



ECONOMIE



HALAL /CASHER

quelles similitudes ?

PUBLI-REPORTAGE

GLOBAL STANDARDS ONE - GS1
GLOBAL HALAL LOGISTICS - GHL

INVITÉ DU MOIS



M. CHRISTOPHE PAINVIN
DIRECTEUR DU SALON
DJAZAGRO



DJAZAGRO

20-23 AVRIL 2015
Palais des expositions de la Safex - Alger



- 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 dépot :
Autoroute de Blida face à AFAK Birkhadem - Ain Naadja Sud - G.D.C. - Alger
Tél. : +213 (0)21 45 24 34/35 - Fax : +213 (0)21 45 23 82

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

www.investinox.com

**HALAL /CASHER
QUELLES SIMILITUDES ?**

Ces 2 marchés sont paradoxalement proches et lointains. Proche en ce qui concerne les viandes par exemple, dans les 2 cas l'abattage est supervisé par un certificateur rabbinique ou musulman. Alors que le halal concerne majoritairement la viande et ce qui s'y rapporte (plats cuisinés), le marché casher est plus diversifié et couvre tous les produits alimentaires comme l'huile, le vin, les gâteaux. On retrouve bien sur des produits communs tels que les bonbons sans colorant animal ou les cosmétiques qui sont des marchés assez nouveaux.

La différence majeure est la taille du marché, avec une communauté forte de 480 000 membres et une estimation du chiffre d'affaire 490 M € la communauté juive ne pèse pas aussi lourd par rapport à la communauté musulmane qui quant à elle forte, elle représente près de 5 millions et un marché estimé à 5,5 Mds €. Ce qui explique que la grande distribution lorgne ce marché avec appétit. Mais le marché du halal souffre pour sa part d'un manque d'homogénéisation des certifications, malgré les efforts qui sont faits par rapport aux certifications casher qui elles ne souffrent d'aucune discussion.

Le marché casher/halal pourrait néanmoins bénéficier des consommateurs bio si cette catégorie de consommateurs se renseigne un peu, car les consommateurs casher/halal combinés aux consommateurs bio pourraient dynamiser ce marché.

**HALAL /KOSHER
WHAT SIMILARITIES?**

These 2 markets are paradoxical close and far at the same time. Close about the meat for example because in both case the slaughter need to be supervise by a Jew or a Muslim supervisor but while the halal mainly concern the meat, the kosher's market is more diversified like oil, wine and cakes.

You can find common products like the candies without animals' dyes or cosmetics but these markets are fairly new.

The major difference is the market size with a community of 480 000 members and an estimate turnover of 490 M€, the Jew community weighs in heavy compared to the Muslim community which has 5 million members and an estimated turnover about 5, 5 Billions €.

It's not a surprise if the supermarkets try to seduce these consumers.

The Halal's market suffer a lack of certification's homogenization despite efforts they do compare to the Jewish certification very organized.

The Kosher/Halal's market could grow with the organic consumers if this population get a little information because the two combine could boost this market.



E.CHERIF

Economie

6. Qu'est ce que le Halal ?
7. Le marché du halal en France.
7. Les circuits de distribution.
8. Une distribution contrôlée
14. Qu'est-ce-que le Casher ?
16. Le marché du casher en France
17. Une distribution contrôlée
20. Comparaison entre le marché du Halal et du Casher

Interview

11. Interview de M. CHEIKH AL SID CHEIKH, Responsable de la Certification Halal
18. Interview du RABBIN DAVID ELMALEH

Publi-reportage

12. GLOBAL HALAL LOGISTICS GHL
22. GLOBAL STANDARDS ONE GS1



Invité du mois

26. M. CHRISTOPHE PAINVIN, Directeur du salon DJAZAGRO

Ils se présentent

29. ABIOLA - POLYPACK
32. AROMPLUS - SOREMA
33. DANIMEX ALGERIE
34. I.C.F. & WELKO
35. CARTONNERIE EL-FARES - UROLA S.COOP
38. REPI
39. SEFLEX - TMLAB-QUALITÉ
42. KS KARL SCHNELL - AVEBE
47. PIETRIBIASI MICHELANGELO
48. POLYMA INDUSTRY

Où se rencontrent-ils

51. SALON SIPSA AGROFOOD
53. SALON ANUGA
56. SALON INTERGAL

Bilan des salons

59. FRUIT LOGISTICA 2015

Formation

67. ENTRETIEN AVEC M. ANDREAS BAUMANN, DIRECTEUR COMMERCIAL AU SEIN DE L'ESHRA

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

Editeur :
E.Charif

Directeur de la publication :
E.Charif

Rédaction-Information :
F.Sheriff

Coordination internationale :
Fara Sheriff

Information-Promotion :
I.Hakima / H.Mokdes / C.Rym / K.Nawel

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, (comprenant 6 numéros + prestations annexes)

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



**ETUYEUSES VERTICALES
AUTOMATIQUES**

- Munies 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, **spaghettis dans l'étui avec ou sans sachet**, 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, maïzena, 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**.



Nouveau :Conditionnement de spaghettis dans l'étui avec ou sans sachet



ENCARTONNEUSES

Les Encartonneuses semi automatiques et automatiques **BETTI** Pour le groupage et la mise en carton des boites ou autre produit.

ITALPACK **CONDITIONNEUSES**
PACKAGING SYSTEMS



- **Les Conditionneuses automatiques**
La fermeture du sac s'opère généralement soit par colle "hot melt", par thermo soudure, ou bien par couture ou par rivetage. Ces équipements peuvent être munis de plusieurs accessoires optionnels tels que : **détecteur de métaux**, **contrôleur de poids** avec système de rejet, **aspirateur de poussière**....
- **Les Fardeleuses**
A base de film rétractable assurant le groupage des sacs en fin de ligne sous forme de pack dont la combinaison est programmable.



Représentant Exclusif



Cité des 1200 Logts GRANITEX - Bab Ezzouar - Alger - ALGERIE (Derrière CPA en face de l'hôtel IBIS) - Tel.: +213.(0)21.24.54.54
Fax: +213.(0)21.24.57.57 - Mob.: +213.(0)661.661.684 / +213.(0)550.416.632 - Email: packagingmachinery@hotmail.fr

Suivi et Assistance Technique assurés par Packaging Machinery



ENSACHEUSES

Packaging Machinery

Les verticales équipées de doseurs:

- A **godets télescopiques** (riz, légumes secs, sel, sucre cristallisé, détergent en poudre, café en grain, couscous, semoule, ...);
- A **vis sans fin** (lait en poudre, café moulu, chocolat en poudre, cacao, épice moulue, henné, farine, améliorant, ...);
- **Peseuses linéaires** ou **multi-peseuses** (snacks, chips, biscuits, fruits secs, légumes frais, fruits et légumes surgelés, fromage râpé, croissant, pain grillé...);

Les Flow-Pack

- Avec différents systèmes d'alimentation : Par **unité** / Par **regroupement** / **Linéaire**
Et ce pour le conditionnement des produits tels que : madeleines, barres et tablettes de chocolat, biscuits, gaufrettes, fruits et légumes en barquettes, paillettes, couches bébés, serviettes hygiéniques, serviettes imbibées, savons en morceaux, pains, panninis, tranches de fromage, boudins de pâté, volailles, ...).

Les Doypack

- Les liquides : jus, sauce tomate, ketchup, ...
- Les poudres : chocolat, cacao, ...
- Les granulés : fruits secs, olives,



ENSACHEUSES POUR MONODOSES



IMAR PACKAGING, S.L.

munies 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, détergent liquide, produits cosmétique, lait pasteurisé, leben (1 litre, 1/2 litre), jus

Machines pour produits pharmaceutiques :



Cité des 1200 Logts GRANITEX - Bab Ezzouar - Alger - ALGERIE (Derrière CPA en face de l'hôtel IBIS) - Tel.: +213.(0)21.24.54.54
Fax: +213.(0)21.24.57.57 - Mob.: +213.(0)661.661.684 / +213.(0)550.416.632 - Email: packagingmachinery@hotmail.fr

Suivi et Assistance Technique assurés par Packaging Machinery



Qu'est-ce que le Halal ?

Avant de commencer notre analyse comparative, qu'est-ce- que le halal ?

Halal : Adjectif de l'arabe qui signifie licite au sens religieux. Se dit de la viande d'un animal sacrifié selon le rite musulman. *Définition petit robert*

De manière générale, le terme « *halal* » peut être adapté à tout bien et/ou service : l'origine, la préparation, la transformation, le transport ou autre manipulation de ces biens et/ou services répondent à la loi islamique.

Le processus suivi pour qu'un produit soit labélisé 'halal' est le suivant : Avant l'abattage, un contrôle de la chaîne de production doit être fait, le système

d'audit et de contrôle rituel englobe l'ensemble de la chaîne de production.

Ensuite, il y'a toute une charte d'hygiène et de qualité qui doit être suivi. Lors de l'abattage, la présence des contrôleurs qualité de l'abattage rituel doivent être présents durant toutes les étapes de production ; du sacrifice rituel, la transformation des produits jusqu'au conditionnement final des produits. Ils contrôlent l'ensemble du processus et doivent rendre compte de leur travail de manière formelle (rapports de contrôle de nettoyage, d'abattage, de production... etc.) afin d'assurer une traçabilité des productions halal.

Selon Monsieur Abbas Bendali, directeur de Solis Conseil, agence de consultation en marketing :
 « La question du halal en France est supervisée par les trois mosquées influentes à Paris, Evry et Lyon. Chacune a ses propres critères, inspecteurs, sociétés et produits qu'elles approuvent ou non ».



Le marché du halal en France

Alors qu'hier ce marché été principalement concentré sur la viande (dont les musulmans sont de grands consommateurs) aujourd'hui le marché du halal va au-delà de la viande, on trouve aussi des plats cuisinés (à base de viande), de la charcuterie, des produits n'utilisant pas de gélatine de porc (bonbons, yaourts allégés...), des boissons sans alcool et un domaine assez nouveau : les cosmétiques.

Il existe aussi des restaurants halal, cela veut dire qu'outre la nourriture qui est halal, ils ne servent pas d'alcool, mais on parle ici d'une mode et non d'une tendance.

Le chiffre d'affaires du marché Halal est estimé à 5,5 Mds € (marché qui représente 3,4% du marché total de l'agroalimentaire en France qui est de 160,5 Mds €).

Marché du Halal (En Mds €) *(Source Solis)*

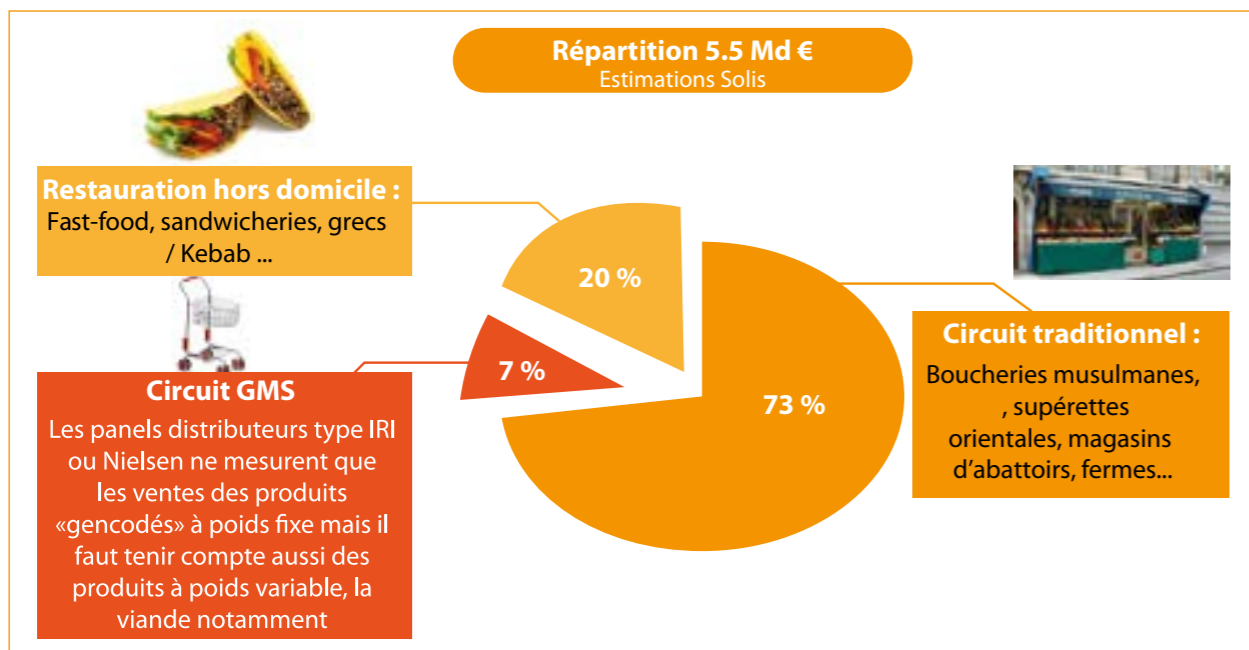


1 Source Ania (Association Nationale des Industries Alimentaires)

Les circuits de distribution

En ce qui concerne la répartition par circuit de distribution sans surprise les circuits traditionnels se taillent la part du lion mais les GSM traditionnels (par opposition au chaîne de supermarchés Halal

type Halal market) prennent de plus en plus conscience de ces consommateurs et essayent de les allécher en leurs proposant des promotions pendant les périodes religieuses (Ramadan...).

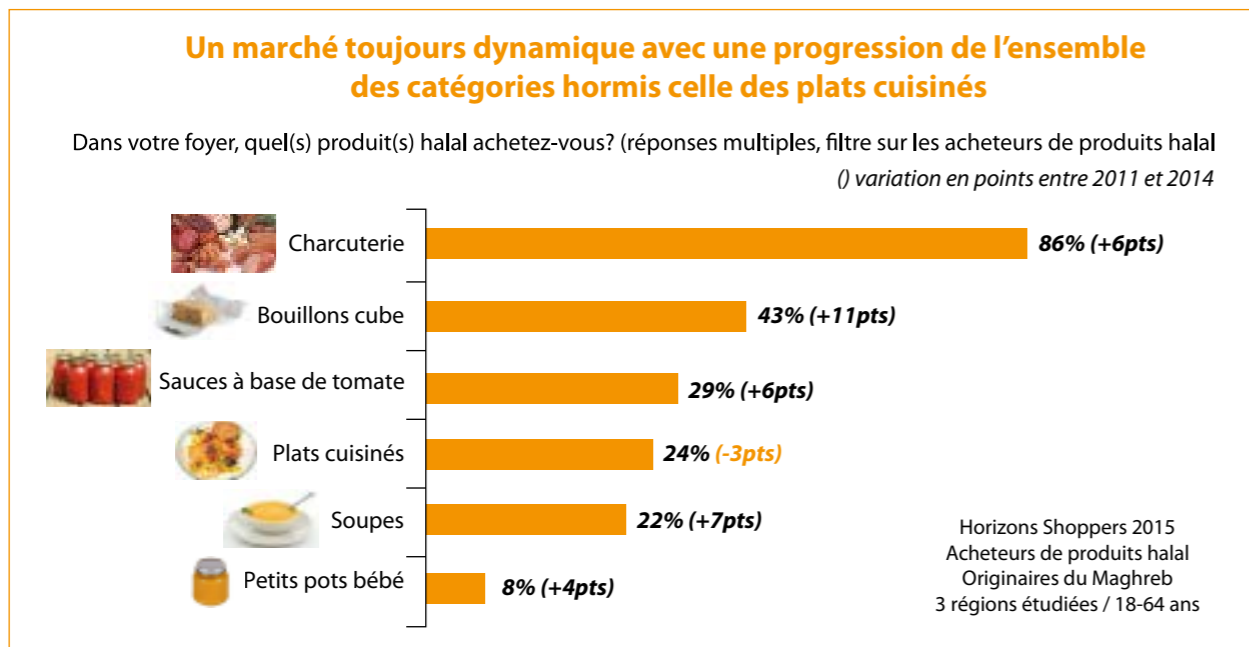


(Source Solis)

Une distribution contrôlée

Ce marché qui ne cesse de croître depuis 5 ans a vu fleurir en centre-ville des supérettes d'une cinquantaine de m2 avec un large choix de produits Halals. Ces produits sont sélectionnés très rigoureusement. Exemple de produit importé de Turquie car c'est le pays le plus proche d'Europe qui a une certification très strict. Les musulmans qui représentent 5 millions de consommateurs en France sont répartis en 2 populations :

- 70 % sont originaires du Maghreb;
 - 30 % sont originaires de l'Afrique subsaharienne.
- Ils n'ont pas les mêmes attentes ni les mêmes habitudes, ce qui en fait une cible marketing difficile à cerner.



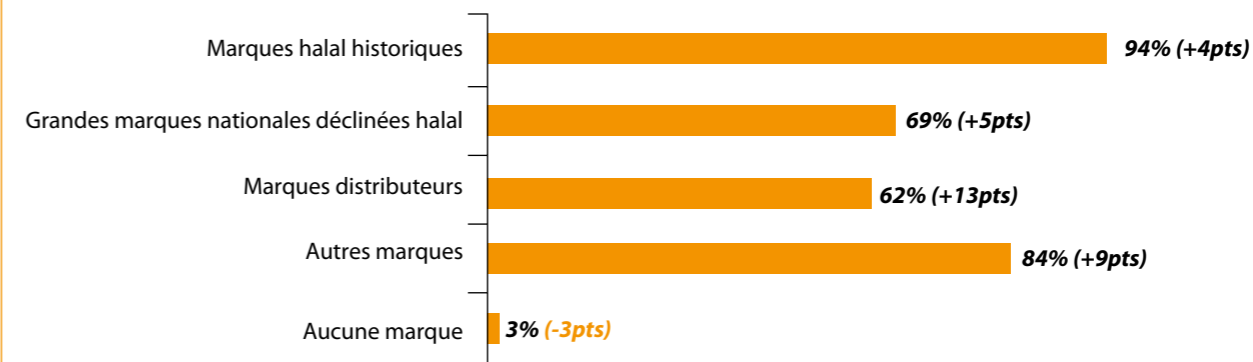
(Source Solis)

Il est à noter que les plats cuisinés sont en baisse mais c'est une tendance généralisée et pas seulement sur le marché du halal. Les industriels des

grandes marques nationales ont bien compris que ce marché était important et ils l'ont logiquement investi avec succès.

Parmi les marques de produits halal suivantes, quelles sont celles que vous connaissez, ne serait-ce que le nom ?

() variation en points entre 2011 et 2014



Grandes marques nationales déclinées halal : Fleury-Michon, Maggi, Labeyrie
Marques halal historiques : Dounia, Isla Délice, El Saada, Isla Mondial, Medina, Zakia Halal
Marques distributeurs : Carrefour Halal, Wassila
Autres marques : Heldine, Kenza, Koft, Oriental Viandes, Reghalal, Samia, Tahira, autres

Horizons Shoppers 2015
Acheteurs de produits halal
Originaires du Maghreb
3 régions étudiées / 18-64 ans

(Source Solis)

Les distributeurs (hors distributeurs spécialisés) de leurs côtés ont compris qu'il fallait regrouper les produits halal dans un même endroit au lieu de suivre la logique produit (ne pas mettre par exemple les boissons halal sans alcools... aux rayons alcool). Cette reconnaissance est d'ailleurs plébiscitée par les consommateurs. Mais il reste encore des points

à améliorer en tête des réclamations on peut citer :

- Pas assez d'offre promotionnelles (60%) à part les périodes de fêtes (exemple le Ramadan);
- Les produits Halal n'ont pas de bon rapport qualité/prix (56%);
- Les marques Halal ne sont pas assez représentées (55%).

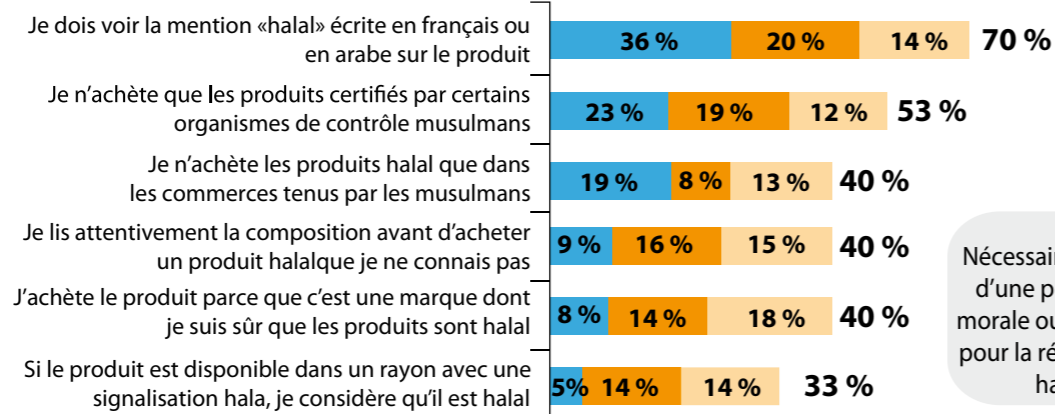


La question qui vient naturellement est : comment la communauté musulmane choisit ses produits ? Est-ce une question de prix ? De marque ?

Une récente étude a été effectuée, voici les principaux résultats :

Facteurs déterminants des achats de produits halal

Quels sont, selon vous, les 3 principaux qui vous rassurent lorsque vous achetez un produit halal dans le commerce ?



Nécessaire caution d'une personne morale ou physique pour la réassurance halal

■ Position 1P ■ position 2P ■ position 3

(Source Solis)

Plus de la moitié des consommateurs achète des produits halal certifiés par certains organismes. La certification halal ne peut être délivrée en France que par les 3 grandes mosquées que sont Paris, Lyon et Évry, mais comme nous l'avons vu précédemment, en fonction de la communauté

(maghrébine ou subsaharienne) les musulmans feront plutôt confiance à tel ou tel organisme. L'unification de la certification halal au niveau international n'est pas encore d'actualité même si des pays comme la Malaisie tente de le faire.



Nous parlons au début des cosmétiques halal, force est de constater que c'est un marché florissant même si peu de chiffres sont disponibles, il se rapproche un peu du cosmétique bio puisque

beaucoup de produits sont sans OGM, ni parabène et 100% naturels. Pour qu'il soit considéré comme un produit halal, il ne faut pas qu'il contienne d'alcool ou de graisse de porc.



INTERVIEW DE MR CHEIKH AL SID CHEIKH, RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION HALAL



Agroligne : Pouvez-vous nous donner la définition du mot Halal ?

Cheikh Al Sid Cheikh : Halal veut dire permis autorisé, permis selon les préceptes du Coran.

Le Halal ne concerne-t-il que la viande ou y a-t-il d'autres produits ?

Pour les musulmans, il y a le concept alimentaire ou il y a des interdits qu'il doit respecter. En ce qui concerne la viande, il y a un rituel très précis :

- L'animal doit être tourné vers la Mecque;
- L'abattage doit être fait par un musulman qui doit être mandaté par une des 3 grandes mosquées Paris, Lyon, Evry;
- Une fois l'animal abattu, la viande doit être entreposé à part, elle ne doit pas se mélanger avec les autres.

Il y a aussi les plats cuisinés qui doivent avoir une traçabilité «de la fourche à la fourchette», cela veut dire qu'il y a un audit sur les produits qui composent ces plats cuisinés. Prenons par exemple les arômes, pour garder leurs textures le plus longtemps on utilise un produit interdit qui est l'éthanol (alcool) mais durant la transformation de la recherche de cet arôme, l'alcool ne peut pas disparaître complètement d'un point de vue des lois physiques, cette question a été soulevé en commission et une tolérance a été validé à 0,06 ppa. Mais les choses évoluent, les produits aussi, et aujourd'hui beaucoup de produits interdits se trouvent dans l'industrie agro-alimentaire pour des raisons économiques. Mais cela va encore plus loin car aujourd'hui nous nous penchons sur les films plastiques qui ne doivent pas contenir d'hydrocarbure par exemple.

Les entreprises françaises ont-elles intégrées cette idée de certification pour les marchés internationaux ?

Je leur explique pourquoi une certification rigoureuse ne peut être que bénéfique pour elles, quand une

société essaye de s'arranger avec une mosquée pour la certification je leur explique que ce n'est pas la société untelle ou untelle qui sera montré du doigt mais la France qui aura la réputation d'avoir des certifications peu rigoureuses. Quand je suis dans les forums mondiaux, je représente la France car nous avons les meilleurs produits au monde.

La grande mosquée de Paris possède-t-elle des mosquées qui lui sont rattachées ?

Nous avons des mosquées dans toute la France qui sont rattachées à la grande mosquée de Paris, ce qui nous permet d'être très réactifs.



En ce qui concerne les certifications, est qu'une certification Halal française peut être acceptée à Djakarta par exemple ?

Oui, notre certification est reconnue par diverses associations dans le monde musulman.

Il faut savoir que Dubai représentant le MENA (Middle East and NorthAfrica) et Kuala Lumpur représentant l'ASEAN (Asian South East Association Nation) ont signé un accord pour mettre au point des standards. Ils veulent devenir des tremplins pour que les produits arrivent chez eux et soit ensuite dispatchés vers leurs pays cibles car c'est un marché estimé de 800 à 1000 Mds\$. L'Indonésie a aussi des standards. Certificat de membre ou est le certificat de la grande mosquée de Paris du Conseil mondial de la nourriture Halal.

Y a-t-il une formation en ce qui concerne la certification ?

Oui, vous passez 15 jours à apprendre les différents ingrédients de l'industrie agro-alimentaire (les arômes, les matières premières...), après vous faites un audit dans une usine sous la supervision de 2 inspecteurs et enfin vous faites une présentation devant un jury puis les 2 inspecteurs viennent rapporter comment c'est passé l'audit.

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

Qu'est-ce-que le Casher ?

« Se dit d'un aliment, en particulier de la viande, conforme aux prescriptions rituelles du judaïsme, ainsi que du lieu où il est vendu. (Pour la viande, une des principales prescriptions est l'ablation du nerf sciatique de l'animal et l'élimination du sang qui peut rester après l'abattage. » Définition Larousse.

Cette définition n'est pas tout à fait complète car les produits cashers outre le fait que la viande nécessitent du début à la fin une surveillance par un rabbin. Le processus pour qu'un produit soit 'casher' est le suivant : Un rabbin vient pour faire un audit d'abord sur les matières premières, il

s'assure qu'elles ne contiennent pas de produits interdits (comme le E173, colorant alimentaire d'aluminium).

Après avoir fait cet audit technique, il vérifie que toute la chaîne de fabrication soit propre et supervise la fabrication du produit.

Une fois que le produit est transformé en produit fini il lui donne sa certification casher avec un tampon.

La certification casher est très règlementée, par exemple la viande ne peut être certifiée que par le rabbinat de Paris (Le Beth Din de Paris)



En Israël, seul la certification de la viande est imposé par loi mais pas les produits importés. Mais les clients (petit commerce, client institutionnel, supermarché) ont exigés une certification pour les produits qu'ils commercialisent. Ce qui explique que le marché des produits non casher est très réduit.

Comme nous le voyons bien sur le certificat suivant, que l'ensemble des produits de large consommation doivent passés par la certification Casher , même les produits qui semble 'insignifiants' :



Siège Social :
Z.I Kheissibia Mascara - Algérie
Tél. +213 (0) 45 73 73 76
Fax : +213 (0) 45 73 73 79

www.crown-dz.com
info@crow-dz.com



Siège Social :
B.P N°10 Z.I Tizi - 29130 - Mascara - Algérie
Tél. +213 (0) 45 85 89 88 / 89
Fax : +213 (0) 45 85 89 86

info@polymaindustry.com
polyma_1@hotmail.com
www.polyma-industry.com

Bioverfort
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Siège social : Route nationale n° 5, Lot 115 El-hamiz - Dar el Beida - Alger
Tel / Fax : +213 (0) 21 87 78 58 - Mob. : +213 (0) 553 924 333
E-mail : bioverfort@hotmail.fr

Il existe une multitude de rabbins dont certains ont un poids plus important que d'autres voici quelques exemples :

C'est le logo casher de l'union orthodoxe, ce rabbinat américain de Brooklyn est très strict et c'est un gage pour quiconque veut vendre ces produits à l'international.



C'est le logo casher de l'Organised Kashrus Laboratories, ce rabbinat américain également de Brooklyn fait partie des rabbins stricts.



C'est le logo casher du Beth din de Londres qui fait autorité en matière européenne.



Pour celui qui voudrait vendre ses produits casher au niveau mondial, il lui faudra obtenir le certificat casher du rabbinat de Jérusalem qui lui permettra de vendre ses produits à l'échelle internationale.

Le marché du casher en France

Il existe peu de chiffres sur ce marché, mais on estime ce marché à 490 M€ (soit 10% du marché européen) pour une population de 700 000 juifs en France. Sur cette population on estime à peu près 200 000-250 000 les juifs qui mangent casher tous les jours avec des pics allant à 300 000-350 000 pendant les Pâques juives qui est un indicateur important de ce marché. Le marché couvre tout type de produit allant de viande bien sûr, au lait, au

fromage. D'après les distributeurs ce jeune marché (il n'a que 30 ans) reste stable avec une sensible diminution année après année. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette sensible baisse :

- La crise économique qui touche tout le monde;
- La guerre des prix au sein des distributeurs spécialisés;
- L'immigration de la population juive.



Site proposant des séjours pendant les pâques juives.

Il existe aussi un autre facteur qui est assez nouveau (il est apparu voici 10 ans), c'est des séjours casher tout compris pendant les Pâques juives. Alors que traditionnellement c'était une période où les femmes cuisinaient beaucoup selon certains rites, aujourd'hui les femmes travaillent et ont moins de temps à consacrer à la cuisine pendant cette période. D'où la création de séjours pendant les Pâques juives.

Néanmoins un relais de croissance pourrait venir des personnes qui mangent bio. En effet aux Etats-Unis par exemple 28% de personnes qui consomment bio achètent des produits cashers car ils sont synonymes de produits sains pour la santé. En France cette population n'achète pas casher car elle ne sait pas où trouver un magasin casher et est parfois gênée de rentrer dans ces magasins spécialisés.

Une distribution contrôlée

Sans surprise la communauté juive achète dans des supermarchés cashers pour 2 raisons :

- Un choix plus vaste de produits;
- La certitude de trouver des certifications sûres.

La grande distribution propose des produits cashers, mais le choix des produits est plus restreint, de plus on ne trouve pas de marque distributeur casher, car cela impliquerait d'acheter tous les produits au même rabbinat.

Il n'existe pas aussi de marque propre au casher, car se sont en général de petit volume d'où l'absence de marque leader sur ce marché.



On trouve aussi des restaurants cashers ceci ont 2 particularités :

- Tous les produits du restaurant proviennent du même rabbinat;
- Il est sous supervision rabbinique cela veut dire qu'il y a un rabbin pendant les heures d'ouvertures pour s'assurer des produits.

INTERVIEW DU RABBIN DAVID ELMALEH



Agroligne : Qu'est-ce qu'un produit casher ?

Rabbin Elmaleh : c'est un produit qui est certifié par un rabbinat après un audit aussi bien sur les matières premières que sur le process de fabrication. Un rabbin

doit effectuer une surveillance du début à la fin pour certifier le produit fini.

D'où provient la liste des produits autorisés ?

Ils proviennent de la Torah (le livre saint de la communauté juive)

Les produits cashers peuvent-ils évoluer ?

Oui tous les ans le consistoire sort un livre qui comprend les nouveaux produits cashers autorisés.

Mais qui décide que d'année en année de nouveaux produits apparaissent ?

Ce sont les industriels qui viennent voir le rabbin pour lui dire qu'il a de la demande sur tel ou tel produit, le rabbin fait un audit des matières premières et du process de fabrication et quand tout est conforme le produit fini est casher.

Y a-t-il une différence entre la communauté séfarade et la communauté ashkénaze en termes de certification ou de produits cashers ?

Oui il existe des différences, par exemple les ashkénazes ne mangent pas l'arrière de la bête alors que les séfarades mangent toute la bête mais en Europe c'est la coutume des ashkénazes qui est suivie.

Pour les pâques juives, les ashkénazes ne mangent pas de petits pois, de pois chiches ni même du maïs tout ce qui est féculent en somme.

En ce qui concerne les certifications, il existe aussi des différences car les ashkénazes ne font pas confiance à l'union orthodoxe car ils estiment qu'ils ne sont pas assez stricts. Le rabbinat orthodoxe ne certifie uniquement ce qu'elle fabrique dans ses usines.

Y a-t-il une différence de prix entre les certifications ?

Oui, le rabbinat orthodoxe est plus cher que les autres rabbinats, une huile d'olive avec la certification orthodoxe peut valoir 1,2 € alors que l'huile d'olive certifié par d'autre rabbinat vaut

moins d' 1€.

Pourquoi la grande distribution ne fait pas de produits cashers ou très peu ?

Les juifs représentent une petite communauté en France de l'ordre de 480 000 personnes et sur ces 480 000 personnes entre 250 000 et 300 000 d'entre elles mangent casher tous les jours, c'est pour les distributeurs un marché presque de niche.

Aux Etats-Unis par exemple on trouve des produits casher dans toutes les grandes surfaces au milieu des autres produits car les usines la bas appartiennent à des juifs ou sont en partenariat avec des juifs, de plus la communauté juives aux états unis est d'environ 5 000 000 personnes.

Pourquoi la grande distribution n'a pas de produit casher sous leur propre marque ?

Pour 2 raisons :

- La 1 ère : c'est un trop petit marché;
- La 2ème : ils ne peuvent pas acheter à plusieurs endroits, ils seraient obligés d'acheter leurs produits aux mêmes fournisseurs.

Comment se porte aujourd'hui le marché casher ?

Il est en baisse depuis 5, 10 ans car les pâques juives qui était une période de dépenses a été remplacé par des « vacances pour les pâques juives » autrement dit vous partez pendant 10 jours dans des hôtels qui vous proposent des plats casher ce qui vous évite de cuisiner et de nettoyer votre appartement.

De plus il y a une guerre des prix qui n'existait pas avant, seul le logo comptait. Aujourd'hui le prix est le premier critère d'achat avant le logo.

Pourtant aux Etats-Unis, outre la communauté juive, beaucoup de gens mangeant bio achètent casher pourquoi pas en France ?

Parce qu'en France ceux qui mangent bio ne le savent pas, comme il n'y a pas de communication sur les grands médias et il y a également ceux qui sont gênés de rentrer dans un supermarché casher alors qu'ils ne sont pas juifs.

Trouve-t-on d'autres produits casher outre l'alimentaire comme les produits cosmétiques ?

Oui on trouve aussi des cosmétiques cashers mais pour le marché de l'export, ce n'est pas dans les mœurs françaises, on peut trouver seulement du rouge à lèvres casher. Revlon fait des produits cashers par exemple.



LES MEILLEURES SOLUTIONS ET TECHNOLOGIES DE PROCÈS POUR LE TRAITEMENT DES ALIMENTS LIQUIDES

REDA propose machines, lignes de procès et plateformes complètement automatisées, pour garantir efficacité et fiabilité dans la production d'une ample gamme de produits liquides:

- Lait et produits dérivés
- Jus de fruit - nectars
- Oeufs liquides
- Bases pour glaces
- Purées de fruits
- Produits spéciaux
- Crèmes dessert
- Miel
- Sérum



LA QUALITÉ À VOTRE SERVICE

Nous sommes présents au salon



REDA S.p.A - Via Piave, 9 - 36033 Isola Vicentina (VI) - Italie
Tel. +39 0444 977222 - Fax +39 0444 977227
Bureau Alger: +213 (0) 772 486 661
reda@redaspa.com - www.redaspa.com

Comparaison entre le marché du Halal et du Casher

Le marché du halal, serait en plein boom. Une croissance nationale de 15% par an, toujours d'après une étude du cabinet SOLIS. Le halal désormais intéresse de plus en plus les grands groupes. Duc, Fleury Michon et Pierre Martinet, par exemple, ont misé sur des gammes de produits élaborés estampillés halal. Et certaines entreprises, comme Medina Halal ou Isla Délice, assurent une production 100% halal.



Selon une analyse faite par **SLATE**, le marché du casher est bien plus mal en point, même si l'on retrouve certaine similitudes avec le halal. **Alors, pourquoi une telle différence de traitement commercial entre ces deux modes d'alimentation?**

Avant tout par la **taille du marché**. S'il n'existe aucun moyen de déterminer avec précision le nombre de musulmans et de juifs résidant en France, on estime toutefois que la communauté juive compte près de **700.000 membres**, contre **5 millions** environ pour la communauté musulmane. Sans grande surprise donc, le marché du halal séduit davantage les investisseurs puisque les débouchés sont plus importants. Plus il y a de demande, plus l'offre est importante et diversifiée, plus les prix sont concurrentiels. D'autant que, si les personnes de confession musulmane semblent très attachées au halal, les juifs pratiquants et donc consommateurs de casher ne sont pas représentatifs de l'ensemble de la communauté, seuls 10 à 15% de la communauté juive consommeraient strictement casher. A l'inverse, l'Institut SOLIS relève que «*plus de 9 Maghrébins sur 10 consomment du halal en France*». Et le prix, élevé, ne permet pas d'étendre le marché du casher. «*Les prix de vente des produits casher sont en moyenne de 8 à 10% plus élevés que pour les mêmes produits non cashérisés, explique le Rabbin Elkiess*».



Certains grands industriels, comme le **GroupeBel**, produisent des références casher, mais en quantités négligeables. Le processus de cashérisation est trop contraignant et les débouchés pas assez importants pour produire plus. La production suffit donc à nourrir les juifs pratiquants de France mais ne permet pas de faire baisser les prix.

En plus de la petite taille du marché casher, la différence de prix vient aussi du coût de la cashérisation des autorités rabbiniques. «*La taxe casher prélevée par le Beth Din comprend le contrôle casher mais aussi de quoi financer des activités religieuses, c'est pourquoi les prix sont élevés. Les contrôleurs halal, eux, ne facturent que le travail de contrôle lui-même, les prix halal restent très abordables*», assure Florence Bergeaud-Blackler, auteur de **Comprendre le halal** et sociologue au CNRS.

Les 10 à 15% de juifs qui mangent donc casher n'achèteront pas de produits sans la certification «*casher*» par un label reconnu, comme celui du Beth Din de Paris. Sous son autorité, tout est sous contrôle. Une équipe de 10 surveillants généraux (pour Paris et l'Ile-de-France) se charge d'effectuer des tournées de vérification de la conformité et des visites inopinées.

Alors que la casherout est un circuit très réglé, tant en termes de cahier des charges que de labels, le plus grand flou règne autour du halal qui ne requiert aucune certification obligatoire. Florence Bergeaud-Blackler. «*Initialement le process halal est issu d'un compromis entre industriels non-musulmans et pays musulmans pour l'exportation des carcasses. Chaque pays a ses exigences. Le process le plus économique a été ensuite utilisé pour fabriquer du halal pour les immigrés, mais sans aucune garantie religieuse comparable à la garantie rabbinique chez les juifs* ».



The Global Language of Business



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



Association Algérienne de Codification des Articles
Centre Commercial et d'Affaires Al-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



GLOBAL STANDARDS ONE GS1



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

Présentation de GS1 International et de GS1 Algeria (historique/ évolution). Les facteurs qui ont fait que la création d'un organisme tel que GS1 soit nécessaire :

Global Standards One « GS1 » est un organisme mondial qui existe depuis 40 ans. Ce concept a été lancé par deux ONG « Organismes Non Gouvernementaux » mondiales qui sont EAN qui était une ONG européenne et UCC, une ONG américaine. Ces deux ONG se sont fédérées afin d'avoir le même langage commercial.

GS1 est active dans le domaine de la normalisation des méthodes de codage utilisées dans la chaîne logistique. Son objectif est d'établir des standards et des solutions permettant l'échange de biens de consommation sur la planète, visant ainsi toute la chaîne de distribution du producteur vers le consommateur.

GS1 international est regroupé en un réseau de **111 pays adhérents**, dont l'Algérie.

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. Pendant la même année, l'Algérie a formulé son adhésion à GS1 international pour des besoins de commercialisation et d'exportation, nécessitant une conformité par rapport aux standards internationaux. GS1 Algeria est devenue officiellement membre de GS1 international en 1995.

GS1 Algeria n'a pas connu le développement souhaité et attendu par ses fondateurs. Faute de l'existence de grandes et Moyennes Surfaces. Les standards GS1 ont commencé à être utilisés suite à leur apparition, permettant ainsi la gestion des produits (identification, traçabilité et leur exportation).

La constitution des Standards de GS1

Le code à barres est constitué d'un fichier du produit qui contenant l'ensemble de ses caractéristiques qualitatives.

Le code à barres est constitué d'un préfixe indiquant l'origine du produit (pays) ; par exemple le préfixe utilisé en Algérie est le 613

Ainsi les codes à barres sont adaptés à chaque entreprise.

La procédure à suivre afin de rejoindre GS1 Algeria

La procédure est simplifiée, il s'agit d'opter pour une adhésion en se présentant au niveau de l'entreprise et en remplissant un formulaire d'adhésion à un prix symbolique, car comme déjà signalé, GS1 Algeria est une association à but non lucratif.

Les principales solutions proposées par GS1 Algeria

Le système GS1 est un système intégré de standards globaux qui fournit une identification exacte et unique ainsi qu'une transmission d'informations concernant les produits, offrant ainsi de nombreux avantages. Il est le système de gestion des chaînes d'approvisionnement le plus efficace dans le monde.



Le système GS1 a une large gamme d'applications par exemple l'utilisation des standards permet la maîtrise de la chaîne d'approvisionnement, le système GS1 repose sur les quatre produits suivants :

GS1 BarCodes : Identifient les articles dans la chaîne d'approvisionnement et sont utilisés dans tous les secteurs d'application tels que la distribution, la fabrication...etc.

GS1 eCom : Utilisé pour la technologie d'échange de données électroniques, qui peut être défini comme : le transfert de données structurées, à l'aide des standards de message universel.

GS1 GDSN : Un environnement global automatisé, basé sur les standards qui gèrent la synchronisation des données sûres et en continu.

GS1 EPCglobal : Le standard EPCglobal se compose d'un système de codification séquentiel des produits, " l'Electronic Product Code ", d'un standard d'étiquettes RFID (Identification par Radio Fréquence) et d'un réseau de partage d'informations, l'EPC Network.

GS1 Algeria propose d'autres services : tels que la **traçabilité** permettant de suivre les articles dans la chaîne d'approvisionnement d'aliments où autre.

La **certification** est un programme établi pour assurer l'intégrité des codes à barres de GS1 et des messages d'eCom universel.

L'impact des solutions de GS1 sur les activités des adhérents

Le grand bénéficiaire de ces standards, est le secteur des Grandes et Moyennes Surfaces ; il facilite la gestion des stocks de produits et les ventes journalières effectuées. Si l'on prend l'exemple des anciens super marchés Algérien on pouvait voir des files interminables de clients au niveau des caisses pour payer leurs courses ;

La gestion des ventes était basée sur l'établissement des bons par produit, un ticket est remis au client au niveau de la caisse un autre à la comptabilité et le 3e pour faire les comptes en fin de journée.

L'utilisation des standards a permis le développement des Grandes et Moyennes Surfaces et la maîtrise de la gestion globale de leurs activités.

Au niveau du secteur de la santé, des codes-barres spécifiques sont utilisés, c'est ce qu'on appelle le Data matrix. Ils sont utilisés afin de gérer l'ensemble de la chaîne médicale.

Si l'on prend l'exemple d'un malade qui est hospitalisé, on peut suivre et contrôler l'ensemble des actions entreprises pour le soigner. Lorsque l'infirmier doit administrer un médicament au patient, l'ensemble de la chaîne est codifiée ce qui permet d'avoir une traçabilité et une confirmation que le bon médicament prescrit par le médecin a été administré au bon malade.

GS1 international et GS1 Algeria en termes de chiffres

Si l'on prend l'exemple de quelques chiffres des pays voisins ; En Tunisie, il existe 1500 Adhérents. Au Maroc, on dénombre 800 Adhérents. En Égypte, 3500 adhérents. En ce qui concerne les états unis, il existe 240 000 membres!

Concernant l'Algérie, nous avons plus de **5000 adhérents**.

À ce jour, il a été dénombré plus de 7 milliards de bips (scanne) par jour, C'est ce qui prouve l'utilisation réponde du code-barre, ce qui prouve son utilisation indispensable de nos jours.

Afin d'optimiser l'utilisation des standards GS1 par ses adhérents et répondre à leurs besoins multiples, GS1 Algeria a opté pour un plan de communication en organisant des formations et en participant aux événements nationaux et internationaux et aussi par la publication de documents et articles.

Avec nos voisins, on pourrait dire qu'à première vue ces standards sont assez bien répandus chez nous. Mais si on compare ce chiffre aux nombres d'entreprises algériennes existantes « tous secteurs confondus » on peut dire qu'actuellement le nombre

d'utilisateurs de ces standards reste très loin de ce qui devrait être ! Donc, malgré les multiples efforts, il reste encore beaucoup de chemin à faire pour généraliser ces pratiques qui deviennent de plus en plus inévitables.

Coordination internationale de GS1

Il existe une coordination internationale, de nombreuses réunions se tiennent très fréquemment. Des groupes de travail sont formés, et c'est à partir de là que des standards internationaux sont développés, et c'est aussi grâce à cette coordination internationale que sont traités des 'cas particuliers' tels que l'identification des produits halal.



GS1 international a regroupé les pays en région ; l'Algérie appartient à la région GS1 MEMA (Middle East Maghreb Africa) où 19 pays activent en collaboration. Dans le cadre de l'esprit de l'UMA (Union du Maghreb Arabe), il a été décidé de créer un regroupement sous régional, afin de faciliter les échanges entre l'Algérie, le Maroc, la Tunisie et la Libye.

Pour ce faire, les dirigeants se réunissent au niveau d'un pays afin de pouvoir faire le point, discuter des cas spécifiques de chaque pays et cela a raison de deux fois par an. Dans le même esprit, ce regroupement est en train de travailler sur le développement d'un catalogue électronique maghrébin ; qui est tout

simplement une base de données où l'on retrouve les produits et les fiches techniques des industriels Maghrébins.

Aussi, on retrouve les demandes, les recherches des clients et des futurs utilisateurs de ce site. Ça sera une nouvelle plate forme d'échange entre fournisseurs et acheteurs potentiels.

Le lancement de cette plateforme d'échange maghrébine est prévu pour le mois de **Mai 2015** qui d'après Monsieur RECHAM constituera un gain en temps et en argent considérable pour ses utilisateurs. Il est à noter aussi que pour qu'un industriel mette ses produits au niveau du site, il faut absolument qu'il remplisse une fiche détaillée du produit qui sera mise en ligne, ce qui va faciliter aux acheteurs de mieux choisir les produits.

Aussi, cette plateforme ne sera pas uniquement destinée qu'aux professionnels ; les consommateurs auront leurs mots à dire concernant les produits qu'ils consomment, c'est-à-dire qu'ils pourront évaluer la qualité des produits en ligne ce qui en retour donnera des informations aux fournisseurs/ acheteurs sur la satisfaction de leurs clients.

On peut donc dire que cette plateforme va regrouper l'ensemble de la chaîne; du producteur au consommateur.

Recommandations pour l'amélioration de l'utilisation des standards GS1

En Algérie, il existe a peu près un million d'entreprises à l'échelle nationale (tous secteurs confondus) ; à l'heure actuelle, il ya seulement 5000 entreprises qui sont recensées au niveau de GS1 Algeria, alors qu'avec la mondialisation on ne peut plus se permettre de travailler avec des méthodes archaïques ou carrément sans aucune méthode ni stratégie ! Jusqu'à quand nous allons continuer ainsi ? Il faut absolument que les entreprises algériennes se conforment aux règles et aux standards internationaux afin de pénétrer avec force le marché des exportations.

Il faut absolument que l'état, les entreprises ainsi que les associations travaillent en synergie, afin de développer et d'élargir l'utilisation de ses standards internationaux en terme de codification dans le but de lutter contre le marché informel et la contrefaçon qui cause des pertes qui se chiffre en milliard de dinars et qui met en danger la sécurité du consommateur.

Pour nous contacter :

Phone : +213 (0)21 341 046/47
 Fax : +213 (0)21 341 048/49
 Email : info@gs1.dz
 Site web : www.gs1.dz



DJAZAGRO

LE CARREFOUR
 DES FILIÈRES
 AGROALIMENTAIRES

INTERVIEW DE M. CHRISTOPHE PAINVIN

DIRECTEUR DU SALON DJAZAGRO



LE SALON DJAZAGRO A UNE DIMENSION INTERNATIONALE ET ACCOMPAGNE LE DÉVELOPPEMENT DES ÉCHANGES COMMERCIAUX NORD SUD

de s'équiper. DJAZAGRO a été créé en 2003 afin de répondre à une demande des algériens qui souhaitent avoir un événement professionnel tournant autour de l'industrie agro-

alimentaire.

Quelles sont les cibles choisies cette année par rapport à l'année dernière ?

DJAZAGRO regroupe 4 secteurs et touche l'ensemble des filières agroalimentaires.

- Le Process et le Conditionnement;
- Les ingrédients;
- Le secteur des produits finis;
- Le secteur de la boulangerie, hôtellerie/restauration.

Avec 19 200 visiteurs en 2014 DJAZAGRO est l'événement majeur de l'industrie agroalimentaire en Algérie. Aujourd'hui notre visitorat

est composé de **90%** d'Algériens, les **10%** restant viennent du Maroc de la Tunisie et de l'Europe. Notre objectif cette année est de développer le visitorat du Maghreb et de l'Afrique sub-saharienne. Nous voulons que le Salon DJAZAGRO devienne un vrai rendez-vous Nord-Africain. Pour ce faire, nous avons intensifié notre communication vers les pays ciblés par notre partenaire : la Chambre de Commerce Algérienne qui possède des relais importants.

On parle de rendez-vous personnalisés, comment comptez-vous organiser la mise en relation offreurs/ demandeurs ?

DJAZAGRO est un événement professionnel et le lieu de rencontre entre l'offre mondiale et la demande algérienne.

Cette année nous avons développé un outil de rendez vous personnalisés que nous vendons aux exposants, sur notre site. Les visiteurs peuvent directement

cliquer sur un bouton qui donne rdv sur le stand de l'exposant.

Combien d'exposants cette année et quelle part de français et d'étranger ?

DJAZAGRO 2015 réunira sur plus de 18 000 m² d'exposition, **600 exposants** dont 76 % d'internationaux provenant de 28 pays.

Une participation de plus en plus internationale avec 27% d'exposants français, 24% algériens et 49% provenant d'autres pays.

La France est le 1^{er} pays en nombre d'exposant et représente 26% de l'offre.

Pourquoi ?

Les français ont une relation très forte avec l'Algérie.

Le pavillon Français est organisé par l'Adepta (Association pour le Développement des Echanges internationaux de Produits et Techniques Agroalimentaires) depuis la création de DJAZAGRO. Ce pavillon regroupe une centaine de sociétés réparties par filières.

L'autre partie de l'offre française est composée d'entreprises qui viennent exposer les équipements sous leur propre marque.

On parle de la réussite de DJAZAGRO, comment se traduit-elle pour vous en nombre d'exposants ou en terme de contrats conclus ?

Depuis sa création DJAZAGRO n'a cessé de progresser en termes de nombre d'exposants. Avec 600 exposants DJAZAGRO offre à ses visiteurs la possibilité de rencontrer les industriels du monde entier venus leur présenter leurs nouveautés. Les 58% d'équipementiers présents, parmi l'offre globale du salon, sont exclusivement des fabricants de machines pour la transformation et le conditionnement de produits alimentaires. Ainsi des partenariats commerciaux peuvent se tisser directement sur le salon entre fabricants et entrepreneurs algériens.

Aujourd'hui **80%** des exposants déclarent réaliser entre **1 et 6 mois de chiffre d'affaires** grâce au salon.

Quelles sont les nouveautés de l'édition 2015 ?

Djazagro place cette édition sous le signe de la nouveauté, démultipliant ses actions en ce sens : présentation des dernières méthodes de panification avec la

Boulangerie de demain, mise en place d'un programme spécifique de conférences avec l'Adepta et le CTCPA et un nouveau système d'enregistrement pour les visiteurs. La BOULANGERIE DE DEMAIN présente 8 équipements en fonctionnement qui couvrent l'intégralité du process de fabrication de baguettes, pains spéciaux et croissants à partir de produits locaux.

Pour la 1^{ère} fois, les visiteurs pourront obtenir leur badge définitif en s'inscrivant directement via le site www.djazagro.com avec un code d'accès fourni par l'organisation.

Avec l'e-badge, l'accès au salon se fait directement depuis toutes les entrées.

Des conférences avec des thématiques primordiales pour les IAA abordées Salle AL MAACHI

☛ **Le mardi 21 avril de 9h à 13h, le séminaire algéro-français « les industries de la viande en Algérie »** organisé par l'Adepta - Salle Maachi -

☛ **Le mercredi 22 avril de 10h à 12h00 et de 15h00 à 17h, des conférences organisées par le CTCPA sur la recherche et le développement agroalimentaire en Algérie – Salle Al Maachi -**



BELCOL



المعمل الجزائري للغراء
Fabrique Algérienne de Colle

47 années au service de l'industrie Algérienne

Amidon / Starch
Caséine / Casein
Dextrine / Dextrin
Vinylique / Vinyl
Polychloroprène / Polychloroprene
Polyuréthane / Polyurethane
Hot melt



Extra strong for all products

BELCOL

Zone industrielle Oued Smar, B.P 72, 16270 Alger - Algérie
Tél. : + 213 (0) 23 93 02 42 / + 213 (0) 23 93 02 43 / + 213 (0) 23 93 02 44
Fax : + 213 (0) 23 93 02 45
Site web : www.belcol.entreprises-dz.com
e-mail : belcol@entreprises-dz.com

Ils se présentent

Equipements

N° de Stand
3D 034

ABIOLA ALGERIE



Fondée en Février 2011 par MME Jaafar Adoul Nabila, ABIOLA est une entreprise Algérienne de fabrication d'équipements pour l'industrie laitière, agroalimentaire et pharmaceutique, Spécialisée dans la fabrication de cuves de mélange en inox, de citernes de collecte, cuve réfrigérée, cuve de cuisson, et différentes structures et produits en

acier inox. Abiola couvre tout le territoire Algérien et s'est fixée l'objectif d'améliorer sa qualité, d'agrandir son potentiel de production et elle vise l'exportation dans les années à venir.

Email : info@abiola.dz
Site : www.abiola.dz

Equipements d'emballage

N° de Stand
2C 027

POLYPACK FRANCE



POLYPACK, fabricant français de machines d'emballage, avec plus de 7000 machines en fonctionnement dans le monde, elle s'est forgé une expérience complète en solutions de mécanisation d'emballage pour la fin de ligne de production, se positionnant ainsi comme un acteur de référence sur le marché international depuis plus de 50 ans.

La variété de notre gamme de machine nous permet de répondre à l'intégralité des demandes de suremballages. Du plus standard au très spécifique.

Machine semi-automatique POLY S, Machine compacte automatique POLY A/AS. Machine haute cadence FAST 600.

Produits : Briques, Briquettes, Yaourts, Bouteille, Canettes, Conserves, Sachets, Etais, Savons, etc...

Marchés : Majoritairement France, Outre Mer et Afrique.

Email : polypack@polypack.fr
Site : www.polypack.fr

FAMSUN

Integrated Solution Provider

- BATIMENTS & EQUIPEMENTS D'ELEVAGE
- ABATTOIRS AVICOLES
- CHARPENTES METALLIQUES
- USINES DES ALIMENTS BETAIL & VOLAILLES
- SILOS DE STOCKAGE (CEREALES & FARINES)



BROYEUR A MARTEAUX

Efficace et Stable

Machines de performance et niveau avéré depuis longtemps pour la préparation des composants alimentaires



MELANGEUR

Précision et Homogénéité

La solution optimale et flexible des mélanges et formules alimentaires



PRESSE A GRANULE

Fiable et Hygiénique

Garantie de pellets de haute qualité avec une excellente performance



Site internet: www.muyang.com / Adresse : Cité 1016 logts, Bt 57, N°9 EL ACHOUR-ALGER
Mob : +213 (0) 557 377 432, +86 -15150802825 Email : yisihage2010@gmail.com (Ishak)
Mob: +213(0) 556 130 670 / Email: fetahmahri@yahoo.fr (Abdelfetah)

Fabrication d'arômes, et de préparations alimentaires

AROMPLUS ALGERIE



La société AROMPLUS a été créée le 1er janvier 2000 autour de ses fondateurs Mr BABA-HAMED Ahmed et fils.

AROMPLUS, partenaire de la société ARCONSA (Espagne); est une société dévouée vers la production et la commercialisation des produits préparés pour la boulangerie et la pâtisserie, biscuiterie, glacerie, et les boissons, adaptant notre gamme de produits aux spécifications des nouvelles technologies et aux besoins de nos clients.

Elle peut aujourd'hui offrir à sa clientèle une large gamme de produits et services dans les domaines des arômes, produits de pâtisserie, émulsion pour boissons, stabilisateurs, etc...

L'entreprise emploie 21 salariés permanents.

Nous sommes situés à Oran, deuxième capitale d'Algérie à 450 km d'Alger et à 200 km de la frontière du Maroc.

C'est une gamme de plus de 100 produits issus de matières premières importées d'Europe qui sont élaborés par AROMPLUS, à destination des distributeurs pour une partie, mais aussi pour les professionnels de l'agroalimentaire à savoir :

- Glaciers-yaourtières;
- Fabricants de boissons (jus et limonade);
- Pâtisserie etc...;
- Confiserie;
- Biscuiterie .

✉ Email : aromplusa@yahoo.fr

🌐 Site : www.aromplus.com

Equipements

N° de Stand
3C 111

SOREMA FRANCE



« SOREMA réalise des systèmes de refroidissement d'eau industriels dans différents secteurs d'activité : agro-alimentaire, chimie, cosmétique, pharmacie.

SOREMA est le spécialiste de la fabrication de bacs d'eau glacée à accumulation de glace, groupes d'eau glacée et eau glycolée à basse température, systèmes d'échange thermique avec régulation de température, et doseurs d'eau programmables.

La gamme de refroidisseurs AGD a été développée pour des capacités semi-industrielles. Le refroidisseur est complété par des options de dosage d'eau avec mélange eau froide / eau chaude.

- Tirage d'eau alimentaire jusqu'à 0,5°C;
- Pompe de circulation d'eau intégrée;
- Boîtier de commande à distance avec option de dosage et mélange eau froide / eau chaude;
- Réserve d'eau isolée de grand volume.

Marchés : International

Objectifs à moyen terme de l'industrie : Développer le service et la qualité pour répondre au plus près des besoins de nos clients. »

✉ Email : info@sorema.com

🌐 Site: www.sorema.com

Ingrédients

N° de Stand

3D 046 Hall 3 Allée D

DANIMEX ALGERIE ALGERIE



DANIMEX ALGERIE EURL est la filiale d'un important groupe Danois, fondée en 1991.

Spécialisée dans les différents secteurs : crème glacés, fromage, margarine, chocolat, confiserie, charcuterie, sauces et condiments, DANIMEX ambitionne d'être le premier fournisseur d'ingrédients en Algérie en assurant à ses clients le meilleur service commercial et une assistance de haute qualité.

✉ Email : danimex@danimex-food.dk

ima@danimex-food.dk

ral@danimex-food.dk

🌐 Site web : www.danimex-algeria-eurl.com



Bakery

Confectionery

Dairy

المحللة القسنطينية الكبرى
Grande Vinaigrerie Constantinoise

SARL GVC BOULMERKAT

LEBLED

حلال HALAL

خل

MANUFACTURER:
GREAT VINEGAR OF CONSTANTINE "GVC"
Tel : +213 (0) 31 66 49 04
Mobil : +213 (0) 550 557 749
Fax : +213(0) 31 66 05 00
Email : boulmerkat@yahoo.fr
Website : www.vinaigrealgerie.com

• Sale of packaged bottles
• Sales and Export vinegar
BULK 10% to 14%

DANIMEX ALGERIA EURL
Le Fournisseur de l'Industrie Alimentaire



INGREDIENTS



EQUIPEMENTS

Margarine, beurre.
Crème glacée, Desserts,
Fromages - Fondues et analogues,
Mayonnaise et sauces,
Pâtisserie/Confiserie.
Saucisses/Patés

Ferme Yacoubi Amar, Douanouda Marine, W. de Tipaza
Tél: 024 407225/2975 - Fax: 024 407252

Equipements

I.C.F. & WELKO ITALIE



Depuis 1961, I.C.F. & Welko SPA, entreprise italienne implantée sur le district des industries mécaniques de Maranello, conçoit, fabrique et monte dans le monde entier des installations, des machines et des équipements pour le traitement des produits alimentaires, chimiques, pharmaceutiques et pour la filière agricole. I.C.F. & Welko SPA fournit des solutions avancées dans plusieurs domaines: séchage par atomisation, séchage à lit fluidisé, lyophilisation, évaporation, extraction, récupération d'arômes et agglomération.

Des centaines de clients obtiennent d'excellents résultats sur une large gamme de produits grâce aux installations complètes clés en main I.C.F. & Welko SPA. Ils travaillent dans le: secteur des produits laitiers, café, petits déjeuners et boissons (boissons chocolatés, extraits de café et succédanés, café soluble, cappuccino, thé, tisanes, bouillons, soupes etc.). Chaque installation est conçue sur mesure, en fonction des exigences de la clientèle et elle assure, avec un niveau élevé d'automatisation, d'excellentes performances, une grande flexibilité, des économies d'énergie, dans le respect total de l'environnement et des exigences les plus sévères de sécurité.



PARTENAIRE DANS L'INNOVATION

Depuis toujours, la société I.C.F. & Welko SPA s'investit sérieusement dans la recherche de solutions technologiques inédites qu'elle développe constamment en fonction de l'évolution des



exigences du monde industriel. Tout à fait consciente qu'un challenge constitue toujours une opportunité stratégique, elle veut représenter le partenaire de l'innovation de chaque client et devenir ainsi le partenaire clé de son succès. Elle dispose d'un laboratoire de recherche-tests innovant et parfaitement équipé permettant à la clientèle de:



- simuler et tester le comportement d'un produit dans les conditions de transformation;
- choisir en toute connaissance l'installation, le matériel et les équipements les plus adaptés;
- appréhender pleinement les caractéristiques de traitement du produit;
- cerner les variables du procédé et les éléments nécessaires au dimensionnement et à la planification
- fournir l'assistance technologique pour de nouvelles solutions.

Le laboratoire de R&D de la société regroupe un personnel très qualifié dont le travail de recherche vise à une amélioration continue pour la satisfaction des clients et des acteurs de la profession.

Autres renseignements:

- Chiffre d'affaires annuel: 30 Million EURO (2014).
- Certification du Système de Qualité: ISO 9001.

✉ Email: info@icfwplants.com
 🌐 Site: www.icfwplants.com

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

Equipements

UROLA S.COOP ESPAGNE



UROLA est une société du groupe Mondragon qui regroupe 257 entreprises de différents secteurs dans différents pays. Basée en Espagne, UROLA est spécialisée, depuis plus de 35 ans, dans la fabrication des machines de soufflage; (co)extrusion-soufflage pour les bouteilles en polyéthylène et de soufflage de préformes pour les bouteilles en PET.

UROLA a des clients partout dans le monde ; Afrique, Europe, Asie, Amérique du sud, les états unis, Japon,

Algérie, Afrique du sud, etc. UROLA est directement présente en Europe, Afrique du sud, Chine, Russie et bientôt en Algérie.

Pour offrir un meilleur service dans les meilleurs délais, UROLA choisi d'être toujours plus proche de ses clients.

✉ Email : info@urola.com
 🌐 Site : www.urolasolutions.com



IMPORT ET EXPORT EN AGRO-ALIMENTAIRE
PRODUCTEUR AGRICOLE

DÉPOSITAIRE DISTRIBUTEUR
DES PRODUITS DE LA CONSERVERIE IZDIHAR



*L'entreprise qui
voit grand
Culturellement*

44, Rue Taghaste Sainte Thérèse 23000 Annaba - Algérie. Algeria
Tél.: +213 (0) 38 40 31 28 - Fax : +213 (0) 38 40 31 29
Site web : www.les3princes-dz.com

IMPORT ET EXPORT EN AGRO-ALIMENTAIRE
PRODUCTEUR AGRICOLE

DÉPOSITAIRE DISTRIBUTEUR
DES PRODUITS DE LA CONSERVERIE
IZDIHAR



*L'entreprise qui
voit grand
Culturellement*



44, Rue Taghaste Sainte Thérèse
23000 Annaba - Algérie. Algeria
Tél.: +213 (0) 38 40 31 28 - Fax : +213 (0) 38 40 31 29
Site web : www.les3princes-dz.com

REPI**REPI
TOUAHRI
& FRERES**

- Fabrication des machines agroalimentaires (Ensacheuse)
- Process & Engineering Agroalimentaire
- Etudes et Conseils en Investissement

**La Fierté de L'Industrie Algérienne**

Rue 15 Villa N°49 BEAULIEU - OUED SMAR - 16059 - ALGER
 Fax : +213 (0) 21 52 43 72 - Mob. : +213 (0) 770 805 205 - 775 220 638
 E-mail : snc_repi@yahoo.fr - brahiantouahri@yahoo.fr - contact@repi.dz
 Site web : www.repi.dz

Tél. : +213 (0) 21 82 81 90**Mob. : +213 (0) 661 522 533**

Equipements

**N° de Stand
2B 064****REPI TOUAHRI ET FRERES ALGERIE**

REPI Algérie REPI est une société spécialisée dans la fabrication, la fourniture et l'installation d'équipements et process (clé en main) pour les domaines de l'agroalimentaire et pharmaceutique. A ce titre, nous intervenons dans la fabrication de: cuves de plusieurs capacités : réfrigérées verticales ; cuves isothermiques; pasteurisateurs à plaque et tubulaire; tables, chariots, supports et socles, bardage décoratif; pièces spécifiques en INOX. Nous intervenons également dans : les travaux de tuyauterie et de tôle, les travaux d'instrumentation, le montage et la maintenance d'équipements agroalimentaires et pharmaceutiques et également dans l'extension de process déjà opérationnels (études sur-mesure à

la demande du client). Notre mission principale est de fournir à nos clients des unités de production (clé en main). Toujours à leur écoute, nous élaborons ces unités en tenant compte de : l'assiette disponible pour la réalisation du projet, la situation géographique, l'eau, l'énergie électrique... etc. Par ailleurs nous assurons à nos clients la fourniture, le montage, la mise en marche, l'élaboration de produits finis ainsi que la formation du personnel, tout en veillant à la satisfaction de ses besoins et attentes notamment dans la maîtrise des coûts et des délais.

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

Emballages

**N° de Stand
3C 103****SEFLEX ALGERIE**

SEFlex
 شركة التعبئة المرنة
 Société d'emballages Flexibles®

Créée en 1997 par Mr BENSALÉM et fils, la SARL SEFLEX est spécialisée dans le domaine de la production d'emballage flexible, notamment celui destiné à la production agro-alimentaire, cosmétique et pharmaceutique, et toute sorte de denrées sous forme : solide, pâteuse ou liquide. Nous proposons une gamme multiple d'emballage imprimé en Flexogravure et Héliogravure en 08 couleurs ainsi que la nouvelle technologie de scellage à froid (cold seal) idéal pour les barres chocolatées et les crèmes glacées. Riche de son expérience et les compétences de ces collaborateurs SEFLEX s'est tracée une ligne qui directive qui est celle de satisfaire ses partenaires économiques de l'agroalimentaire, cosmétique et pharmaceutique sur tout le territoire Algérien.

A court terme l'entreprise envisage de développer des avantages techniques par l'acquisition de nouvelles technologies de production. Quant à long terme, celle ci projette d'accroître sa production afin de satisfaire un marché algérien en pleine croissance

✉ Email : sarl_seflex@yahoo.fr
 🌐 Site : www.seflex-dz.com



Equipements de laboratoire

**N° de Stand
3B 007****TMLAB-QUALITÉ ALGERIE**

Sarl TMLAB-Qualité est une société spécialisée dans le domaine d'aménagement de laboratoire. La société est sise à Lotissement Haidouci Rue 03 Eucalyptus Alger. En date du 19 Février 2008 la société a été créée par Monsieur HAMIDI Abdelkader.

Aujourd'hui nous couvrons les universités, les centres de recherches, les écoles polytechniques, les industries pharmaceutiques ainsi que les centres hospitalo-universitaires, et nous tenterons de couvrir les industries pharmaceutiques et agro-alimentaire dans le futur.

La société à réalise un chiffre d'affaire annuel d'environ cent cinquante millions de dinars algérien. Notre capacité de production spécifiée comme suit:

- 1000ml de paillasse de laboratoire destinés aux

différents laboratoires;

- 800 Caissons et sous-paillasse;
- 900 armoires de laboratoire.

Ces produits sont désignés aux différents types de laboratoires.

✉ E-mail : tmlabqualite@yahoo.com
 🌐 Site : www.tmlabqualite.com



**NOUS AVONS
DESSINÉ UN CŒUR**
pour vous offrir la valeur
de nos **Connaissances,
Technologies et Compétences**
dans le développement
du packaging.

Les excellences
du savoir faire italien
de la créativité à l'impression,
vous supportent
et vous distinguent.



info@pavandesign.com

INCI-FLEX
PREPRESS SOLUTIONS FOR PACKAGING

info@inciflex.it

EUROINK
Encres pour Flexographie et Héliogravure
info@euroink.it

jolly plastic
technical polyethylene film extrusion
info@jollyplastic.com



IN

*les
Talents
Italiens*

DESIGN,
TECHNOLOGIES
ET COMPÉTENCES
POUR VOTRE
PACKAGING

Vos partenaires ACTUELS ne répondent que pour ce qui les concerne et ils ne vous aident pas. Répondent-ils, au moins, des autres aspects qui concernent le problème que vous devez résoudre ?

Utilisez-vous les nouvelles technologies de gravure pour accentuer la qualité de la communication pendant la phase d'impression ?

Vous voudriez faire de la FORMATION pour utiliser les produits concernant l'impression, mais est-ce aussi difficile d'en recevoir une ?

Etes-vous en train de développer un nouvel emballage, mais vous ne savez pas comment le faire ?

Les encres pour l'impression que vous utilisez sont-elles sans danger pour la santé de vos consommateurs ?

Etiez-vous sûrs que les supports alimentaires en contact avec de la nourriture vous offrent les garanties nécessaires, qu'ils prennent soin du produit que vous vendez et qu'ils sont appropriés pour une bonne conservation ?

SE DISTINGUER
POUR NE PAS EXTIGUER !

Votre image du produit est-elle descriptive ou émotionnelle ?

Montre-t-elle banalement le produit contenu dans l'emballage ou « communique-t-elle » par images et symboles distinctifs et attrayants ?

Etes-vous sûr de rendre votre marque « unique et distinctive » par rapport à vos concurrents sur le marché ?

INyou
les Talents Italiens
DESIGN, TECHNOLOGIES
ET COMPÉTENCES POUR
VOTRE PACKAGING

Si vous désirez recevoir des réponses à ces questions contactez-nous :
info@lestalentsitaliens.com

KS KARL SCHNELL FRANCE



Equipements

N° de Stand
2C 045

La société a été créée par Mr Karl SCHNELL en 1948 et depuis plus de 65 ans, KARL SCHNELL jouit d'une renommée mondiale dans l'industrie agro-alimentaire. Le développement de matériels et de lignes économiques fiables et adaptés aux besoins des utilisateurs a permis à KS de devenir un des leaders du marché. Son siège social se situe à Winterbach en Allemagne. Le chiffre d'affaire annuel est de 28 millions d'euros dont 6 millions sont destinés à l'exportation (Moyen et Proche Orient, Maghreb)

Marchés :

États-Unis, Europe

Zone du Maghreb (Tunisie, Maroc, Algérie)
Proche Orient : Arabie Saoudite, Egypte, Inde
Moyen Orient : Chine, Japon
Reste du monde : Afrique du Sud, Costa Rica, Equateur, Brésil

Objectifs à moyen terme :

Figurer parmi les fournisseurs incontournables dans la vente d'équipements pour la transformation et valorisation des produits alimentaires (viandes, fruits, légumes, fromages, sauces ...) sur le marché du Maghreb

✉ Email : ks@kschnell.com

🌐 Site : www.karschnell.com

AVEBE PAYS-BAS



AVEBE est une coopérative de dimension internationale, N° 1 mondial, dans le domaine des amidons de

POMME DE TERRE (amidons modifiés + fécule de pomme de terre).

Plus de 70% du chiffre d'affaire d'AVEBE est réalisé dans le « FOOD » en tant que fournisseur de solutions UNIQUES pour les industriels de l'agro-alimentaire, particulièrement dans les domaines suivants :

YAOURTS ET DESSERTS LAITIERS : amélioration extraordinaire de la crémosité, baisse du taux de protéine laitière, baisse des coûts de fabrication, grâce à la gamme **ETENIA**.

PÂTISSERIE : amélioration des pâtes à gâteaux, réduction du taux de matière grasse. Crèmes pâtisseries instantanées à froid ; glaçage ; nappage



Ingrédients

N° de Stand
3F 086

gamme **PASELLI**.

SAUCE : Excellente viscosité et stabilité, à froid comme à chaud, aspect parfaitement lisse et brillant, possibilité de remplacement du jaune d'œuf dans les sauces émulsionnées, gamme **ELIANE**.

FROMAGE ANALOGUE ET CREAM CHEESE : Très importante possibilité de remplacement de caséine / caséinate, beaucoup de fonctionnalités : fondant, filant, rapabilité (fermeté du bloc, ne colle pas). Possibilité d'élaboration de produits 100% analogues performants, également 100% végétal à des prix extrêmement compétitifs, gamme **PERFECTAMYL**.

SNACKS : large gamme de possibilités allant des chips aux cacahuètes enrobées (très forte expansion), gamme **ELIANE**.

✉ Email : info@avebe.com

🌐 Site : www.avebe.com



FRANCE EXPORT
CÉRÉALES



www.franceexportcereales.org

NOUS

Eurl HIGH PACK

MACHINES D'EMBALLAGES, ASSISTANCE
TECHNIQUE ET SERVICES APRÈS VENTE

Votre fidèle partenaire en équipement de CONDITIONNEMENT

SUIVI et ASSISTANCE TECHNIQUE assurés par HIGH PACK



CONDITIONNEUSES A BASE DE SAC EN PAPIER
POUR FARINE SEMOULE PAGLIERANI

- conditionneuses automatiques et semi automatiques pour le conditionnement, a base de sac en papier preformé ou a base de bobine, de petites contenances (1, 2 et 5kg) et grandes contenances (10, 25 et 50 kg), avec fermeture de sac par colle hot melt, par couture ou par rivés, Peseuses rempisseuses de Big Bag.
- fardeleuses • controleurs de poids et detecteurs de metaux • palettiseuses • banderoleuses

Et ce pour le conditionnement de divers produits tels que :

- farine de blé, semoule, améliorant de pain, couscous, langue d'oiseau, frique, riz, légumes secs, macaronis, pâtes courtes, nouilles... etc.
- Conditionneuse automatique et semi automatique a base de sac a valve pour ciment, platre...etc



REPLISSAGE ET PASTERISATION

Lignes complètes clés en main pour l'Industrie Alimentaire, composée de : remplisseuses, pasteurisateurs, dépalettiseurs, palettiseurs, système de convoyeurs... etc;

La gamme de production comprend des lignes complètes de conditionnement pour différents produits tels que : sauces, conserves végétales (tomate, confiture, compote de fruits), mayonnaise, produits laitiers et à base de viandes, crème de fromage, jus de fruit, huiles alimentaires, soft-drinks, et autre produits que ce soit poudreux, granulés, pâteux, liquides et semi liquides... etc Et ce dans divers contenants tels que : verre (bouteille et pot), PET (bouteilles en plastique), métallique (boîtes en conserve, canettes...), squeezz.

FMT

Food Machinery & Technology

Lignes complètes clés en main



Depalettisation
Remplissage
Bouchage/Capsuleuse
Pasteurisation/
Refroidissement
Système de convoyeurs
Palettisation



CONTACTEZ NOUS

124, Boudjemaa Temime - Ex-Haouche Djouabi - Draria - Alger - Algerie

Mob. : +213 770 494 095 / +213 550 402 957 / Tel/Fax. +213 23 26 81 70 - www.highpack-dz.com / Mail: highpack@yahoo.fr

NOUS

Eurl HIGH PACK

Machines d'emballages, assistance
technique et services après vente

Votre fidèle partenaire en équipement de CONDITIONNEMENT

SUIVI et ASSISTANCE TECHNIQUE assurés par HIGH PACK



SISTEMI DI PESATURA
E CONFEZIONAMENTO

CONDITIONNEUSES SOUS VIDE ET CAPSULEUSES DE CAFE

- machine de conditionnement pour cafe sous vide et levure ou atmospherique.
- machine de conditionnement pour dosette souple de cafe
- machine de conditionnement pour capsule de cafe type : lavazza et nespresso



COLOMBINI
La scienza della macinazione

MOULIN A CAFE

Moulins a disque appropriés pour toutes les cadences de production du café, pour divers type de mouture et pour divers applications, tels que :

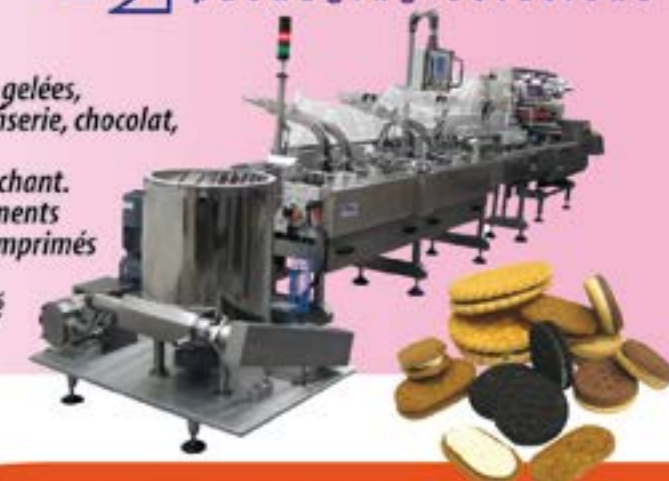
- Cafe moulu pour paquet sous vide,
- Cafe moulu pour cafeteria,
- Cafe moulu pour dosette et capsule de cafe.



CONDITIONNEUSES HORIZONTALES
FLOW PACK ET PLI EN X

eurosicma™
packaging solutions

- Machines d'emballage en flow pack pour bonbons, sucettes, gelées, chewing gums, gommés à bulles, caramels, produits de confiserie, chocolat, biscuits, cakes, nouilles, gaufrettes.
- Machines d'emballage pli en X, pour biscuits ou crackers sur chant.
- Machines pour le conditionnement et l'emballage de pansements et de cotons-tiges et de produits non alimentaire tels que comprimés détergents et savons.
- Ligne sandwicheuse pour biscuits et crackers avec possibilité d'intégration avec les conditionneuses flow pack



CONTACTEZ NOUS

124, Boudjemaa Temime - Ex-Haouche Djouabi - Draria - Alger - Algerie
Mob. : +213 770 494 095 / +213 550 402 957 / Tel/Fax. +213 23 26 81 70
www.highpack-dz.com / Mail: highpack@yahoo.fr

Plus de
30 ANS
DE CHALLENGE
STAND N° 3D49

كو مينو كس
COMINOX
Sarl

Etude, conception et fabrication
d'équipements chaudronnés

Bacs et Silos de stockage en Acier inoxydable



Les champions de l'industrie nous font confiance



Les principales raisons qui font de COMINOX, le constructeur incontournable en Algérie...

- Une cuverie de stockage de plus de 2 000 000 m3, conçue et fabriquée pour différentes industries en Algérie .
- Bacs de stockage allant jusqu'à 500 m3 de capacité .
- Techniques de soudage de dernière génération, en conformité avec les normes CE .
- Fabrication sur site du client (Diamètre supérieur à 3500 mm) .
- Finition en ultra propre .
- Etude et conception avec les plus récents logiciels de CAO .



Installation Process Clé en main



Unité de préparation pharmaceutique



Mini-laiterie

COMINOX vous propose des solutions techniques de cuves sous Pression pour des applications de stockage stérile, réacteurs, cuves de préparation, fondeurs et mélangeurs étudiés sur mesure selon vos spécifications.

Ces solutions sont toutes en conformité avec les normes et réglementations en vigueur . Nos ingénieurs apportent un soin particulier à garantir l'absence de zones de rétention dans nos cuves et agitateurs pour permettre une nettoyabilité et stérilité totale.



Transport Alimentaire et collecte de lait



Partenaire de la collecte de lait en Algérie depuis 30 ans



Usine & Bureaux : RN N°24 Ain Taya ALGER
Tel : +213 21 86 82 32 / 86 63 46 / 86 73 30
Fax : +213 21 86 82 31
Unité de production N°02 : Route de wilaya N°21
Lot N°539 Rouiba, Alger
Tel : +213 21 81 11 34 / 81 55 78
Fax : +213 21 85 13 48
Email : cominox@dz-cominox.com
www.dz-cominox.com



Equipements

N° de Stand
1B 012

PIETRIBIASI MICHELANGELO ITALIE

PIETRIBIASI

Costruzione macchine settore lattiero caseario
Manufacturers of machines for dairies

La Société a été créée en 1960 à Marano Vicentino, Nord Est de l'Italie, par Mr Michelangelo Pietribiasi.

La société est actuellement gérée par ses fils Antonio et Mario. Aujourd'hui, la société Pietribiasi exporte ses produits dans tous les continents et cela avec un chiffre d'affaires annuel d'environ 10 millions d'euro.

La société PIETRIBIASI MICHELANGELO SRL s'occupe de l'étude, réalisation, fourniture, formation et mise en marche des machines et unités complètes « clés en main » adaptée aux besoins du client pour la production du lait et produit laitiers (fromage, yaourt, leben, crème, beurre etc.), jus de fruits, boissons et crème glacée ; Exemple des produits pour lesquels la Société est très connue et appréciée sont :

- UHT TUBOLAIRE et A PLAQUES;
- PASTEURISATEURS HTST ET ESL / ECHANGEURS

DE CHALEUR À PLAQUES; équipements pour la pasteurisation et pour le procès thermique (réchauffage et/ou refroidissement) pour différents produits liquides tels que le lait, le lait fermenté, la crème, la glace et les sorbets, les jus de fruits, les boissons, les mélanges d'œuf, la bière et beaucoup d'autres.

- Cuves de stockage ou maturation produit et cuves de pasteurisation (système en discontinu);
- BARATTE À BEURRE dans une vaste gamme de modèles à partir de 20 jusqu'à 1.500 litres de capacité totale;
- Mouleuse à beurre semi automatique;
- Unité CIP/NEP pour le nettoyage des lignes.

✉ Email : pietribiasi@pietribiasi.it
🌐 Site : www.pietribiasi.it

Caliz,

un nouvel emballage carton premium

**Visitez nous au
DJAZAGRO 2015**



Caliz est conçu pour aller à l'encontre des changements du marché des briques carton, toujours à la recherche d'emballages fonctionnels et supérieurs pour les besoins présents et les tendances du futur. La nouvelle forme attrayante conçue par IPI offre plusieurs opportunités de positionnement et de différenciation de votre marque dans les rayons.

www.ipi-srl.com

coesia companies
ACMAVOLPAK - ADMV - CIMA - CITUS KALIX - FLEXLINK - G.D - GDM - HAPA - IPI - LAETUS - NORDEN - R.A JONES - SACMO - SASIB



a coesia company

Emballages

N° de Stand
D030 HALL N°3

POLYMA INDUSTRY ALGERIE



Nos préoccupations se limitent au placement du produit et suivis de nos clients. La société répond toujours aux exigences de sa clientèle par la présentation d'un produit de haute gamme.

La spécialisation a été graduelle accompagnant le marché National et International, le développement de nos produits a été sur les barquettes IML a parois mince, pots, seaux, préformes, bouchons, films et caisses plastiques destinés à l'industrie Agro-alimentaire et l'industrie chimiques. Pour couvrir

les besoins des clients et répondre aux segments particuliers de leur marché, Polyma dispose de lignes de fabrications moderne, rapide et économique, d'une main-d'œuvre qualifiée et expérimentée.

Après avoir consolidé sa position sur le marché national, Polyma Industry aspire à lancer de nouveaux produits, notamment dans secteur médical.

✉ E-mail : info@polyma-industry.com

🌐 Site Web : www.polyma-industry.com

Les couleurs au sens du réel



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).
 - Attrayants (prêt à la vente).
- Depuis sa création, **INFOR** a accumulé Des sérieuses expériences.
- Grace à ses fournisseurs internationaux.
 - Produisant des marques mondiales.
 - Relevant des challenges.

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 objectif :

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

Notre soucie c'est la qualité



INFOR



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



EURL SADIMI
ENGINEERING



SARL NOVA FRIGO
ENGINEERING ALGERIE

**NOTRE SOUCI
C'EST VOTRE
TRANQUILITE**



30

ans d'expérience dans
le secteur du froid industriel
et le génie climatique



Route de Fouka Bou Smail - Tipaza.
Tél. : 024 312 053/054 - Fax : 024 312 051
E-mail : sadimieurl@gmail.com
novafrigo.dz@gmail.com

- EXPRTISE TECHNIQUE SUR INSTALLATIONS EXISTANTES POUR FUTUR RÉNOVATION ET PROPOSITION DE SOLUTIONS TECHNIQUES BIEN ADAPTÉES AU FUTUR PROJET
- RÉLAIASION DE L'ENSEMBLE DE NOS INSTALLATIONS PAR NOS PROPRES MOYENS HUMAINS ET TECHNIQUES

Nouvelle Gamme de papier sanitaire



Papier Mouchoir, Papier Hygiénique, Essuie-tout et Serviette de Table

Plateaux pour fruits et légumes

- Fabriqués à partir du carton de haute qualité, les plateaux pour fruits et légumes de Tonic Industrie sont rigides et résistants à l'humidité.
- Protège les fruits et légumes pendant le transport et l'entreposage.



Plateaux d'oeuf Alvéolés

Fabriqués à partir de papier usagé, tel que le papier journal, ces emballages pour œufs à base de pâte moulée sont 100% recyclables et biodégradables. Les plateaux alvéolés pour œufs de Tonic Industrie sont adaptés pour conserver et transporter les œufs en toute sécurité.



Gobelets

- Une large gamme de gobelets en carton à contact alimentaire à multiple usage tel que le gobelet à café et à jus, le gobelet à glace et le pot à yaourt.



www.tonic-industrie.com

Participez à l'événement international du monde agricole

SIPSA AGROFOOD est le seul salon multisectoriel dédié à l'agriculture. Ses visiteurs, exploitants et professionnels, trouvent au **SIPSA AGROFOOD** une offre polyvalente couvrant tous leurs besoins : depuis le travail du sol, la traction jusqu'à l'informatique embarquée... tous les matériels spécifiques aux grandes cultures, à l'élevage et aux cultures spécialisées.

Des secteurs en fort développement

- >Semences
- >Pièces & Composants
- >Protection des plantes / nouvelles molécules
- >Irrigation
- >Elevage : Traite, et équipements laitiers - Culture des fourrages (Sorgho, Luzerne, et Maïs) - Produits, matériels et équipements - Bâtiment - Nutrition, santé et confort animal

Un événement au cœur de l'actualité agricole

Le SIPSA AGROFOOD, c'est aussi, de nombreuses rencontres professionnelles qui se succèdent autour de l'actualité agricole. De nombreuses thématiques sont abordées par les organisations professionnelles agricoles, instituts techniques, entreprises et autres organismes institutionnels.

SIPSA AGROFOOD 2015 est placé sous le haut patronage du ministre de l'Agriculture et du Développement Rural avec le soutien du ministère du Commerce, du ministère de l'Industrie, du Forum des Chefs d'Entreprises (FCE) et de la Chambre Nationale d'Agriculture.

Chaque édition est à la dimension des efforts de tous ceux qui contribuent à sa réalisation, et SIPSA-AGROFOOD 2015 sera, nous en sommes persuadés, grâce à votre dynamisme et votre fidélité, un événement encore plus exceptionnel.

Reconnu par les exposants pour la qualité de ses contacts commerciaux, le salon affiche aujourd'hui **une surface de 27000 m²** d'exposition. Matériel d'élevage, alimentation animale, produits vétérinaires, équipements pour le lait, machinisme agricole, produits phytosanitaires, irrigation, nouvelles énergies, valorisation des produits agricoles pour l'agro-industrie et l'agroalimentaire... **Le SIPSA AGROFOOD** est une offre complète de toutes les filières de l'agriculture et de l'élevage présentée par **600 exposants** dont plus de **360 sociétés d'origine étrangère de 30 pays**, venant cultiver leur business et réaliser de bonnes affaires. En 2014, ce sont **25000 visiteurs professionnels** qui ont arpenté les allées du salon. **Une vitrine performante et innovante de technologies de l'agriculture et de l'élevage vous attend!**

Soyez de la partie !

Dans ce but, nous vous adressons **vos dossier d'admission** que nous vous prions de bien vouloir nous retourner, dès que possible, dûment rempli par mail, **dans tous les cas avant 30 février 2015 (date limite d'inscription).**

Les exposants du **SIPSA 2014** sont prioritaires, pour l'attribution d'un stand en 2015, jusqu'à **la date limite du 10 janvier 2015**. A partir de cette date, les admissions sont satisfaites dans la limite des emplacements disponibles et selon le principe "premier arrivé, premier servi".

Le **SIPSA AGROFOOD**, qui se tient tous les ans au Palais des Expositions des Pins Maritimes d'Alger, est donc plus que jamais **un très grand rendez-vous économique pour vous, acteurs du monde de l'élevage !**

L'équipe du SIPSA est à votre disposition pour vous aider à préparer au mieux votre participation au salon.

SIPSA-AGROFOOD Alger, Algérie

Call center +213 21 91 75 28 / +213 21 91 93 00

0770 89 58 89 - 0770 31 85 89 - 0770 90 90 05

Pour l'International : 0770 96 79 83 / 0770 91 77 11

E-mail : mail@expovet-dz.net

Retrouvez le SIPSA-AGROFOOD sur Internet : www.sipsa-dz.net

10 POLES D'ACTIVITE

• PÔLE VET'EXPO :

Produits de la santé animale (médicaments, hygiène, vaccins...), matériel et équipements vétérinaires, instrumentation, échographes

• PÔLE ALIMENTATION, NUTRITION ET GENETIQUE

Génétique animale : sélection, production, conservation, insémination artificielle, transfert d'embryons, fabrication, stockage et distribution des aliments, alimentation et nutrition animale

• PÔLE AGRO ELEVAGE :

Equipements et bâtiments d'élevage

• PÔLE DJAZAQUA :

Equipements et fournitures de l'aquaculture, produits de la pêche et dérivés (frais et surgelés), transformation, conditionnement, appertisation et froid industriel

• PÔLE AGROFOOD :

Traite et équipements laitiers, technologies à la ferme, équipements d'abattoirs, équipements pour l'agroalimentaire, process, productions agroalimentaires (industries de transformation lait, viandes, charcuterie, emballage, distribution, marquage et management)

• PÔLE AGRISIME :

Agroéquipement et machinisme agricole

• PÔLE PHYTOFERTI :

Produits phytosanitaires, produits d'hygiène, fertilisation et nutrition végétale et semences et plants

• PÔLE AGRIAQUA :

Equipements et services pour irrigation, drainage et la gestion de l'eau

• PÔLE SOLUTIONS POUR SERRICULTURE :

Serres et agrofournitures pour serri-culture

• PÔLE ENERGIES RENOUVELABLES :

Energie solaire, éolienne, hydraulique et géothermique

“العمل يدفعنا الجودة توحدنا”
 “la passion nous anime, la qualité nous réunit”



تحت الرعاية السامية للسيد وزير الفلاحة و التنمية الريفية
 Sous le Patronage de Monsieur le Ministre
 de l'Agriculture et du Développement Rural

SIPSA® & AGROFOOD

15^e édition

SALON INTERNATIONAL DE L'ELEVAGE,
 DE L'AGROALIMENTAIRE
 ET DE L'AGROEQUIPEMENT
 INTERNATIONAL AGRIBUSINESS SHOW

المعرض الدولي
 للإنتاج و الـعتاد
 الفلاحي و الصناعات الغذائية

DU 14 AU 17 MAI 2015

PALAIS DES EXPOSITIONS PINS MARITIMES, SAFEX-ALGER-ALGERIE

580 exposants
 30 pays représentés

www.sipsa-dz.net
 mail@expovet-dz.net



où se rencontrent-ils

SALON ANUGA

► Le Rendez-vous Obligatoire du Domaine de l'Agroalimentaire



TASTE THE FUTURE
 COLOGNE 10.-14.10.2015

10 TRADE SHOWS
 IN ONE



Cette année, de nouveau, le plus grand salon international du domaine de l'agroalimentaire, ANUGA, ouvrira ses portes à Cologne, Allemagne, du 10 au 14 Octobre 2015.

Le salon ANUGA, qui se tient tous les deux ans, s'est imposé depuis des années comme le salon référence de ce secteur : le rendez-vous obligatoire afin de connaître des nouveaux marchés et groupes cibles, et toutes les tendances et sujets d'actualité. En effet, les principaux tenants de l'industrie agroalimentaire sont présents ANUGA et profitent de cette occasion unique d'approcher des partenaires potentiels avec leurs services / produits.

En 2013, plus de 155.000 visiteurs professionnels sont venue au parc d'expositions de Cologne pour prospector les produits de plus de 6.770 exposants venant du monde entier, sur une surface totale de 284.000 m². Et plus de 90 pour cent de ces visiteurs prennent les décisions d'achats au sein de leur entreprise : Des bons entretiens qui amènent ainsi à des bonnes affaires !

Ce salon aura été durant les années dernières, le

rendez-vous des opérateurs économiques algériens qui auront su avec succès faire la promotion de leurs produits et de leur savoir-faire sur le marché international en jetant un coup de projecteur sur



une production variée et de qualité. En 2013, quatre sociétés algériennes – deux du domaine des fruits séchés et deux du domaine des boissons – ont saisi l'occasion de présenter leurs produits sur l'ANUGA, et ont été très satisfaits avec les résultats de leur participation, et la professionnalité du salon.

Ils nous ont confirmé que l'ANUGA est la plateforme idéale d'exposition pour les entreprises algériennes des domaines de l'agroalimentaire et des boissons afin d'inscrire leur démarche sur le marché international et amorcer des nouveaux partenariats. L'équipe de l'ANUGA, en étroite collaboration avec ses associations partenaires du secteur de l'agroalimentaire, choisit pour chaque année des thèmes « tendances » qui sont mis en avant de particulièrement dans la communication autour du salon, et à travers des ateliers et autres événements au sein du salon.

Les thèmes « tendances » 2015 sont très prometteurs





pour les participants algériens :



- Produits alimentaires végétariens et vegans
- Produits alimentaires avec des effets particulièrement bons pour la santé
- Produits gourmet et de terroir
- Produits HALAL
- Produits alimentaires BIO
- Ingrédients alimentaires
- Marques de distributeur
- Produits alimentaires issues du commerce équitable

La Chambre Algéro-Allemande de Commerce et d'Industrie (AHK Algérie) vous accompagne étroitement à l'organisation de votre stand individuel et dans toutes les démarches de votre participation en tant qu'exposant : prévisions des frais de participation, location de surface, construction de stand, communication, visa, acheminement des produits, transport et hébergement.

Si vous êtes intéressés à participer à ANUGA 2015 en tant qu'exposant, il est indispensable de vous inscrire le plus tôt possible, afin de réserver un placement sur ce salon référence du domaine de l'agroalimentaire – ils y restent déjà que peu d'espaces libres !

N'hésitez pas à contacter Mme Rebekka Hilz, Chef de Service Promotion des Exportations et des PME de l'AHK Algérie, afin de mettre à votre disposition le formulaire d'inscription, et vous répondre à toute question supplémentaire.

En plus, vous trouvez des informations complémentaires sur le site de l'ANUGA :

<http://www.anuga.de/>



4^{ème} EXPOSITION DE PRODUITS ALIMENTAIRES ET BOISSONS DU PORTUGAL.

25 / 27 Juin 2015

PORTUGAL LISBONNE

EXPOSALÃO BATALHA



intergal

PROFESSIONNEL







Notre organisation invite les importateurs du secteur alimentaire à visiter INTERGAL. Des conditions spéciales sont offertes à nos visiteurs internationaux.

CONTACTEZ- NOUS!
cristina@exposalao.pt










P.O. Box 39, 2441-951 Batalha, Portugal
t. +351 244 769 480
t. +351 244 767 459
e-mail. info@exposalao.pt
www.exposalao.pt



COMPETE
PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE



QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL
2014-2020



UNIAO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

SALON INTERGAL

► Présente les produits alimentaires Portugais



La 4eme édition du salon des produits alimentaires et boissons INTERGAL se tiendra du 25 au 27 juin 2015 à Batalha Portugal, cet évènement a comme principal objectif la dynamisation du secteur agro-alimentaire Portugais dans le marché extérieur.

100 entreprises de référence qui viennent de toutes les régions du Portugal seront présentes avec une grande variété de produits dans l'agroalimentaire tels que les produits laitiers, les céréales, la boulangerie et pâtisserie, la confiserie et confitures traditionnelles, le miel, le surgelé, les conserves, les plats pré-cuisinés, huiles d'olive, vins liqueurs et autres boissons de fabrication portugaise.

INTERGAL est une opportunité unique pour échanger des contacts directs avec les producteurs et les fabricants portugais mais aussi de découvrir le secteur agro-alimentaire de ce pays.

Le Portugal est un producteur avec une grande diversification de produits dans le secteur agro alimentaire et qui possède une grande capacité de production, notre objectif est la promotion de ces produits et des entreprises portugaises à l'échelle internationale mais aussi augmenter les exportations. Souligne Mr José Frazão, directeur de l'organisation d'INTERGAL.

Des conditions exceptionnelles sont offertes á nos visiteurs internationaux (aux responsables d'achats et aux importateurs dans le secteur) tels que les nuitées

d'hôtel *****, le transport (hôtel/salon-salon/hôtel) des repas pendant la visite au salon ainsi qu'un service de traduction.

INTERGAL se tient a EXPOSALAO- Centro de Exposições, na Batalha située au centre du Portugal, a 150 km de la capitale, Lisbonne

Visitez-nous!

Pour plus d'informations contacter :
ExpoSalão – Centro de Exposições
Tel.: + 351 244 769 480

Cristina Pereira - cristina@exposalao.pt



Société Des Emballages Fer Blanc & Futs

Siège social
Route de Baraki - Gué de Constantine
BP 245 Kouba - Alger

Email: embfbfdg@yahoo.fr



Un Label de Qualité



EMB/FBF



EMB/FBF

Usine de KOUBA

Route de Blida, Gué de Constantine - Alger
BP n°93 Kouba Alger
Tél : 021 83 05 43 Fax : 020 38 09 38

Usine D'AZZABA

BP n° 171 Azzaba Skikda
Tél : 030 91 51 30 Fax : 030 91 55 23

Usine de SKIKDA

Zone Industrielle Skikda
Tél : 038 93 17 57 Fax : 038 93 14 34



SUIVEZ LE FIL DE L'ACTUALITÉ



En Janvier
L'ACTUEL publie
son **161^{ème}** numéro



www.actuel-dz.com

Bilan des salons

FRUIT LOGISTICA 2015

► Le plus important événement des professionnels des fruits et légumes enregistre de nouveau des chiffres record

2 750 exposants venus de 83 pays représentent toute la chaîne de valeur du commerce des fruits et légumes – Plus de 60 000 visiteurs professionnels en provenance de 130 pays viennent à Berlin – Le 10^{ème} FRUIT LOGISTICA Innovation Award sera décerné à l'innovation de l'année – La production mondiale de fruits et légumes a atteint 1,8 milliard de tonnes en 2014 – Le Portugal est le pays partenaire officiel.



La FRUIT LOGISTICA, plate-forme de l'innovation: "Spotlight" avec 34 premières présentations mondiales

"Spotlight" paraît pour la première fois à la FRUIT LOGISTICA 2015. Cette vue d'ensemble exclusive des premières et des nouveautés permet aux exposants du salon leader du commerce international des fruits et légumes de présenter, avec des textes et des illustrations, leurs nouveaux produits et services. "Spotlight" s'adresse aux visiteurs professionnels, qui peuvent ainsi planifier leur visite d'une manière encore plus ciblée, mais aussi aux médias à des fins journalistiques. La première édition de "Spotlight" contient déjà 70 contributions dont 34 premières présentations mondiales et 9 premières présentations européennes.

Plein feu sur le Portugal, le pays partenaire officiel du salon

Berlin, 3 février 2015 – Avec 2 750 exposants en provenance de 83 pays, soit 150 exposants de plus que l'année dernière, la FRUIT LOGISTICA 2015, le rendez-vous professionnel du commerce mondial des fruits et légumes, n'a jamais été aussi considérable. 80 pour cent des quelques 60 000 visiteurs professionnels attendus en provenance de 130 pays et 90 pour cent des exposants viennent de l'étranger. La FRUIT LOGISTICA, qui a lieu du 4 au 6 février à Berlin, fait donc partie des salons les plus internationaux du monde.

Dr Christian Göke, président-directeur général de la société Messe Berlin : "Dans le monde, il n'y a guère d'autre salon qui détient une telle position leader incontestée comme c'est le cas de la FRUIT LOGISTICA. Ce sont non seulement les nouveaux chiffres record qui le soulignent mais aussi la position de la FRUIT LOGISTICA en tant qu'importante plate-forme des affaires, de l'innovation et de l'information du secteur des fruits et légumes frais".

Le Portugal, le pays partenaire officiel de la FRUIT LOGISTICA 2015, a annoncé que sa participation au salon n'a jamais été aussi importante. Les principaux exportateurs du pays se présenteront sur les 600 mètres carrés du pavillon portugais. Ce n'est pas seulement pour augmenter sa notoriété que le Portugal veut être présent au salon, mais aussi pour souligner sa position de fournisseur de produits de qualité pour les achats à l'échelle internationale. Le volume des exportations de fruits et de légumes en provenance du pays sud-européen ne cesse de s'accroître. Il a augmenté de 26 pour cent au cours des trois dernières années, pour passer de 780 millions d'euros en 2010 à 983 millions d'euros en 2013. Ces chiffres publiés par Portugal Fresh, l'association des exportateurs de fruits, de légumes et de fleurs, montrent que le pays gagne des parts sur le marché mondial, ce qui est principalement dû aux produits de très grande qualité et aux prix compétitifs. L'année dernière, le Portugal a produit des fruits et légumes

légumes pour une valeur de 2,6 milliards d'euros, un milliard d'euros revenant aux exportations.

La situation du commerce mondial des fruits et légumes

Selon les dernières informations de la société Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbh (AMI), Bonn, la production mondiale a atteint en 2014 environ 970 millions de tonnes de légumes (sans les melons) et près de 820 millions de tonnes de fruits (melons inclus). La production a continuellement augmenté au cours des dernières années, tant du côté des fruits que des légumes.

En 2014, la récolte de fruits de l'UE a totalisé près de 38 millions de tonnes, soit presque autant que l'année précédente. Dans le secteur des légumes, la récolte de 2014 de l'UE a augmenté de près de quatre pour cent par rapport à l'année précédente et atteint environ 63 millions de tonnes.



Après la récolte faible de l'année précédente, la production allemande de fruits a enregistré des quantités de récolte très élevées en 2014. Une forte concurrence à l'intérieur de l'assortiment a provoqué une pression des prix mais aussi des volumes de ventes très élevés. Avec près de 1,4 million de tonnes, on a presque atteint le niveau des récoltes record de 2009/2010. Dans le secteur des pommes, le potentiel de rendement a de nouveau entièrement été utilisé pour la première fois depuis cette saison et a dépassé la marque du million de tonnes. Selon une estimation de l'AMI, la production de légumes a atteint 3,9

millions de tonnes (+ 14 pour cent) en 2014 et donc le meilleur résultat des 25 dernières années.

Les importations allemandes de légumes frais ont vraisemblablement légèrement baissé en 2014 et se sont élevées à près de 3,1 millions de tonnes selon une estimation de l'AMI. Avec 3,2 millions de tonnes, les importations avaient atteint un record en 2013. Les Pays-Bas et l'Espagne sont toujours les plus importants fournisseurs de légumes frais. Les deux pays représentent près de deux tiers de toutes les importations.

En 2014, les importations allemandes de fruits frais ne devaient pas tout à fait atteindre le record de l'année précédente (5,2 millions de tonnes). Ce sont surtout les variétés de fruits des zones tempérées qui ont été moins importées. Dans le secteur des fruits exotiques, la quantité reste presque constante. Ce sont notamment les bananes qui ont bien tenu leur place.

Chaque ménage allemand a acheté 155,7 kilogrammes de fruits et légumes frais.

En 2014, chaque ménage privé allemand a acheté 85,4 kilogrammes de fruits frais, soit près de deux pour cent de moins que l'année précédente, et a pour cela dépensé 153,56 euros, soit près de 5 pour cent de moins. La nette augmentation des prix des fruits frais n'a donc pas continué en 2014. Les pommes, les bananes et les oranges sont les fruits les plus achetés en Allemagne, mais la quantité de pommes et d'oranges a diminué en 2014, tandis que celle des bananes est restée stable. Les raisins ont été les nets perdants, ce qui est dû à la saison pluvieuse en Italie. Les poires occupent une place particulière parmi les rares gagnants des dix premiers fruits frais.

Avec 70,3 kilogrammes par ménage, la consommation de légumes frais a augmenté de près de deux pour cent. Les dépenses effectuées par les consommateurs ont par contre baissé de un pour cent pour passer à 147,76 euros. Les tomates, les carottes et les oignons sont toujours les légumes les plus achetés bien que leur quantité ait légèrement baissé. Les légumes qui ont suivi, à savoir les concombres et les poivrons, ont enregistré de nets taux d'augmentation, mais c'est l'augmentation des asperges qui est la plus élevée. Elles ont profité d'une récolte nationale très abondante.

Le top 10 des fruits et légumes préférés

En ce qui concerne les fruits frais, la quantité achetée par ménage privé en Allemagne s'est présentée selon le classement suivant en 2014 : les pommes (18,5 kilogrammes), les bananes (15,6 kilo-grammes), les oranges (9,3 kilogrammes), les "easy peeler" (6,6 kilo-



LE FROID EST NOTRE MÉTIER



La garantie d'une réfrigération aux normes

De nos jours, la réfrigération des aliments et produits est devenue incontournable pour plusieurs domaines d'activités.

Le procédé de réfrigération garantit la conservation saine des aliments et produits, cette conservation ne peut être aux normes si on ne dispose pas d'évaporateurs répondants aux standards internationaux. Pour cela, la gamme des évaporateurs THERMOFIN est réputée pour répondre aux normes de la réfrigération industrielle et commerciale.



Une technologie dédiée à la production des compresseurs

FRASCOLD est une entreprise d'envergure mondiale, sa technicité et son expérience lui permettent de répondre rapidement aux besoins du marché, en maintenant une amélioration continue des process de production en fabriquant des produits conformément aux normes les plus élevées grâce à des centres de travail informatisés et des lignes entièrement robotisées.

FRASCOLD produit environ 25% de la demande mondiale en matière de compresseurs semi hermétiques.



Cité 181 log. Bât. N°: 07 - B.P. N°: 19 - Larbaa - 09000 Blida - Algérie
Tél. : +213 (0)25 46 72 72 - Fax : +213 (0)25 46 79 20
Email : contact@climatec.dz

www.climatec.dz





Recrutez les meilleurs avec le N°1 du e-Recrutement en Algérie



½ Million de professionnels



Le meilleur rapport qualité/prix



Agréé par l'État / Anem



95% de nos clients satisfaits



Le meilleur de la technologie



Un suivi personnalisé

“ Depuis 2006, nous accompagnons des milliers d'entreprises de divers secteurs d'activités dans l'attraction et le recrutement des talents. Notre engagement est de fournir des prestations de qualité pour trouver les meilleurs candidats dans les plus brefs délais. Emploitic est un organisme de recrutement agréé par l'Etat & l'ANEM ”



grammes), les raisins (4,8 kilogrammes), les fraises (4,4 kilogrammes), les melons (4,4 kilogrammes), les poires (3,2 kilogrammes), les nectarines (3 kilogrammes) et les ananas (2,1 kilogrammes).

En termes d'achat par ménage privé, les légumes frais préférés des Allemands ont été en 2014 : les tomates (11,4 kilogrammes), les carottes (8,3 kilogrammes), les oignons (7,5 kilogrammes), les concombres (7,4 kilogrammes), les poivrons (5,9 kilogrammes), les laitues d'hiver (3,1 kilogrammes), les asperges (2,4 kilogrammes), les choux-fleurs (2 kilogrammes), les poireaux (1,7 kilogramme) et les courgettes (1,7 kilogramme).

Montre la voie : le circuit bio et du convenience frais

Les segments "Bio" et "Convenience frais" ont un fort potentiel de croissance du chiffre d'affaires dans le commerce de détail. L'attrait de ces segments se reflète nettement pendant la FRUIT LOGISTICA : plus de 600 exposants présentent cette année leurs produits bios pendant la FRUIT LOGISTICA. 146 d'entre eux participent au circuit bio avec des produits certifiés. On enregistre également des croissances dans le secteur du convenience frais avec plus de 250 exposants, 50 d'entre eux participant au circuit du Convenience frais.

Le programme parallèle du salon

La première manifestation, le 34e Forum du Frais Fruits et Légumes, aura lieu la veille du salon et sera consacrée à la question "Alimenta-tion 2020 – Que veut le consommateur ?" (mardi 3 février 2015 de 15

à 18 heures 30, hall 7.3a, salle Berlin).

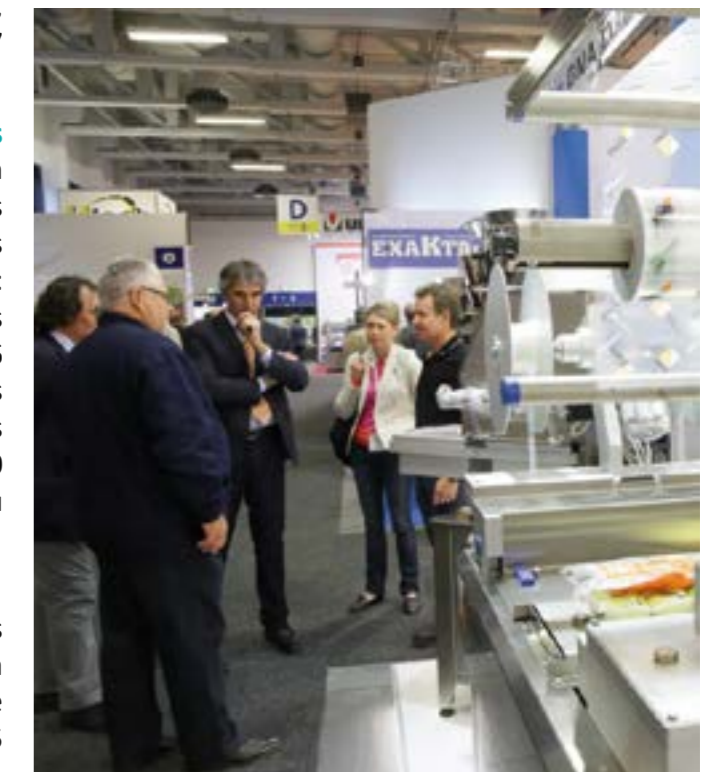
Afin de souligner la grande importance des solutions techniques pour le commerce des fruits et légumes, il y aura pour la première fois un forum exclusif pour le secteur des machines et de la technique à la FRUIT LOGISTICA 2015. Pendant le Tech Stage (hall 7.1c), les exposants de la FRUIT LOGISTICA pourront présenter leurs nouveautés techniques et leurs innovations aux visiteurs professionnels.

Des produits, des projets ou des solutions, qui enrichissent en peu d'années le secteur des fruits et légumes par des innovations ou qui peuvent contribuer d'une manière décisive à l'optimisation le long de la chaîne de valeur, seront présentés au cours de la manifestation Future Lab (hall 21, stand D-09). Les questions actuelles de la branche sont à l'ordre du jour pendant les neuf Forums des Halls (Kleiner Stern) dans lesquels des experts formulent des réponses compétentes.

Toutes les manifestations feront l'objet d'une traduction simultanée en allemand, en anglais, en français, en italien et en espagnol. Les visiteurs professionnels trouveront ici une vue d'ensemble de toutes les manifestations du programme parallèle.

L'innovation de l'année

C'est le fameux "And the winner is..." que l'on entendra le 6 février 2015 lorsque le nom du lauréat du FRUIT LOGISTICA Innovation Award (FLIA) sera annoncé dans le cadre d'une remise du prix. Il est le prix des innovations dans le commerce des fruits et légumes le plus convoité de la branche. Il est décerné pour



rendre hommage aux nouveaux produits et services exceptionnels dans le secteur des fruits et légumes et pour récompenser les innovations qui marquent une véritable révolution pour cette filière. Un jury a sélectionné dix finalistes parmi les nombreux envois. Les visiteurs professionnels de la FRUIT LOGISTICA peuvent voter, au stand FLIA implanté dans le passage situé entre les halls 20 et 21, pour élire leur favori.

Les nominés du FRUIT LOGISTICA Innovation Award 2015 sont (par ordre alphabétique) :

1. Aviv Flowers Packing House Ltd, Israël : "Aurora Seedless Pa-paya" – une variété de petite papaye sans graines
2. Bakker Barendrecht (Member of the UNIVEG Group), Pays-Bas : "DIY fresh packs" – des emballages contenant différents fruits/légumes et des recettes
3. Cabka Group GmbH, Allemagne : "Eye-Catcher" – un système de présentation des cageots de marchandises aux points de vente
4. Atlas Pacific Engineering, Inc., Etats-Unis : "FC 15 Fruit Chunker" – une machine à couper les ananas et les melons
5. Polymer Logistics, Allemagne : "Décor bois - RPC" – des cageots réutilisables au décor bois
6. BelOrta, Belgique : "Lemoncherry" – une variété de tomates cerises jaunes
7. Holfeld Plastics Ltd, Irlande : „Low Carbon rPETeCo“

– un matériau d'emballage composé à 90 pour cent de bouteilles en plastique recyclées

8. Sunforest Co. Ltd., Corée du Sud : "Portable Nondestructive Fruit Quality Meter" – un appareil de mesure mobile pour la garantie de la qualité

9. Regal'in Europe, France : "Regal'in™ Apple" – une nouvelle variété de pomme

10. Hepro GmbH, Allemagne : "UP-8000" – une éplucheuse de légumes longs, tels que les carottes, les concombres et les radis.

Informations pour les visiteurs

La FRUIT LOGISTICA 2015 a lieu du 4 au 6 février de 9 à 18 heures. L'achat de billets en ligne donne lieu à un tarif préférentiel de 27 euros pour le billet valable une journée et de 57 euros pour le billet permanent. Aux guichets, l'entrée coûte 37 euros, le billet permanent 78 euros. Le forfait incluant l'entrée au "34e Forum du Frais Fruits et Légumes" coûte 90 euros. Le catalogue du salon est compris dans le prix du billet, quelle que soit la formule. Des navettes gratuites circulent toutes les 15 et 30 minutes du 4 au 6 février entre 8 et 19 heures et relient les aéroports de Berlin-Tegel et Berlin-Schönefeld au Parc des Expositions (entrées Nord et Sud). Des navettes sont par ailleurs en service entre de nombreux hôtels de la ville et le Parc des Expositions.



*Les fêtes
gourmandes d'Oran
2015*

*La semaine des plaisirs gourmands
DU 9 AU 13 JUIN 2015
AU CENTRE DE CONVENTIONS D'ORAN*

5
JOURS DE GOUR-
MANDISES!



Partenaires Médias



Technologie UVc

KAYSSEN
Solution Hygiène

Cooperative Ennahda 29 B - Birhadem Alger
TEL - FAX : 021 540 669
MOB : 0550 599 999
EMAIL: polehygiene@gmail.com

FOOD SAFETY AND SECURITY
Importation de Produits Equipements
et Consommables D'hygiene Professionnelle

Sous le Haut Patronage de Son Excellence Monsieur le Président de la République



Ministère du Commerce
Société Algérienne des Foires et Exportations



من 27 ماي إلى 1 جوان 2015
Du 27 MAI au 1^{er} JUIN 2015

Diversification Economique pour une Croissance Durable



सम्राज्य अतिथि, भारत



48^e Foire INTERNATIONALE d'Alger

معرض الجزائر الدولي
الثامن و الأربعين

ضيف الشرف
الهند

Formation

ENTRETIEN AVEC M. ANDREAS BAUMANN, DIRECTEUR COMMERCIAL AU SEIN DE L'ESHRA

Lors d'une fin de journée bien ensoleillée pour un mois de février, nous sommes partis à la découverte d'une école qui fait beaucoup parler d'elle depuis la fin de l'année 2014 ; l'École Supérieure d'Hôtellerie et de Restauration d'Alger l'ESHRA. Situé sur la RN 11 à Ain Benian en bord de mer, un cadre exceptionnel pour une école qui propose une formation de haut niveau destiné aux futurs cadres et managers hôteliers. Immersion au sein de L' ESHRA.

Agroligne : Pouvez-vous vous présenter ?

Mr. Andreas BAUMANN

: Je m'appelle Andreas Baumann, je suis de nationalité allemande, mais j'ai vécu une partie de mon enfance en Algérie. Je suis rentré au pays en Mai 2014 pour prendre part à ce fabuleux projet d'école d'hôtellerie où j'occupe le poste de Directeur Commercial et Marketing. J'ai fait mes études au sein de l'école hôtelière de Lausanne pour ensuite travaillé durant plusieurs années dans le Quality Management dans l'hôtellerie internationale. Avant de rentrer en Algérie, j'étais dans une société spécialisée dans le Quality Management à Bangkok.

Pouvez-vous nous présenter l'ESHRA ?

L'ESHRA, l'École Supérieure d'Hôtellerie et de Restauration d'Alger, est une école agréée par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique. Nous dispensons des formations pour l'obtention d'une License en Management Hôtelier sur 3ans ou bien 4ans. Nous suivons le système international Algérien LMD License, Master, Doctorat, c'est-à-dire que l'on peut obtenir son diplôme de



En tant que spécialiste du domaine hôtelier, pouvez-vous nous décrire la situation de l'hôtellerie en Algérie ?

En premier lieu, je dois dire que les potentialités de développement du secteur de l'hôtellerie en Algérie sont énormes ! les gens en Algérie aiment accueillir, ils ont cet esprit d'accueil ancré en eux. Par exemple, lorsque vous allez chez un Algérien (dans sa propre maison)

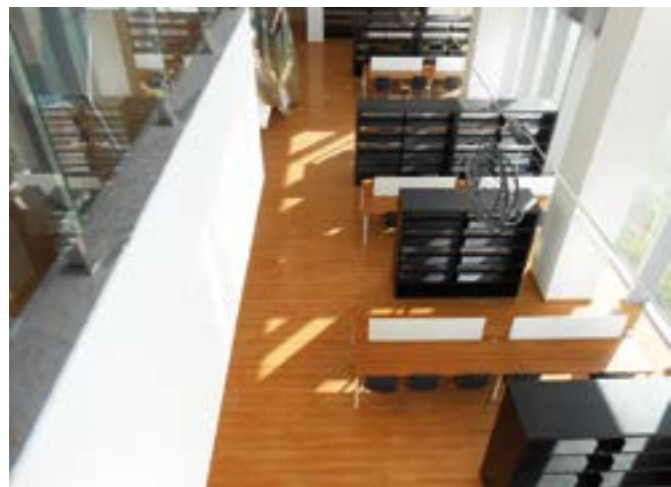
License au bout de 3 ans, cette License est bien évidemment reconnue par l'état algérien. Mais pour avoir le diplôme co-signé par l'école supérieure d'hôtellerie de Lausanne, qui est une référence internationale dans le monde de la formation hôtelière, il faut que l'étudiant ajoute une année à son cursus. Car pour avoir une formation complète en Hôtellerie,

vous êtes très bien accueilli; avec un grand sourire, vous trouvez la table qui est bien dressée, on vous prépare de bons plats. Par contre, le grand défi en Algérie, c'est que les employés ne s'identifient avec l'endroit dans lequel ils travaillent ou bien avec leurs employeurs. Donc ils se laissent aller et ils se laissent faire,

il faut qu'il y ait une alternance entre le côté théorique, les bases et les connaissances nécessaires, et le terrain, là où les connaissances deviennent concrètement opérationnelles.



au lieu d'appliquer ce qu'il y'a lieu de faire comme ils le feraient dans leurs propres maisons. Alors lorsqu'on me dit qu'au niveau du secteur de l'hôtellerie en Algérie il reste beaucoup de choses à faire, je dis que je ne suis pas tout à fait d'accord, car j'ai déjà été reçu et accueilli par des Algériens dans leurs maisons, on m'a très bien accueilli. Il faut tout simplement appliquer cet esprit d'hospitalité déjà existant chez les Algériens en général, et l'appliquer chez les futurs managers et employés des hôtels en particulier dans un endroit qui est leur lieu de travail tout en respectant certains standards.



En parlant de standards, dans le monde de l'hôtellerie il y'a ce qu'on appelle les « SOP » ; Standard Operating Procedures, pour faire simple ce sont l'ensemble des activités/tâches routinières que les employés devront appliquer à la lettre. La spécificité ici en Algérie c'est qu'en général, l'employé a tendance avant de respecter et d'appliquer ces standards de faire les choses à sa manière, alors qu'il faut appliquer ces « SOP » qui sont spécifiques pour chaque type d'hôtel et par la suite, donner éventuellement sa touche personnelle.

Parlez-nous des formations proposées au niveau de votre école ?

Pour un premier temps, nous organisons un cursus universitaire pour l'obtention d'une License en **Gestion Hôtelière et Restauration**, qui est accréditée par le gouvernement Algérien et soutenue académiquement par l'école hôtelière de Lausanne. Il est à noter que l'ESHRA est pionnière en Afrique en termes de collaboration avec l'école hôtelière de Lausanne. Ce cursus est réparti sur plusieurs semestres, comme déjà précisés, afin d'avoir une License il faut faire 3 ans, une 4e année est ajoutée pour que le

diplôme soit signé par l'école de Lausanne. Au niveau des deux premiers semestres ; c'est-à-dire la première année, une initiation est faite pour les étudiants dans le but de comprendre le monde de

l'hôtellerie, par exemple des cours de protocoles internationaux des affaires et du monde de l'hôtellerie et de la restauration sont donnés. Aussi, dès leurs premières années, les étudiants 'passent au fourneau', même s'ils ne seront pas destinés forcément à être serveurs ou cuisiniers, il est nécessaire selon la politique de l'école, de



connaître l'ensemble des facettes du métier. Dès le troisième semestre, le futur manager devra faire un stage au niveau d'une structure ayant une relation avec le monde de l'hôtellerie afin qu'il expérimente et valide ses acquis de la première année sur le terrain. Au fur et à mesure l'étudiant avance dans son cursus, des modules de plus en plus pointus seront proposés afin de développer et d'avoir toutes les capacités nécessaires pour une bonne gestion hôtelière. Donc vous voyez bien qu'il y'a une alternance entre le volet théorique et pratique, c'est ce qu'on appelle la formule **DUAL**.

Comment faire pour rejoindre l'ESHRA et quels sont les avantages ?

Avant que l'étudiant rejoigne l'ESHRA, une sélection doit être faite en fonction de ses prédispositions et surtout de sa motivation à rejoindre le monde de l'hôtellerie, car pour se faire il faut qu'il y'ait un minimum de savoir-faire et savoir-être l'art et la science. Ensuite dès que l'étudiant entame sa formation, il y'a un suivi de son évolution à travers tout au long de son cursus à travers des évaluations régulières.

À l'ESHRA, nous préparons les futurs managers et gestionnaires hôteliers de l'Algérie, et c'est la



National Organism of Monitoring, Inspection and Organization

ENTRPREISE DE CONTROLE TECHNIQUE AGREAGE EXPERTISE MARITIME & CONTROLE NON DESTRUCTIF

Sarl au capital social de 5.000.000,00 DA RC n° 9986596

SÉCURITÉ, RAPIDITÉ, EFFICACITÉ ET IMPARTIALITÉ
C'EST NOTRE PRIORITÉ



Créée en 1998 est une entreprise privée spécialisée dans le contrôle quantitatif et qualitatif des marchandises et équipements. **NORMISO** intervient sur mandat de l'acheteur et/ou du vendeur et ses interventions sont effectuées

aussi bien dans des usines de production et/ou dans les ports d'embarquement ou de débarquement et les sites de stockage.

Les contrôles de conformité des produits et équipements sont réalisés sur la base des contrats contractuels, textes réglementaires, normes nationales ou internationales.

MISSIONS

Contrôle qualitatif des marchandises :

Contrôle organoleptique, physicochimique, technologique, microbiologique, toxicologique de non contamination radioactive.

Contrôle des moyens de manutentions, de transports et de stockage :

Contrôle organoleptique, physicochimique, technologique, microbiologique, toxicologique de non contamination radioactive.

Contrôle de l'emballage :

Nature, qualité, marquage, étiquetage, date de fabrication, date de péremption, etc....

Contrôle quantitatif :

Draft Survey, pesage, volume, dénombrement, dimensionnement, etc.

Surveillance des opérations de chargement et de déchargement :

Pointage des opérations, constat, compte rendu journalier, etc.

Expertise :

Détermination de la nature et cause des avaries et leur estimation dans le cadre des polices d'assurance et des clauses contractuelles.

Délivrance de rapports et certificats :

Qualité, poids, conformité, propreté des cales, existence des produits, dégazage etc.

NOUS INTERVENONS DANS TOUS LES PORTS ALGÉRIENS



Port de Annaba
k.boufah@normiso.com
www.annaba-port.com



Port de Skikda
n.ouraci@normiso.com
www.skikda-port.com



Port de Djendjen
k.boufah@normiso.com
www.djendjen-port.com



Port de Béjaïa
Lourdani@normiso.com



Port d'Algier
www.portalger.com.dz



Port d'Oran Ghazaouet Mostaganem



Port de Ténès
a.bourati@normiso.com

Siège social : Centre des Affaires El-Qods - Chéraga - Niveau 04 étage 08, Bureau 08-18

Email : direction@normiso.com Site : www.normiso.com

Tél. : +213 (21) 341 467 Fax : +213 (21) 341 466



valeur ajoutée de notre école; il n'y a aucune autre école en Algérie qui propose ce type de formation. Ailleurs, c'est-à-dire dans d'autres écoles, ils forment des BTS (des brevets techniciens supérieurs), qui seront destinés à être réceptionnistes, serveurs, cuisiniers, c'est là la différence fondamentale entre les autres écoles. Au niveau de L'ESHRA, nous essayons d'apporter une valeur ajoutée à la formation que nous proposons. En effet, dès lors que l'étudiant intègre l'école il sera suivi jusqu'à la fin et l'obtention de son diplôme ; c'est-ce qu'on appelle un **cycle à vie**.

Est-ce que vous avez un plan ou une stratégie pour faciliter à vos étudiants leurs insertions dans le monde professionnel ?

Nous avons au niveau de l'école le département SIR (Student and Industry Relation) qui est chapeauté par la cellule marketing et commerciale de l'école. Ce département est entre autres chargé des relations avec les organismes et permet de mettre en relation les étudiants avec leurs lieux de stage ou leurs futurs lieux de travail. Il faut savoir aussi que les stages en entreprise ont une durée minimale de 6 mois; le premier stage s'effectue dès le 3esemestre, un autre stage administratif a lieu à partir du 7e semestre.

Aussi, nous avons l'intention d'organiser des rencontres avec les sociétés qui vont venir à notre école pour rencontrer nos étudiants pour d'éventuels recrutements. Un service de carrière sera mis en place afin de faciliter aux nouveaux diplômés à trouver du travail. Les relations doivent être maintenues avec ces étudiants en créant une association des anciens étudiants de l'ESHRA.

travail. Les relations doivent être maintenues avec ces étudiants en créant une association des anciens étudiants de l'ESHRA.

Que peut apporter l'ESHRA pour l'amélioration du secteur de l'hôtellerie en Algérie?

Nous avons des professeurs algériens hautement qualifiés ainsi que des instructeurs étrangers expatriés qui sont là afin d'apporter leurs savoirs et leurs expertises au profit des étudiants pour le développement de leurs capacités et leurs enseignés les métiers de l'hôtellerie.



Au niveau de notre école, nous avons des étudiants qui ont eu leurs bacs à l'étranger, ils apportent une certaine expérience internationale. Bien sûr, je ne veux pas dire par là qu'ils sont mieux qualifiés que ceux qui l'ont eu ici, mais ils apportent cette expérience internationale nécessaire dans le monde de

l'hôtellerie. Nous pouvons qualifier cette situation de 'cadre international à l'Algérienne'. Cette école a été mise en place pour répondre aux besoins ressentis dans le secteur de l'hôtellerie pour le développement du tourisme en Algérie. Notre priorité est de former les futures cadres managers des grands hôtels en Algérie.

Un dernier mot?

Notre slogan : **l'ESHRA LA CLE DE VOTRE RÉUSSIE**, nous essayons de mettre à disposition de nos étudiants toutes les conditions nécessaires pour leurs réussites au niveau de leurs études et aussi dans le monde professionnel. En d'autres termes, nous leur donnons **la clé de la réussite** et c'est ensuite a eux d'utiliser cette clé qui les mènera vers le milieu du travail.

Parlons aussi du propriétaire de ce campus, le SIH (Société d'Investissement Hôtelier) qui a mis en place ce campus extraordinaire, unique en ce genre qui s'étale sur 15ha (9 ha de Bâti). On y retrouve toutes les fonctions d'un hôtel étoilé; c'est donc un cadre idéal pour apprendre le métier de l'hôtellerie et du tourisme. Pour finir, si l'on prend l'école Hôtelière de Lausanne, 50% des diplômés travaillent dans d'autres domaines que l'hôtellerie et la restauration. Ils occupent des postes de responsabilité dans des banques, de grandes entreprises, l'éducation, le consulting ...etc. C'est-à-dire, que les étudiants qui font leurs études à l'ESHRA seront préparés au monde du travail, préparés à occuper tout autre poste dans le management, dans le commerce, le consulting grâce à la formation pluridisciplinaire et de haut niveau qui est dispensé par des professionnels passionnés.



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



SARL LABOREF
Arômes & Parfums
Rue A N°12A, Zone d'Activité les Dunes
Chéraga - 16 002 Alger - Algérie
Tél. : +213 (0) 21 38 13 93 / 96 / 97
+213 (0) 21 38 13 74
+213 (0) 21 38 14 09
Fax : +213 (0) 21 38 13 90 / 80 / 77
info@laboref-dz.com

LABOREF CONSTANTINE
56 Avenue Aouati Mustapha
prolongée Constantine • Algérie
Tél. : +213 (0) 31 93 59 54
Fax : +213 (0) 31 93 59 50
GSM : +213 (0) 6 60 37 86 47
www.laboref-dz.com

PAVILLON CENTRAL
Stand N° 3D085



BWT PERMO TRAITEMENT DES EAUX

VOULEZ-VOUS OPTIMISER LE FONCTIONNEMENT DE VOS INSTALLATIONS ?

ÉCONOMIES D'ÉNERGIE
OPTIMISATION DU CYCLE DE L'EAU
EN PRODUCTION VAPEUR

ÉCONOMIES D'EAU
RECYCLAGE

RÉDUCTION DES IMPACTS
PRODUCTION DE BIOCIDES IN-SITU

RÉDUCTION DES COÛTS
D'EXPLOITATION

PERFORMANCE INNOVATION

Notre expertise associée à une technologie de pointe développée et fabriquée en France, vous assurent la garantie d'une eau optimale tout en limitant vos besoins énergétiques et vos coûts d'exploitation.



CEE
CERTIFICATS
ÉCONOMIE
ÉNERGIE

RÉALISEZ DES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

Découvrez OPTIVAP la solution BWT PERMO pour optimiser le coût d'exploitation de vos installations de production de vapeur.

www.bwtpermo.fr

bwtexport@bwt.fr

For You and Planet Blue.

BWT
BEST WATER TECHNOLOGY