filière oléicole



Lesieur, l'un des leaders du secteur des huiles a décidé de se positionner davantage sur la branche oléicole. Le groupe est déjà sur deux projets dans les régions de Meknès et de Marrakech. « Nous avons déjà planté 500 ha dans la région de Marrakech. Les premières récoltes sont attendues à partir de 2012 », indique Ahmed Rahhou, président directeur général de Lesieur Cristal.

La valorisation du terrain de Meknès est prévue courant 2010. « Lesieur devrait également investir dans la trituration de ces produits ainsi que ceux des plantations avoisinantes », indique-t-on au sein de l'entreprise. Sur la branche oléicole, les perspectives de développement sont assez importantes. Le Maroc produit actuellement 60.000 tonnes sur les 2 millions de tonnes d'huile d'olive consommées dans le monde. L'objectif dans les cinq prochaines années étant de doubler la production pour atteindre 120.000 tonnes.

L'export devrait tenir également une part importante dans l'activité du groupe. Aujourd'hui, l'entreprise réalise 8% de son chiffre d'affaires à l'export, soit près de 300 millions de DH par an. Les pays d'Afrique de l'Ouest, du Moyen-Orient ou encore l'Europe ou les Etats-Unis sont les destinations des produits de Lesieur.

Source : www.leconomiste.com

Iwashii ouvre deux stores à Rabat et Casablanca

Iwashii, filiale du groupe Omnium marocain de pêche (OMP) spécialisée, entre autres, dans la production de produits surgelés à base de poisson blanc, a franchisé son concept Iwashii store. Après le premier magasin géré en direct, ouvert en 2008, Casablanca en accueillera un autre en octobre. Cette ouverture suivra de peu celle de Rabat en septembre.

Pour attirer davantage de clients, la société promet une offre plus étoffée. C'est ainsi qu'en plus de la gamme classique de poisson blanc, aujourd'hui commercialisée dans la grande distribution sous la marque « Les Saveurs du Pêcheur », de nouveaux produits seront proposés. Une cinquantaine de références, en tout, notamment des plats cuisinés (poisson en sauce, briouate, lasagne...), des légumes surgelés et des desserts (cheese cake ou fondant de chocolat). Le tout à « des prix étudiés », promettent les responsables de la filiale. Les magasins devront tout de même réaliser une recette annuelle de 2 à 3 MDH.

Source : www.lavieeco.com

Retour en force de la marque Marrakech sur le marché du jus



Deux années après avoir repris l'usine Frumat de Kénitra, Citruma affiche de bonnes performances. L'entreprise a pu, en effet, selon ses dirigeants, repositionner la célèbre marque de jus d'orange Marrakech lancée en 1986 et renforcer sa présence sur les marchés étrangers. Cela s'est fait au moyen de la diversification de la gamme de jus, du relooking et du conditionnement. Si, en effet, Frumat ne produisait que le pur et le nectar d'orange, le repreneur a développé, depuis la reprise en 2007, une gamme de neuf références de la marque Marrakech et une nouvelle boisson, Cool, avec trois parfums. Et depuis peu, il propose un nectar d'orange light, « le premier jus light marocain sur le marché », souligne Fodél Chérif, le DG.

Source : www.lavieeco.com

Carrefour se paie la corniche de Casablanca

Après le premier magasin ouvert à Salé en février dernier et celui de Marrakech en cours de finition pour une ouverture prévue avant la fin de cette année, Casablanca aura elle aussi son hypermarché Carrefour.

Le géant de la grande distribution et son associé marocain, le groupe Label'Vie, ont finalement trouvé un point de chute dans la capitale économique après plusieurs mois de prospection à la recherche d'un terrain. Surprise, le « Carrefour » de Casablanca élira domicile dans le complexe touristique et résidentiel Anfa Place en cours de construction sur la corniche de Ain Diab. Le magasin s'étalera sur une superficie de 3 400 m². Quant à la date d'ouverture, elle est prévue pour courant 2010, le temps que le complexe soit prêt. L'enseigne Carrefour bénéficie, rappelons-le, d'un programme d'ouverture ambitieux portant sur six hypermarchés au cours des trois années à venir. Après Salé, Marrakech et Casablanca les autres sont prévus à Rabat, Fès et Tanger.

Source : www.bladi.net

Tunisie

Nestlé GRAIN D'OR révolutionne le marché des céréales en Tunisie



Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus exigeants, Nestlé innove et lance une nouvelle recette de céréales

à l'ACTIGEN-E, à l'occasion de son 20ème anniversaire. L'ACTIGEN-E, mélange de 8 vitamines et de 4 minéraux essentiels, nouvel ingrédient actif de marque, est une innovation exclusive des Centres de Recherche Nestlé, qui aide à libérer l'énergie qui provient des aliments.

Pour rappel, Grain D'OR est une marque tunisienne appartenant au Groupe Nestlé S.A., produite depuis son lancement en 1989 à l'usine de Ain Zaghuan (Tunis), elle bénéficie de l'expertise des Centres de Recherche Nestlé dans le monde, ainsi que la qualité des produits Nestlé, leader mondial de nutrition, de la santé et du bien-être.



Le bio progresse

Au regard des statistiques disponibles, les agriculteurs tunisiens ont accompli du beau travail en matière d'agriculture biologique. En effet, selon des données fournies au cours d'un séminaire, organisé à Sousse, la superficie consacrée à l'agriculture biologique couvre, aujourd'hui, 285 mille hectares contre seulement 8.900 ha en 2000. La production bio est passée de 9 milles tonnes en 2002 à près de 11 milles tonnes en 2008.

Quant à l'effectif des agriculteurs bio, il est passé de 481 en 2002 à 1.792 en 2008. Au cours de ce même exercice, la Tunisie a exporté des produits bio (huile d'olive, dattes, amandes, plantes aromatiques et médicinales, huiles essentielles) pour une valeur de 64 millions de dinars.

Source : www.webmanagercenter.com

Délice Danone annonce le lancement de Activia à Boire



Délice Danone a annoncé le lancement d'un nouveau-né de la marque, à savoir «Activia à Boire». Dans le communiqué diffusé à cette occasion, on insiste sur le fait que Délice Danone, c'est « la marque de yaourts préférée des consommateurs Tunisiens », et de ce fait, l'entreprise «met tous les moyens en œuvre pour faire de la satisfaction du consommateur sa priorité N°1, garantir la meilleure qualité de produit en utilisant du lait sélectionné, et garantir des produits sains et sûrs via son système de Sécurité des Aliments...». Sans oublier la création par Délice Danone du segment «Santé Active», qui représente aujourd'hui 6% du total marché produits laitiers ultra frais en valeur.

Côté chiffres, Délice Danone possède plus de 60% de parts de marché des Produits Laitiers Frais en Tunisie, et ce sont 2.000.000 de produits fabriqués et consommés chaque jour.


Pour le management de l'entreprise, « le succès d'ACTIVIA en Tunisie montre bien la prise de conscience du consommateur tunisien et de l'importance de la santé par l'alimentation... ».

Aujourd'hui, après trois ans de présence dans les foyers tunisiens sous sa forme nature, vanille, miel et aux fruits, ACTIVIA élargit donc sa gamme avec une nouvelle variété à boire pratique à consommer, disponible en parfum vanille lancée sur le marché tunisien le 8 juillet 2009.

Source : www.webmanagercenter.com

France

ProNatura s'installe à Rungis

 ProNatura, spécialiste des fruits et légumes biologiques, vient d'ouvrir une plateforme dans le MIN de Rungis. L'entreprise a choisi de s'implanter physiquement à Rungis pour se rapprocher de ses clients situés en Ile-de-France et dans le Nord du pays, jusque-là servis depuis son site de Cavaillon.

ProNatura compte près de 200 clients dans cette région, parmi lesquels l'enseigne Naturalia, et se donne pour objectif, d'ici 2010, d'en livrer 150 de plus.



Avec ce nouvel entrepôt, ProNatura :

- Raccourcit les délais de livraison, ce qui lui permet d'améliorer son service et d'optimiser la fraîcheur de ses fruits et légumes.
- Réduit les distances qui la séparent des bassins de production du Nord, Centre et Nord-ouest de la France.

Après Cavaillon, Perpignan et Plouha (Bretagne), l'entrepôt de Rungis constitue la quatrième plateforme française de ProNatura. Chaque site a un rôle d'approvisionnement local et se voit attribuer un portefeuille clients en fonction de sa localisation et de sa gamme.

Kraft Foods compte investir 15 millions d'euros dans un nouveau centre R&D en France

Kraft Foods a annoncé son intention de construire un nouveau centre de recherche et développement près de Paris. Le montant de cet investissement serait de 15 millions d'euros. Ces nouveaux locaux constitueront le Centre Européen d'Expertise pour les Biscuits. Ils permettront le développement de nouveaux produits pour les grandes marques européennes du groupe Kraft (LU, Mikado, Prince, Oreo...). Ce centre sera aussi responsable du

développement de nouvelles plateformes technologiques pour le marché européen.

Fusion JeanJean SA et Laroche SA

Les représentants des actionnaires contrôlant les sociétés JEANJEAN SA et LAROCHE SA ont signé le 22 septembre 2009 un protocole d'accord visant à aboutir à leur fusion totale par voie d'absorption de LAROCHE SA par JEANJEAN SA dans les prochains mois. Cette opération permettra de créer le leader français des vins de qualité avec plus de 1 450 ha de vignobles haut de gamme, un portefeuille de marques prestigieuses et un chiffre d'affaires d'environ 200 M€ dont près de 50% réalisé à l'international. Ce rapprochement, voulu par les deux groupes familiaux contrôlant ces sociétés, s'inscrit dans une logique de complémentarité : complémentarité des réseaux de vente, des qualités et types de vins commercialisés, du savoir-faire, des sites, et des vignobles. Il va permettre une accélération de la croissance des ventes et de la rentabilité, le tout avec un point d'ancrage commun : la recherche de la qualité et de l'expression des terroirs portés par une marque synonyme d'excellence : LAROCHE.

Sodiaal et Entremont signent un accord d'exclusivité

Entremont et Sodiaal ont ouvert la voie à la création d'un grand groupe laitier européen en signant un accord d'exclusivité à la veille d'une nouvelle réunion de la filière lait. L'accord prévoit que Sodiaal sera l'interlocuteur exclusif dans les négociations de reprise d'Entremont pendant un délai d'un mois renouvelable, a-t-on précisé au ministère de l'Agriculture. «Si l'on prend la métaphore du mariage, disons que nous en sommes au stade des fiançailles», a-t-on ajouté.

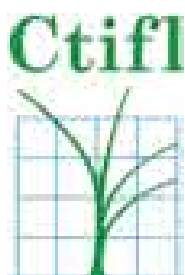


En difficulté, le groupe Entremont, troisième opérateur de lait en France, cherchait depuis des mois à s'arrimer à l'un de ses rivaux - Lactalis, numéro un des produits laitiers en France, troisième groupe mondial, ou la coentreprise Sodiaal, propriétaire des marques Yoplait et Candia.

Source : www.blogagroalimentaire.com

Connaître les fruits et légumes : maîtrise du produit et de la qualité

L'environnement économique, technologique, concurrentiel et réglementaire des entreprises est en constante évolution. Dans ce contexte, les entreprises de la filière fruits et légumes ont besoin d'intégrer ces changements, de définir de nouvelles politiques et d'améliorer leur organisation. La complémentarité des savoir-faire techniques et économiques du Ctifl lui permet d'accompagner les différents métiers de la filière dans l'amélioration de leur expertise.



Pour ce faire, le Ctifl propose des formations inter-entreprises ou des offres personnalisées, dans le cadre de formations intra-entreprises, permettant d'adapter le contenu aux besoins des organisations.

Les thèmes abordés dans ces formations font référence à des techniques précises, à des connaissances et à des compétences déterminées, nécessaires à chacun des acteurs de la filière, de la production à la distribution.

Public :

Managers et chefs de rayon. Commerciaux des entreprises de gros et de distribution. Responsables qualité. Détaillants.

Objectif :

Approfondir les connaissances fruits et légumes nécessaires à la maîtrise du produit pour mieux acheter et mieux vendre.

Cette formation peut être suivie en complément de la formation « Connaître les fruits et légumes au fil des saisons ».

Contenu(s) :

1. L'approvisionnement du marché
2. L'évolution des techniques, de la production à la distribution
3. L'appréciation, la mesure et le suivi de la qualité
4. Le maintien de la qualité jusqu'au point de vente

Prix HT : 541,00 €

Prix TTC : 647,04 €



►►► Plus d'infos sur www.ctifl.fr



Licence professionnelle Responsable de la qualité dans les filières fruits et légumes

La licence professionnelle « Responsable de la qualité dans les filières fruits et légumes », développée par l'IUT A de Lyon, a pour objectif de former des professionnels de niveau II, capables de mettre en place et de faire vivre des démarches d'hygiène et de sécurité garantissant la sécurité alimentaire, des démarches qualité (EUREPGAP, IFS, Normes ISO, Agriculture bio...), des systèmes de traçabilité, des démarches garantissant le respect de l'environnement. Leurs interventions peuvent donc s'inscrire dans une démarche de développement durable.



Les responsables qualité ont donc compétences pour :

- Raisonner la mise en place d'une démarche qualité, d'un système de traçabilité

- Conduire des audits et mener des diagnostics
- Raisonner et analyser des itinéraires techniques.
- Conduire des projets d'amélioration des produits et du fonctionnement de l'entreprise.

Conditions d'accès :

- L2 Sciences et technologies « Sciences de la Vie »
- DUT Génie Biologique
- BTSA
- Étudiants en formation continue (Validation des Acquis de l'Expérience)

Recrutement sélectif :

- Admission sur dossier et entretien.
- Étudiant sous statut de contrat de professionnalisation ou de contrat d'apprentissage.

Effectif : 24 étudiants

Organisation des études :

En alternance : globalement 2 semaines en enseignement académique, 2 semaines en entreprise

- Formation de base : 410 h • Projet tuteuré : 140 h
- Stage : 31 semaines en entreprise

Poursuite d'études / débouchés :

Objectif très prioritaire d'insertion professionnelle : Responsable qualité dans les entreprises des filières fruits et légumes ou vini-viticoles : production (groupements de producteurs fruitiers ou maraichers, coopératives agricoles), distribution (centrales de distribution des GMS, commerces spécialisés), expédition, export-import, transformation (jus de fruits, sorbets, confitures ...), organismes d'audits et de contrôles, recherche appliquée (instituts techniques).

Coordonnateur :

Bernard Calvez
IUT A – Département Génie Biologique
bernard.calvez@bvra.univ-lyon1.fr



►►► **Plus d'infos sur www.univ-lyon1.fr**

SITEVI 2009 : initiatives, innovations et faits marquants

Pour les professionnels des filières vigne / vin et fruits/légumes, le SITEVI est « le » Salon de référence mondiale en terme de matériels,

équipements et services. Il regroupe cette année encore, pour la 24ème édition, l'ensemble des intervenants majeurs de ces deux filières – près de 700 exposants dont 25% d'internationaux qui présentent 850 marques. Seul salon aussi exhaustif, il constitue également le 1er rassemblement au monde de machines à vendanger avec la présence de tous les leaders.



« Cette position incontournable suscite une attente très forte de la part de nos visiteurs, commente Martine Dégremont, directrice du SITEVI. Elle exige de nos équipes d'être en permanence tournées vers l'avenir, l'anticipation des évolutions des filières, les innovations, et bien sûr l'international. Plus que jamais, l'édition 2009 du SITEVI a été conçue comme un véritable « workshop » d'aide aux professionnels, français et étrangers, avec de nombreuses nouveautés. En effet, le contexte particulièrement tendu que traversent aujourd'hui les deux filières, amène le SITEVI à se positionner comme une réponse globale. Nous avons par ailleurs la chance cette année de disposer - dans le cadre d'un partenariat étroit

entre la Région Languedoc-Roussillon, Enjoy Montpellier et le SITEVI - d'un nouveau hall 2.3.4, appelé également Aréna, éco-construit et référence européenne en la matière. »

► **O** pour le secteur **OLEICOLE** particulièrement valorisé cette année

Le SITEVI a une fois encore anticipé les attentes des professionnels en déployant notamment, dans les halls 13 et 14, l'espace dédié à la filière fruits/légumes avec une mise en lumière du secteur oléicole, en pleine évolution depuis une dizaine d'années déjà. La région Languedoc-Roussillon qui accueille le SITEVI est d'ailleurs la principale région française pour la production d'olives.

► **D** pour la thématique incontournable du **DEVELOPPEMENT DURABLE**

Thème d'actualité au cœur de toutes les préoccupations, le développement durable est présent cette année dans l'ensemble des animations du SITEVI, avec notamment un espace dédié aux Energies Renouvelables (Hall 14). Des installateurs et bureaux d'études sont à la disposition des visiteurs pour les conseiller sur les atouts des différentes filières : bois, énergie photovoltaïque, petit éolien, méthanisation, éco-matériaux, récupération d'eau de pluie... La thématique de ce nouveau secteur est également abordée au travers de certains des ateliers et conférences mais aussi lors des visites gratuites à l'extérieur du salon qui sont mises en place par le SITEVI.

1/2/3

DÉCEMBRE
PARC DES EXPOSITIONS
MONTPELLIER / FRANCE



SITEVI 2009

Salon international pour les filières
VIGNE-VIN & FRUITS-LEGUMES



UNE STRATÉGIE L'EFFICACITÉ

VOTRE VISITE UTILE

- Un rendez-vous commercial et technologique, pour comparer les offres et prendre les bonnes décisions d'achats
- 795 exposants de 25 pays*
- 19 ateliers pratiques de 30 minutes pour faire le point sur vos coûts de production, vos ventes et le contexte environnemental.

VOTRE VISITE PRATIQUE sur www.sitevi.com

- Demandez votre badge à l'avance et recevez-le par email.
- Vous venez de Perpignan, Narbonne, Béziers, Montpellier, Nîmes, Orange, Avignon ou Aix-en-Provence, profitez de l'offre "visite clé en main" : entrée au salon + déjeuner + catalogue + transfert en bus.
- Vous venez des autres régions : toutes les offres de réduction de transport, d'accueil...

Les détails des conférences, ateliers pratiques,
visites professionnelles dans la région...

www.sitevi.com

*Source : INRA 2008

VITICULTURE

VINIFICATION

ŒNOLOGIE

EMBALLAGE

ARBOVICULTURE

MARAICHAGE

OLÉICULTURE

MARKETING

En partenariat avec



EXPOCER
10 av. de Gabriel de Guéry
83000 Toulon - La Seyne - France
e-mail : ider@compositum.com

► I pour la priorité donnée à l'INNOVATION

Le SITEVI 2009 est fidèle à sa réputation depuis 30 ans de véritable carrefour de l'innovation :

- Il permet tout d'abord aux professionnels de découvrir toutes les nouveautés des filières vigne/vin et fruits/légumes, que cela soit en terme de matériels, équipements, nouvelles technologies ou services qui permettront de développer leur production sur leurs exploitations.

- Comme à chaque édition, un jury d'experts internationaux a décerné le Palmarès de l'Innovation qui donne le ton sur l'avenir des filières. Cette année, 23 innovations sont récompensées. 3 médailles d'or, 7 médailles d'argent et 13 citations sont attribuées à des entreprises françaises et étrangères.

4 tendances fortes se dégagent : viticulture raisonnée – conduite des vignobles dans un contexte de maîtrise des coûts environnementaux, de sécurité... - process œnologiques – conditionnement et marketing du vin.

► I encore, pour l'importance croissante de la dimension INTERNATIONALE

Avec la mondialisation des marchés des filières vigne/vin et fruits/légumes, le SITEVI ne cesse de s'internationaliser depuis plusieurs éditions en accueillant de plus en plus de visiteurs étrangers y compris d'origines plus lointaines comme le Brésil, la Chine, l'Inde...

Côté exposants, sur près de 700 sociétés attendues, un quart vient des pays tels que : Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chine, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Finlande, Hongrie, Irlande, Israël, Italie, Luxembourg, Maroc, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Slovénie, Suède et Suisse...

Un nombre croissant de visiteurs étrangers (source 2007)

- 47 545 entrées professionnelles
- 25% d'étrangers de 58 pays
- Les 5 premiers pays visiteurs : Espagne / Italie / Suisse / Portugal / Allemagne
- Des actions de promotion dans une vingtaine de pays pour toucher des visiteurs acheteurs
- 60 délégations internationales

Des journalistes nombreux et une couverture médiatique internationale (source 2007)

- 173 journalistes de 13 pays
- 690 articles en France et à l'international

Des animations ouvertes sur l'international en 2009

- Tous les ateliers sont dispensés simultanément en 4 langues (français, anglais, espagnol, italien)
- Le Palmarès de l'Innovation réunit un jury et des experts internationaux (Allemagne – Portugal – Italie – Espagne)
- La mise en place, à l'Accueil Sud, d'un « club International »



ouvert à l'ensemble des visiteurs étrangers, qu'ils viennent en groupe ou en individuellement. Ils peuvent bénéficier d'une présentation rapide du salon autour d'un café et de là, partir pour une visite guidée dans leur langue.

- Des points économiques organisés par Ubifrance à l'intention des exposants pour leur présenter les possibilités de développement à l'export. Un focus est fait cette année sur 4 pays : Brésil, Chine, Inde, Ukraine.

- L'organisation par Ubifrance d'un séminaire de formation pour une vingtaine d'experts de missions économiques

- Des rendez-vous entre les exposants et les missions économiques d'un certain nombre de pays : Amérique du Nord (Etats-Unis, Argentine, Chili) - Europe (Espagne, Italie, Portugal, Suisse, Hongrie, Roumanie et Russie) - Afrique du Sud - Australie.

► V pour la filière VIGNE / VIN

Salon de référence pour les professionnels du monde entier, le SITEVI 2009 présente tous les équipements, matériels et services nécessaires pour une exploitation viti-vinicole : avec notamment les machines à vendanger (principalement dans le spectaculaire et désormais fameux Hall 12 !), plants et greffes, tracteurs, matériels de pulvérisation, d'œnologie, de vinification, de conditionnement, embouteillage...

► F pour la filière FRUITS / LEGUMES

Le salon SITEVI, à la pointe du développement, met en avant une véritable offre de matériel pour la culture et l'irrigation avec la présence de nombreux exposants français et étrangers. Des serres aux pépinières, des systèmes de gestion climatique à ceux de conservation, le SITEVI 2009 n'oublie pas pour autant les nouveaux systèmes d'irrigation goutte à goutte – asperseurs, filtres, vannes... - privilégiant le développement durable.

Des animations spécifiques sont également mises en place : parcours de visite sur la filière, ateliers, conférences et visites dans les exploitations.

Du 10 au 13 décembre 2009
Agadir

SIFEL MAROC : carrefour méditerranéen de la filière des fruits & légumes

Sifel Maroc, un des plus importants salons d'affaires en Afrique du Nord, qui valorise au mieux les échanges entre les deux rives de la méditerranée.

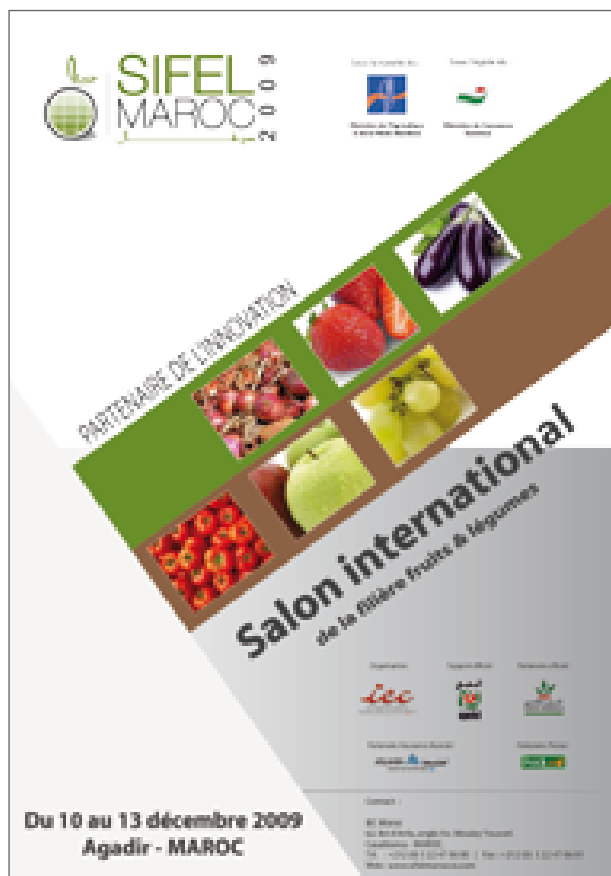
Plus de 400 exposants réunis sur une superficie de 30 000 m² de halls d'exposition, accueillent chaque année plus de 40.000 visiteurs professionnels d'Afrique, d'Europe et du reste du monde opérant dans la filière des fruits et légumes.

Ceci témoigne de l'importance que revêt l'agriculture au Maroc et plus particulièrement son agriculture exportatrice. Le Maroc a placé aujourd'hui son agriculture au premier rang des priorités économiques du pays avec une nouvelle stratégie intitulée « Plan Maroc Vert ». 17 % du PIB, 30% des recettes en devises, 40% de la population active du pays. Ces chiffres témoignent d'une manière très éloquente de l'importance du secteur agricole au Maroc.

Ces quinze dernières années, la filière fruits et légumes a connu une grande dynamique et une croissance soutenue. Opérant sur une superficie de près de 700.000 ha, la filière produit 7 millions de tonnes dont 1,2 million de tonnes sont destinées aux marchés d'exportation. Le pays prévoit de se doter de moyens pour tripler autant sa production que ses exportations à l'horizon 2020.

SIFEL Maroc constitue l'outil idéal pour accompagner les opérateurs de la filière dans leur développement international, sur des marchés à fort potentiel. A noter la mise en place de nombreux pavillons nationaux : Espagne, France, Italie, Mali, Maroc...

Pour répondre aux ambitions du pays, le Sifel Maroc propose un panorama complet de matériels et techniques pour la filière des fruits et légumes. De l'amont à l'aval, tous les secteurs d'activités sont représentés avec notamment : gros matériel et son accompagnement, serres et matériels complémentaires, irrigation et fertigation, conditionnement, semences, pépiniéristes, véhicules, laboratoires, lutte biologique, transport et logistique, services divers et bien d'autres.



Pour s'inscrire dans le plan national oléicole, la filière est omniprésente avec toutes ses composantes au sein du salon. Une vitrine des produits du terroir est là pour démontrer que l'économie durable n'est pas en reste.

Un secteur à l'honneur : LA LOGISTIQUE

Si le gouvernement du royaume du Maroc fournit aujourd'hui des efforts considérables pour le développement de la logistique, des voies de communication et du transport, il vise à faire de ce secteur vital un atout de sa compétitivité, un catalyseur de son arrimage économique au marché européen à tous les niveaux et un outil de diversification de ses marchés. Ainsi, pour accompagner une des visions stratégiques de l'Etat, «LA LOGISTIQUE» sera le thème officiel du Sifel Maroc 2009.

Un secteur en totale synergie avec l'offre du salon. Elle représente un réel atout pour les entreprises marocaines exportatrices.

Du 3 au 5 février 2010
Allemagne

FRUIT LOGISTICA 2010 : Le Mexique invité d'honneur

FRUIT LOGISTICA a choisi pour invité d'honneur de son édition 2010 (du 3 au 5 février) l'un des grands producteurs de fruits et légumes d'Amérique latine : le Mexique.

D'une superficie de près de deux millions de km², soit le quatorzième rang mondial, ce pays a annoncé une présence forte à Berlin. Tous les principaux acteurs de la filière mexicaine des fruits et légumes seront au rendez-vous. La cérémonie d'ouverture, le 2 février, fera une large place au ministère de l'Agriculture mexicain ; la partie culturelle et gastronomique de la réception qui suivra sera organisée par l'invité d'honneur.

Au cours des dix dernières années, le Mexique n'a cessé de renforcer sa présence au salon de référence des fruits et légumes. Pour ses producteurs, grossistes et exportateurs, qui placent la barre très haut en matière de fraîcheur et de qualité, FRUIT LOGISTICA constitue la principale plateforme marketing.

Partout dans le monde, le slogan « best from the fresh » (le meilleur du frais) choisi par le Mexique recueille un écho très favorable, comme le soulignent les représentants de la filière. Une démarche de qualité qui sera illustrée par la très belle mise en valeur des produits à FRUIT LOGISTICA, première plateforme commerciale au monde pour les fruits et légumes et rendez-vous incontournable de tous les acteurs potentiels ou confirmés de la chaîne de valeur de ce secteur d'activité.

Le Mexique a participé pour la première fois à FRUIT LOGISTICA en 1995 et est représenté sans interruption depuis 2001 par un stand collectif.

THE WORLD OF FRESH PRODUCE

FRUIT LOGISTICA BERLIN, 3 - 5 FÉVRIER 2010

WWW.FRUITLOGISTICA.COM



Business Plan 2010

*1 vol
1 hôtel
3 jours
Des milliers de contacts*

FRUIT LOGISTICA



SOUS LE HAUT PATRONAGE
DE MONSIEUR LE MINISTRE
DE L'AGRICULTURE ET DU
DEVELOPPEMENT RURAL

SI AFIL



2009

Salon
International
de l'Agriculture
Productions & Technologies
Végétales



Algerian International
Agricultural
Show
Production & Agri-Technology

المعرض الدولي
فلاحة للإنتاج
والتقنيات النباتية

Forums :
- OLEOMED
- PHYTOFERTI

Alger, 16 - 19 Novembre 2009

www.filaha-dz.com

Un événement organisé par



Partenaires et Promoteurs



ExpoVet / Cereals / Cereals / Cereals / Cereals



magvet

AccroLigne

APRESSION

EXPO 50 ans

EXPO 50 ans

EXPO 50 ans

EXPO 50 ans

EXPO 50 ans

EXPO 50 ans

EXPO 50 ans

« SIAFIL-FILAHA » : Salon International de l'Agriculture Productions et Technologies Végétales

La 4ème Edition du Salon international de l'agriculture, Productions et Technologies Végétales, dénommée maintenant SIAFIL-FILAHA est un évènement placé sous le haut patronage du Dr Rachid Benaïssa, Ministre de l'agriculture et du développement rural et se déroulera du 16 au 19 Novembre 2009 au palais des Expositions d'Alger - Safex.



« SIAFIL-FILAHA » a pour objectif de permettre aux 250 sociétés exposantes, de rencontrer plus de 15 000 visiteurs professionnels et spécialistes du secteur agricole et de l'agro industrie, du machinisme et de l'équipement agricole pendant 4 jours.

SIAFIL-FILAHA est devenu l'un des rendez-vous les plus importants de la région Sud méditerranéenne et en Algérie, le 1er salon professionnel spécialisé dans les productions et technologies végétales. Il regroupe toutes les filières végétales,

arboriculture, maraîchage fruits et légumes, phytopharmacie, engrais, semences et plants ainsi que le machinisme et l'équipement agricole.

Cette 4ème édition du SIAFIL-FILAHA 2009 se place résolument sous le signe de l'investissement d'appui à l'exploitation agricole.

En marge du salon, et à travers le groupe de réflexion de la Fondation Filaha Innove (GRFI), des spécialistes, des experts, des opérateurs économiques, des chercheurs et des agroéconomistes souhaitent apporter à cette dynamique du programme de Renouveau de l'économie agricole et Renouveau rural (REAR) leur contribution à la sécurité alimentaire du pays et œuvrer à

l'organisation interprofessionnelle des différentes filières agricoles.

Pour l'édition 2009, SIAFIL-FILAHA accordera une place prépondérante aux thématiques du FORUM relatives aux questions et aux innovations de l'heure :

- Les produits phytosanitaires, pesticides et engrais pour la protection des plantes et fertilisation raisonnée, la veille phytosanitaire.
 - L'Oléiculture, La problématique de la labellisation de l'huile d'olive sera posée officiellement sur la table durant le Forum OLEOMED.
 - Instauration avec l'ITAF et la Fondation FILAHA INNOVE du TROPHEE Oléomed 2009 qui sera décerné au meilleur investisseur, meilleur producteur, meilleur oleifacteur et meilleur confiseur de ce produit oléicole.
 - Les cultures protégées, SERRICULTURE qui s'inscrit dans la politique du (REAR), entrant de plein pied dans la modernisation des techniques culturales protégées, pour son rendement, forum est organisé en partenariat avec l'ITCMI et les professionnels de ce secteur.
 - Une journée dédiée aux semences et plants, et génétique, pivots de notre sécurité alimentaire.
- Autant de thèmes qui seront débattus lors de ce salon.

**SIAFIL-FILAHA 2009,
le rendez-vous
professionnel
à ne pas manquer
du 16 au 19
Novembre 2009 !**

Le salon international de l'agriculture sera une nouvelle occasion de promouvoir le secteur de l'agriculture et de l'agro-industrie, et d'encourager les promoteurs des filières agricoles à l'investissement dans ce secteur qui permettra aux entreprises de gagner des parts de marché et de s'ouvrir aux nouvelles technologies.

Expovet leur offre ainsi, l'occasion pour mettre en œuvre des relations d'affaires, et de partenariats dans un secteur en pleine mutation.

Dr Amine BENSEMMANE
Président du SIAFIL FILAHA

Algérie

De nouvelles mesures d'importation controversées

..... La Confédération des industriels et des producteurs algériens (CIPA) a vivement critiqué la décision du gouvernement algérien, de restreindre le paiement des importations par le seul crédit documentaire.

Le gouvernement a introduit cette mesure dans l'article 69 de la loi de finances complémentaire de 2009 et elle est entrée en application le 31 juillet dernier. L'article stipule que : « les paiements des importations s'effectuent obligatoirement au moyen du seul crédit documentaire ».

On rappelle que le crédit documentaire est un document dans lequel la banque de l'importateur s'engage à garantir à l'exportateur le paiement des produits vendus.

Selon le président de la Confédération des industriels et producteurs algériens, Abdelaziz Mehenni, le gouvernement n'a pas tenu compte de l'intérêt des sociétés qui n'ont pas été associées au dialogue et à la concertation avant la prise d'une telle décision.

Les importations
sont financées à
82 % par du cash.

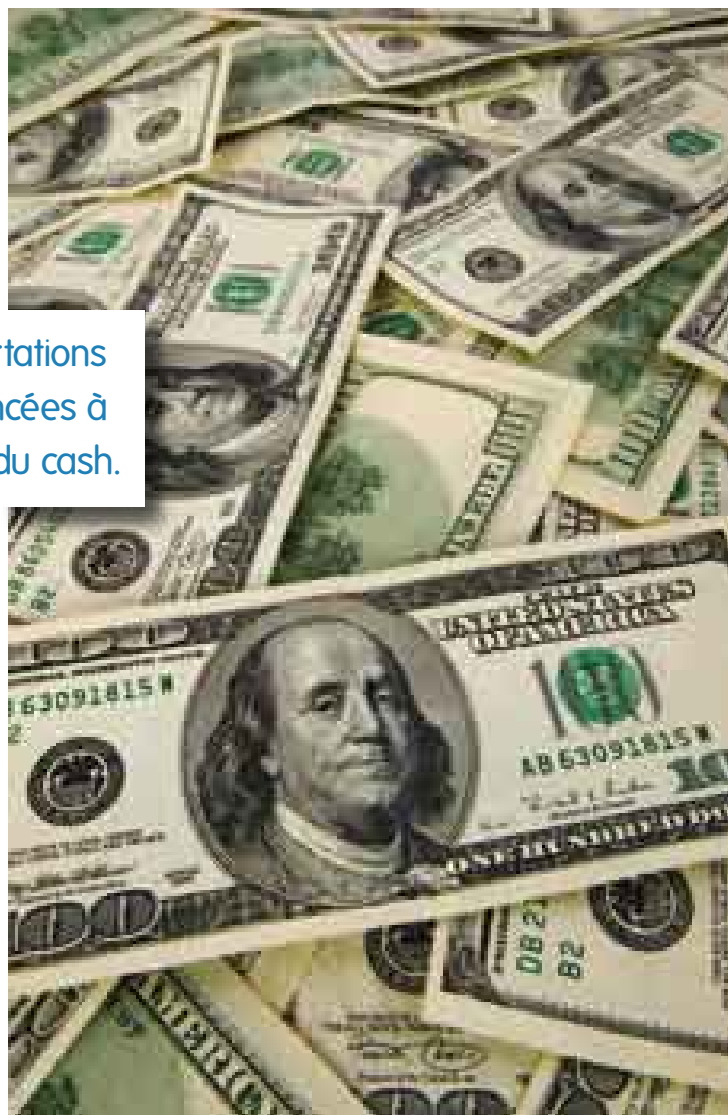
Le fait de limiter le paiement des importations au seul crédit documentaire « pénalise lourdement les opérateurs économiques algériens et enrichit les fournisseurs étrangers », a souligné la CIPA dans son communiqué.

Même les importations des matières premières sont concernées par la décision du gouvernement, ce qui déplaît énormément à cette organisation et suscite l'inquiétude « de l'ensemble des opérateurs économiques », poursuit la CIPA.

Le directeur des politiques fiscales et budgétaires du ministère des Finances a justifié cette décision par la nécessité de réduire les importations de l'Algérie.

De 40 milliards de dollars US en 2008, elles devraient tourner autour de 37,5 milliards de dollars US cette année. Les importations sont financées à 82 % par du cash.

Source : www.afriquejet.com



Algérie - France

Exportations : plus de 40 PME vont bénéficier d'un programme d'accompagnement

..... Plus de 40 petites et moyennes entreprises (PME) exportatrices ont été sélectionnées pour bénéficier d'un accompagnement technique, durant deux ans, au titre du programme algéro-français de renforcement des PME exportatrices hors hydrocarbures (Optimexport).

Ces entreprises représentant plusieurs secteurs notamment les équipements industriels, l'agro-industrie ainsi que l'industrie chimique, ont été sélectionnées sur un total de 600 entreprises ayant affiché un intérêt pour ce programme, lancé en 2008, et doté d'un financement de l'ordre de 2,5 millions euros.

La liste de ces entreprises a été communiquée à l'occasion d'une conférence de presse, qui s'est tenue en présence notamment du Secrétaire général du ministère du Commerce, Safi Telli, et du directeur général de l'Agence nationale de la promotion du commerce extérieur (Algex), Mohamed Bennini.

Source : www.aps.dz

Tunisie

Le CEPEX annonce la gratuité de l'accès aux outils d'analyse des marchés en ligne

..... Accéder aux données clés sur le commerce international pour toute analyse du marché avec l'aide du « Trade Map », conserver ces marchés et en conquérir de nouveaux à travers le « Market Access Map », étudier les marchés internationaux et développer les entreprises via « Product Map » ainsi que l'accès à « Investment Map » ne seront plus des activités payantes.

Le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX) informe, dans un communiqué, que les exportateurs n'auront plus rien à payer en matière d'outils d'analyse de marché en ligne du Centre du Commerce International (CCI). Cette initiative s'inscrit dans le cadre d'un soutien financier du Fonds Global d'Affectation Spéciale du CCI ainsi que la Banque centrale.

Le CEPEX met à la disposition des intéressés à cette initiative la possibilité de créer leur accès personnalisé à travers l'inscription en ligne sur : <http://mas-admintools.intracen.org/accounts/Registration.aspx> ainsi que l'obtention d'un mot de passe pour accéder aux 5 bases de données suivantes :

- TradeMap : www.trademap.org/
- Market Access Map : www.macmap.org/Index.fr.aspx
- Investment Map : www.investmentmap.org/invmap/en/index.aspx?prg=0
- Country Map : www.intracen.org/countries/
- Product Map : www.p-maps.org/Client/index.aspx

A noter que fin 2005, la Conférence ministérielle de l'OMC a exhorté tous les pays à s'entendre en matière de réduction des droits de douane et d'autres handicaps au commerce et ce, avant d'entamer les négociations mondiales sur le commerce.

Source : www.infotunisie.com

Turquie

Un Traité de libre échange avec le Chili

..... La Turquie et le Chili ont signé, le 14 juillet 2009 à Santiago de Chili, un Traité de libre échange permettant ainsi à 98 % de leur commerce bilatéral d'être exonéré de droits de douane.

L'accord, qui a pour but de multiplier les échanges commerciaux entre les deux pays, a été signé par le ministre chilien des Affaires extérieures, Mariano Fernández, et le ministre de Commerce extérieure de la Turquie, Zafer Caglayan, avec la présence de la présidente chilienne Michelle Bachelet. Il doit désormais être ratifié par les Parlements des deux pays pour pouvoir pleinement entrer en vigueur. Il s'agit du quinzième accord de libre échange de la Turquie et le premier avec un pays de l'Amérique latine, ainsi que le 21ème accord de commerce bilatéral négocié par le Chili, pays qui compte le plus grand nombre de pactes commerciaux au monde.

« Cet accord commercial signé par le Chili constituera l'accès à une zone économique de grande potentialité, pratiquement non explorée par nous », a souligné la présidente Michelle Bachelet, lors de la cérémonie de signature. En effet, pour le Chili, l'accord promet un marché potentiel de plus de 70 millions de consommateurs et en même temps une porte d'entrée vers les marchés européens de l'Est. De nombreux secteurs au Chili, dont la mine, l'agriculture, la pêche et la sylviculture, en profiteront. Le ministre turc Zafer Caglayan a souligné, à son tour, qu'avec ce traité s'ouvrirait une nouvelle période de coopération entre la Turquie et le Chili.

Cet accord, ainsi que les récentes discussions d'autres pays de la région méditerranéenne avec des pays tiers



...pour le Chili, l'accord promet un marché potentiel de plus de 70 millions de consommateurs et en même temps une porte d'entrée vers les marchés européens de l'Est.

susceptibles d'aboutir à des Traités de libre échange bilatéraux, montre la volonté de ces pays d'élargir leurs partenaires commerciaux au delà des États-Unis et de l'Union européenne.

Le Maroc et le Canada, par exemple, se sont rencontrés, en avril 2009, pour discuter sur des questions économiques et commerciales, notamment sur la possibilité de négocier un traité bilatéral de libre échange. Un an plus tôt, en avril 2008, l'Égypte annonçait qu'elle avait entamé des discussions avec l'Inde pour étudier la possibilité d'établir un accord de ce type. Par ailleurs, ces pays ont multiplié dernièrement les liens commerciaux avec d'autres pays émergents comme le Brésil ou la Chine.

Source : www.ciheam.org

Les légumes se font raffinés pour les fêtes de fin d'année avec « Les Purées Festives »

C'est avec tout son savoir-faire et des matières premières soigneusement sélectionnées que l'équipe Créaline a élaboré des produits riches en saveurs et en couleurs.

LE GOÛT AVANT TOUT :

La sélection rigoureuse des matières premières (légumes, produits laitiers) est une étape clé de la qualité des produits Créaline. Des partenariats avec des agriculteurs régionaux garantissent des approvisionnements de qualité.

Les méthodes de fabrication sont également gages des saveurs préservées : Les légumes sont cuits séparément à la vapeur et conservent ainsi leurs qualités gustatives. Une technique brevetée, inspirée des moulins à légumes, confère aux purées Créaline leur texture onctueuse et fondante comme une purée « maison ». En fin de fabrication les produits sont soumis à une pasteurisation douce qui leur assure une bonne conservation au frais tout en préservant leur qualité.

UNE PRÉSENTATION ULTRA-PRATIQUE :

Proposées dans une barquette operculée micro-ondable, les 3 purées sont prêtes à réchauffer soit au micro-ondes (3 min) soit au bain-marie (10 min). La portion de 380g est adaptée à une consommation pour 2 personnes en accompagnement unique ou pour 4 personnes en accompagnement associé.

LA NATURALITÉ AU COEUR DES RECETTES :

Les 3 purées Créaline sont préparées sans additif ni conservateur. Elles sont riches en légumes (de 56% à 82% selon la recette) et relativement peu caloriques (moins de 110 kcal pour 100g). De plus Créaline veille à limiter la teneur en sel de ses produits (moins de 0.6% de sel).

3 RECETTES RAFFINÉES POUR DES REPAS D'EXCEPTION :

Purée de Topinambours à la truffe :

L'alliance d'un légume tendance et du symbole du luxe.
Poids net : 380g - Au rayon légumes frais
PVC : environ 3.85 €



Les 3 purées Créaline sont préparées sans additif ni conservateur.



Purée de Patates douces aux épices :

La délicatesse d'un légume original associée aux parfums envoûtants d'un mélange d'épices.
Poids net : 380g - Au rayon légumes frais
PVC : environ 3.65 €

Purée de Marrons :

Une recette incontournable au coeur de la tradition de Noël.
Poids net : 380g - Au rayon légumes frais
PVC : environ 3.65 €

Nature Addicts : le **snack fruits** des devants de caisse

Premier acteur des devants de caisse, Solinest vient de lancer une offre inédite de pépites et barres de fruits pour encourager le snacking sain.



Sans sucres ajoutés, la gamme N.A ! (Nature Addicts) est exempte de conservateurs, colorants et arômes artificiels. Elle ne contient que du fruit. La pomme est l'ingrédient majoritaire, pour son apport en sucre, pectine et fibres. Elle s'associe à de l'abricot, de la fraise, de la framboise ou du cassis pour former une gamme de six références :

- 4 mini-sachets de 30 g de pépites (PVC : 1,59 €)
- 2 sachets de barres 2 x 15 g (1,75 €).

Avec un design original à dominante blanche N.A ! s'assure une bonne visibilité au milieu de l'offre bigarrée de gommes et confiseries. Solinest vise 5 % du CA des devants de caisse d'ici à fin 2010, soit 30 M€.

Source : www.lineaires.com

Brindélices lance sa propre marque et innove sur le **marché des soupes**

Le spécialiste des salades traiteur frais annonce la sortie d'une gamme de soupes fraîches de légumes frais.

C'est avec plus de 80 recettes dont une quinzaine de recettes BIO que Brindélices se positionne comme l'un des pionniers des salades traiteur BIO en France. Brindélices a aujourd'hui décidé de se spécialiser dans la transformation de légumes BIO et ainsi élargir sa gamme en proposant 3 recettes de soupes bio « comme à la maison », à base de légumes frais, disponibles dès la rentrée.

Légumes bio, eau et épices bio sont les ingrédients de ces soupes, simples et à la fois naturelles, toutes composées de légumes frais afin de conserver les saveurs et les qualités gustatives et nutritionnelles de l'agriculture biologique. Elles seront proposées sous 3 variétés : Légumes verts / Carottes et coriandre / Tomates.

Pour le grand public, la gamme est disponible dans des « cups », facilement transportables et micro-ondables, de

500 ml. La portion peut être consommée en guise de plat complet ou représente 2 entrées.

*Disponibilité :
septembre 2009
Conditionnement :
500 ml (petites,
moyennes et
grandes surfaces),
3 L (restauration)
Prix conseillé :
entre 4 et 5 € l'unité
Date limite de
consommation :
12 jours minimum*



Le procédé Hot Filling : Meilleur pour la santé ?

Si la qualité d'un jus dépend grandement du fruit qu'on y a pressé, la méthode de conservation qu'on lui a fait subir a apparemment le dernier mot sur son goût ! Tout dépend du laps de temps pendant lequel on l'a chauffé pour le stériliser. Lorsqu'on considère par ailleurs sa teneur en agents de conservation, le «bas de gamme» a un petit quelque chose de plus « naturel » !

La plupart des jus économiques subissent le procédé de stérilisation Hot Filling. Ils sont chauffés à environ 85 degrés pendant plusieurs minutes avant d'être immédiatement embouteillés dans des contenants non stérilisés, mais spécialement conçus pour résister à l'effet «vacuum» de déformation provoqué par la haute température du liquide. «Le liquide surchauffé stérilisera par lui-même le récipient», explique l'enseignant Joseph Arul, expert en conservation des aliments à l'Université Laval. Le procédé stérilisera donc le jus, sans qu'aucune autre transformation chimique ou ajout d'agents de conservation ne soient nécessaires à ce stade.

«Allons-y alors pour le jus “bas de gamme” auquel on n'a pas ajouté d'agents de conservation!», me direz-vous. C'est certainement la solution la plus économique pour vous et pour le fabricant car le procédé Hot Filling requiert très peu d'équipement. Lorsque la boisson est chauffée à une très haute température pour plusieurs minutes, la saveur des fruits est cependant grandement altérée, ce qui laisse la boisson plutôt insipide. Sans agents de conservation, mais aussi sans goût : on devra donc y ajouter des saveurs artificielles.

Les jus «haut de gamme» que commercialisent notamment Tropicana ou L'Assommoir (Oasis) sont, pour leur part, soumis aux coûteux procédés de pasteurisation ou d'aseptisation. Ils sont ainsi chauffés à de hautes températures, mais pour quelques secondes seulement, puis embouteillés dans des contenants déjà stériles. Les deux procédés requièrent par la suite l'addition d'agents de conservation, tels que le sorbate et la réfrigération du produit. «C'est ce qui est actuellement le plus courant dans les usines du Québec», souligne Joseph Arul.



Le procédé Hot Filling a néanmoins la cote dans la commercialisation de boissons à très grande échelle.

Le procédé Hot Filling a néanmoins la cote dans la commercialisation de boissons à très grande échelle. La compagnie PepsiCo stérilise ainsi ses jus Dole, Lipton et Sobe, notamment. Une fois le procédé réalisé, l'ajout d'agents de conservation n'est donc pas nécessaire mais l'insipidité des boissons qui découle du processus de chauffage devra finalement être compensée par l'ajout de saveurs artificielles. Au bout du compte, le procédé Hot Filling vous épargne les agents de conservation, mais pas les saveurs artificielles !

Source : <http://impactcampus.qc.ca>

Promouvoir les fruits et les légumes auprès des jeunes

Malgré les nombreuses campagnes de sensibilisation, les jeunes ne consomment pas assez de fruits et légumes. Pour comprendre ce « désamour », une enquête a été menée par l'Institut national de Veille Sanitaire (InVS). Après analyses des résultats, plusieurs raisons ont pu être identifiées, ce qui permettra dans un avenir proche d'adapter au mieux les messages de prévention.



Publiée dans le Bulletin Hebdomadaire Epidémiologique (BHE) en mai 2009, une étude française sur les comportements alimentaires a été menée auprès de 1 627 enfants et adolescents (3-17 ans) entre 2006 et 2007. Elle montre que de nombreux facteurs entrent en jeu dans la consommation de fruits et légumes chez les jeunes.

Les foyers dont le niveau scolaire est « collègue/lycée » consommeraient, par exemple, moins de fruits et légumes que les foyers dont le niveau d'éducation est supérieur au « bac ».

Autre point intéressant, les enfants appartenant à un foyer dont la personne de référence exerce une profession indépendante (artisan, agriculteur, commerçant...) mangeraient moins de fruits et légumes que ceux où il y a un cadre ou une personne exerçant une profession intermédiaire. Une plus faible consommation de ces produits est également notée dans les foyers où règne une insécurité alimentaire (12 % de l'échantillon).

Enfin, une faible consommation peut également être liée à une absence de goût, une situation de précarité ou tout simplement au phénomène du « ventre plein » (On mange plus en volume mais de moins bonne qualité pour avoir l'estomac plein).

L'école, lieu de savoir par excellence, pourrait ainsi voir son rôle de prévention renforcé dans les années à venir.

Pour augmenter la consommation de fruits et légumes chez les jeunes, des solutions sont actuellement en cours d'évaluation un peu partout dans le monde.

En Australie, des jardins scolaires communautaires sont à l'étude. Ils permettraient aux élèves de manger mieux, de pratiquer une activité physique mais aussi de comprendre les enjeux du développement durable.

Au Royaume-Uni, une étude a évalué l'impact d'un nouveau type de « snack-bar » qui proposerait des fruits à prix fixe en supprimant les bonbons et les chips. Les résultats sont assez prometteurs.

En France, l'étude EPODE qui mobilise toutes les actions de prévention au niveau local (y compris les établissements scolaires) contre l'obésité des jeunes a obtenu des résultats étonnants (avec une baisse de la prévalence de l'obésité de 11 % en moyenne)...

L'école, lieu de savoir par excellence, pourrait ainsi voir son rôle de prévention renforcé dans les années à venir.

Source : www.doctissimo.fr



L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE



DÉCANTATION - CLARIFICATION
FILTRATION - MICROFILTRATION
ULTRAFILTRATION - NANOFILTRATION
OSMOSE INVERSE
ÉLECTRODÉIONISATION
ADOUCCISSEMENT - DÉCARBONATATION
DÉMINÉRALISATION - POTABILISATION
NEUTRALISATION - DÉCHLORATION
OXYDATION - DÉSINFECTION
STÉRILISATION - ULTRA VIOLETS
OZONE



BWT FRANCE - PERMO

Tél : + 33 1 49 22 46 51 - Fax : + 33 1 49 22 45 30

e-mail | permo.export@bwt.fr - www.permo.fr



permo
BEST WATER TECHNOLOGY

© 2008 Permo

Alimentaria 2010

Salon International de l'Alimentation et des Boissons

Barcelone, Espagne

22 - 26 Mars

Fira de Barcelona

Gran Via

Alimentaria  Exhibitions

FIRA DE BARCELONA & FOOD EXHIBITIONS JUNE VENTURE
www.alimentaria-bcn.com