

Agrôlign

www.agroligne.com

L'ESSENTIEL DE L'AGROALIMENTAIRE ET L'AGRICULTURE - N°99

Industrie Agroalimentaire

L'innovation entre enjeux et opportunités



DJAZAGRO

LE CARREFOUR DES FILIÈRES AGROALIMENTAIRES

18•21 AVRIL 2016 - Palais des Expositions SAFEX - Alger • Algérie

VOTRE LEVIER DE CROISSANCE !

VOTRE RENDEZ-VOUS
PROFESSIONNEL INCONTOURNABLE



INVITE DU MOIS



**M. CHRISTOPHE
PAINVIN,
DIRECTEUR
DU SALON
DJAZAGRO**



- Pompes centrifuges
- Pompes volumétriques
- Pompes à membrane
- Pompes Mouvex

- Tôles
- Produits de soudage
- Produits de découpage et traitement pour acier inoxydable

- Siphons de sol
- Matériels de lavage industriel
- Flexibles

- Tuyauteries
- Robinetteries
- Raccorderies
- Coudes
- Vannes papillon
- Vannes à membrane



Tous nos produits sont disponibles en stock



Nos Partenaires



Siège:
Coopérative EL NASR Lot. N° 95 - Les Vergers - Birkhadem - Alger
Tél./Fax: +213 (0)21 44 88 82
Showroom et dépôt:
Autoroute de Blida face à AFAK Birkhadem - Aïn Naadja Sud - GDC - Alger
Téléphone : +213 (0)23 45 08 90/91 - Fax : +213 (0)23 45 08 87

E-mail : contact@investinox.com
invest98@hotmail.com

www.investinox.com

Industrie Agroalimentaire L'innovation entre enjeux et opportunités

L'Industrie AgroAlimentaire (IAA) est un secteur en perpétuelle effervescence, à l'affût continue de nouveautés et d'améliorations, afin de conquérir de plus grandes parts de marché.

L'innovation est un élément clé dans le processus de développement et d'expansion des entreprises de l'IAA. Elle prend place lors de la mise en œuvre nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures.

De nombreuses opportunités s'offrent aux professionnels de l'IAA, pour cause, la croissance de la demande étrangère, notamment en provenance d'Asie et des États-Unis. Par ailleurs, de nombreuses menaces guettent le secteur, à travers entre autre, une baisse du pouvoir d'achat et de la consommation, hausse des prix des matières premières ainsi que la volatilité des marchés.

Les salons de l'agroalimentaires sont d'excellentes opportunités afin dénicher les dernières innovations. Nous retrouverons dans ce dossier, les dernières innovations issues des lauréats des trophées de l'innovation du salon CFIA Renne.

Aussi les entreprises de l'IAA, font face à d'autre enjeux que ceux de l'innovation ; la fluctuation du prix des matières premières. Étant donné que les IAA sont dans la chaîne de valeur, entre des producteurs ou des importateurs de matières premières agricoles et des réseaux de distribution qui alimentent le marché de consommation finale. Cela les places entre deux types de biens dont les prix obéissent à des logiques différentes.

Dans ce contexte, il paraît important de mieux comprendre la situation des industries agroalimentaires françaises face à la volatilité des prix des matières premières afin de mieux en anticiper les conséquences et d'en limiter les effets négatifs.

E.Chérif

Invité du mois

4. M. CHRISTOPHE PAINVIN, Directeur du salon DJAZAGRO

Economie

- 7. Définition de l'innovation
- 10. Opportunités et menaces du marché
- 12. Best practices et principaux verrous de l'innovation
- 16. Offre et demande du marché
- 16. Les dernières innovations du secteur de l'industrie agroalimentaire
- 20. La vulnérabilité des industries agroalimentaires face aux variations du prix des matières premières

Témoignage

26. Entretien avec ERIC PAVONE et SAMIR KHODJA - GROUPE BOBST

Publi-reportage

- 29. GLOBAL STANDARDS ONE GS1
- 33. BEST WATER TECHNOLOGY BWT
- 42. GLOBAL HALAL LOGISTICS GHL

Les exposants du salon Djazagro

- 34. AROMES D'ALGERIE - BARAKATS INOX
- 36. INVEST INOX ALGÉRIE - REPI TOUAHRI ET FRERES ALGERIE
- 37. BIFECTA ALGÉRIE
- 38. AROMPLUS ALGERIE - SNC BM INOX
- 39. EURL AFRIMAT - RH INDUSTRIE
- 40. LABOREF - HIGHPACK ALGÉRIE

Quiz

- 44. GROUPE KHEIDRI - GROUPE /ENAD
- 45. SNC GENICONSULT - SARL UNIVERT MILK
- 46. CARTONNERIE EL-FARES ALGERIE
Spa LES GRANDS MOULINS BELGHITH
- 47. BOISSONS NOUVELLE COMPAGNIE - BNC
- 48. TONIC INDUSTRIE - Spa LES PAINS SUR TABLE
- 49. ALTINBILEK TURQUIE
- 50. UNION CONSOLIDATED TRANSPORT UCT
REKKAS MAHIDDINE R.M.F.E.E
- 51. SARL SASKO INDUSTRIE
- 52. SDC ALGERIE
- 54. INFOR PRINT

Bilan

- 60. GULFOOD Dubaï
- 62. PAMED Tunisie
- 64. EUROPAIN France

Siège social :
17, Rue le Pelletier
75009 Paris
contact@agroligne.com

Editeur :
SAS REZO

Directeur de la publication :
E.Chérif

Rédaction-Information :
F.Sheriff / N. Khelil

Coordination internationale :
Fara Sheriff

Information-Promotion :
H.Iskounen / H.Mokdes / R.Chouit / Y.Chekouche

Maquette & mise en page :
Athmane YACEF
creaprestige.contact@gmail.com

Représentation France :
Contact : Agroligne
17, Rue le Pelletier
75009 Paris
Tél : +33 6 43 1 870 06
Email : contact@agroligne.com

Algérie :
Contact : Drim Services
Tél. : +213 21 31 93 36/37
Fax. : +213 21 30 17 42
Email : contact@agroligne.com

Maroc :
Contact : A.Houneida
E-mail : contact@agroligne.com

Tunisie :
Contact : Tarek Mamy
E-mail : contact@agroligne.com

Espagne :
Contact : Imanol Arriazu Rosales
E-mail : contact@agroligne.com

Abonnement-Promotion-Publicité :
Tarifs abonnement :
France 74 euros HT, (comportant 6 numéros + prestations annexes)

ISSN : 0249-020X
Dépôt légal : à parution
Commission paritaire n° 0715T79 437

INTERVIEW DE M. CHRISTOPHE PAINVIN

DIRECTEUR DU SALON DJAZAGRO



Agroligne: Pensez-vous que la politique algérienne de réduction de la facture de l'importation, notamment des produits alimentaires, affectera cette édition du Djazagro ?

Mr. Christophe PAINVIN : En tentant de réduire la facture d'importation des produits alimentaires l'objectif du gouvernement est d'encourager la production locale. Pour se faire les industriels algériens ont besoin d'équipements et DJAZAGRO représente la meilleure opportunité de découvrir une offre internationale en la matière. L'autre moyen de réduire la facture d'importation est aussi d'aider les sociétés

algériennes à exporter. L'exportation est un des thèmes majeurs de cette 14ème édition de DJAZAGRO.

Quelles sont les nouveautés de cette édition ?

Comme à chaque édition il y a beaucoup de nouveautés sur DJAZAGRO cette année. Tout d'abord nous occupons un hall de plus et avec 700 exposants l'offre proposée est encore plus importante que les années passées.

Nous avons créé un nouveau secteur dédié à la Restauration qui se situe dans le Hall3. Dans ce secteur le visiteur pourra assister au premier concours

professionnel des métiers de bouche en Algérie, Djazair Excellence by DJAZAGRO.

Une conférence sur l'Export se tiendra le mardi 19 avril à partir de 10h dans la salle Al Maachi animé par International Supermarket News et regroupera L'ALGEX, l'ANEXAL, la CACI et la CAGEX. Cette conférence a pour objectif d'aider les industriels algériens à exporter.

Pourquoi avez-vous vu judicieux de dissocier la restauration des autres métiers de bouche, entre autres la pâtisserie et la boulangerie ?

DJAZAGRO a toujours eu pour but de répondre à la demande des algériens en matière d'équipements. L'année dernière nous avons constaté que la demande de nos visiteurs pour découvrir du matériel dédié à la restauration était très forte et nous avons donc créé ce nouveau secteur dans le Hall 3 à côté du secteur Boulangerie.

Croyez-vous que le créneau de la restauration prend autant d'ampleur en Algérie, surtout que vous lancez cette année un concours qui lui est spécialement dédié ?

Encore une fois DJAZAGRO a toujours répondu à la demande algérienne et les évolutions du salon découlent des évolutions de la demande.

Au regard du nombre de nouveaux restaurants qui s'ouvrent à Alger mais aussi dans

les autres grandes villes du pays il semble en effet que le secteur de la restauration soit en plein essor. DJAZAGRO propose donc une offre de matériel qui peut aider les restaurateurs à se développer.

Pourquoi avoir choisi le thème de l'export pour la conférence débat, alors le produit algérien n'est représenté que par 20% des exposants ?

L'offre algérienne représente 25% du salon et est en progression chaque année montrant un vrai dynamisme de ce secteur. Le thème de l'Export est aujourd'hui très important en Algérie pour tenter de contrer les effets de la baisse du prix des hydrocarbures. DJAZAGRO lieu de rencontre de toute une industrie se devait de proposer une conférence autour de ce thème.

L'objectif de cette conférence est de donner des clés pour les aider à exporter. En regroupant

tous les organismes publics afin d'expliquer les différents dispositifs publics de soutien aux exportations mais également en faisant venir un expert international qui va expliquer comment s'imposer sur les marchés étrangers.

Le Djazagro s'ouvre cette année sur les pays de l'Afrique de l'ouest et de l'Afrique Subsaharienne. Pourquoi ?

DJAZAGRO est devenu une référence pour l'industrie agroalimentaire en Algérie mais notre objectif est maintenant de devenir une référence dans toute la région Maghreb et Afrique subsaharienne. Il n'existe aujourd'hui pas d'autres salons dans cette zone qui propose une offre aussi large que DJAZAGRO. Mais en s'ouvrant sur ces régions DJAZAGRO peut aussi devenir un vecteur d'exportation pour les exposants algériens.

Plusieurs délégations des pays du Maghreb et d'Afrique Subsaharienne se sont déjà enregistrées pour visiter DJAZAGRO cette année.

Quel bilan faites vous de ces 14 éditions du Djazagro ?

Le bilan des 13 premières éditions de DJAZAGRO est très positif puisque le salon en répondant toujours à la demande des algériens a progressé tant d'un point de vue exposants que visiteurs.

Si nous avons pu être taxé à nos débuts de n'être qu'un salon d'importations les évolutions du salon ont montré que l'offre algérienne était de plus en plus importante et que le salon accompagnait l'évolution de l'industrie agroalimentaire algérienne.

DJAZAGRO est devenu un salon international et c'est la notre plus belle réussite.

DJAZAGRO

LE CARREFOUR DES FILIÈRES AGROALIMENTAIRES

18-21 AVRIL 2016 - Palais des Expositions SAFEX - Alger • Algérie

VOTRE LEVIER DE CROISSANCE !

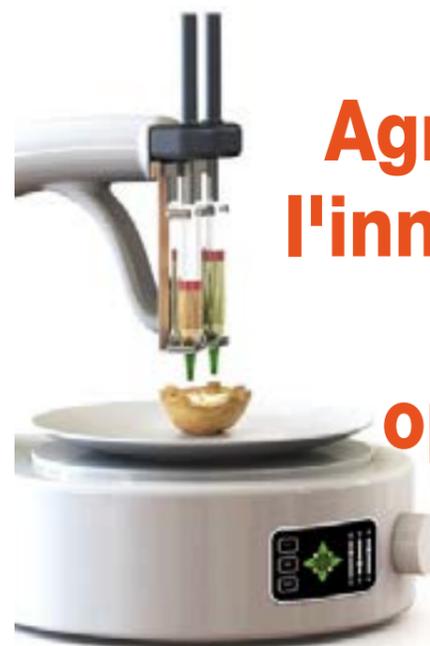
VOTRE RENDEZ-VOUS PROFESSIONNEL INCONTOURNABLE

TOUS LES SECTEURS DE L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE REPRÉSENTÉS

DES VISITEURS PROFESSIONNELS QUALIFIÉS ISSUS DE TOUTES LES FILIÈRES



Industrie Agroalimentaire L'innovation entre enjeux et opportunités



L'industrie agroalimentaire est confrontée à de multiples contraintes qui sont autant de défis à relever :

Atomisation des acteurs, volatilité du prix des matières premières agricoles, très forte pression sur les prix de vente, renforcement de la concurrence internationale. Dans un contexte économique

mouvant et ouvert sur l'international, l'innovation est un des leviers essentiels de compétitivité, de rentabilité et de pérennité de ces entreprises.

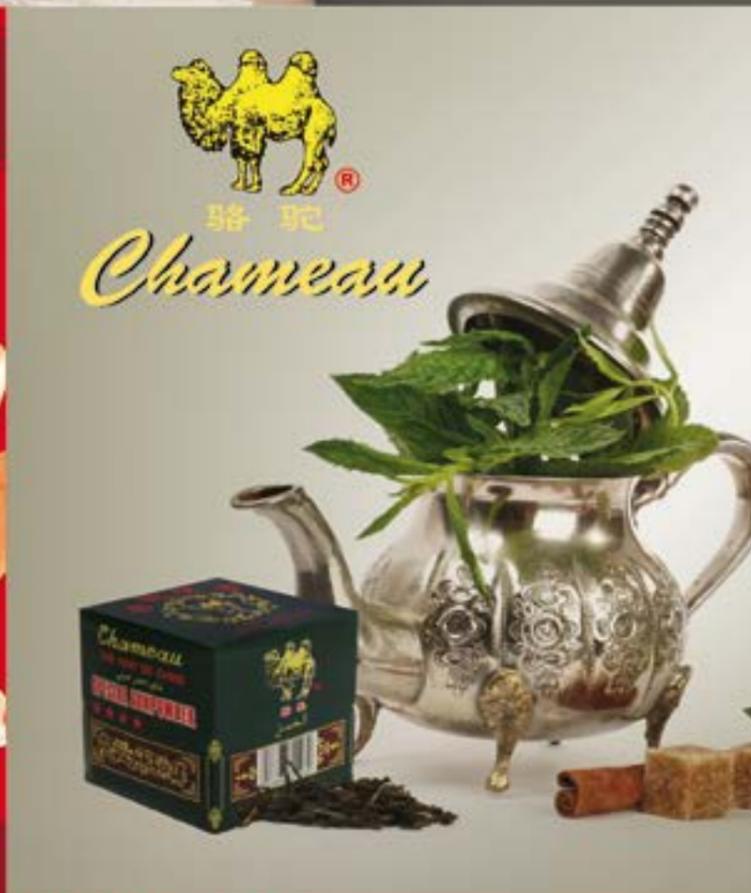
Parce que l'innovation est créatrice de valeur et d'espaces de développement, elle doit être placée au cœur de la démarche et des métiers de l'entreprise.

L'innovation selon le Manuel d'Oslo



La définition de l'innovation retenue est celle donnée par le Manuel d'Oslo de l'OCDE qui rassemble les « principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation ». La dernière édition du Manuel d'Oslo définit l'innovation comme la mise en œuvre

d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures.



10Kg

EURL BOUSHABA IMPORT & EXPORT

Rue de caznave n° 545 gué de constantine alger ALGERIE tél : 021 83 54 10 fax : 021 83 55 36

email: eurl_boushaba@yahoo.com

Toute innovation doit comporter un élément de nouveauté

Le Manuel d'Oslo distingue trois formes de nouveautés :

- Nouveauté pour l'entreprise**, qui désigne la diffusion d'une innovation existante auprès d'une entreprise – l'innovation peut avoir déjà été mise en oeuvre par d'autres firmes, mais elle est nouvelle pour l'entreprise considérée,
- Nouveauté pour le marché**, qui désigne l'innovation que l'entreprise est la première à mettre en oeuvre sur son marché,
- Nouveauté pour le monde entier**, quand la firme considérée est la première à la lancer sur tous les marchés et dans tous les secteurs d'activité.

L'INNOVATION DE PROCÉDÉ

- L'innovation de procédé désigne la mise en oeuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée.
- Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel et/ou le logiciel.

L'INNOVATION DE COMMERCIALISATION

- L'innovation de commercialisation désigne la mise en oeuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit.

L'INNOVATION D'ORGANISATION

- Une innovation d'organisation est la mise en oeuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de la firme.

L'INNOVATION DE PRODUIT

- L'innovation produit désigne l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau
- Cette définition inclut les améliorations sensibles des spécifications techniques, des composants et des matières, du logiciel intégré, de la convivialité ou autres caractéristiques fonctionnelles.

L'innovation ainsi définie est donc à l'évidence une notion beaucoup plus large que la seule R&D et est parfois influencée par des facteurs très divers

Une étude réalisée par KPMG, Premier cabinet français d'audit, d'expertise comptable et de conseil ainsi que par VALORIAL, Pôle de compétitivité agroalimentaire du grand Ouest. Leur ambition première a été d'être des « *agitateurs d'idées* » et faire de ce baromètre un outil de réflexion, de benchmark de pratiques et d'interpellation des entreprises. Les éléments qui seront présentés par la suite sont principalement issus de cette étude.

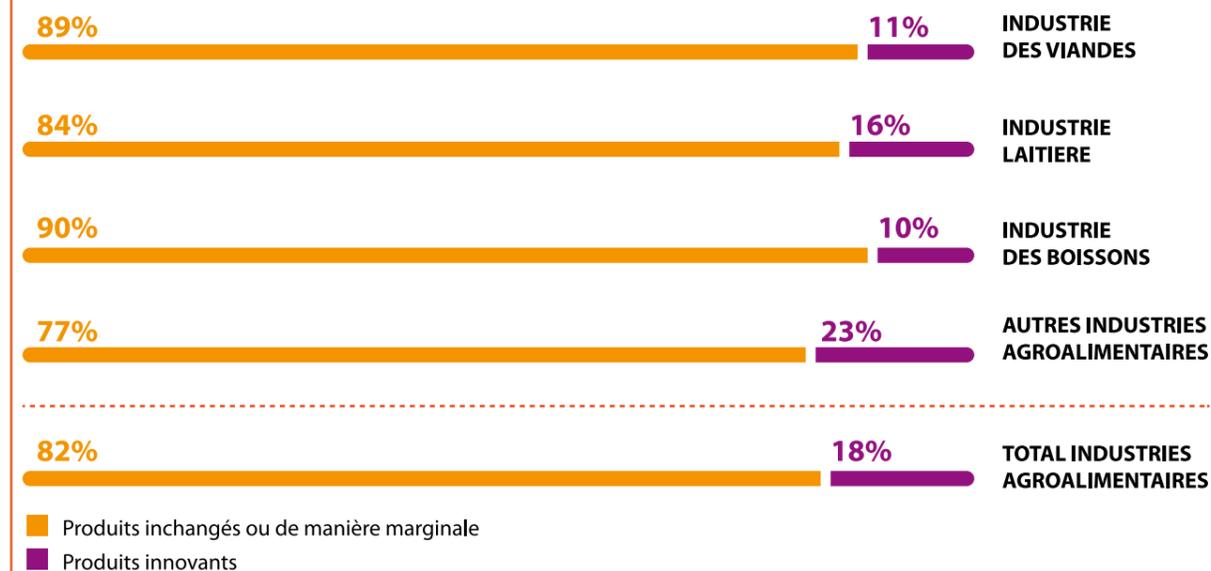
L'innovation doit permettre de répondre aux défis majeurs des IAA

- Le développement durable, qui crée une nouvelle chaîne de valeur au long de la chaîne alimentaire et qui appelle à l'optimisation ou à la création de nouveaux procédés.
- Le rapprochement entre l'alimentation et la santé, qui créent de nouveaux marchés : le secteur des aliments fonctionnels, les nouveaux procédés physiques ouvrant la voie à de nouveaux produits à forte demande, les matériaux d'emballage actifs capables d'interagir avec le contenu alimentaire...

Selon une enquête de l'INSEE, dans un contexte de crise, 55% des entreprises de 20 salariés ou plus de l'industrie agroalimentaire ont innové. Les entreprises des industries agroalimentaires ont moins innové entre 2008 et 2010 qu'au cours des périodes précédentes. S'il reste supérieur à la moyenne des entreprises françaises (46%), le taux d'innovation de l'industrie agroalimentaire se rapproche de celui des autres industries manufacturières (54%). Les industries agroalimentaires conservent néanmoins la spécificité d'innover fortement dans le domaine du marketing, avec un taux d'innovation de 31 % contre 22 % pour les autres industries manufacturières.

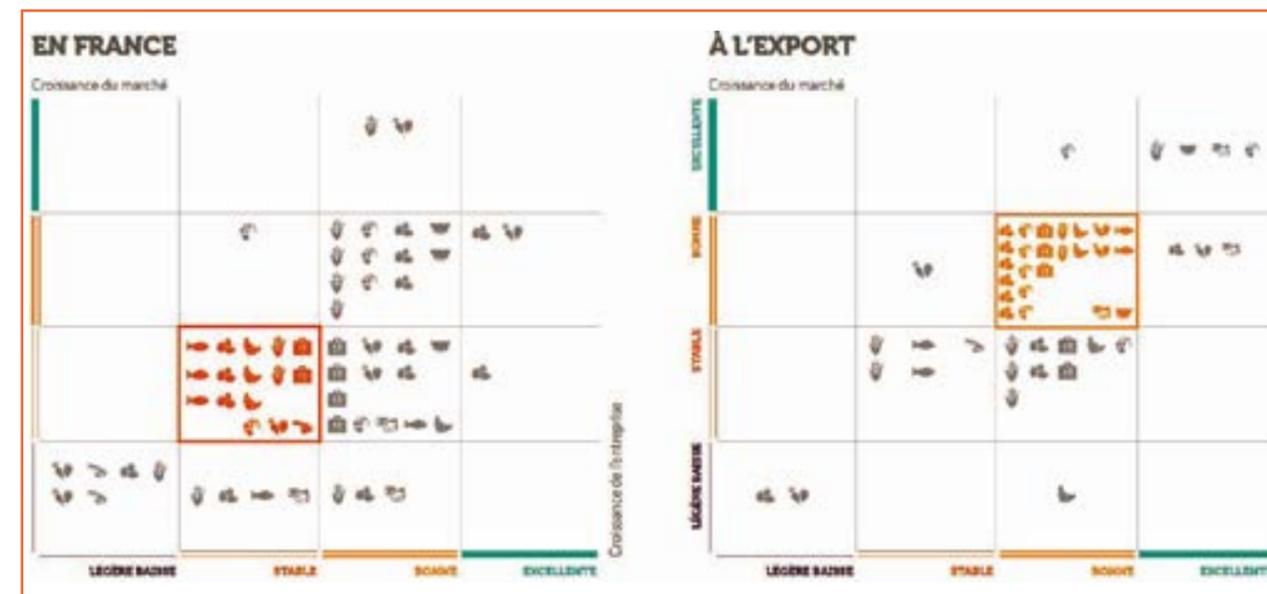
PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES LIÉ AUX PRODUITS INNOVANTS

% des ventes 2009 liées à des produits innovants et % de celles concernant les produits inchangés de manière marginale.



Perspectives de croissance du marché France / Export

Les entreprises interrogées mettent en avant une atonie du marché français, mais de bons relais de croissance à l'export.



- Alimentation animale
- Fruits et légumes
- Plats cuisinés traiteur
- Ingrédients
- Produits de la mer
- BBVP
- Lait et produits dérivés
- Charcuterie-salaison
- Viande de boucherie
- Autres*

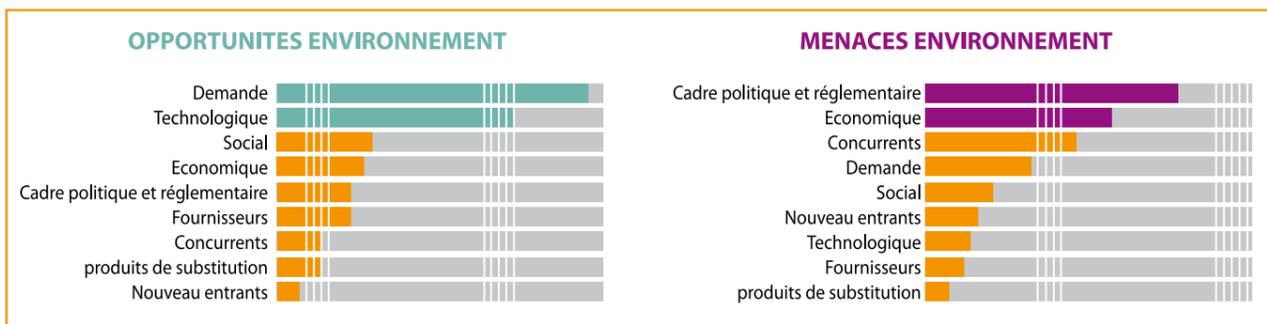
* Ovoproduits, céréales, épicerie, compléments alimentaires, condiments, etc.

Les perspectives sont peu favorables avec une atonie de la croissance sur le marché français pour la plupart des filières : 72% des entreprises anticipent une stabilité voire une légère baisse du marché. Les perspectives à l'export sont meilleures que celles sur le marché français : 55% des entreprises estiment que les perspectives sont bonnes, voire excellentes.

Les entreprises anticipent globalement une tendance de croissance similaire ou meilleure que celle du marché.

Opportunités et menaces du marché

Les clients et les évolutions technologiques apparaissent comme les deux opportunités majeures pour les entreprises du Grand Ouest.



Les sources d'opportunités les plus citées sont :

- L'évolution technologique est citée comme la seconde opportunité; c'est un bon support au développement de nouveaux produits :
- « Possibilité de proposer des nouveaux produits, d'améliorer la performance »,
- « Le marché est en demande de produits innovants, d'ingrédients nouveaux »
- la croissance de la demande étrangère,

- notamment en provenance d'Asie et des États-Unis,
- l'émergence de nouveaux modes de consommation, notamment autour du bio et des produits élaborés : « La demande se développe pour les produits bio et les produits alternatifs, l'éco conception », « Demande pour les algues alimentaires en hausse », « Nouvelle demande pour les produits élaborés ».

Concernant les sources de menaces

- Le cadre réglementaire apparaît de plus en plus contraignant, notamment en ce qui concerne les normes sur les origines et les étiquetages :
- « Les aspects normatifs sont de plus en plus contraignants (ISO, BPF) »,

- « Le renforcement des étiquetages obligatoires sur la viande française est une vraie menace ».
- Les tensions économiques persistantes sont citées comme une des premières menaces pour les entreprises : baisse du pouvoir d'achat et de

- la consommation, hausse des prix des matières premières, volatilité des marchés...
- « La pression des clients sur les prix »,

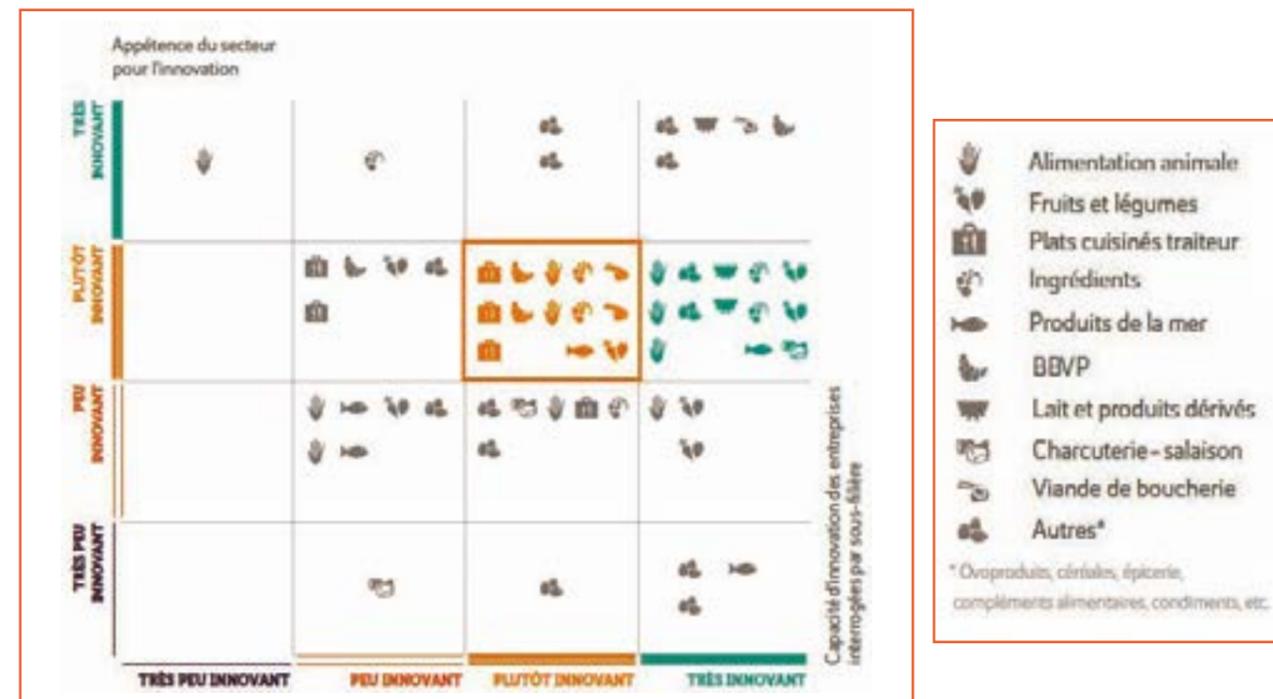
- « Le contexte de crise et les taux de change »,
- « Les prix et la volatilité des matières premières »,
- « Les coûts de main d'œuvre et l'écotaxe ».

Appétence du marché pour l'innovation et positionnement des entreprises

Les entreprises s'estiment majoritairement plus innovantes que le secteur, lui-même perçu comme plutôt innovant pour les 2/3 des entreprises interrogées.

2/3 des entreprises interrogées : les entreprises estiment majoritairement leur marché plutôt innovant (31 entreprises) voir très innovant (9).

Le marché de l'IAA est perçu comme innovant pour



Les priorités données à l'innovation

L'innovation est majoritairement tournée vers le produit, 2/3 des entreprises interrogées la citant en priorité N°1.

Ces résultats reflètent la culture métier ancrée dans l'industrie agro-alimentaire.

Des innovations de produits et de procédés prioritaires

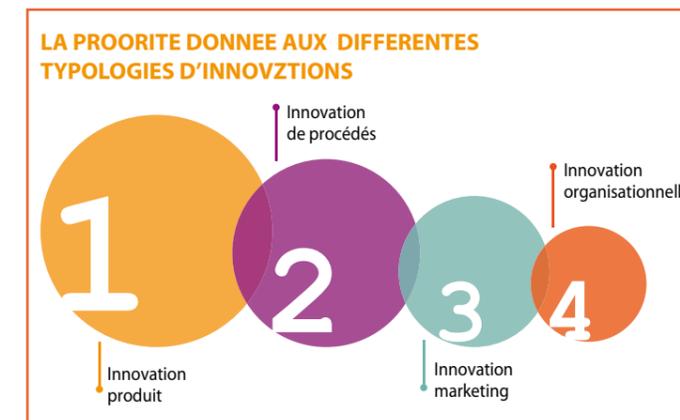
- La majorité des entreprises – 67% – donnent priorité aux innovations de produits.
- Les innovations de procédés arrivent en seconde priorité.

Ces résultats reflètent la culture métier « produits et procédés » très marquée dans l'industrie agro-alimentaire; la perception de l'innovation pouvant même être réduite à ces deux aspects pour certaines entreprises.

- Les innovations organisationnelles, bien qu'arrivant

en dernière position en terme de priorité, sont omniprésentes dans l'industrie agro-alimentaire.

- Les nouveautés organisationnelles ne sont généralement pas perçues comme des « innovations » en tant que telles.



Les moteurs de l'innovation

Le développement commercial et la visibilité marketing sont les moteurs de l'innovation.

Les premiers moteurs de l'innovation sont :

- le développement commercial (43 entreprises) : ces entreprises innoveront dans l'objectif de conquérir de nouveaux marchés, et/ou pour augmenter les parts de marché actuelles,
 - le développement marketing (39 entreprises), confirmant la vision « *market driven* » des entreprises et l'importance accordée aux attentes du marché.
- Les entreprises interrogées innoveront pour améliorer la valeur d'usage pour le client, améliorer la qualité des prestations et des produits, élargir ou renouveler la gamme de produits.

Des raisons internes secondaires

- L'amélioration du processus opérationnel, la valorisation des brevets, l'impact environnemental apparaissent comme secondaires.

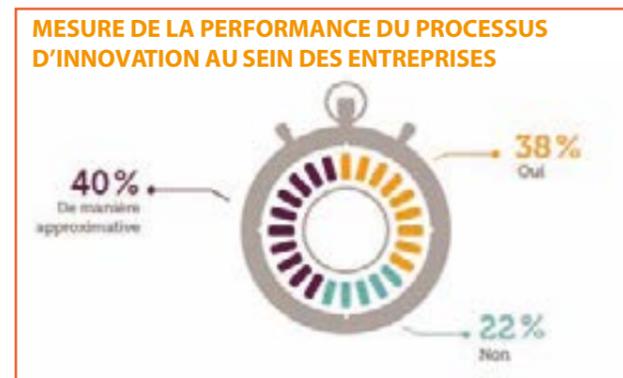


La mesure de la performance de l'innovation

6/10, C'est la note que s'attribuent les entreprises interrogées dans l'auto-évaluation de la performance de leur processus d'innovation. Un manque de mesure de la performance de l'innovation.

Plus de 60% des entreprises ne mesurent pas l'innovation ou la mesurent de façon approximative. Lorsque l'innovation est mesurée, les 3 principaux indicateurs sont :

- les revenus générés par les nouveaux produits/services,
- le nombre de produits/services mis sur le marché,
- la satisfaction client.



Les principales raisons du manque ou de l'absence de mesure du processus d'innovation

- Le manque d'outils de pilotage pertinents.
- Le manque de SI performants et d'outils

informatiques (notamment logiciels de suivi de projets).

- Le manque de moyens humains et financiers.

Best practices et principaux verrous de l'innovation



Des limites structurelles et financières qui impactent négativement le potentiel d'innovation des IAA du Grand Ouest

- 25 % des entreprises soulèvent des difficultés de type organisationnel liées à la taille insuffisante

de l'entreprise, au manque de personnel dédié à l'innovation, à un manque de communication entre services.

- Les entreprises évoquent également le manque de moyens financiers.

- Les entreprises évoquent un frein à l'innovation en raison de l'absence potentielle de retombées économiques de l'activité d'innovation.

Un manque de stratégie d'innovation

- 17 % des entreprises soulignent le manque de vision stratégique d'innovation, lié à des difficultés internes (problématiques de management, manque d'agilité) ou à un manque d'écoute du marché (vision partielle du marché ne permettant pas de définir les besoins et attentes du marché).

Une autre enquête communautaire sur l'innovation (**Community Innovation Survey, CIS 2012**), a été menée à la demande d'Eurostat dans l'ensemble des États membres, a été conduite en France par l'Insee entre juin et décembre 2013. Elle porte sur la période 2010-2012 et couvre le champ des sociétés (ou entreprises individuelles) actives de 10 salariés ou plus implantées en France. Cette étude à

démontrer que :

Toutes innovations confondues, les industries agroalimentaires constituent un des secteurs les plus innovants de l'industrie manufacturière (57 % hors IAA) avec toutefois des disparités selon les secteurs. **La transformation de fruits et légumes (75 %)**, la production d'huiles et graisses (73 %), le travail du grain (69 %) et les autres.

Les verrous à lever pour mettre en place une mesure de l'innovation de mesure du processus d'innovation

- Le manque d'outils de pilotage pertinents.
- Le manque de SI performants et d'outils informatiques (notamment logiciels de suivi de projets).
- Le manque de moyens humains et financiers.

Les facteurs clés de succès : les équipes, la culture d'innovation et la compréhension du marché 22 % des entreprises font spontanément figurer

Secteur d'activités	En % du nombre total d'entreprise								Part du chiffre d'affaires (en%) correspondant	
	Innovation au sens large	Innovation technologiques			Innovation non technologiques			Produits nouveaux pour le marché	Produits nouveaux pour le marché ou l'entreprise	
		Ensemble	Produits	Dont produits nouveaux pour le marché	Procédés	Ensemble	Organisation			Marketing
Industries agroalimentaires	61	46	31	20	31	50	36	35	5	11
Transf. et conserv. de viande et prép. de produits à base de viande	50	33	19	12	22	41	26	27	4	7
Transf. et conserv. de poisson, de crustacés et de mollusques	63	55	34	29	36	43	23	37	3	7
Transf. et conserv. de fruits et légumes	75	63	44	30	47	67	54	44	9	26
Fab. d'huiles et graisses végétales et animales	73	46	17	13	34	57	52	29	1	4
Fab. de produit laitiers	62	46	32	21	29	51	34	33	5	12
Travail des grains; fab. de produits amylacés	69	50	24	16	34	51	37	40	3	5
Fab. de produits de boulangerie-pâtisserie et de pâtes alimentaires	64	52	36	28	37	54	43	40	5	14
Fab. d'autres produits alimentaires	69	60	47	30	42	53	41	36	8	24
Fab. d'aliments pour animaux	52	37	16	11	19	43	41	23	2	5
Fab. de boissons	64	42	30	16	28	57	35	46	4	7
Commerce de gros de produits agroalimentaires	47	26	11	6	19	40	32	22	3	7
Commerce de gros de produits agricoles	53	34	14	6	25	41	31	25	4	7
Commerce de gros de produits alimentaire et de boissons	45	23	10	6	18	40	32	22	3	7
Effectifs salariés en ETP										
De 10 à 19 salariés en ETP	46	28	16	9	20	40	31	25	2	7
De 20 à 249 salariés en ETP	59	39	22	14	28	48	35	30	3	5
250 salariés et plus en ETP	83	77	64	51	53	69	46	55	5	14
Ensemble des entreprises agroalimentaire	53	37	22	14	26	45	34	29	4	9

les compétences techniques et le savoir-faire de l'entreprise comme un élément déterminant dans la réussite du processus d'innovation de l'entreprise :

- la maîtrise des outils et des processus industriels est perçue comme un facteur clé de succès pour opérer des innovations à la fois sur les produits et sur les modes de production.
- La culture d'entreprise est également un élément clé de la performance d'innovation.
- La connaissance du marché et la compréhension des attentes des consommateurs est enfin un facteur clé de succès : les entreprises adoptent une vision

market pull, elles souhaitent limiter les risques financiers liés aux investissements en innovation.

Produits alimentaires (69%) sont les secteurs les plus innovants.

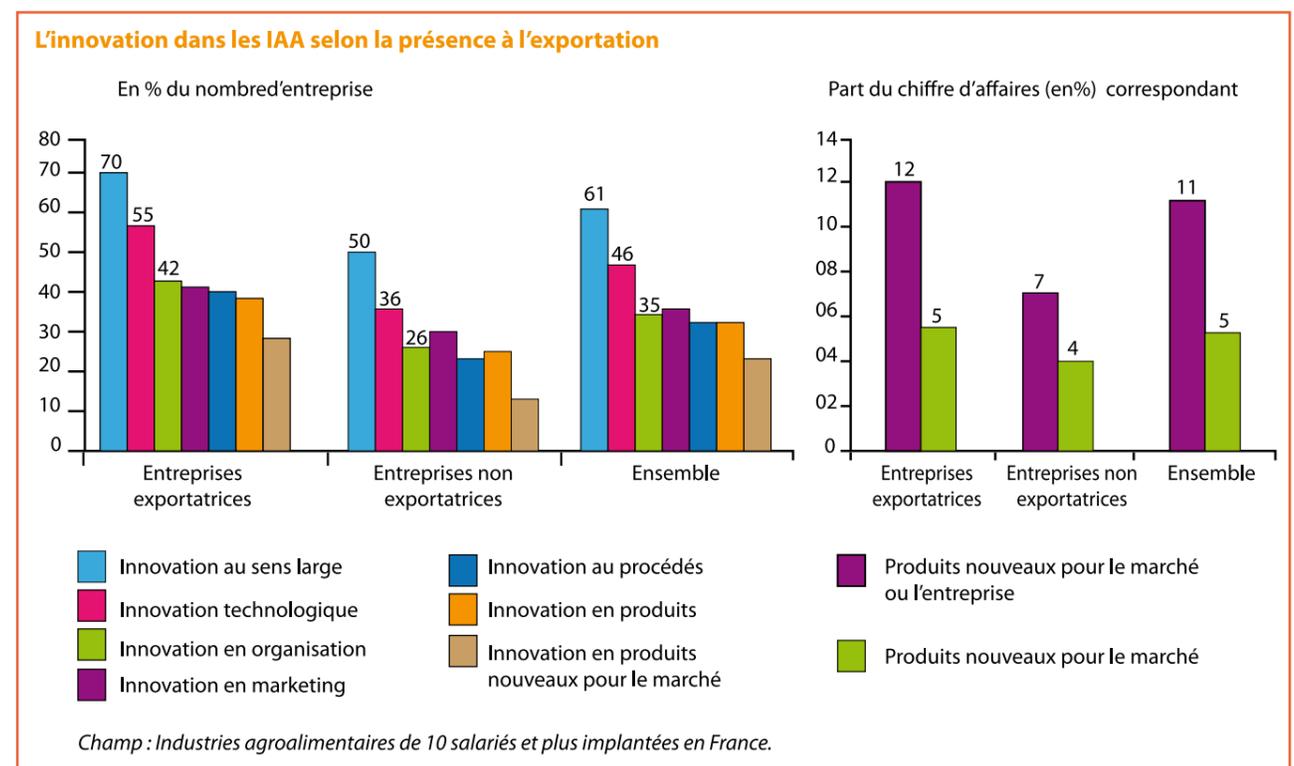
La fabrication de boissons (64 %), les produits laitiers (62%), la transformation de poisson (63%), la fabrication de produits de boulangerie-pâtisserie (64%) sont dans la moyenne des IAA. **L'industrie de la viande (50%)** et celle de **l'alimentation animale (52%)** ont en revanche une activité d'innovation plus restreinte, notamment sur le marketing.

Les entreprises exportatrices plus innovantes que les autres

Entre 2010 et 2012, 70% des entreprises IAA exportatrices ont innové, contre 50% des entreprises non exportatrices. En particulier, 55% des entreprises des IAA qui exportent se sont engagées dans des innovations technologiques, contre 36% des entreprises dont le marché est régional ou national. En outre, 27% des entreprises IAA exportatrices ont introduit un produit nouveau sur le marché, contre seulement 12% pour les autres.

La probabilité d'innover est beaucoup plus élevée

pour les sociétés exportatrices que pour les autres, surtout en produits, et notamment en produits nouveaux sur le marché. En effet, exporter implique une adaptation à un marché extérieur concurrentiel souvent exigeant. Il est plus difficile de s'imposer sur le marché international avec des produits déjà existants, en raison notamment des coûts engendrés par le commerce international (transport, adaptation aux normes en vigueur dans les différents pays...).



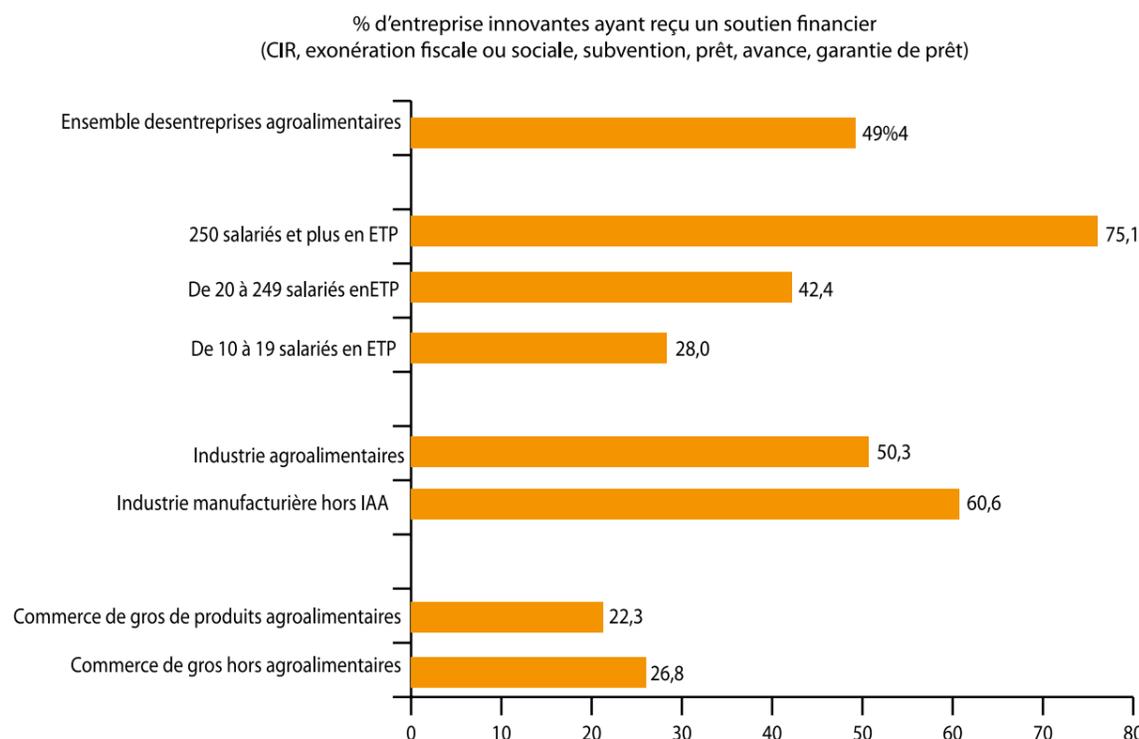
La moitié des entreprises des IAA technologiquement innovantes déclarent avoir reçu un soutien financier public

Au cours des années 2010 à 2012, 50% des entreprises des industries agroalimentaires ayant innové en produits ou en procédés déclarent avoir reçu un soutien financier public pour leurs activités d'innovation.

C'est moins que dans le reste de l'industrie manufacturière (61 %), un peu plus que dans l'ensemble des entreprises

françaises (49 %). 32% de ces entreprises ont bénéficié d'un crédit d'impôt recherche (CIR) ou d'une autre exonération fiscale et 31 % ont obtenu des subventions, prêts, avances remboursables ou garanties de prêt, 13 % ayant bénéficié de ces deux types de soutien.

SOUTIEN FINANCIER PUBLIC ET INNOVATION



La proportion d'entreprises agroalimentaires (industrie et commerce de gros) ayant reçu un soutien financier public, quel qu'il soit, dans le cadre d'innovations technologiques, augmente avec la taille de celles-ci. Elle passe de 28% pour celles employant de 10 à 19 salariés à 42% pour les entreprises de 20 à 249 salariés et atteint 75% pour celles de plus de 250 salariés.

Ces dernières ont le plus souvent recours au CIR ou à l'exonération fiscale uniquement (73%) pour financer les activités d'innovation.

Le recours au soutien public est également très variable selon le secteur d'activité des IAA. Il est plutôt faible dans les secteurs présentant un taux d'innovation technologique inférieur à la moyenne (viande et alimentation animale). À l'inverse, il est plutôt élevé

dans les secteurs les plus innovants : fruits et légumes, huiles et graisses, autres produits.

Les entreprises des IAA ayant bénéficié de subventions, prêts ou avances pour leurs activités d'innovation mentionnent plus souvent avoir été aidé par une collectivité territoriale (60%) que par un organisme national du type OSEO, EUREKA, ANR, Direccte, FUI (47%) ou par l'Union Européenne via les aides de type FEDER, FSE, PCRD (41%).

L'origine des soutiens est sensiblement différente de celle observée pour les autres entreprises de l'industrie manufacturière pour lesquelles les soutiens des organismes nationaux sont plus fréquents (78 % des cas) mais les aides européennes et celles des collectivités moins répandues.

Les dernières innovations du secteur de l'industrie agroalimentaire

Les salons de l'agroalimentaires sont d'excellentes opportunités pour dénicher les dernières innovations, voici un tour d'horizon des meilleures trouvailles

Au niveau du salon EUROPACK-EUROPACK-EUROMANUT-CFIA

Concernant la productivité et la flexibilité

Baumer enrichit sa série de capteurs de conductivité **CombiLyz** en proposant AF15 avec électronique déportée, certifié 3A, FDA et EHEDG. Il comprend deux composants raccordés par un câble : un capteur de conductivité à technologie inductive en PEEK et un transmetteur intégrant l'afficheur CombiView de Baumer.

Avec une protection IP 69 K, ce modèle résiste aux acides ou aux produits alcalins concentrés. CombiLyz s'utilise dans les process NEP et SEP, pour la surveillance des concentrations dans des liquides ou pour la séparation de phase de différents fluides. Les réactifs NEP sont identifiés rapidement afin d'éviter tout mélange, assurant sécurité et réduction des coûts de l'application. Sa résistance à une température ambiante jusqu'à 85°C et ses mesures précises et fiables même dans des conditions extrêmes offrent à CombiLyz AF15 de nombreuses possibilités d'utilisation – en particulier dans des espaces restreints et dans des applications à fortes vibrations.

Concernant la qualité et la traçabilité

Une innovation proposée par ISHIDA EUROPE France

L'Ishida AirScan est un système révolutionnaire détectant avec précision les fuites sur les produits conditionnés sous atmosphère modifiée contenant du CO2.

L'Ishida AirScan utilise les vibrations infra-rouges significatives du dioxyde de carbone, élément constitutif de la plupart des afficheurs permet de visualiser plusieurs variables simultanément en plus de la conductivité : concentration, température, sortie courant, états de

commutation ou état de l'appareil. Les modifications – même en cours de process – s'effectuent aisément à l'aide de l'écran tactile. La couleur d'arrière-plan de l'écran fonctionne comme un système de feux de signalisation (blanc/vert/rouge), facilitant l'information lorsque les résultats des mesures ont atteint une valeur critique qui nécessite une intervention.

C'est une véritable différence puisque sa technologie est capable de détecter un trou de 0,5 mm à une cadence de



180 barquettes/sachets par minute.

C'est aussi immédiat puisque qu'il est facile d'adapter le dispositif Ishida AirScan à la chaîne de production existante, sans modifier les convoyeurs ni les dispositifs de manipulation.

Ce nouveau degré de certitude donne de meilleurs résultats, tant sur les emballages que sur les produits eux-mêmes. La réponse instantanée sur l'intégrité du conditionnement conduit également à corriger plus rapidement les éventuels incidents de production.



La Pile Énergétique Clauger

La pile énergétique Clauger est une solution attractive de stockage de l'énergie thermique à haute densité pour l'industrie agroalimentaire.

Sur le même principe que la glace qui permet d'accumuler de l'énergie thermique à 0°C, la pile énergétique Clauger accumule de l'énergie à des températures allant de -20°C à +80°C. Cette accumulation d'énergie, ainsi que la restitution peut être instantanée, ce qui lui permet de s'adapter de manière continue aux besoins des usines agroalimentaires.

Sous forme de container, elle peut se raccorder sur une installation existante et se dimensionne en fonction d'une capacité énergétique allant de 100 à 10 000 kW.

Les applications de cette technologie dynamique et entièrement non destructive vont de la viande fraîche (pour laquelle la couleur du produit peut être cruciale pour attirer le client) à la viande séchée en passant par

les fruits de mer, les pâtes, les fromages, les salades et les plats préparés.



L'EcoCTA



L'EcoCTA est un caisson de traitement d'air de conception et fabrication innovante. Il intègre l'ensemble des fonctionnalités nécessaires au traitement de l'air hygiénique pour les besoins des industriels de l'agro alimentaire. Sa conception en matériau inaltérable et circulaire garantit un haut niveau d'hygiène.

Le développement et l'intégration de composants innovants associés à un outil de pilotage spécifique garantissent une réduction significative de la consommation énergétique.

Festo : FlexShape Gripper

Ce préhenseur est directement inspiré de la langue du caméléon. Il est capable de saisir, regrouper et reposer plusieurs objets aux formes variées en une seule opération, et sans conversion manuelle. La clé du système : un embout rempli d'eau, qui s'enroule en souplesse autour des objets à saisir et épouse leurs contours.

Le fort niveau de frottement du silicone mis en œuvre garantit une force de maintien élevée. Les mécanismes de maintien et d'ouverture sont pneumatiques. La force et la capacité de déformation de la partie en silicone peuvent être réglées de manière précise à l'aide d'un distributeur proportionnel.



Cesbron : SEVCO Contrôleur d'énergie et régulateur de tension



Avec le contrôleur d'énergie Sevco, Cesbron régule la

tension à l'entrée des installations frigorifiques et la stabilise à un niveau optimal. Ainsi, les consommations électriques baissent de l'ordre de 8 à 20%. De plus, la régulation évite les pointes d'intensité, ce qui protège les équipements et allonge leur durée de vie. Ce dispositif s'adapte particulièrement bien au domaine du froid, les compresseurs ayant des rendements faibles.

Concernant la Qualité, hygiène, sécurité, environnement

Abiote UV : Purificateur d'air pour bioconversion photocatalytique Airocide

Développé par la Nasa pour purifier l'air intérieur des navettes spatiales, le purificateur d'air Airocide, proposé par Abiotec UV, fonctionne par bioconversion photocatalytique. Son catalyseur (TiO₂) appliqué sur des micro-tubulures de quartz permet d'avoir une surface

de contact entre le catalyseur et les contaminations aéroportées, cinq fois supérieure à celle d'un purificateur photocatalytique classique. L'appareil a un effet germicide et élimine les moisissures dont le Botrytis et les mycotoxines. Il détruit aussi les bactéries et levures présentes dans l'air. L'équipement a également la capacité d'éliminer l'éthylène et les composés organiques volatils.



PhotoClean Quartz : Sécheur de tuyaux et canalisation Tuyoclean

En insufflant de l'air décontaminé et asséché à haute vitesse, Tuyoclean entraîne le liquide stagnant résiduel et accélère le processus de séchage. Les tuyaux souples sont directement raccordés à l'appareil. Selon le nombre, les canalisations seront séchées et décontaminées en 20 à 60 minutes. Un minuteur a été intégré sur l'appareil, qui s'arrête seul en fin de séchage.



CHR Hansen : Chymographie



Cet appareil mesure en continu la coagulation. Il permet aussi de suivre en temps réel le temps de prise, ainsi que l'évolution rhéologique lors de la formation du caillé. Il donne ainsi la possibilité d'optimiser les doses d'enzymes coagulantes et les paramètres de fabrication. Ces informations permettent de déterminer le moment optimum pour le décaillage des fromages ou pour l'étape du soutirage pour les fromages frais et les yaourts. L'opérateur lit les résultats en temps réel. Toutes les données sont enregistrées et tracées.

Concernant l'emballage et le conditionnement

Hastamat : VMW – Vertical Multilane Wrapper

Hastamat combine l'ensachage vertical et horizontal sur un seul équipement. De cette façon, les produits (biscuits, viennoiseries, etc.) peuvent être regroupés à plat (regroupement BOP) ou sur chant (BOE). La machine est alimentée en continu sur une à six voies, chacune pilotée de manière indépendante.

Les sachets sont réalisés à partir de bobines de films laminés ou transparents avec soudure à chaud ou à froid. Une machine peut réaliser jusqu'à 15 groupages différents en BOE et BOP, grâce à des modules pilotés par servomoteurs. Les sachets sont réalisés sans utilisation de tube, par entourage du film autour du produit.



Packinov : RMD Nano

Cette machine automatique approvisionne les pots (dépilables), les remplit, pose et thermoscelle l'opercule et date par marquage jet d'encre. Ses caractéristiques : elle est compacte (1m² d'emprise au sol avec le doseur débitmétrique, hors armoire électrique), rapide (jusqu'à 50 cycles par minute), simple d'utilisation et d'entretien. Elle conditionne tous les pots préformés empilables d'un diamètre variant de 20 à 116 mm : les changements de formats s'effectuent depuis l'écran tactile sans aucun réglage mécanique.



Mondi Consumer Goods Packaging : Perfoampack

Ce film alvéolaire en polyéthylène (PE), qui comprend une couche intermédiaire microcellulaire expansée, permet de réduire la quantité de matière utilisée, jusqu'à 30%, pour un emballage plus léger de 20%, mais tout aussi résistant. Perfoampack permet ainsi de réduire l'impact environnemental de l'emballage et d'abaisser la redevance Point Vert, sans provoquer d'impact sur le processus de conditionnement. Son épaisseur varie de 28 à 250 microns et son grammage de 20 à 175 g/m². De bonnes performances en matière de déchirement permettent de réaliser des systèmes d'ouverture facile.



La vulnérabilité des industries agroalimentaires face aux variations du prix des matières premières

Les industries agroalimentaires réalisent essentiellement une activité de transformation de produits de l'agriculture et de la pêche en aliments et boissons pour l'homme ou l'animal. Elles sont donc situées, dans la chaîne de valeur, entre des producteurs ou des importateurs de matières premières agricoles et des réseaux de distribution qui alimentent le marché de consommation finale.

Cette situation les place entre deux types de biens dont les prix obéissent à des logiques différentes.

En amont, les prix des matières premières agricoles sont pour la plupart déterminés par l'équilibre offre-demande à l'échelle mondiale.

Ils sont depuis plusieurs années fortement volatiles, du fait notamment des aléas climatiques, des changements d'habitudes alimentaires, des évolutions démographiques. En revanche en aval, les prix des biens de consommation sont beaucoup plus stables, lissés par les distributeurs et les attentes des consommateurs.



Jusque dans les années 2000, les industriels étaient protégés des variations trop importantes des prix des matières premières par les dispositions de la Politique Agricole Commune (PAC). Le démantèlement progressif des mécanismes de régulation communautaires a augmenté de manière significative leur exposition à ces fluctuations.

Dans ce contexte, il paraît important de mieux comprendre la situation des industries agroalimentaires françaises face à la volatilité des prix des matières premières afin de mieux en anticiper les conséquences et d'en limiter les effets négatifs.

Dans une étude réalisée pour le compte du **Le pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques (Pipame)** par **Deloitte Conseil** et **GCL Développement Durable**, de nombreux points ont été abordés, décrivant les causes, les facteurs, la perception des industriels et des recommandations quant à cette volatilité des prix.

Quatre principales types d'industries ont été étudiés, nous en avons retenus trois :

1-La filière céréalière avec la meunerie et un focus sur l'industrie des gâteaux et biscuits.

En amont, les prix du blé tendre au comptant constatés sur le marché français sont déterminés par les cours internationaux des céréales, simplement ajustés des frais de transport et de la marge de l'organisme stockeur. Leur volatilité étant forte, il est également nécessaire de prendre en compte les coûts des outils de couverture utilisés par les industriels afin de s'en protéger, utilisation plus ou moins importante selon leur taille et leur expertise du sujet.

En aval, les prix de la farine sont établis par négociation commerciale avec les clients. Les niveaux de prix observés et la capacité à transmettre les hausses de prix du blé dépendent beaucoup de ceux-ci :

Le pouvoir de marché de la meunerie est « faible à très faible » face à la 2ème transformation ou à la grande distribution, mais plus important face aux boulangers artisanaux, moins informés et plus dépendants d'un approvisionnement local de qualité.

Globalement, grâce notamment à l'utilisation d'outils de couverture, la meunerie absorbe une partie significative de la volatilité entre amont et aval. Elle est en outre en mesure de transmettre de manière correcte les variations de prix du blé sur les prix de la farine.

Sur la dernière décennie, les épisodes de volatilité sont corrélés avec des baisses non négligeables des taux de marge des acteurs.



Boite postal N°03 Local N°24, Zone Industrielle Sidi Moussa - Alger - Tél/Fax: 021 76 95 41 - www.chefaingrédients-dz.com

CATERING & RHD	IMPORTATION & CONDITIONNEMENT	AVITAILLEMENT	RAVITAILLEMENT
LOGISTIQUE	RAVITAILLEMENT D'URGENCE	SERVICES	DUTY FREE

Défier la concurrence, c'est Notre Challenge

FILIALE DE CHEFA GROUP INDUSTRY

CHEFA INDUSTRY group | CHEFA TRADE COMPANY

Contact:
Tél: +213 21 28.81.83 - Fax: +213 21 28.84.84
contact@ctc-algerie.com

Direction Générale:
Tél: +213 21 28.81.83 - Mob: 0539 99.96.83
Fax: +213 21 28.84.84
E-mail: direction_gen@ctc-algerie.com

Direction Commerciale:
Tél: +213 21 28.81.83 - Fax: +213 21 28.84.84
E-mail: direction_com@ctc-algerie.com

Direction Approvisionnement et Logistique:
Tél: +213 21 28.81.40/44 - Fax: +213 21 28.84.84
E-mail: direction_app@ctc-algerie.com

Direction Approvisionnement:
Tél: +213 21 28.81.40 - Fax: +213 21 28.84.84
E-mail: direction_appro@ctc-algerie.com

Direction Ravitaillement:
Tél: +213 21 28.81.44 - Fax: +213 21 28.84.84
E-mail: direction_rav@ctc-algerie.com

www.ctc-algerie.com

La farine est le principal ingrédient de la biscuiterie et représente en moyenne 42% du poids total des produits fabriqués (entre 20 et 80% selon les recettes). Néanmoins, ce secteur se différencie des autres secteurs étudiés en raison de la grande variété des matières premières entrant dans la composition des produits élaborés et subissant différemment la volatilité (produits sucrés, matières grasses, cacao, etc.). En aval, la grande distribution est de loin le principal débouché du secteur, totalisant près de 90% des parts de marché.



Le secteur absorbe une part importante de la volatilité amont et ne semble que peu en mesure de répercuter les variations de prix vers l'aval. Sa rentabilité s'en trouve affectée, et l'industrie de la biscuiterie est caractérisée par un phénomène de concentration depuis maintenant 10 ans.

La fabrication d'aliments pour animaux

L'approvisionnement de ces entreprises est fortement lié aux matières premières agricoles, les aliments pour animaux étant essentiellement composés de céréales (blé tendre, maïs, orge) et d'oléoprotéagineux (soja, colza, tournesol).

Elles les acquièrent à des prix essentiellement déterminés par les marchés mondiaux. Les acteurs de l'alimentation animale ont à leur disposition des outils de couverture (marchés à terme), certains étant utilisés depuis de nombreuses années, qui augmentent les coûts d'approvisionnement mais permettent de se protéger de trop fortes variations de prix. **À la différence des meuniers, elles ont également la possibilité d'adapter la formulation de leurs produits aux cours des différents intrants.**

En aval, les fabricants interagissent de plus en plus directement avec les éleveurs, dans le but de limiter les intermédiaires. Ils fixent leur prix par négociation avec ceux-ci, et ont un certain pouvoir de marché envers eux du fait de leur concentration importante, contrebalancée par le caractère fortement concurrentiel du secteur.



Cette situation permet à l'alimentation animale d'être parmi les industries étudiées celle qui est la plus à même d'absorber la volatilité et de répercuter les variations de prix à ses clients.

L'industrie laitière

En amont, le lait liquide est une matière première périssable, pondéreuse et difficile à transporter : il ne peut donc y avoir de marché mondial, ni même national comme pour les céréales. Il doit être collecté en permanence et le maintien du cheptel implique des coûts fixes importants qui exigent une certaine protection des prix du lait payés aux éleveurs. Cette situation de marché captif impose aux pays producteurs de lait la mise en place de systèmes de fixation des prix relativement protecteurs. On observe ainsi une forte intégration verticale dans certains pays, comme en Allemagne ou aux Pays-Bas où la quasi-totalité du lait est collecté par des coopératives qui fixent le prix de collecte en fonction de la valorisation des produits transformés sur les marchés.



En France, la situation est différente : le prix du lait collecté auprès des producteurs est ainsi établi depuis 1997 sur la base d'indicateurs diffusés par l'interprofession laitière nationale, indexés pour moitié et avec un décalage temporel sur les cours internationaux des produits industriels du lait (beurre, poudre de lait, fromages allemands), et est assorti d'une obligation tacite de collecte de l'ensemble du lait produit par les éleveurs.

Les résultats de l'étude

En aval, deux situations très différentes coexistent.

- Les produits de grande consommation sont vendus à la grande distribution, envers laquelle le pouvoir de négociation est « faible à inexistante » suivant la taille des acteurs, tandis que les produits industriels sont vendus aux cours internationaux, très volatiles par ailleurs.

La situation des industriels est contrastée face à une volatilité somme toute relativement modérée en amont (relativement à celle des céréales). Si, en moyenne, ils transmettent correctement les variations du prix du lait sur les produits de grande consommation, la situation est différente suivant leur activité : les petits acteurs non spécialisés et uniquement confrontés à la distribution ont peu de marges de manœuvre, tandis que les grands acteurs ont plus de poids dans les négociations.

Les mécanismes de formation des prix sont très différents entre les filières. Trois types de mécanismes

de formation de prix des matières premières ont été observés :

Les prix des matières premières des secteurs de la meunerie et de la fabrication d'aliments pour animaux sont alignés avec les cours de marchés internationaux pour les céréales et les oléagineux. Ce sont les deux secteurs les plus exposés en amont à la volatilité.

Les producteurs de biscuits et gâteaux négocient de gré à gré, à l'échelle française ou européenne, les matières premières qu'ils achètent. Ces entreprises font face à des volatilités multiples, relativement récentes et très hétérogènes selon les matières (beurre, sucre, œufs, etc.)

- Les industriels de la transformation laitière négocient le prix de collecte du lait en fonction d'indicateurs publiés par l'interprofession laitière, en partie et avec un décalage temporel.

Les industriels des différents secteurs n'ont pas les mêmes outils à disposition. Les industries du « grain » (meunerie et alimentation animale) disposent par exemple, et contrairement aux autres secteurs, d'outils de gestion et de couverture relativement efficaces (marchés à terme) qui leur permettent d'amortir les épisodes de forte volatilité.

Les contraintes qui s'exercent en aval des industries étudiées sont également très variées et conditionnent la capacité des entreprises à répercuter les variations de prix auxquelles elles font face vers l'aval.

	Amont				Aval			Transmission	Sensibilité
	Formation des prix	Pouvoir de marché	Volatilité	Disponible d'outils de couverture	Formation des prix	Pouvoir de marché	Volatilité		
	Marchés internationaux	Nul	Très forte	Oui	Gré à gré avec 2 ^{ème} transfo	Moyen	Moyenne	Moyenne	Moyenne à forte
	Marchés internationaux	Nul	Forte	Oui	Gré à gré avec éleveurs	Moyen à fort	Forte	Bonne	Moyenne
	Indice, 50% déterminé par les cours internationaux	Faible et indirect à travers l'interprofession	Moyenne	Non	PI : marchés internationaux PGC : négociation GMS	Nul très faible	Très forte Faible	N/A Moyenne	Forte

Les secteurs de la meunerie et de la production d'aliments pour animaux sont les plus exposés à la volatilité du prix des matières premières, notamment du fait de leur approvisionnement sur les marchés mondiaux.

Le secteur de la biscuiterie subit une importante volatilité des prix des matières premières en amont et ce sur une large gamme de matières premières (céréales, sucre, cacao, etc.) tout en rencontrant des difficultés à répercuter en aval les hausses de prix du fait de ses

débouchés qui vont en grande majorité vers la grande distribution.

Les enjeux identifiés

La grande majorité des acteurs interrogés au cours de cette étude s'attendent au maintien d'un haut niveau de volatilité des prix des matières premières agricoles, sur une tendance de fond à la hausse. Il s'agit donc d'une problématique durable à laquelle il convient de réagir.

Enjeu I : Maîtriser la gestion des flux de matières et ses impacts financiers au sein de l'entreprise

La volatilité des prix des matières premières agricoles a des impacts quotidiens sur la gestion de l'entreprise. Ces impacts ne sont pas seulement économiques mais également humains, organisationnels et stratégiques. Il a été particulièrement noté lors de l'étude qu'il existe des disparités significatives dans la maîtrise de la problématique matières premières entre les entreprises d'un même secteur. Au-delà de ces disparités intrasectorielles, il a été perçu un décalage de connaissance entre certaines industries agroalimentaires et les interlocuteurs avec lesquels ils traitent dans la grande distribution.

Ce décalage est bien évidemment un facteur d'aggravation du risque « matières premières ». En tout état de cause, la maîtrise de cette problématique constitue un avantage compétitif essentiel pour une entreprise.



Enjeu II : Assurer la cohérence des mécanismes de formation des prix pour une négociation juste et équilibrée

L'observation des trois industries étudiées fait apparaître de fortes disparités entre les mécanismes de formation des prix, d'une quasi-fixation libre entre l'offre et la demande mondiale à l'utilisation d'une formule de prix établie par les organisations professionnelles comme base de négociation.



Ces mécanismes sont comme attendus au coeur du sujet de l'exposition à la volatilité, et les imperfections de ceux-ci handicapent les industriels situés en aval : dans l'industrie laitière, une obligation de collecte à un prix déterminé peut mettre des industriels en difficulté lors de la hausse des volumes et de la baisse des prix.

Enjeu III : Établir un partage du risque équilibré au sein de la filière, assurer un cadre réglementaire cohérent

Cet enjeu rassemble les sujets relatifs au partage vertical du risque au sein d'une filière : mécanismes de répercussion des variations de prix, pouvoirs de marché, responsabilité face à la volatilité, outils et moyens de protection, etc. Ces problématiques ont été exprimées par l'ensemble des acteurs interrogés au sein des différentes industries et sont essentielles : dans un cadre délimité par une volatilité forte des matières en amont et une volonté de stabilité des prix à la consommation en aval, il est nécessaire que chaque maillon de la chaîne de valeur absorbe une partie de la volatilité et des variations de prix.

Enjeu IV : Structurer et soutenir le secteur pour le maintien et le développement de l'activité sur le territoire français

Le dernier enjeu identifié reflète une réflexion plus large exprimée par de nombreux acteurs : la résilience à la volatilité est d'autant plus importante que les industries sont rentables et compétitives. La logique de dérégulation menée dans le cadre de la PAC ces dernières années a conduit à une fragilisation des tissus industriels et en particulier des acteurs de petite ou moyenne taille. Des mesures de soutien à l'industrie agroalimentaire en général et à ces acteurs semblent nécessaires pour assurer le maintien d'une activité industrielle sur le territoire.

IECO EMBALLAGE
صناعة أغلفة الورق المموج
Industrie des Emballages en Carton Ondulé

Box
Plaque et intercalaire
Plateau à fruits & légumes
Caisse américaine
Caisse et plaque à découpe spéciale

L'emballage en carton ondulé plus qu'un métier...
une VOCATION

Zone Industrielle Site 2, Ouled Yaich 09100 Blida
Tél.: (+213) 025 43 83 63 à 65 / 025 43 57 92 à 94
Fax.: (+213) 025 43 58 58 / 025 43 78 91 / 025 43 57 91
E-mail: contact@ieco-dz.com / Site web: www.ieco-dz.com

Réginat Diététique
بدون الغلوتين
GLUTEN FREE

Fabrication & conditionnement de produits diététiques
Sans Gluten, Sans Sucre, Light, Compléments Alimentaires

EURL WAM-FOOD
Tel./Fax : +213 (0) 31 78 91 25 / Mob.: +213 (0) 770 311 777
Email : contact@reginat-dietetique.com / Web : www.reginat-dietetique.com

Entretien avec ERIC PAVONE et SAMIR KHODJA

Le groupe BOBST ; Nous sommes en Algérie cette semaine et nous y resterons pour les cinquante prochaines années.



- Eric PAVONE -



- Samir KHOUDJA -

Le directeur commercial de la division BOBST pour les machines à bobine pour l'impression et la transformation des matériaux flexibles et du carton plat et le patron de BOBST pour la région Afrique et Moyen Orient. Considéré comme le fournisseur numéro un mondial d'équipements et de services pour l'industrie de l'emballage, BOBST révolutionne encore une fois le monde du packaging et façonne toujours ses clients avec des technologies hautes gamme et des machines ultra performantes.

Fort de son histoire de 125 ans, le groupe BOBST continue de croître profitablement grâce à la mise en œuvre d'une stratégie fondée sur quatre piliers essentiels, en l'occurrence : organisation efficace, excellence opérationnelle, l'aspect humain et croissance. BOBST a su faire de l'innovation et de la satisfaction du client une priorité absolue ce qu'il lui a permis d'atteindre des objectifs ambitieux.

Lors d'un séminaire organisé le mercredi 14 octobre à l'hôtel Sofitel d'Alger, le groupe BOBST a dédié cette journée pour la promotion des dernières innovations et solutions pour l'industrie de l'emballage souple, le plus jeune secteur d'activité du groupe, démarré en 1987 et fortement développé surtout depuis une quinzaine d'années en plus des deux autres secteurs : le carton ondulé et le carton plat.

Dans ce contexte, le directeur commercial des produits de la division BOBST pour les machines à bobine pour l'impression et la transformation des matériaux flexibles et du carton plat Eric PAVONE et le patron de BOBST pour la région Afrique et Moyen Orient Samir KHOUDJA se sont exprimés à ce sujet lors d'une interview avec « Agroligne ».

Agroligne : Le groupe BOBST a conquis pratiquement la plus part des marchés mondiaux, éclairez nous d'avantage sur ses implantations dans la zone Afrique et Moyen Orient ?

Samir KHOUDJA : la région Afrique et Moyen Orient est une région assez active depuis à peu près une dizaine d'années, on a démarré la première filiale en Tunisie en 1992 pour servir les marchés de

cette zone, ensuite une autre filiale a vu le jour au Caire en l'an 2000 pour subvenir spécifiquement au besoin du marché égyptien, suivi en 2006 de la filiale Dubaï qui couvre les pays du Golf, et dans un future proche, en début d'année 2016 exactement, une filiale au Nigeria viendra combler les besoins de la régions Est et West d'Afrique.

Cependant, notre domaine d'intervention pour ces zones là reste principalement la vente et la commercialisation ainsi que le Marketing des produits du groupe BOBST comme : les boites pliantes ce qu'on appelle typiquement le carton compact, le carton ondulé, en plus des matériaux flexibles, et ça nous rend fier de pouvoir offrir à nos clients des solutions d'équipements et de services de très haute qualité.

Agroligne : Parler nous de la part de marché approvoisée par le groupe BOBST en Europe ?

Eric PAVONE : en ce qui concerne le domaine de l'emballage souple dans l'impression gravure par exemple, on détient entre 55 % et 60% de part de marché par contre si on va sur la flexo à tambour central, nous trouverons beaucoup plus d'acteurs présents sur le marché ce qui nous laisse à peu près 25% de part de marché, évidemment avec un fort potentiel de croissance. Mais c'est dans la zone Maghreb qu'on remarque un investissement assez florissant surtout dans le domaine de l'impression au cours de ces trois dernières années.

Agroligne : Quelles sont les innovations et solutions d'emballage apporté par le groupe sur le marché Algérien ?

Eric PAVONE : dans le domaine du flexible encore une fois, nos objectifs du séminaire en Algérie- le pays considéré comme le plus gros marché au niveau volume et croissance- est évidemment de faire connaître encore plus la marque BOBST, de présenter les dernières tendances du N°1 Mondial et c'est ce qu'on essayait de mettre en avant lors de ce séminaire notamment sur la partie métallisation sous vide, on pense qu'il ya un très bon potentiel sur la zone Maghreb, aussi sur la partie impression on a vu l'automatisation et l'impression flexo au niveau des toutes dernières presses BOBST à tambour central, également au niveau des dernières lignes de complexage de haute performance et haute qualité, installées en Europe et aux Etat Unis ces dernières années.

Agroligne : Quelle est la stratégie déployée par le groupe BOBST pour promouvoir la marque en Algérie et quels sont les moyens utilisés dans ce sens ?

Eric PAVONE : en vérité, notre présence ici pour deux jours avec pas moins de vingt personnes laisse déjà imaginer le budget important investi spécifiquement dans ce but, mais je dirais que c'est dans le budget qu'on a attribué au développement de la présence BOBST en Afrique, la stratégie est donc d'être très présent et leader dans cette zone dans les années à venir.

Samir KHOUDJA : la rétrospective des 15 à 20 dernières années montrent que l'Afrique du sud était le marché phare en Afrique, mais aujourd'hui la situation a changé, l'Algérie est un marché intrinsèque important en volume en soi, on y remarque une nette amélioration au niveau de la qualité et une demande accrue au niveau de la formation, probablement le chapitre dans lequel BOBST investira très prochainement pour le cas de l'Algérie, pour la simple raison que les machines et les technologies du packaging nécessitent une formation doublement évoluée, notamment pour faire de la qualité et attaquer le volume pour régulariser le niveau de production et livraison et pour pouvoir s'ouvrir vers l'extérieur, prenant exemple sur la marque « Rouiba » qui est exportée en Tunisie, et dans ce cas il y aura de plus en plus de demande de technologie et de main d'œuvre bien formée, d'où vient cette bonne volonté de la part de BOBST.

Agroligne : Un dernier mot pour conclure ?

Eric PAVONE : nous sommes en Algérie cette semaine et nous y resterons pour les prochaines cinquante années.

Samir KHOUDJA : l'Algérie bouge dans le bon sens, vu que les plus belles usines dans le domaine du carton ondulé et les plus belles performances qualitatives en matières de machines hautes gamme comme la Masterflex, se trouve dans ce pays, on constate aussi que bon nombre de clients BOBST s'associent à des universités algériennes ce qui lui donne l'avantage par rapport à d'autres pays africains. Reste les procédures administratives, le blocage principale pour les opérateurs et clients BOBST, de la souplesse par rapport à ça améliorera le business dans l'intérêt de l'Algérie et celui de tout le monde.



Association Algérienne de Codification des Articles
GS1 Algeria 20 ans d'existence



Association Algérienne de Codification des Articles
Centre Commercial et d'Affaires AI-Qods BU 10-16
BP 68 - Chéraga - Alger

T +213 (0)21 341 046/47
F +213 (0)21 341 048/49
E info@gs1.dz

www.gs1.dz



GS1 Algeria Au service de la production nationale



Monsieur Halim RECHAM, Directeur Général de GS1 Algeria et le coordinateur de la région GS1 MEMA.

A l'ère de la crise économique aiguë qui frappe de plein fouet l'Algérie, la chute libre du prix des hydrocarbures et l'obligation d'explorer d'autres horizons économiques source de richesses, mettre de l'ordre dans le marché algérien devient plus qu'une nécessité. Une obligation qui s'impose de force, notamment avec la nouvelle politique de l'Etat qui vise à promouvoir la production nationale et encourager l'exportation.

L'identité des produits, une priorité

Pour les professionnels du secteur économique, la bonne intention de l'Etat ne peut suffire à elle seule. Il faut impérativement se plier aux exigences mondiales et doter le produit algérien de toutes les

données nécessaires afin qu'il puisse garder son identité. Selon M. Halim Recham, directeur général de GS1 Algérie et coordinateur de la région MEMA, tout produit a besoin, pour circuler sur les territoires national et international, d'un passeport qui regroupe toutes les données y afférentes. Ce passeport n'est pas un document, comme il l'est pour les personnes mais est plutôt représenté dans le code à barres. A défaut d'en posséder un, le produit est sans identité réelle et n'importe qui peut le lui en donner une.

« C'est le cas de la tomate algérienne qui traverse les frontières pour atterrir dans les pays voisins. Ces derniers lui donnent leur identité et la revendent aux algériens en tant qu'un produit étranger importé », explique M. Recham qui confirme que le marché Algérien pullule d'exemples semblables, voire même, pire. « En plus des produits dépourvus d'identité, il existe, malheureusement, des produits mis en vente qui véhiculent à travers des codes à barres falsifiés de fausses identités. Nous avons trouvé des olives qui portent le code à barres d'un médicament. Par ignorance ou prémédité, le fléau de la fraude tend à prendre de l'ampleur » ajoute-t-il avant de tenir pour responsable de cette contrefaçon, le chef de l'entreprise, l'infographe puis l'imprimeur du packaging. Ce dernier est souvent à l'origine de ces codes à barres falsifiés. Viennent ensuite les gérants des grandes surfaces qui ne contrôlent pas les produits qu'ils exposent à la vente. « En tant que professionnels, les propriétaires et les gérants des supermarchés et hypermarchés ne doivent pas encourager ce type de fraude. Contrôler l'identité de la marchandise qu'ils reçoivent y va de leur crédibilité vis-à-vis des clients. Mettre en place un système d'identification des produits avant leur mise à la vente ne coûte presque rien comparée à la notoriété que cela va leur rapporter », abonde M. Recham.

Codifier, c'est protéger

Falsifier un code à barres est identique à l'usurpation d'identité. Les deux sont une fraude





grave et une grande atteinte à la personne et au produit. Pour M. Recham Halim, codifier un produit est lui donner une identité valable sur le territoire nationale et dans le monde ainsi que le protéger de la fraude. Pour vérifier l'identité d'un produit et l'authenticité de son code barre, il suffit juste de se rendre sur le site www.gepir.org. Le commerçant peut codifier autant de produits qu'il désire et obtenir autant de code à barres qu'il souhaite. Pour se faire, il doit remplir un formulaire téléchargeable sur le site web (www.gs1.dz) et fournir un dossier complet comportant toutes les informations relatives à l'entreprise. Créée au début des années 1990 à l'initiative du ministère du commerce et de plusieurs entreprises algériennes publiques et privées, l'organisation algérienne de codification GS1, compte aujourd'hui quelques 5500 membres. Un chiffre considéré comme symbolique par rapport au nombre important d'entreprises inscrites au centre national du registre du commerce estimées à 1,8 millions d'entreprises. Il l'est encore plus comparé à celui des membres de cette organisation mondiale, présente dans 112 pays, qui ont franchi le seuil des 2 millions d'adhérents. Le nombre de produits codifiés par GS1 Algérie est estimé à près de 500 000 produits.

Pour l'histoire, l'adoption du système de codification des produits et la création de GS1 Algérie était une obligation dans les années 1990 imposé par le problème de la lenteur de passage à la caisse, les longues files d'attente et les erreurs de saisie de prix et d'information relatives aux produits suite à la forte pression que subissaient les caissiers à l'époque. Après un benchmarking, l'unique solution trouvée et adoptée fut l'identification des produits à l'aide d'un code à barres qui sert à fournir toutes ces informations en un temps record

par un simple passage par un lecteur spécialement conçu à cet effet. Cette codification, qui permet une facilité dans toutes les activités commerciales et les échanges de produits dans une fiabilité irréprochable et une traçabilité incomparable, est, selon M. Recham, encore une fois à l'ordre du jour. Elle est une obligation si l'Algérie veut intégrer le marché mondial avec des produits véhiculant le label « Made In Algeria »

Une myriade de produits proposée

Le code à barres n'est pas l'unique produit de cette organisation internationale dont GS1 Algérie est l'unique représentant et l'opérateur absolu de codification des produits en Algérie.



On citera à titre d'exemple, les échanges électroniques, les E-Catalogues et les codes à barres pour la traçabilité de produits qui permettent de suivre les articles dans la chaîne d'approvisionnement d'aliments ou autres. GS1 offre aussi ses services aux opérateurs économiques activant dans 22 secteurs d'activités tout en respectant les spécificités de chacun. M. Recham cite à titre d'exemple, le secteur de l'agriculture où tout peut être protégé et codifié, y compris la

terre, le matériel, les arbres et la production. Il en est de même pour les élevages où chaque bête peut porter un numéro d'immatriculation. Cela permet une meilleure traçabilité du produit final, qui aura bénéficié d'un suivi de la fourche à la fourchette. En plus de mettre fin aux transactions frauduleuses, une pareille démarche sert aussi à protéger le consommateur et lui redonner confiance dans le produit national.

Il en est de même pour le secteur de la santé. D'ailleurs, il est impossible à un producteur local de médicaments d'exporter à l'étranger ses produits tant que ces derniers ne sont pas codifiés et ne portent pas un type bien précis de codes à barres qui est le GS1 Datamatrix.



Mantooj, un data-pool au service de l'économie maghrébine

Ne voulant pas rester limité aux opérateurs économiques exerçant sur un territoire restreint, GS1 dans les pays du Maghreb, à savoir l'Algérie, la Libye, la Tunisie et le Maroc se sont entendu à mettre en place un catalogue électronique qui faciliterait le contact entre les industriels de ces pays ainsi que donner une meilleure visibilité des produits sur un territoire plus large. Mis en ligne en septembre dernier, Mantooj.net est en fait une plateforme internet qui sert à promouvoir l'usage et l'application des standards de GS1 sur toute la région du Maghreb. Apporter une valeur ajoutée au produit et lui offrir un champ de visibilité plus vaste figurent aussi parmi les principaux avantages de ce data-pool. Il permet aussi une recherche avancée incluant plusieurs critères des industriels et des fiches produits. Avec un accès ouvert au grand public, ce catalogue numérique fournit toutes les informations afférentes à l'entreprise, de quoi faciliter le relationnel entre l'industriel et le client. Avec un référencement et une meilleure visibilité, Mantooj.net ouvre aux industriels de nouveaux horizons d'affaires. En plus d'être un service gratuit aux adhérents de GS1, Mantooj.net offre des fiches détaillées des produits. Elles comportent notamment la description du produit, son nom, sa marque, sa durée de validité, ses dimensions telles

que le poids ainsi que d'autres caractéristiques, entre autres les pays d'origine et de production, la date de conservation ainsi que le type d'emballage. Pour pouvoir profiter de tous ces avantages offerts à travers cette plateforme, adhérer à GS1 est une obligation. M. Recham justifie cette condition par l'obligation d'avoir des informations fiables sur l'entreprise qui veut figurer sur cette plateforme. A l'heure actuelle, faire partie des membres de l'organisation GS1 est un grand pas vers la protection et la promotion de la production nationale. L'implication de l'Etat et surtout du ministère du commerce dans cette démarche de codification et d'identification des produits permettrait de mettre de l'ordre dans le marché algérien qui manque actuellement de sérieux et de maturité.

GS1 Algeria est une association non gouvernementale, à but non lucratif fondée en 1994 à l'initiative du ministère du commerce et d'entreprises algériennes publiques et privées de différents secteurs d'activité. Le but que s'est assigné GS1 Algeria est le développement et la promotion des standards en matière d'identification automatique et de communication des standards GS1, et leur généralisation dans la pratique du commerce en Algérie et ce dans le but de rendre plus efficaces les flux de marchandises et d'informations entre les entreprises

Des chiffres clés :

- 20 années d'existence de GS1 Algérie
- 5500 adhérents à GS1 Algérie
- 500 000 produits codifiés
- 1,8 millions d'entreprises inscrites au centre nationale du registre du commerce CNRC
- 2 millions d'adhérents à l'organisation GS1 dans le monde
- 8 milliards de bip de passage de produits codifiés à la caisse par jour dans le monde

Pour nous contacter :

GS1 Algeria BU:10-16, Centre Commercial et d'Aires « EL QODS » Chéraga - Alger BP68
 Téléphone : +213(0)21 34 10 46/47
 Fax : +213(0)21 34 10 48/49
 Site web : www.gs1.dz
 Email : info@gs1.dz
gs1algeria@gmail.com

NOUS NOUS ENGAGEONS POUR UNE EAU SUR MESURE.

Fabricant industriel de solutions de traitement des eaux depuis plus de 25 ans, BWT s'engage à vos côtés pour vous proposer des eaux industrielles sur-mesure, selon vos besoins. Nos ingénieurs et nos techniciens mettent tout en œuvre pour vous guider et vous accompagner à tous les moments-clés de votre projet, de la réalisation à la maintenance de vos installations de traitement des eaux. Notre rôle au quotidien, c'est de vous proposer des solutions fiables et innovantes, intégrant l'ingénierie des solutions proposées, tant sur la conception des installations de traitement des eaux que sur la fabrication des produits formulés.

Une solution globale tout au long de votre projet qui fait de BWT votre partenaire unique.

www.bwt.fr



INDUSTRIAL WATER SOLUTIONS

Life science · Agro · Énergie · Éco industries · Chimie · Pétrochimie · Automobile · Aéronautique

Publi-reportage

BWT

L'OSMOSE INVERSE la « solution eau » en agroalimentaire

Depuis plus de 90 ans la société BWT conçoit et fabrique des unités de traitement d'eau spécifiques à chaque besoin industriel.

BWT met en œuvre et adapte les dernières technologies de traitement d'eau aux industries agroalimentaires.

L'une de ces technologies, l'osmose inverse, est devenue incontournable dans les process agroalimentaires du pourtour méditerranéen.

Les usages de l'eau sont multiples dans les industries agroalimentaires :

- **Eau utilite** : lavage des matières premières (fruits, légumes, poissons...), nettoyage des équipements et des ateliers...
- **Eau énergie** : chaudière vapeur, échange thermique (pasteurisation), vapeur de blanchiment, eau des centrales de climatisation, eau des tours de refroidissement...
- **Eau matière première** : reconstitution de lait, eau de cuisson, eau de boisson (sodas, reconstitution des jus de fruits), eau de consommation (élevage avicole,...), eau ingrédient (glaces, sorbets...). Ces usages nécessitent des qualités d'eau différentes adaptées aux contraintes du procédé industriel et des réglementations en vigueur. Sur le pourtour méditerranéen, l'eau souterraine est la première source d'eau des industries agroalimentaires. Cette eau, trop fortement minéralisée (voire saumâtre) et chargée en éléments indésirables (fer, manganèse ou chlorures), est impropre à la consommation humaine (exigence minimale pour une utilisation en agroalimentaire) et inutilisable au contact des équipements de process ou d'énergie.

L'OSMOSE INVERSE ET SES APPLICATIONS

L'osmose inverse déminéralise parfaitement l'eau brute et réalise aussi, grâce à sa membrane ultra fine, la rétention de la quasi-totalité des éléments indésirables (matières organiques, germes, métaux lourds et toxiques, ions).

De nombreuses applications agroalimentaires ont démontré cette « plus value » apportée par l'eau osmosée. Dans la fabrication de pains, yaourt, sodas, jus, bières, eaux de boisson ou pour l'alimentation de chaudières vapeurs et de tours de refroidissement, elle s'impose comme la solution de l'industrie agroalimentaire. La technique membranaire osmose inverse permet d'obtenir une eau « ultrapure » pour des produits finis de bien meilleure qualité.



L'osmose inverse : la « solution eau » des industries agroalimentaires.

Sa mise en œuvre et son exploitation, facilitées par un encombrement réduit et un fonctionnement 24h/24, ainsi que son concept « technologie propre », sans réactif chimique et donc sans nuisance pour l'environnement, forment une réponse globale aux différents usages de l'eau des industries agroalimentaires.



BWT

103, rue Charles Michels
93206 Saint-Denis - France

Contact : Stéphane BECK

Responsable Commercial Export Industrie

Tel Fixe : 33 1 49 22 46 55

Tel portable : 33 6 24 15 82 20

Mail : stephane.beck@bwt.fr

Web : www.bwt.fr

Contact Algérie : Khellaf ABDELLI

Responsable agence permo algérie

GSM : +213 (0)555 95 29 60

Bureau : +213(0)34 20 39 39

Fax : +213 (0)34 20 33 74

Mail : khellaf_abdelli@yahoo.fr

AROMES D'ALGERIE



Arômes d'Algérie depuis 1978....

De père en fils, nous assurons la relève

Arômes d'Algérie n'a cessée d'évoluer et de se développer pour se retrouver aujourd'hui dans une position de leader sur le marché des arômes tout en respectant le consommateur et l'environnement.

Nous travaillons avec des fournisseurs et des clients qui partagent nos valeurs dans le sens le plus noble.

Chez Arômes d'Algérie, seuls les produits satisfaisant à la fois le consommateur et l'environnement sont produits.

Partenaire des plus grandes industries algériennes dans différents secteurs

- Biscuiterie • Chocolaterie • Confiserie • Produits laitiers (Yaourts, Fromage, Glaces, Flan...)
- Boissons (Gazeuses, plates et boissons à concentré de fruits)
- Produits d'assaisonnement (Vinaigre, mayonnaise, moutarde) • Viennoiserie

Lignes Produits

Arômes d'Algérie dispose d'une gamme très variée de

Matière première **HALL 3 N° de Stand B 028**

produits adaptés aux besoins de la clientèle à savoir :

LES EMULSIONS AROMATISÉES :

Les émulsions sont utilisées généralement dans la fabrication des boissons plates et gazeuses, à base de gomme arabique, ces dernières permettent de donner outre l'arôme, un trouble et une texture aux boissons. Selon les objectifs, elles sont utilisées à raison de 2 à 5 gr/l de boisson finie.

LES ESSENCES AROMATIQUES :

Egalement utilisés en boissons, ce type d'arôme présente une meilleure solubilité dans le produit fini, de part sa formulation basée sur de l'alcool éthylique. Elles permettent d'obtenir des boissons claires

LES AROMES :

Utilisés dans de nombreux domaines agro-alimentaires (Biscuiterie, yaourterie, glaces, boissons). Nos arômes sont fabriqués selon la demande du client, à savoir selon le dosage, le profil et la forme. Ils peuvent être liquides (Liposolubles) ou en poudre (Hydrosolubles). Il demeure bien entendu qu'Arômes d'Algérie est disposée à étudier toute demande adaptée à des besoins spécifiques en sus des produits standards existants.

Email : aromealg@yahoo.fr

Site : www.aromdalgerie.com

Fabrication de cuves en metal ioxydable

N° de Stand **3B 113**

BARKATS INOX



Barkats Inox est une société algérienne spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de cuves de tout volume (y compris

des cuves montées sur véhicules légers et lourds).

Notre objectif quotidien et prioritaire est d'apporter à notre aimable clientèle le meilleur service, des solutions techniques, le respect des délais, la flexibilité et la rapidité des réponses.



Email : berkatsinox@gmail.com

Site : www.barkats-inox.com

PACKAGING MACHINERY

Votre **PARTENAIRE IDÉAL & SÛR**
en **CONDITIONNEMENT**
ASSURE LE SUIVI ET L'ASSISTANCE TECHNIQUE



ETUYEUSES VERTICALES & ENCARTONNEUSES

ORIGINE ITALIE



Les Etuyeuses automatiques BETTI

équipées de :

- Doseurs à **godets télescopiques** réglables pour les produits granulés (couscous, langue d'oiseau, frique, riz, légumes secs, sucre, sel, détergent en poudre, ...);
- Doseurs à **peseuses électroniques** pour les produits dont la forme est irrégulière (macaronis, nouilles, pâtes courtes, céréales, chocolats, biscuits, bonbons, détergent en pastille, engrais ...);
- Système d'**introduction des sachets dans les boîtes** (sachets de lait en poudre, sachets de riz conditionné sous vide, farine lactée, maïzena, poudre de riz, bicarbonate, produits chimiques et phytosanitaires...) avec la possibilité d'avoir plusieurs sachets dans la même boîte;
- Système d'**introduction des bouteilles et flacons dans les boîtes**.

Les Encartonneuses semi automatiques et automatiques BETTI

- Pour le groupage et la mise en carton des boîtes ou autre produit.



ENSACHEUSES POUR PETITES DOSETTES

ORIGINE ESPAGNE



IMAR PACKAGING, S.L.

équipées de doseurs

- A **godets télescopiques** pour dosettes de : (sucre cristallisé, sel, édulcorant, café soluble, préparation de boissons instantanés ...);
 - **Doseur à vis** pour petites dosettes de : (épices moulus, cappuccino, levure, flan, vanille ...).
 - **Doseur pour produits liquides et pâteux** pour dosettes de : (mayonnaise, ketchup, moutard, sauce tomate, huile, chocolat pâteux, miel, vinaigre, sucettes glacés type flash, shampooing, gel, gélatine, détergeant liquide, produits cosmétique, produits pharmaceutiques...).
 - lait pasteurisé, leben (1 litre, 1/2 litre), jus
- Machines pour produits pharmaceutiques**



PRÉSENT AU DJAZAGRO 2016



PACKAGING MACHINERY

Cité des 1200 Logts Granitex - Bab Ezzouar
(Derrière CPA en face de l'hôtel Ibis) - Alger - ALGERIE
Tel.: 023.88.46.61 - Fax: 023.88.46.60
Mob.: 0661.661.684 / 0550.416.632
Email: packagingmachinery@hotmail.fr

Equipements

N° de Stand
J044

INVEST INOX ALGÉRIE



INVEST INOX Algérie est une Société Algérienne spécialisée dans le montage et la production de pompes, équipements et accessoires en acier inoxydable, le montage et la production de tuyaux flexibles destinés à l'industrie en général et en particulier les secteurs de l'agro-industrie, la chimie et la pétrochimie. Elle est aussi spécialisée dans l'importation et la commercialisation des pompes, équipements et accessoires en acier inoxydable.

Crée en 1998, INVEST INOX, a développé, au fil du temps, des exigences de qualité et de service, qui lui ont permis de gagner la confiance de ses partenaires étrangers et d'avoir l'exclusivité de les représenter en Algérie, tels : CSF INOX, le GROUPE PSG (WILDEN-WEILI-MOUVEX-BLACKMER), LIMATEC, GEMÜ, NORTON, OMAC, BÖRGER, COMENZA. INVEST INOX répond activement aux attentes de ses clients en matière de fourniture de pompes et accessoires en acier inoxydable destinés essentiellement à la gestion des fluides.

Email : contact@investinox.com
Invest98@hotmail.com
 Site : www.investinox.COM

Equipements

N° de Stand
1M 036

REPI TOUAHRI ET FRERES ALGERIE



REPI est une société algérienne spécialisée dans le domaine de la fabrication des process des équipements agroalimentaire et pharmaceutique et forte de plusieurs années d'expérience, spécialisée dans la chaudronnerie moyenne, ainsi que dans le montage tant de ses propres ouvrages que ceux d'autres entreprises, de différents secteurs.

En vue d'offrir la meilleure qualité à l'ensemble de nos clients, toute notre équipe technique place ses efforts dans la recherche et le développement afin de dégager des solutions qui garantissent une compétitivité, une sécurité et une flexibilité accrues des produits que nous fabriquons.

Nous intervenons dans La fabrication des :

- Pièces découpées au jet d'eau avec une pression de $\pm 0.02\text{mm}$ sur plusieurs Matières (plastiques, Alliages métalliques, Acier trempé, inox, Tungstène, Titane, Céramique, Verre, Verre de sécurité feuilleté, Pierre,

marbre, granit, caoutchouc, Aimants..Etc),

- Cuves de plusieurs capacités, simple et double paroi en position d'implantation verticale ou horizontale,
- Cuves réfrigérées,
- Cuves isotherme,
- Equipement complet des stations de traitement des eaux usées,
- Tables, chariots, supports et socles, bardage décoratif...etc,
- Pièces spécifiques en INOX (bride de raccordement, roue dentée),
- Travaux de tuyauterie et de tôle,
- Montage et maintenance d'équipement agroalimentaire et pharmaceutique,
- Travaux d'instrumentation,
- Conception et fabrication de produit de chaudronnerie,
- Ingénierie propre au secteur de chaudronnerie,
- Découpe, cintrage, pliage des tôles,
- Soudage,
- Usinage de précision.

Email : contact@repi.dz
 Site : www.repi.dz

Equipement de stockage

HALL 2 N° de Stand
N°21

BIFECTA ALGÉRIE



Bifecta Algérie, filiale du groupe BIFECTA, est une société de chaudronnerie au service des clients en Algérie.



chimique-hydraulique

DIVISION II : Equipements fixe et tracté, destinés aux services pétroliers pour stockage-jaugeage-décantation-filtration

DIVISION III : Bâtiment métallique autoportant pour usages multiple.

Email : bifectalgerie@gmail.com
 Site : www.bifecta.com



Ses objectifs sont de répondre aux besoins du marché local par la fabrication d'équipements de haute qualité, grâce au savoir faire d'une trentaine d'années d'activité. Fabriquant entre autres des cuves et silos de stockage/bacs ainsi que des citernes routières, BIFECTA intervient dans les secteurs alimentaire, chimique, pharmaceutique, cosmétique, hydraulique et services pétroliers.

DIVISION I : Equipements destinés aux industries alimentaires-pharmaceutiques-cosmétiques-

EQUIPEMENTS INDUSTRIELS

BIFECTA Algérie

ETUDE / CONCEPTION / FABRICATION / INSTALLATION
 SECTEUR Laitier, Boissons, Huiles, Chimiques, Pharmaceutique, Hydraulique

INSTALLATION / MAINTENANCE
 PROCESS CLE EN MAIN, MAINTENANCE

STOCKAGE
 CUVES, SILOS, BACS

CITERNES ROUTIERES

INOX / AGER AU CARBONE

Séjour : Cité des frères Abbas lot 12 N°2 - Dar El Beida - Alger
 Usine : Zone de stockage route de Senia N°4 - Oran
 Téléphone : 023 81 35 72 Mobile : 0552 16 95 26 / 0770 97 09 10 Email : contact@bifecta.dz Site web : www.bifectaalgérie.com.dz

Fabrication d'arômes et de préparations alimentaires

N° de Stand
3D071

AROMPLUS ALGERIE



La Société Aromplus est le fruit d'une longue histoire, commencée il y a plus de trente ans. En effet, c'est en 1974 que le futur fondateur de la société débute l'aventure, en se lançant dans la production de la crème glacée. Après plus d'une décennie et avec l'ouverture de l'économie du pays sur l'International, débute, en 1997, la phase de l'importation. Enfin, le 1er janvier 2000, les fondateurs (Mr. Baba Hamed et fils) créèrent, à Oran, la société Aromplus et lancèrent la fabrication du produit fini. Mettant à profit la longue expérience accumulée durant la période de gestation et adossés au précieux partenariat avec la société Arconsa (Espagne), les fondateurs orientèrent la société vers la production et la commercialisation

de produits préparés pour la boulangerie et la pâtisserie, la biscuiterie, glacerie et les boissons, s'adaptant, à chaque étape, aux spécifications des nouvelles technologies et aux besoins des clients. Plus de 500 produits, issus de matières premières importées d'Europe, sont élaborés et destinés tant aux distributeurs qu'aux professionnels de l'agroalimentaire. Depuis 2015, la société a développé de nouveaux produits destinés à la ménagère. La gamme va s'accroître au fil des années sur l'ensemble des produits de pâtisserie et de confiserie. Aromplus demeure à l'écoute de sa clientèle, attentive à ses préoccupations et soucieuse de sa pleine satisfaction.

Email : aromesplusa@yahoo.fr

Site : www.aromplus.com



Equipements industriels

N° de Stand
1J38

SNC BM INOX



BM INOX société de réalisation, d'installation et de maintenance des équipements industriels, **BM INOX est spécialisée dans plusieurs secteurs en l'occurrence l'Agroalimentaire, le Pharmaceutique, le Cosmétique, le Chimique et bien d'autres.** Sise à Ouled Bouchelaghem, Beni Amrane dans la wilaya Boumerdes a **BM INOX** a été créée en 2006 par Ali, Rafik et Sofiane BOUCHELAGHEM.

Notre société aide les entreprises à réaliser leurs projets visant à fournir un meilleur service tout en assurant la satisfaction de leurs besoins, et ceux des industriels du marché Algérien. Notre objectif aussi est d'attirer les nouvelles entreprises de production dans des nouveaux secteurs d'activités.

BM Inox dispose de matériels non roulant comme

- Groupe autonome de soudage Miller Type Big 400x avec afficheur

- Machine à couper, les tubes de 5 à 120 mm,
- différents types de postes à souder, Gala electronic 171, TIG 2210 (AC/DC), SIDEX 320, MILLER Maxstar 200 DX, HI-FI (160 TURBO, 200, 250, 400) et WF (3000, 4000, 5000) et enfin TIG portatif Maxtar 200DX auto -line 120-460v.

- Différents modèles de torches, de perceuses et chargeurs

Et une large gamme de matériels roulant :

- Citroen (combi l1h1 1.6hdi 92ch 9places)
- (3) Toyota hilux legend dc-4x4-t2
- (2) Renault kangoo tolee cf115 080 p3
- Peugeot pertner b9 tepee confort 1.6 hdi 75
- Tracteur agricole (ft504)4x4 chapeau
- Toyota hilux 3 places simple cabine 4*2

Email : contact@bminox.com

Site web : www.bminox.com

Matériel industriel

N° de Stand
3D126

EURL AFRIMAT



Importateur & Distributeur **Exclusif**

Société spécialisée dans le domaine des équipements de toute production sucrée et salée, AFRIMAT est à votre écoute pour réaliser vos projets.

Nous sommes leader en matériel artisanal et semi industriel dans la biscuiterie, glacerie, chocolaterie, confiserie.

AFRIMAT propose un suivi personnalisé pour répondre à chaque demande de nos clients.

Nous disposons d'un laboratoire d'essais et de

démonstration afin de vous mettre en conditions réelles de production et vous présenter nos machines. Nous pouvons aussi développer vos recettes en mettant à votre disposition nos technologies

Email : afrimat@hotmail.fr

Site : www.afrimat-dz.com



Equipement pour l'industrie laitière et boisson

N° de Stand
1C010

RH INDUSTRIE



Depuis sa création en 2009, Rh Industrie a centré son activité dans la fourniture et

l'installation des machines, d'accessoires et d'unités complètes clé en main pour l'industrie agroalimentaire. Au fil des années, elle s'est spécialisée dans le secteur des produits laitiers et boissons en général.

Forte de l'expérience de ses partenaires, FRAU Impianti fabricant et concepteur de ligne pour lait et dérivés, de la technologie de TECNICAL dans le process de fabrication de fromage, du savoir-faire d'ILPRA dans le domaine du conditionnement et de REXOR leader dans le secteur d'emballage et créateur de TIRCEL et grâce à un personnel qualifié, elle assure le suivi technique et propose à sa clientèle une large gamme de pièces de rechange conforme à tous les

équipements industriels.

Elle met à la disposition de ses clients son savoir-faire pour assurer le meilleur suivi afin de répondre au plus exigeantes des attentes de tous les industriels sur tout le territoire national.



RH INDUSTRIE est honorée de vous accueillir au hall1 stand1 C010. Au plaisir de vous recevoir.

Email : rh_industrie@yahoo.fr

contact@rhindustrie.com

site web : www.rhindustrie.com



Aromes et parfums **PAVILLON CENTRAL Allée D**
N° de Stand **081**

LABOREF



En plus de sa gamme d'arômes liquides destinée aux secteurs des boissons, biscuiteries, confiseries et pâtisseries, la société LABOREF offre de nouvelles références en arômes liquides spécialement dédiées aux fabricants de glace.

Préconisé à un dosage d'utilisation compris entre 1 et 1.5 ‰, ces arômes sont disponibles dans les notes



suivantes : vanille, citron, fraise, chocolat, caramel, noisette et pistache.

Email : info@laboref-dz.com
Site : www.laboref-dz.com

Equipements pour l'Emballage et Conditionnement

N° de Stand
1J033 Italie

HIGHPACK ALGÉRIE



Dès le début de sa création, HIGH PACK s'est attelée à encourager sa clientèle à l'effet de créer et réussir des opportunités pour l'innovation dans le secteur

du packaging. La force de HIGH PACK réside dans ses idées technologiques originales, dans sa persévérance à être dans le centre des nouveautés et sa détermination à détenir une longueur d'avance sur le plan de l'assistance technique et du service après vente. Son activité porte sur les machines de conditionnement pour divers produits (alimentaires, pharmaceutiques et non -alimentaires) de toutes formes (granulé, poudre, liquide, semi liquide, pâteux...etc.) et en tous contenants (sachet, sac en papier kraft, boîte, carton, bouteille, canette, bocaux en verre ...etc.) et particulièrement :

- Ensacheuse verticale atmosphérique à base de bobine, sous vide automatique pour café
- Ensacheuse horizontale (flow pack) automatique à base de bobine
- Ensacheuse automatique et semi automatique à base de sac en papier préformé
- Encartonneuse semi automatique et automatique
- Fardeleuse semi automatique...etc.

Et lignes complètes pour : Légumes secs et riz, jus de fruits et boissons gazeuses, biscuits, madeleines et gaufrettes, café, beurre et margarine, pâtes alimentaires, couscous et farine, produits pharmaceutique...etc. Le personnel technique de HIGH PACK est constamment mis à jour dans le cadre de cours de spécialisation organisés par les ingénieurs des partenaires italiens. HIGH PACK fournit :



- des solutions techniques sur mesure
- des conseils techniques concernant les machines
- Les pièces détachées dans les meilleurs délais

Notre objectif est de maintenir l'amélioration continue des prestations et de conseil afin d'atteindre la satisfaction maximale du client. Pour ce, nous tenons à établir une relation constante avec le client à chaque étape du processus, en l'orientant vers un équipement fiable, fonctionnel, rentable, c'est la valeur qui nous rend compétitif sur le marché.

Email : karim.alibey@highpack.dz
highpack@yahoo.fr / contact@highpack.dz
Site : www.highpack.dz

Notre métier est de sentir

- Emulsions aromatiques • Arômes liquides sucrés et salés
- Arômes poudres sucrés et salés • Pâtes aromatiques
- Granit' Arôme • Huiles essentielles • Produits de panification
- Additifs pour l'agroalimentaire

PAVILLON CENTRAL
Allée D – Stand N° 081

38 ANS
D'EXISTENCE

SARL LABOREF
Arômes & parfums
Rue A N°12A zone d'activités les Dunes
CHERAGA - 16 002 ALGER -ALGERIE
Tél: +213 23 22 63 01 à 06
+213 23 22 62 99
+213 23 22 63 00
GSM : +213 660 57 27 57
info@laboref-dz.com

LABOREF CONSTANTINE
56 A Avenue Acou Mustapha
Prolongée Constantine, Alger
Tél: +213 31 93 59 54
Fax: +213 31 93 59 50
GSM : +213 660 37 66 47
www.laboref-dz.com

Producteur national d'arômes et d'émulsions depuis 38 ans, LABOREF possède une connaissance approfondie des goûts et des tendances du marché algérien. La SARL LABOREF s'est déployée d'une manière régulière et constante grâce aux avantages qu'elle présente aux producteurs nationaux :

Une gamme large et variée de produits aromatiques et additifs alimentaires disponibles sur stock.

La possibilité de créer grâce à son laboratoire de recherche et développement des produits spécifiques à la demande de ses clients.

Une assistance de la clientèle grâce à une équipe dynamique de technico-commerciaux.

Parallèlement à son activité sur le marché national, LABOREF exporte sur divers pays : France, Libye et le Maroc.

Zoom produits

- Emulsions aromatiques.
- Arômes et essence liquides.
- Pâtes aromatiques.
- Arômes poudres.
- Produits de panification.
- Additifs et huiles essentielles pour l'agroalimentaire.
- Granit' ARÔME : préparation pour appareil à granita.

PAVILLON CENTRAL
Allée D – Stand N° 081

38 ANS
D'EXISTENCE

SARL LABOREF
Arômes & parfums
Rue A N°12A zone d'activités les Dunes
CHERAGA - 16 002 ALGER -ALGERIE
Tél: +213 23 22 63 01 à 06
+213 23 22 62 99
+213 23 22 63 00
GSM : +213 660 57 27 57
info@laboref-dz.com

LABOREF CONSTANTINE
56 A Avenue Acou Mustapha
Prolongée Constantine, Alger
Tél: +213 31 93 59 54
Fax: +213 31 93 59 50
GSM : +213 660 37 66 47
www.laboref-dz.com

GHL-GLOBAL HALAL LOGISTICS : MAILLON ESSENTIEL DANS LA CHAINE HALAL

Dans la chaîne de production Halal, il y a une partie méconnue et pourtant essentielle qui est la logistique. Car pour aller de la fourche à la fourchette, il faut transporter cette marchandise et surtout préserver sa certification.

C'est dans ce cadre que nous avons rencontrés Mr Grégory BAJEUX '(à gauche) dirigeant de la société **Global Halal Logistics** basée à Marseille, société existant depuis 3 ans avec une flotte de 50 camions. La logistique Halal répond à des normes d'hygiène

très strictes « *Un emballage, un lieu de stockage, un conteneur ou un camion impropre rend un produit non consommable par un musulman. La logistique Halal est construite sur ce principe, le respect des normes sanitaires sur tous les points de stockages.* »

Outre des normes sanitaires très strictes, il est important aussi de ne pas mélanger les produits Halal et les produits dit Haram (les produits illicites comme le porc).



De gauche à droite : Grégory BAJEUX Directeur GHL, Jean Luc BAJEUX PDG GHL, Rafek SALEH certificateur IHI, Morgan PONCET Operation manager



« Nous avons fait le choix de travailler uniquement des produits Halal consommable pour un musulman afin d'éviter toute contamination directe ou croisée des produits dans nos conteneurs et nos entrepôts »



Global Halal Logistics travaille avec le cahier des charges du Jakim qui est un organisme de certification malaisien



« Notre logistique n'a de sens que si le produit est couvert d'un certificat Halal car nous ne rendons pas un produit Halal par la logistique mais protégeons son certificat de la production à la consommation »

Ce standard malaisien est fort d'une reconnaissance internationale et sait encadrer et certifier la logistique, **Global Halal Logistics** travaillant avec des pays tels que la Malaisie, l'Indonésie, le Bahreïn, l'Arabie Saoudite, cette certification est un atout indéniable. Cette certification qui est émise pour 2 ans a pour but de recenser les différents organismes de certification produits à travers le monde et d'établir une liste internationale de certificateurs fiables.

Global Halal Logistics est soumis à des contrôles inopinés de son certificateur sur tous ces sites de stockages/emballages. Ils doivent mentionner sur leurs documents de transports le nom du certificateur produit, information qui remonte à Kuala Lumpur. Pour les camions et les conteneurs qui n'appartiennent pas à Global Halal Logistics, la société assure l'historique du moyen de transport sur les 3 voyages précédents.



« Si nous n'avons aucune traçabilité du conteneur nous devons le laver 7 fois avec une solution spécifique sans alcool »



Port Autonome de Marseille
Qui ambitionne de devenir la plateforme logistique Halal en méditerranée

Nul doute que ce marché est promis à un bel avenir dans les années à venir et que **Global Halal Logistics** est un acteur incontournable de ce marché.

Email : g.bajeux@ghl-europe.com

Agroalimentaire

GROUPE KHEIDRI - Depuis 1980 -



L'établissement KHEIDRI est une entité familiale installée à BOU-SAADA. Fondée en 1980, notre activité a débutée dans la distribution du lait pasteurisé « sachet », avant d'élargir notre réseau de distribution aux autres produits laitiers tels que yaourt, Fromage frais, crème dessert... etc. Une activité qui constitue notre fierté depuis plus de deux décennies.

Après avoir acquis une maîtrise dans le domaine avec des fournisseurs nationaux et internationaux, nous avons élargi notre champs de distribution et de livraison aux bases de vie pétrolières et les sociétés de CATERING dans le sud Algérien.

Courant 2008, nous nous sommes spécialisés dans



la distribution en tant que partenaire exclusif des produits BEL ALGERIE « LA VACHE QUI RIT » et cela sur les wilayas de M' SILA, BISKRA, BATNA, KHENCHELA, DJELFA et LAGHOUAT. Fin 2009 au début 2010, nous avons créés la marque « DIOUL EDAR » pour la production de la feuille de brick « DIOUL » dont l'usine se trouve à BOU-SAADA .

Courant cette année 2016, une extension d'activité a été réalisée sans pour autant sortir du domaine des pâtes. Une nouvelle gamme de produits sont venus se rajouter à celle déjà commercialisée sur le marché, en l'occurrence les diouls en packaging de 08 feuille, 10 feuilles, et 12 feuilles. Présentée sous une nouvelle marque Petit chef, cette nouvelle gamme englobe :

- Pâte feuilletée 1000 g
- Pâte feuilletée 500g
- Pâte feuilletée 350g pré-étalée
- Pizza (prête à la cuisson)
- Pain sandwich
- Pain panini
- Hamburger`

Afin de pouvoir passer à l'exportation, une certification ISO est en cours pour la totalité de nos produits

Email : alikheidri@yahoo.fr
Site Web : www.groupekheidri.com



Produits d'entretien

GROUPE /ENAD



L'Entreprise nationale des détergents et produits d'entretien «ENAD Spa» a pour activités principales la recherche, le développement, la production et la commercialisation des détergents, des produits d'entretien, des produits cosmétiques et des produits automobile.

ENAD Spa est une société par actions, issue de la restructuration de l'ex- société Nationale des industries Chimiques (SNIC). Elle est créée par décret

n°82-416 du 04 décembre1982, dont le siège social est sis à la cité 20 Aout, Sour El Ghoulane-BOUIRA. Avec un capital social 421, 5 millions de dinars, l'ENAD possède un potentiel industriel qui lui permet de se placer parmi les entreprises leaders dans son domaine. Il est constitué d'un (01) complexe détergents, de Cinq (05) Unités produits d'entretien, d'une (01) unité cosmétiques et de deux (02) sites qui ne sont pas en production à savoir le site Ghazaouet et l'ex-unité de lames à raser.

Email : enadgrp@yahoo.fr
marketingenad@gmail.com
enadshymeca-com@hotmail.fr

Services

SNC GENICONSULT



L'activité de GENICONSULT est l'étude, la conception et la réalisation d'ateliers complets ou d'usines complètes pour les industries agroalimentaires, pharmaceutiques et cosmétiques. Cette activité d'ingénierie lui permet de proposer dans toutes les industries traitant des produits liquides, visqueux et abattoirs industriels (bétails et volailles, transformation de viandes), traitement et conditionnement de fruits et légumes, des solutions clés en main.

Des installations étudiées

Pour répondre à la demande des clients, GENICONSULT détient un savoir-faire lui permettant de concevoir l'ensemble de l'atelier ou de l'usine et de livrer chez le client un clé en main composé des équipements de process, de conditionnement, d'utilités ainsi que des conseils en bâtiment industriels, le tout livré puis mis en marche en assurant la formation des personnels d'encadrement du client.

L'ensemble adapté au marché Algérien par le fait d'une forte connaissance des besoins et des contraintes locales rencontrées.

Aide au montage des dossiers de financement, études des coûts de production et de rentabilité, ainsi que

l'expertise et l'audit en tant que consultant pour des structures existantes ou en projet.

Vente des équipements :

Matériel de process (pompes, vannes, échangeurs, homogénéisateurs...), conditionnement (liquide, solide, en sachet, bouteille, pack...), utilités (eau, froid, vapeur, électricité, air comprimé...)

Nos champs d'intervention :

- L'industrie laitière et dérivés lactés (yaourt, beurre, fromage, margarine, etc ...),
- L'industrie des eaux minérales et boissons (jus et gazeuses),
- L'industrie de la crème glacée,
- L'industrie de la transformation des viandes,
- L'industrie des pâtes à tartiner,
- Les lignes de traitement et conditionnement de fruits et légumes.

Notre Offre :

- Etude, conception et réalisation de procédés de fabrication,
- Accompagnement et assistance pour réalisation de projets d'investissement,
- Fourniture, lignes complètes, usines clé en main, Matériel de process (pompes, vannes, échangeurs, homogénéisateurs...), conditionnement (liquide, solide, en sachet, bouteille, pack...), utilités (eau, froid, vapeur, électricité, air comprimé...),
- Mise en marche, formation, assistance production.

Email : geniconsult@yahoo.fr
Site web : www.geniconsult.com

Produit laitier

SARL UNIVERT MILK



Notre fabrique est implantée à THALA ATHMANE à 10KM nord-est de TIZI OUZOU, d'une capacité



de production de 10000 litres de lait de vache et chèvre par jour.

Nous sommes spécialistes issues de grande école internationale dans la fabrication du fromage au lait de vache et chèvre. Notre délice de gourmand est caractérisé par une croûte dite fleurie, de couleur blanche, à moisissures superficielles constituant un feutrage blanc. Et d'une pâte de couleur ivoire à jaune

clair, affinée a cœur, lisse et souple.

Nous, produisant actuellement dans la gamme des pâtes molles du camembert du coulommiers du brie des buches de chèvre, plusieurs formes de fromage frais de vache et de chèvre, du raib et l'ben de vache, nous distribuons sur tout le territoire national.

Email : sarl_univertmilk@yahoo.fr

Emballages

CARTONNERIE EL-FARES ALGERIE



EURL CARTONNERIE EL-FARES, est une entreprise qui fait de la transformation et de la fabrication d'emballage spécialisée dans le carton ondulé. Créée en 2001 sous forme d'une entreprise unipersonnelle par son fondateur le Directeur Général Mr TORDJEMANI Fares, l'entreprise est devenue depuis 2008 une EURL. Avec son expérience et son caractère professionnel, doté d'un savoir-faire de plus de 10 années, son point fort est aujourd'hui traduit par une équipe professionnelle, structurée par des méthodes managériales des plus actuelles et une main d'œuvre qualifiée. Depuis l'année 2012, et afin de répondre à la demande, notre entreprise s'est dotée d'une nouvelle ligne de production d'une capacité de 10.000 plaques /heure.

Nous proposons à nos clients toute une gamme de produits d'emballage destinée aux producteurs industriels pour **divers secteurs** : Agroalimentaire, fromagerie, chocolaterie, pharmaceutique, électroménager et autres domaines. CARTONNERIE EL-FARES, est concentrée en permanence sur l'objectif client, toujours à son écoute, en le conseillant et en l'accompagnant dans ses projets de réalisation des produits d'emballages performants suivant son désir, d'où son slogan « *Notre maîtrise au service de votre créativité* ».

Email : cartonelfares@gmail.com
Site : www.cartonnerie-elfares.com

Pâtes alimentaires/ aliments de bétail

Spa LES GRANDS MOULINS BELGHITH



Activant dans le secteur de l'agroalimentaire et s'appuyant sur un historique très riche, l'entreprise SPA les Grands Moulins BELGHITH (GMB) se veut une place de leader sur le marché des pâtes alimentaires et l'aliment de bétail. Créée en 1997 par son fondateur le DR. ZEROUKI Abdelkrim avec un capital initial de 100 MDA, cette entreprise n'est entrée en production qu'en novembre 2002 avec une capacité journalière de production de 240 tonnes de semoule et 250 tonnes de farine. Afin d'être toujours plus proche et à la disposition de nos clients, la SARL BELGHITH TRANSPORT a été créée avec une flotte de transport composée d'une vingtaine de

camions équipés de GPS. Ce n'est qu'en 2013 que l'unité de fabrication des aliments destinés à la consommation animale est entrée en production. Courant de la même année, la SARL GMB a été certifiée ISO 9001 version 2008 par le bureau Veritas. Sise à la cité des frères Boukharchoufa M'daourouch dans la wilaya de Souk Ahrass, cette entreprise propose de la farine supérieure et courante, de la Semoule supérieure et d'orge, des pâtes courtes et longues, du couscous, couscous complet et d'orge ainsi que des aliments de bétail et volaille. Tout l'effectif de GMB, 164 employés au total, tient à honorer ses deux slogans « les goûts, les couleurs et pâtes BELGHITH ne se discutent pas », pour les pâtes et couscous et surtout celui de l'entreprise qu'est « l'art et la manière ».

Email : contact@moulinbelghith.com
contact@grandsmoulinsbelghith.com
Site web : www.grandsmoulinsbelghith.com
Facebook : www.facebook.com/GMBDZ

Filière boissons non alcoolisées

BOISSONS NOUVELLE COMPAGNIE (BNC)

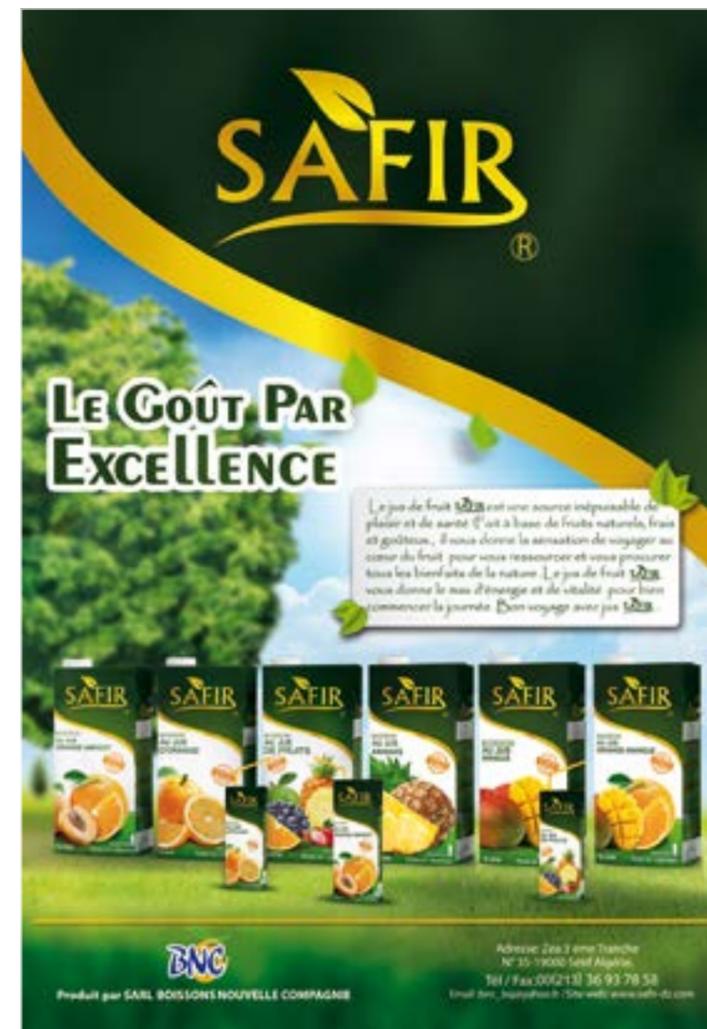


BNC a su se développer et s'imposer sur le marché des boissons en Algérie; en effet, très tôt la BNC s'est donnée comme priorité de fidéliser sa clientèle en garantissant des produits de qualité supérieure et constante, et ce, en sélectionnant les meilleurs fournisseurs et en nous fidélisant auprès d'eux; des tests ainsi que des analyses sont effectués régulièrement, depuis la réception des matières

premières jusqu'au départ de l'usine. BNC a le plaisir d'offrir aux consommateurs de toutes âges une large gamme de saveurs : Orange, Cidre, Fraise, Framboise, Citron, Lime et Pomme Verte. Encouragée par les performances réalisées, tant commerciales que managériales, et ce, grâce à l'application d'une politique répondant aux attentes de ses consommateurs, clients et partenaires; BNC s'est lancée dans une nouvelle aventure, en inaugurant une nouvelle usine dans la même zone d'activités, destinée exclusivement à la production de boissons aux jus de fruits conditionnées dans des étuis-cartons Tetrapack. Soucieuse de la pleine satisfaction du consommateur, BNC s'est dotée d'un matériel ultra-sophistiqué en faisant le choix de bâtir un partenariat avec un leader mondial en matière d'équipements.

La SARL Boissons Nouvelle Compagnie (BNC) est une société de droit algérien installée au niveau de la zone d'activités de Sétif. Elle s'est spécialisée dans la production de boissons gazeuses et jus aromatisés dans différents formats et commercialisés sous la marque GHADIR.

Email : bnc_bsj@yahoo.fr
Site : www.safir-dz.com



Emballage en papier carton et autres

TONIC INDUSTRIE



L'EPE TONIC Industrie, fleuron dans le secteur de l'emballage sur la scène économique algérienne. De création récente, elle est organisée en la forme d'une EPE/SPA, dont la

totalité du capital social est détenue pour le compte de l'Etat, par le Groupe « Industriel CHIMINDUS » L'Entreprise est principalement spécialisée dans la récupération, la fabrication, la transformation de papier carton ainsi que la commercialisation et accessoirement dans la location externe de moyens matériels logistiques

L'ensemble du potentiel de TONIC Industrie Spa est organisé et articulé en onze (11) unités de fabrication, de transformation et d'impression sur papier et carton.

- Unités de Production de Base :

- Unité de Récupération
- Unité de Fabrication du papier pour l'ondulé (PPO) (Liner)
- Unité de Fabrication et de Transformation du papier Tissu (Ouate)
- Unité Cellulose moulée (Alvéole)

- Unités de transformation

- Unité de Fabrication de Caisses en Carton Ondulé tous types confondus

- Unité Sacherie
- Unité Impression Offset
- Unité d'Impression Hélio gravure et Flexographie
- Unité Impression Numérique
- Unité Pots et Gobelets
- Unité Façonnage



TONIC Industrie se positionne comme un partenaire majeur pour les professionnels de la production et de la commercialisation de biens de consommation en leur fournissant une gamme complète de produits d'emballage ainsi que des produits domestiques et sanitaires.

Email: info@tonic-industrie.com

Site: www.tonic-industrie.com

Boulangerie Pâtisserie

Spa LES PAINS SUR TABLE



Créée en 2015, la SPA les Pain Sur Table est une nouvelle entreprise spécialisée dans l'Agroalimentaire, plus spécialement la boulangerie industrielle. Sous l'égide de son fondateur M. Zerouki Abdelkrim, ses 100 employés tiennent à faire de leur slogan « la passion du goût » le bonheur de tous leurs clients, en leur offrant des produits de très haute qualité. Entre

autres, Pain normal, amélioré, d'orge, de semoule et pain complet, le pain Pita normal, pita amélioré, pita d'orge, pita de semoule et pita complet (rakhsis et matlou'a) sans oublier la Viennoiserie (croissant – pain au chocolat) et la Pâtisserie. Implantée sur une superficie de 6 hectares à la zone industrielle El Tarf, El Khroub dans la wilaya de Constantine, cette SPA d'un capital de 1000 MDS, est entrée en production en 2016.

Retrouvez-nous sur notre page Facebook:

https://www.facebook.com/Pain-sur-Table-1427253467562015/?ref=br_rs

Email : contact@painsurtable.com

Site web : www.painsurtable.com

ALTINBILEK TURQUIE

ALTINBILEK®

Un des fabricants leaders des systèmes de manutention et stockage de grain en Turquie et aussi bien connu sur le territoire international. Dès sa fondation en 1974 jusqu'à aujourd'hui ALTINBILEK a fini plus de 200 projets clé en main et continue intensivement à exporter ses produits pour plus de 55 pays. Dans sa gamme de production, ALTINBILEK a réalisé toutes sortes de machines de manutention de grain, mais surtout célèbre par les convoyeurs à chaînes de grande capacité, convoyeurs à bande, élévateurs, silos carrés de type modulaire, silos

métalliques à fond plat et conique. Ainsi que dans sa gamme de production il y a toutes sortes de machines d'aliment de bétail et tous les composants des systèmes de stockage comme les convoyeurs inclinés, élévateurs de type Z, convoyeurs à bande ouverts et fermés, silos de farine son et de semoule, nettoyeurs à tambour, chargeurs télescopiques et échelles volumétriques. A côté des systèmes de manutention et stockage du grain ALTINBILEK renforce sa présence sur le marché avec des installations de traitement de semences et de séchage du grain, machines et usines d'aliments de bétails type clé en main.

E-mail : abms@abms.co

Web : www.abms.com.tr



UNE QUALITE DE FIERTE

Systèmes de Manutention de Grain	Systèmes de Stockage de Grain	Unités de Traitement des Semences	Usines d'aliment de Bétail

Veillez visiter www.abms.com.tr ou appeler +90 222 236 1380

[altinbilekmachinery](https://www.facebook.com/altinbilekmachinery)

ALTINBILEK®

Services

UNION CONSOLIDATED TRANSPORT UCT



Crée en 2005 Union Consolidated Transport se positionne comme l'un des pionniers dans le domaine logistique, Grâce à ses structures et son réseau relationnel, UCT est un partenaire idéal pour les besoins des clients en matière d'acheminement de petites expéditions grâce au groupage maritime ainsi que pour les conteneurs pleins.

Filiale d'UNION TRANS, l'équipe UCT est composée d'une cinquantaine de personnes dynamiques et efficaces, forte d'une dizaine d'années d'expérience.



Crée en 2005 Union Consolidated Transport se positionne comme l'un des pionniers dans le domaine logistique, Grâce à ses structures et son réseau relationnel, UCT est un partenaire idéal pour les besoins des clients en matière d'acheminement de petites expéditions grâce au groupage maritime ainsi que pour les conteneurs pleins.

CAPACITÉS PHYSIQUES D'UCT

Nous disposons actuellement à Alger de trois aires de stockage sous douane de 7 000, 2 500 et 1 000 m² qui se répartissent comme suit :

- 7 000 M²** : - 1 000 M² de magasin couvert pour l'entreposage;
- 6 000 M² de Parc à conteneurs ;
- 3 500 M²**: espace pour véhicules et engins.



UCT est la première et l'unique entreprise spécialisée dans la logistique à être certifiée HALAL depuis 2014.

Email : guerah.sofiane@gmail.com

Site web : www.uct-dz.com

Equipements

REKKAS MAHIDDINE R.M.F.E.E



R.M.F.E.E est une micro-entreprise à vocation industrielle. Elle est spécialisée dans la fabrication et la commercialisation d'équipements matériels et frigorifiques tels que les chambres froides, les armoires frigorifiques, les vitrines réfrigérées, les gardes-chaud, les vitrines rotatives, les fontaines fraîches et bien d'autres.

Créée en 2012 par M. REKKAS MAHIDDINE, dont elle porte le nom, notre entreprise est située au village El-klaa, commune Ait-khelili.

Daira de Mekla. Wilaya Tizi-Ouzou en Algérie
Contactez-nous via notre adresse :

Email : rmahiddine@yahoo.fr



Produits chimiques

SARL SASKO INDUSTRIE



Issue du plan de développement du groupe Kouider et notamment son activité de production et de transformation du sel (NaCl), la SARL SASKO

de toutes plates-formes de développements de l'industrie dans le monde. Les techniques de productions utilisées sont de dernières générations avec le maximum de respect envers l'environnement et le milieu extérieur.

Aussi, la SARL SASKO industrie s'engage à maintenir un niveau de service des plus haut possible et à œuvrer en permanence au développement de partenariats avec l'ensemble des opérateurs dont elle est et sera en relation dans le future.

Espérant vous voir parmi nos plus proches partenaires et dans l'attente de vous rencontrer afin de concrétiser ce noble objectif, nous vous prions de bien vouloir agréer nos sincères et dévouées salutations.

Email : sasko.commercial@gmail.com
ekossel01@hotmail.com

INDUSTRIE et spécialisée dans la fabrication et la commercialisation des produits de l'Electrolyse du sel à savoir:

- l'hypochlorite de soude
- l'acide chlorhydrique
- la soude caustique

Les produits sont utilisés dans toutes les industries sans aucune exception et constituent la base



sarl SASKO INDUSTRIE

Oumach - Biskra/ Algérie
Tel: 00 213 32 20 03 36 / Fax: 00 213 32 20 08 50 / 00 213 21 24 66 47
Mob: 0770 35 82 35 / 0770 50 45 07
E-mail: sasko.commercial@gmail.com

LA SARL SASKO INDUSTRIE A LE PLAISIR D'ANNONCER LE DEMARRAGE DE SON USINE DE PRODUCTION CHLORE/SOUE

LA GAMME DE PRODUITS FABRIQUES EST COMPOSEE DE:

- HYPOCHLORITE DE SOUE
- ACIDE CHLORHYDRIQUE
- SOUE CAUSTIQUE

Par la meme occasion nous invitons tous les opérateurs concernés de se rapprocher de la direction commerciale qui vous réservera toute l'attention nécessaire afin de répondre à vos demandes.

Services

SDC ALGERIE



SDC Algérie est une société de revêtement de sol industriel à base de tout type de résines et pour différents domaine d'activité, elle est spécialisée dans la protection contre les agressions chimiques dans l'industrie et offre des solutions globales selon les besoins.

les produits, et les services. SDC Algérie fait des traitements de sol pour vous assurer un revêtement adéquat à vos besoins dans différents domaines tel que:

- L'industrie Agroalimentaire,
- La pétrochimie,
- La chimie (industrie chimiques),
- L'industrie pharmaceutique,
- L'industrie mécanique.



SDC Algérie s'est consacrée à la poursuite de l'excellence dans les revêtements, conformément aux normes internationales, avec une mission de groupe pour atteindre l'excellence avec l'effective,

Email : sdc.algerie@yahoo.fr
Site Web : www.sdc-algerie.com

المجلة القسنطينية الخبز
Grande Vinaigrerie Constantinoise

• Vente de bouteilles conditionnées
• Vente et exportation vinaigre VRAC de 10% à 14%

LEBLED

حلال HALAL

حلال HALAL

Nous recherchons un partenaire a l'exportation et a l'interieur

27, Z.I Palma 25000 Constantine Algerie. Tél : 213 (0) 31 664 904 Fax : 213 (0) 31 660 500
service consommateur : 213 (0) 550 557 749. www.vinagrrealgerie.com email : boulmerkat@yahoo.fr

www.galion.com



Galion, spécialiste africain de la production d'emballages plastiques injectés

Emballages de différentes formes de volumes allant de 140 ml à 32 L pour les applications alimentaires et non-alimentaires

Décoration par Offset et IML

Partner of





Nos compétences

Le savoir-faire acquis et perfectionné depuis de nombreuses années nous permet de vous faire bénéficier de solutions d'impression pour mettre en valeur vos produits ou apporter des réponses technologiques aux demandes industrielles de nombreux secteurs.

Notre souci c'est la qualité

Notre objectif :

- Véhiculer au plus près votre image.
- Valoriser vos créations graphiques.
- Habiller votre produit d'un support sur mesure.
- Préserver ses qualités physiques.
- sublimer son impact de séduction.
- Dynamiser ainsi votre stratégie marketing.



INFOR est une société orientée sur la satisfaction totale du client, nous sommes ravis d'être un vrai partenaire commercial contribuant à vos produits finis et générant significativement des vraies valeurs communes. Aussi sophistiqué que vos produits, tout simplement flexible.

Gardez vos produits

- Sains (utilisation de technologie de pointe).
- Surs (solution économique).
- Attirants (prêt à la vente).
- Depuis sa création, INFOR à accumulé Des sérieuses expériences.
- Grâce à ses fournisseurs internationaux.
- Produisant des marques mondiales.
- Relevant des challenges.

Emballage Triplex



- Une excellente brillance
- Bonne résistance à la perforation.
- Bonne rigidité
- Etanchéité rapide
- D'excellentes propriétés de barrière

Emballage pour Fromage



- Adapté pour le fromage en morceau, tranche et le râpé
- Film mat ou brillant
- Soudure rapide

Emballage Complexe CPP-CAST



- Une excellente brillance
- Bonne résistance à la perforation.
- Soudure très rapide
- Excellente barrière contre l'humidité

Emballage pour Sucettes liquide



- Bonne résistance à la soudure.
- Bonne ductilité
- Etanchéité rapide
- Film pour produit pasteurisé

INFOR



COLD SEAL



- Excellent rendement de la machine de conditionnement
- Protection de l'arôme.
- Soudure rapide
- Une excellente brillance

Emballage complexe en BOPP



- Une excellente brillance
- Bonne résistance à la perforation.
- Bonne rigidité
- Film Mat/ Brillant



Siège sociale : C W.118, Zone Industrielle - BP 21 Oued-Smar 16309 Alger
 Tél. : +213 023 93 02 46 / +213 023 93 02 49 - Fax : +213 023 93 02 47 / +213 023 93 02 48
 Mob : +213 770 93 92 50 / +213 770 65 42 72 - Email : inforhassena@yahoo.fr
 Web : www.infor-print.com

Quiz

Services INFOR



INFOR est une société orientée sur la satisfaction totale du client. Nous sommes ravis d'être un vrai partenaire commercial contribuant à vos produits finis et générant significativement des vraies valeurs communes. Aussi sophistiqué que vos produits, tout simplement flexible.

Le savoir-faire acquis et perfectionné depuis de nombreuses années nous permet de vous faire bénéficier de solutions d'impression pour mettre en valeur vos produits ou apporter des réponses technologiques aux demandes industrielles de nombreux secteurs.

Nos objectifs sont :

- Véhiculer au plus près votre image.
- Valoriser vos créations graphiques.
- Habiller votre produit d'un support sur mesure.
- Préserver ses qualités physiques.
- sublimer son impact de séduction.
- Dynamiser ainsi votre stratégie marketing.

La Qualité :

Notre faculté d'écoute, notre présence sur le terrain et la maîtrise des moyens que nous mettons en œuvre nous garantissent de satisfaire aux exigences, explicites ou implicites, exprimées par nos clients.

Le Respect des engagements :

Notre politique responsable et l'éthique qui caractérisent notre groupe nous unissent à nos partenaires par un lien de confiance réciproque.

La Créativité :

Notre capacité à imaginer et à mettre en œuvre une solution originale satisfait pleinement votre demande et nous garantit votre satisfaction.

La Réactivité :

La souplesse de notre organisation et la diversité de nos moyens répondent de façon efficace à vos attentes.

Email : inforhassena@yahoo.fr
 Site : www.infor-print.com



SIMA SIPSA

SALON DE L'ÉLEVAGE ET DE L'AGROÉQUIPEMENT

4>7 OCTOBRE 2016
ALGER - ALGERIE

PALAIS DES EXPOSITIONS - SAFEX

VOTRE NOUVEAU SALON LEADER EN ALGERIE SUR LE MARCHÉ AGRICOLE !

Professionnels de l'agroéquipement et de l'élevage, RÉSERVEZ VOTRE STAND !

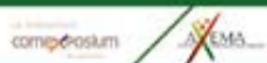
20 000 VISITEURS PROFESSIONNELS
600 ENTREPRISES



www.sima-sipsa.com

INFORMATIONS & INSCRIPTIONS

EXPOSA
 Ain Allah 2, Lot. N° 7-Dely Ibrahim
 16000 Alger - ALGERIE
 Tél. : +213 21917528 - Fax : +213 21919000
 Email : sima-sipsa@expovet-dz.net



SALON INTERNATIONAL POUR L'ALIMENTATION & L'EMBALLAGE

Considérés désormais comme des événements de référence dans la sous région Ouest Africaine, 2016 marque la fusion du Salon International pour l'Alimentation et celui de l'Emballage avec de nouvelles ambitions : devenir un vaste plateau d'informations, d'échanges d'expériences, d'établissement de relations d'affaires et de partenariat entre professionnels des dits secteurs.

L'interdépendance de ces deux secteurs névralgiques justifie l'unification de ces deux salons, afin d'en faire un événement économique majeur dans une logique d'accès au marché de la CEDEAO, pour une amélioration de l'offre et de la demande dans le but de promouvoir la croissance économique.

PATRONAGE :

Le Salon est placé sous le haut patronage de Monsieur le Ministre du Commerce, du Secteur Informel, de la Consommation, de la Promotion des Produits Locaux et des PME du Sénégal.



SIPAL ET SIES, LA PORTE OUVERTE AU MARCHÉ AFRICAIN !

Vous êtes à la recherche de débouchés pour vos produits/services ?

Vous êtes à la recherche de matières premières, de produits intermédiaires ou finis, de services ?

SIPAL et SIES vous ouvrent les portes de l'espace CEDEAO (Afrique de l'Ouest) dont les échanges commerciaux sont facilités par une taxation douanière commune, dans un marché attrayant de 300 millions de consommateurs répartis dans ces pays suivants :



CONTACT

www.sipalfood.com

+90 532 120 42 63
+221 33 825 15 12



SALON INTERNATIONAL POUR L'ALIMENTATION & L'EMBALLAGE

09 - 12
Avril 2016

Dakar
SENEGAL

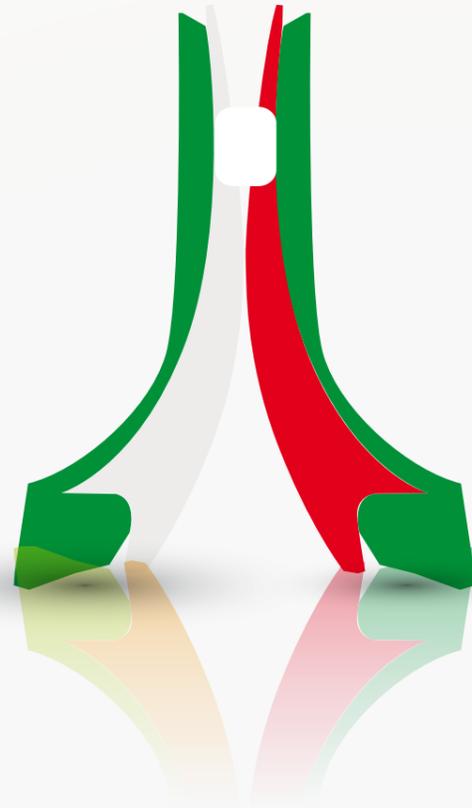
CICES



Sous le Haut Patronage de son Excellence Monsieur le Président de la République
Ministère du Commerce
Société Algérienne des Foires et Exportations



49^{ème} FOIRE Internationale d'Alger 2016
Du 28 MAI au 2 JUIN



معرض
الجزائر الدولي
التاسع و الأربعون
من 28 ماي إلى 2 جوان

\\ L'investissement et l'entreprise au
coeur de l'économie productive //

AGROLIGNE

LE RÉSEAU MÉDITERRANÉEN DE L'AGRICULTURE ET DE L'AGROALIMENTAIRE

+ de 10 000 entreprises référencées dans 90 filières



Avec Marché.Agroligne,
Vendez vos produits en ligne !!!

3 bonnes raisons d'adhérer à Agroligne

Pour seulement 74€ H.T./an, bénéficiez :

- De la présentation d'un de vos produits (fiche technique + photo) sur le site Marché.Agroligne. En quelques clics, les acheteurs accèdent à votre produit, équipement ou service et peuvent vous contacter en direct et sans intermédiaire, grâce à l'affichage de vos coordonnées.
- Du Magazine Agroligne, livré chez vous tous les 2 mois, mais aussi téléchargeable en version pdf sur www.agroligne.com
- De la rédaction en ligne et par vous-même (sur www.agroligne.com) d'informations utiles sur vos produits, consultées par + de 1500 visiteurs professionnels/jour.

Nigeria agrofood

2nd
INTERNATIONAL TRADE SHOW

AGRICULTURE

FOOD, BEVERAGE & PACKAGING TECHNOLOGY

FOOD, BEVERAGES & HOSPITALITY

26 - 28 APRIL 2016
Landmark Centre, Lagos - Nigeria

BOOK YOUR STAND!

www.agrofood-nigeria.com

➔ Meet Nigeria's Top Buyers

Organiser:



Institutional Partners:



GULFOOD 2016

Toujours plus de saveurs & plus de tendances

En cette 21e exposition du Gulfood, le plus grand salon annuel de l'alimentation et de l'hospitalité et la première plate-forme de trading alimentaire à l'échelle mondiale a tenu sa promesse de livrer plus de goûts, de tendances et de commerce pendant une course de cinq jours du 21-25 Février à Dubai World Trade Center (DWTC). Avec plus de 5000 exposants internationaux provenant de 120 pays et le plus grand show de l'industrie avec une présence nationale exceptionnelle de 117 firmes- cinq fois plus grand que son édition 2015-, le monde d'opportunités a ouvert ses portes pour les professionnels de l'industrie alimentaire de partout dans le monde. Inauguré officiellement par Son Altesse Cheikh Hamdan Bin Rashid Al Maktoum, Vice-Souverain de Dubaï et ministre des Finances et de l'industrie des Emirats Arabes Unies, le salon s'est vu attribué une surface d'exposition de près de 100 000m2 avec trois nouveaux halls du DWTC qui sont - Za'abeel 4, 5 et 6. Lors de cette cérémonie d'ouverture officielle, Son Altesse Cheikh Hamdan Bin Rashid Al Maktoum a visité la grande exposition avec Son Excellence Helal Saeed Almarri, directeur général du ministère du Tourisme et du Commerce Marketing et l'Autorité de Dubai World Trade Center, Son Excellence Monsieur le Ministre Alexander Tkachev du Ministère de la Fédération de l'agriculture de la Russie et une foule de ministres, d'ambassadeurs et de dignitaires des EAU, GCC et dans le monde.

Le marché du halal en force

Avec un marché d'importations des produits alimentaires du GCC estimé actuellement à 53,1 milliards dollars, un chiffre communiqué par l'Unité d'Intelligence Economique, le Gulfood 2016 a attiré les producteurs de produits finis en agroalimentaire, les grossistes de produits en vrac, distributeurs et exportateurs, ainsi que l'exposition de la plus importante collection de fournisseurs d'équipements d'hospitalité. Le statut incontesté de Dubaï en tant que plaque tournante de réexportation particulièrement sur les marchés émergents d'Afrique, du sous-continent indien et le géant réémergeant l'Iran, a, encore une fois, été confirmé. Lors de cette édition, le Gulfood 2016 a également présenté le salon mondial de l'alimentation halal au sein d'une plateforme d'exposition, considéré aujourd'hui le plus grand événement commercial annuel en approvisionnement en produits alimentaires Halal. Plus de 800 fournisseurs de produits alimentaires Halal, enregistrant une hausse de 15 % de plus par rapport à 2015, ont démontré leur avidité aux échanges dans un secteur d'une valeur prévisionnelle pour l'an 2019



estimée, par Global Islamic Economy dans son dernier rapport, à 2.537 billions de dollars.

Un riche programme de conférences

En marge de cette grande exposition, un riche programme de conférences a été au menu. Il a démarré avec le F&B Business Forum et a été clôturé avec le Hub Innovation. Sponsorisé par British Airways et Avios, des entrepreneurs et hommes d'affaires ont conversé et lancé des idées sur le business de demain devant un jury d'experts dans le souci de remporter des capitaux d'investissement de démarrage. En cette occasion, le nom du gagnant au septième Gulfood Awards a été dévoilé. Il s'agit de CleanLAB de Singapour avec son innovation dans la désinfection en sécurité alimentaire. Lors de ce concours 21 des meilleurs et plus brillants innovateurs en produits alimentaires, boissons et d'industrie de l'hospitalité des trois continents ont également remporté le trophée. Après la journée d'ouverture, les conférenciers se sont déplacés au luxueux hôtel cinq étoiles Conrad Dubai pour animer le Forum Halal Gulfood soutenu par le Dubai Islamic Economy Development Centre. Des sessions consacrées à la science alimentaire et au process y ont été dédiées avant de finir avec un thème d'actualité et un problème international majeur qu'est la sécurité alimentaire mondiale et la santé publique dans l'industrie alimentaire. En business, un protocole d'accord et d'entente stratégique a été signé le 1er jour du salon par l'Agence de promotion des exportations près le ministère du Développement économique, Gouvernement de Dubaï et Business France, l'Agence nationale pour le soutien du développement international de l'économie française.

Le café, vedette du Gulfood 2016

Le café était le produit phare du Gulfood cette année avec la présence de 70 pays producteurs de café dans le

monde et ses principaux exportateurs à savoir le Brésil, le Vietnam, l'Indonésie, la Colombie, l'Éthiopie, l'Inde et le Mexique. Des délégations d'acheteurs venant des deux pays plus grands importateurs traditionnels du monde, les Etats-Unis et le Japon, ont profité de la tenue du Gulfood pour s'approvisionner en nouveaux produits présentés par plus de 200 spécialistes en la fabrication, la commercialisation, la torréfaction et le conditionnement du café à travers le monde. Organisé pour la 1ère fois au Moyen-Orient en cette édition du Gulfood, le 9ème Championnat du Monde Cezve/Ibrik, prix du meilleur café turc, a été remporté par le géant grec Konstantinos Kominakis. Son café, mélange de grains de café Geisha du célèbre agronome et producteur, Graciano Cruz et d'haricots du Kenya SL28 cultivé en El Salvador, ce barista grec a écarté tous ses 19 concurrents venus d'Asie, du Moyen-Orient et d'Europe.

Salon culinaire 2016

En plus de cette célébration du café, le Gulfood a accueilli des centaines de spectacles de démonstrations culinaires à l'assemblée annuelle Emirates Culinary Guild International. Ce Salon Culinaire est la vitrine des meilleurs talents et dévoile toute le savoir-faire culinaire de la région. Un espace incontestés au Gulfood spécialement dédié aux cuisiniers professionnels de haut niveau, les chefs pâtisseries, cuisiniers et boulangers du monde. Le Salon 2016 a vu la participation de plus de 1300 chefs professionnels évalués par un panel de 25 experts de renom mandaté par l'Association Mondiale des Sociétés de Cuisiniers (WACS) pour juger les événements culinaires à travers le monde. Dans le cadre du Salon Culinaire 2016, trois grands organismes de commerce provenant des USA, à savoir le Volaille des USA&Conseil de l'exportation des Oeufs (USAPEEC), la fédération de l'exportation des viandes et le conseil de l'exportation des produits laitiers, ont fait équipe pour un show culinaire qu'ils ont nommé « les goûts des Etats-Unis ». Une démonstration culinaire dirigée par Louisiana -Born Joe Truex, chef exécutif au restaurant gastronomique de Dubai Mall sous le regard bienveillant d'Alexis Taylor, le sous-secrétaire du ministère de l'Agriculture des États-Unis (USDA). A l'occasion de l'annonce des dates de tenue du Gulfood 2017, le Global's Middle East and Africa hôtel Pipeline report a révélé qu'il existe 501 hôtels d'une capacité de 144,321 chambres sous contrat au Moyen-Orient et 285 autres totalisant 53,093 chambres sous contrat en Afrique. Le Gulfood 2017 ouvrira ses portes à DWTC du 26 février au 2 Mars 2017.

A propos de Gulfood

www.gulfood.com

Suite à sa 21e édition en 2016, Gulfood s'est positionné comme le plus grand salon mondial de l'alimentation et de l'hospitalité. Il est géré professionnellement et hébergé

par le World Trade Centre de Dubaï (DWTC), riche par une expérience de plus de trois décennies dans la prestation des événements de classe mondiale au Moyen-Orient, avec des exposants locaux, régionaux et internationaux ayant une expertise inégalée et une connaissance du marché en profondeur.

Il possède un vaste portefeuille de grands événements commerciaux et de marques de consommation comprennent le Festival de spécialités alimentaires, Yummex!, SEAFEX, Gulfood Manufacturing, GITEC Technology Week, Dubai International Boat Show et Dubai International Motor Show.

A propos du Gulfood Manufacturing

www.gulfoodmanufacturing.com

Gulfood Manufacturing est le nouveau domicile pour les ingrédients, le process, l'emballage et les prestataires de logistique des produits alimentaires qui desservent les industries agroalimentaires et celle des boissons en croissance rapide établies dans le Moyen-Orient, Afrique, Extrême-Orient et sous-continent. L'événement offre aux fabricants de produits alimentaires les ingrédients, le matériel et les outils d'amélioration des affaires qui permettent une production et une distribution plus efficace.

A propos de Dubai World Trade Center (DWTC)

www.dwtc.com

En tant qu'organisateur du Gulfood 2016, Dubai World Trade Center offre une expérience de plus de 35 ans dans l'organisation des événements de qualité mondiale au Moyen-Orient, en fournissant à des exposants locaux, régionaux et internationaux une expertise inégalée et une connaissance approfondie du marché. Notre équipe organise 20 expositions internationales et régionales les plus importantes et les plus prospères de la région, en fournissant une plateforme idéale pour le développement des entreprises à travers le Moyen-Orient. Notre engagement envers l'innovation continue à travers l'exhibition d'une industrie qui favorise la croissance et le développement rapide d'un large éventail de salons en business-to-business et business-to-consumer tout en assurant la satisfaction des exposants et des visiteurs.

DWTC travaille avec les principaux organismes de commerce et les associations de l'industrie afin que toutes les expositions offrent la pleine valeur et répondent aux besoins réels de leur secteur spécifique.

Pour plus d'informations ou pour organiser des interviews exclusives et de contenu exclusif, veuillez contacter :

Rose Manaog

MCS/Action

T: +971 4 3693496

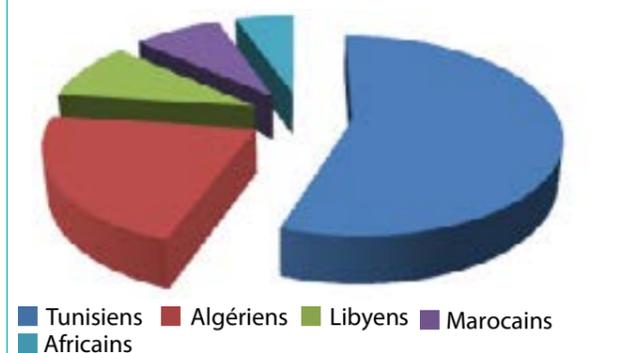
M: rose.m@actionprgroup.com

PAMED 2015

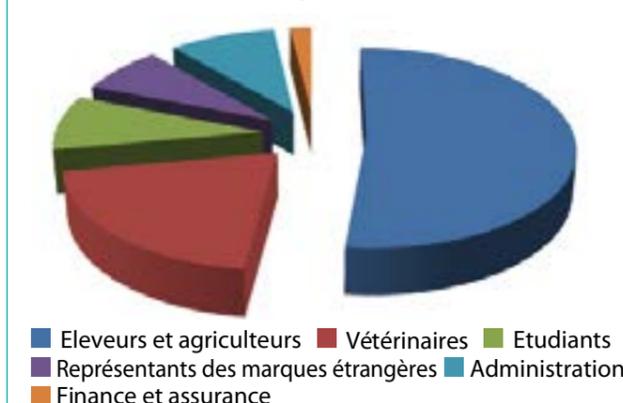
La 12ème édition du PAMED qui s'est déroulé du 02 au 04 juin 2015 à l'expo center Lemdina Yasmin Hammamet en Tunisie a connu une affluence record à tous les niveaux : fréquentation des visiteurs, nombre d'exposants, surfaces d'exposition, forums présentés... Le PAMED 2015, a accueilli plus de 7 000 visiteurs (+ 10% par rapport à 2014). Cette progression quantitative et qualitative du visitorat et la densité des stands, ont contribué à générer un fort et constant climat d'affaires et d'échanges professionnels. Le PAMED 2015 a connu la participation de 55 entreprises nationales et 47 entreprises étrangères représentant 17 pays. La progression significative du nombre d'exposants internationaux et la grande diversité des origines de ces exposants est le témoin du rôle du PAMED en tant que baromètre et carrefour de la région sud méditerranéenne et africaine pour l'ensemble des filières de l'agriculture, de l'élevage et de la production animale.

C'est le rendez-vous incontournable pour les entreprises qui veulent découvrir le marché tunisien et mieux appréhender son potentiel et rencontrer des partenaires.

Visiteurs PAMED 2015 par nationalité



Visiteurs PAMED 2015 par activité



NOUVEAUTE pour PAMED 2016 du 24 au 26 Mai
à Expo Center Medina Yasmine Hammamet

Salon les saveurs de Tunisie

Parallèlement à la tenue de la 13ème édition du PAMED, l'Expo Center Medina Yasmine Hammamet connaîtra la 1ère édition du Salon " Saveurs du Tunisie ". Ce salon National sera spécialement dédié aux produits de terroirs et de qualité spécifique. Il se tiendra du 24 au 26 mais prochain : Une aubaine pour tous ceux qui aimeraient plonger dans le cœur des saveurs tunisiennes.

SOYEZ NOMBREUX !

Contact
Monsieur Hamdi SOUISSI
Email : hamdi.souissi@pamed-expo.com
Tél : +216 50 395 463
Tél : +216 27 824 526

Saveurs de Tunisie
LA 1ère ÉDITION DU SALON NATIONAL
DES PRODUITS DE TERROIRS ET DE QUALITÉ SPÉCIFIQUE

Du 24 au 26 Mai 2016

L'Expo Center medina Yasmine Hammamet

Comité d'organisation des salons Exhibition committee
GSM : (+216) 27 824 526 - 50 395 463 - Fax : (+216) 71 452 189
E-mail : hamdi.souissi@pamed-expo.com / www.pamed-expo.com

L'Agence de Promotion des Investissements Agricoles "APIA"
62, rue Aïcha Savary 1003 - Tunis Cité El Khadra Tunisie
Tel : (+216) 71 771 300 / Fax : +216 71 804 413
www.apia.com.tn

Les Partenaires :

Pamed

Agro tech

13^{ème}
édition



Le salon méditerranéen des productions animales, des équipements agricoles, de l'agroalimentaire et des produits du terroir

Du **24 au 26 Mai 2016**

Expo Center Médina Yasmine Hammamet
TUNISIE - TUNISIA

De la fourche... à la fourchette



Comité d'organisation des salons / Exhibition committee

Gsm : (+216) 27 824 526 - 50 395 463 - Fax : (+216) 71 452 189 / E-mail : Hamdi.souissi@pamed-expo.com / www.pamed-expo.com

Salon international Européen & Intersuc 2016

Une offre riche, globale et innovante

Il est difficile de faire le bilan d'un salon aussi immense que celui d'Europain&Intersuc. Un salon où les mondes de la boulangerie et de la viennoiserie se sont rencontrés, du 5 au 9 février 2016, dans un seul endroit "Paris" pour regrouper les professionnels, les amateurs et les chefs artisans dans ces métiers de par le monde afin de non seulement montrer leur savoir-faire et le faire déguster à un visitorat des plus exigeant mais aussi discuter de l'avenir de ces deux métiers de bouche et les enjeux auxquels ils devront faire face à l'ère du tout Smart. Du chocolat, des pains, des gâteaux et des parfums d'arômes de vanille et autres ainsi que des discussions forts intéressantes, Agroligne vous sort le meilleur de cette grande boulangerie-pâtisserie du monde.



La restauration boulangère: L'avenir

Parce que le monde bouge changeant avec lui les habitudes alimentaires et les exigences des consommateurs, la restauration boulangère est le relais de croissance pour les boulangers. Y investir ainsi que dans le snaking est en fait un cap d'évolution obligatoire pour les boulangers qui désirent développer leur ventes et leurs marges en proposant des recettes salées et des offres du déjeuner. En phase avec cette évolution, Européen&Intersuc a présenté une offre exposants et des démonstrations inédites, entièrement dédiées à cette nouvelle activité dans son nouvel espace; le pôle restauration boulangère. Sur les 5500m2 dédié à cette espace,

110 exposants et marques en produits, équipements et services spécifiques ont proposé et démontré leurs solutions aux boulangers désireux de développer leur offre restauration à emporter ou assise. Afin d'illustrer concrètement toutes les opportunités de la restauration boulangère, le Restaurant du Boulanger a accueilli plus d'une trentaine de démonstrations « live » présentant aux professionnels les solutions et produits pour développer leur business en restauration et snacking.

Autre nouveauté cette année, est le Lab du boulanger. Cet espace est en fait un fournil à cœur ouvert dont le but est d'informer les visiteurs sur les nouvelles tendances en boulangerie, apporte des solutions concrètes aux problématiques des artisans et met en avant la créativité du secteur. Chose qui a marqué l'Europain de cette année, est l'offre gluten-free des industriels de la boulangerie.



Intersuc, une offre concrète pour les métiers du sucré

Sachant que le monde de la pâtisserie, de la chocolaterie, de la glacerie et de la confiserie sont toujours avide d'inspiration, les organisateurs d'Europain&Intersuc ont réservé un grand espace pour ces artisans y viennent se ressourcer. Mais pas que: Les fournisseurs de chaque métier du sucré présents ont proposé aux artisans de nouvelles idées et inspirations avec de nouveaux équipements et matière première innovantes.

Dans ce sens, une nouveauté s'est imposée d'elle-

même : le lab intersuc. Sur 100m2, ce véritable laboratoire a réuni des confédérations, institutions, et artisans pour partager, échanger, transmettre leur savoir-faire. Durant les 5 jours du salon, près de 50 ateliers/démonstrations ont réuni l'ensemble des acteurs de la filière.



Les enjeux de la boulangerie-pâtisserie

Sur la base de ses études annuelles menées auprès des artisans boulangers et de l'enquête qualitative réalisée par CHD Expert durant l'été 2015 auprès de professionnels, Européen & Intersuc s'est concentré sur les grands enjeux d'aujourd'hui et de demain pour la boulangerie-pâtisserie.

Les artisans boulangers devront opter pour une démarche de diversité et de renouvellement. Diversifier leurs offres grâce à la restauration boulangère et renouveler les gammes de pain est une obligation pour le métier. Le savoir-faire et le savoir vendre s'avèrent un duo incontournable pour l'avenir du métier. Concrètement, les artisans boulangers devront faire des mise en scène attractive, nouveaux outils de merchandising ou marketing digital et bien sur proposer de nouveaux services pour attirer le client tels que la commande en ligne et la livraison. Tout cela sans pour autant oublier l'inspiration, l'ouverture à de nouveaux produits, plus petits et avec plus de goût pour rester toujours à l'écoute et aux attentes des clients.

Pour la pâtisserie, les enjeux ne sont pas totalement hors de la lignée de la boulangerie mais sont fort majeur pour ce métier. Offrir une gourmandise raisonnable liant le plaisir à la nutrition, revisiter les recettes traditionnelles pour plus de goût et de surprises et investir dans la décoration avec une empreinte de luxe pour magnifier le produit sont les grandes lignes du schéma directeur de la filière.

Ce n'est pas tout ! Pour être à jour avec la tendance du tout connecté, les pâtisseries devront investir à fond pour avoir des boutiques connectées et surtout

très présente sur les réseaux sociaux, facilitant ainsi le contact avec le client, voir même passer des commandes et surtout pouvoir connaître à temps les nouvelles tendances et les attentes du clients.

Pour l'industrie, l'efficacité, la polyvalence, l'ergonomie et offrir de nouveaux ingrédients pour de nouvelles recettes sont les maîtres mots de cette année. Pour répondre aux enjeux de demain, le secteur de l'industrie doit être intelligent, connecté et économique.

Pour répondre à chaque enjeu, les professionnels ont besoin de produits, équipements ou services adaptés à leur métier, qu'ils ont retrouvé auprès des exposants du salon.

Marie-Odile Fondeur, Directrice d'Europain & Intersuc



"...Parce que le monde de la boulangerie-pâtisserie change vite, les professionnels ont besoin de se retrouver, d'anticiper et de comprendre les évolutions du secteur. Complet, passionnant et inspirant, Européen & Intersuc leur apporte des solutions concrètes, des occasions de partage de savoir-faire et des nouveautés et innovations pour chaque métier."

Des concours à la taille de l'événement

Comme à l'accoutumée, le salon Européen&Intersuc sont aussi l'occasion de mettre en lumière les talents de demain. Avec 3 concours exceptionnels, le public a été ému par l'esprit d'équipe, la transmission des savoir-faire et la recherche de l'excellence témoigné dans les équipes participantes à la Coupe du Monde de la Boulangerie, le Mondial des Arts Sucrés et la Coupe de France des Ecoles.





Le palmarès

Coupe du Monde de la Boulangerie

1ère place: Corée du Sud - Baguette et Pains du monde (Chang-Min LEE) ; Viennoiserie et Panification Gourmande (Jong-Ho KIM) ; Pièce artistique (Yong-Joo PARK)

2e place: Taïwan - Baguette et Pains du monde (Chung-Yu HSIEH) - Viennoiserie et Panification Gourmande (Yu-Chih CHEN) - Pièce artistique (Peng-Chieh WANG)

3e place: France - Baguette et Pains du monde (Cyrille MARTIN) ; Viennoiserie et Panification Gourmande (Déborah OTT) - Pièce artistique (Claude CASADO)



Mondial des Arts Sucrés

1ère place: Italie – Sara Accorroni et Luigi Bruno d'Angelis

2e place: Malaisie – Lau Hwei Min et Chong Ko Wai

3e place: Japon – Yasuko Yokoto et Koji Fujii

Les Prix spéciaux :

Originalité: Suisse – Sarah Victoria et Guillaume Bichet

Etat d'esprit: France – Murielle Benaroch et David Brilland

Coup de cœur de la presse: Singapour – Chong Koo Jee et Jason Goh

Coupe de France des Ecoles



Le thème 2016 des deux concours était le cirque et les jeux olympiques. Catégorie Espoirs

1ère place: CFA Compagnons du devoir Strasbourg Sophierika Mehul, Raphaël Calmels, Lucas Goossens Formateurs : François Martin (Boulangier) et Caroline François (Pâtissier)

2e place: CFA BPF Rouen

Marie David, Lorenzo Renou, Germain Cozic Bop Formateurs : Pascal Gousset (Boulangerie) et Patrice Guillard (Pâtisserie)

3e place: Lycée des métiers de Concarneau

Alicia Leroy, Ema Reungoat, Victor Lerouge Formateurs : Dominique Jegousse (Boulangerie) et Pierre Roger (Pâtisserie)

Catégorie Excellence

1ère place: CIFAM, Sainte Luce sur Loire (44)

Bryan Gallée, Clément Massicot, Manuela Ferre Formateurs : Bruno Greaud (Boulangier) et Sébastien Boure (Pâtissier)

2e place: CFA CM CCI 18, Bourges (18)

Marine Desroches, Marc Morel, Yoann Millerioux Formateurs : Jean-Baptiste Treilles (Boulangier) et Philippe Bardin (Pâtissier)

3e place: CFA des Métiers de l'Indre, Châteauroux (36)

Alexandre Micouraud, Océane Judalet, Louis Chauvy Formateurs : Francis Barbaud (Boulangier) et Nicolas Laine (Pâtissier).

FBF International



Fournisseur de **matériel avicole**

Société travaille sur stock



09, Quartier Amara, Chéraga - Alger

Tél.: +213 (0)23 30 14 79 / (0)23 30 15 95 Fax: +213 (0)23 30 14 77

Mob.: +213 (0)661 512 267 / (0)550 936 725 / (0)550 495 525.

E-mail: sarl_fbf@yahoo.fr Site web: www.fbf-international.com



*Nouvelle Gamme de papier sanitaire
 Doux et Absorbant*

مختوم
 جزائري

