

## Produits de la mer

### Des équipements à haute valeur ajoutée

Le plan Halieutis, lancé en 2009, vise de nouveaux objectifs de développement pour le secteur halieutique à l'horizon 2020. Les industriels ont donc besoin d'innover sur plusieurs paramètres dans le but de gagner en compétitivité et répondre aux nouvelles attentes du consommateur. Pour accompagner cette mutation, les fournisseurs d'équipements innovent à leur tour pour proposer aux acteurs de la filière des solutions toujours plus performantes, que ce soit au niveau de la valorisation des produits et sous-produits, de l'économie de ressources ou de l'amélioration des conditions de travail.



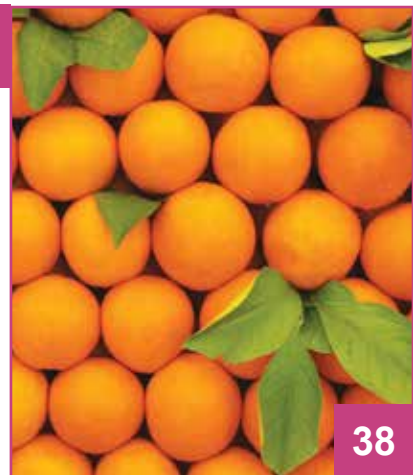
28

## RESSOURCES

### Agrumes

#### Production et valorisation en décalage

Depuis l'entrée en vigueur du contrat-programme signé en 2008 entre l'État et la profession agrumicole dans le cadre du Plan Maroc Vert (PMV), la filière des agrumes marocains s'est bien développée. Le secteur joue un rôle socio-économique important. Néanmoins, il génère de l'inquiétude compte tenu de sa valorisation limitée face à l'accélération des niveaux de production.



38

## MARCHÉS

### Afrique du Sud

#### Un marché encore peu exploré

À l'autre extrémité du continent africain, l'Afrique du Sud est le pays de tous les contrastes. Caractérisée par des inégalités sociales et une économie à double vitesse, la « nation arc-en-ciel » fait pourtant preuve de dynamisme dans les secteurs de l'agroalimentaire et de la distribution moderne. Les exportations marocaines, timides pour l'instant, pourraient avoir une carte à jouer en surfant sur l'image culinaire positive du Maroc. Mais la concurrence locale est rude !



44

## L'ENTREPRISE DU MOIS

### Ojo Industries

#### Dans les coulisses de la nouvelle boisson gazeuse

Une nouvelle marque, Laïko, arrive sur le marché marocain des boissons gazeuses. Créée en 2016, Ojo Industries, spécialisée dans la production et la commercialisation de boissons gazeuses, veut se frayer un chemin dans un secteur où la concurrence est ardue. Sous la marque Laïko, 9 parfums avec 4 formats ont vu le jour. Découvrons cette nouvelle entreprise qui propose des prix discounts sur des boissons de qualité !



52



Adel AMOR

Directeur de publication

## L'INTERVIEW

3 Ilham Bennis,  
Directrice Générale de la BritCham

5 Editorial

## 6 Agenda

## L'ACTU

8 Maroc  
18 Monde  
20 Tableau de bord

## SALON

22 SIVAL  
24 SIAM

## PROCESS

40 Nouveautés : Solutions Fournisseurs

## QUALITÉ

42 Lutte contre les nuisibles (1<sup>ère</sup> partie)

## MARCHÉS

48 Lancements Maroc  
50 Lancements Monde  
51 Tendances Monde

## 56 FOOD Mondain

## 58 Délices d'initiés

55 Bulletin d'abonnement

## « Le Diable se cache dans les détails »

L'esprit humain est ainsi fait qu'à chaque rendez-vous important, tel qu'un salon par exemple, en l'occurrence Halieutis pour l'occasion, nous nous sentons obligés de faire un bilan de la situation sectorielle et de nous demander ce que nous pourrions améliorer dans ce que nous faisons au vu des besoins de développement criants de notre pays !

La question n'est guère aisée vu les générations de politiciens et de technocrates qu'elle a usées, sans que nous parvenions à changer radicalement de rythme de croissance. De grands Plans à de grandes Stratégies en passant par des milliards engloutis sans effets notables sur la population, terme que nous utilisons ici pour désigner à la fois les consommateurs et la force de travail (les emplois), notre développement est étriqué et ne parvient à satisfaire personne.

Au cours de la réalisation de cette édition, nous nous sommes aperçus que le développement des technologies et la mondialisation des marchés sont plus subis comme des fatalités que comme des opportunités et que les combats d'arrière-garde pour la défense des positions acquises occultaient les vraies opportunités qui attendent les entrepreneurs « agressifs » ou tout simplement proactifs.

Le focus du mois consacré aux équipements à haute valeur ajoutée destinés à l'industrie des produits de la mer et notre article sur les agrumes illustrent assez bien les problématiques décrites plus hauts.

Espérons donc que nos décideurs, dans leur immense mansuétude, daignent abandonner les cieus dans lesquels ils vivent et acceptent de descendre de leur piédestal pour s'occuper des vrais problèmes qui empoisonnent le quotidien de nos entrepreneurs. Cela peut aller d'un banal document administratif à un horaire mal adapté... Soyons ambitieux, soyons simple : le Diable se cache dans les détails Messieurs Dames !

Le Maroc bénéficie d'une image positive et est perçu d'une manière favorable par une grande majorité des consommateurs de différents pays, comme le souligne notre article sur le marché sud-africain. L'investissement aussi s'y porte bien et notre rubrique « Entreprise du mois » est consacrée à une jeune entreprise qui vient bousculer le statu quo dans lequel s'est installé le marché marocain des boissons.

Je vous souhaite donc une bonne lecture et je donne rendez-vous à Dubaï à tous ceux qui comptent visiter le Gulfood.