

ECONOMIE

L'Agroalimentaire dans les pays du Maghreb L'Algérie, un marché à investir

**Opportunités
d'affaires**



Interview



**Mme Olivia Milan,
Directrice du Salon
DJAZAGRO**

Invité du mois

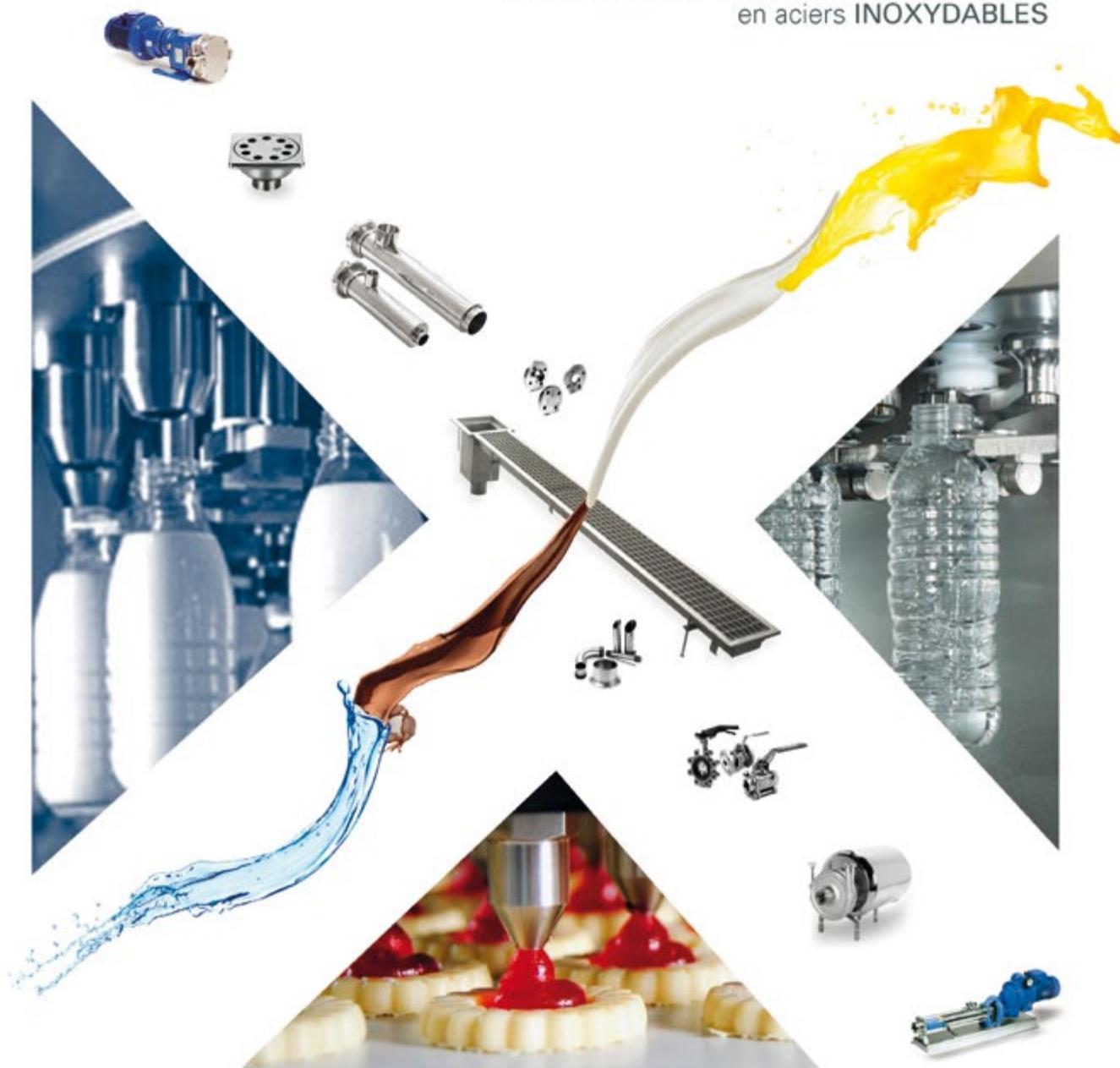


**M. Olivier FRAISSE
Directeur Général de
B&S Maghreb /
Partenaire exclusif de
SIDEL Algérie et Maroc**



Tout pour la production nationale

Depuis 1998, INVEST INOX accompagne l'industrie agro-alimentaire nationale en apportant des solutions en gestion des fluides avec le montage et la fourniture des équipements en aciers INOXYDABLES



www.investinox.com



Siège: Coopérative EL NASR Lot. N° 95 - Les Vergers - Birkhadem - Alger; E-mail: contact@investinox.com
Showroom et dépôt: Autoroute de Blida face à AFAK Birkhadem - Aïn Naadja Sud - G.D.C. - Alger; Tél. : +213 (0)23 45 08 90/91 - Fax : +213 (0)23 45 08 87

Un secteur demandeur en amont et en aval

Terres agricoles fertiles, eaux de surface mobilisables, l'Algérie a tous les atouts nécessaires pour redevenir le grand pays agricole qui alimentait les marchés des villes Européennes en primeurs, fruits et légumes. S'il est vrai que l'agriculture actuelle ne pèse pas plus de 11% dans la balance économique du pays, qu'elle participe avec moins de 20% à la satisfaction de la consommation locale, le reste c'est-à-dire le plus gros, est importé aussi bien pour la consommation que pour les besoins de l'industrie agroalimentaire, il n'en demeure pas moins qu'elle est considérée par les pouvoirs publics comme la locomotive devant remplacer les hydrocarbures. Pour ce faire, des programmes de développement sont élaborés dès l'année 2000 avec pour finalités l'augmentation des produits de grande consommation, l'amélioration des rendements et surtout réussir une meilleure interactivité entre la production agricole, c'est-à-dire l'amont et la transformation, l'aval.

C'est cette interactivité qui est le moteur qui donnera à l'agroalimentaire un souffle et lui permettra de participer à hauteur de 50 à 60% du total du chiffre d'affaire des industries nationales hors hydrocarbures, au lieu des 40% actuels. Quand on sait que seulement 30% de la production agricole est intégrée dans la transformation, l'on comprend l'urgence de pallier à une faiblesse qui pénalise cette industrie.

Une industrie qui réalise de belles prouesses malgré cette insuffisance, et réussit même à se trouver dans des pays de la méditerranée et de l'Afrique. Le secteur est appelé à donner toujours plus de valeur ajoutée au pays. Des résultats commencent à voir le jour et les capitaux investis dans l'amont agricole ne sont pas vains puisque certaines filières arrivent à dégager des surplus pour alimenter l'aval. Agrumes, production laitière, viandes blanches et même fruits et légumes, réalisent des excédents et nécessitent des espaces pour être stockés correctement. C'est pour cette raison que la réalisation de chambres froides s'est multipliée ces derniers temps.

Cette dynamique imprimée au secteur de l'agroalimentaire encourage les investisseurs nationaux à développer certaines filières comme le jus de fruits, transformation des céréales, transformation du lait, le développement y est remarquable. Constatant cette dynamique et les opportunités d'affaires qu'elle engendre, des investisseurs étrangers, Arabes, Espagnols, Français... nouent des partenariats et créent des projets porteurs. C'est que le marché est demandeur. Les opportunités à l'amont et à l'aval, sont très grandes.

E.Cherif

Invité du mois

8. M. Olivier FRAISSE, Directeur Général de B&S Maghreb / Partenaire exclusif de SIDEL Algérie et Maroc

Economie

- 5. L'Agroalimentaire dans les pays du Maghreb, un développement appréciable
- 9. L'Algérie, un marché à investir
- 11. Le marché de l'Agroalimentaire en Algérie
- 13. Une infrastructure de base prometteuse
- 14. Ils ont investi en Algérie : ● Arôme d'Algérie
- 17. ● IECCO emballage
- 21. ● Mixel agitateurs / Esarom
- 22. ● Huile Essentielle d'Algérie
- 23. ● Giaretta
- 24. ● Les talents Italiens

Interview

- 38. Mme. OLMA MILAN, Directrice du salon Djazagro
- 58. M. ŁUKASZ HOŁUBOWSKI, Président de l'Agence du marché agricole ARR Pologne

Les exposants se présentent

- 40. AROMPLUS
- 41. BARAKATS INOX - REPI
- 44. RH INDUSTRIE
- 45. INVEST INOX
- 48. HIGHPACK

Quiz

- 54. BLUEGREEN BUSINESS
- 55. GROUPE KHEIDRI
- 57. INFOR -FACCO

Publi-reportage

- 34. NGAOUES
- 42. HISPANO ALGERIENNE DE L'ALIMENTATION HAAL
- 46. GRANDE VINAIGRERIE CONSTANTINOISE GVC
- 50. LAITERIE NUMIDIA, Groupe GIPLAIT
- 72. BELCOL

Bilan

- 62. SIMA PARIS
- 65. M.A.D.E

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

Editeur :
E.Cherif

Directeur de la publication :
E.Cherif

Rédaction-Information :
F.Sheriff / K.Bouziane

Coordination internationale :
Fara Sheriff

Information-Promotion :
H.iskounen / H.mokdes / R.chouit /
Y.chekouche /

Maquette & mise en page :
Athmane YACEF
anothervision-dz.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



joktal

جوكتال

Fabrication de Seaux en Plastique

La **Solution** pratique
Pour vos emballages
plastique



Contact

Joktal S.A.R.L

Zi Arbal BP.07 - DZ - 31140 Oued Tiélat - Oran

Tél: 041 18 79 45/46/47 Mobile: 0561 67 43 39 / 05 61 81 89 41

Fax : +213 (0) 41 18 79 39 Mail : info@joktal.com

L'Agroalimentaire dans les pays du Maghreb

Un développement appréciable



Même si chacun des pays du Maghreb a sa propre particularité socio-économique, il n'en demeure pas moins que l'industrie agroalimentaire, est le secteur le plus important pour les économies de ces pays voisins. La contribution de cette industrie à la production nationale varie d'un pays à l'autre, elle représente 9,5% du PIB en Tunisie, 13% en Algérie et 15,6% au Maroc. C'est aussi un secteur pourvoyeur d'emplois. En 2015, il employait 15% de la population active en Tunisie, 23% en Algérie et 40% au Maroc.

Plusieurs facteurs contribuent à l'essor de ce secteur à savoir, la croissance démographique, la hausse de la demande en aliments transformés, des capacités de production améliorées et aussi des revenus par habitants plus élevés et l'exigence croissante de qualité nutritionnelle. D'une

manière générale les politiques Gouvernementales de ces pays encouragent le développement de l'agriculture qui va de pair avec l'industrie de l'agroalimentaire, par l'intermédiaire de subventions et d'investissements, avec pour finalité, d'améliorer les infrastructures et la productivité.

Part du PIB, et emplois par pays

Pays	Part du PIB	Emplois
Algérie	13%	23%
Maroc	15,6%	40%
Tunisie	9,5%	15%

Au Maroc



Grâce au plan vert, le secteur bénéficie d'une nouvelle vague d'investissements et d'emplois. Ces cinq dernières années, le taux de croissance du secteur agricole a atteint 9,3%. Aussi, l'objectif de doubler le taux du PIB à l'horizon 2020, ne semble pas impossible. Mais, il reste que le secteur de

la transformation est encore peu développé et ne dépasse pas 13%. Le reste est valorisé en frais. Retard technologique, faiblesses dans l'innovation, sous-qualification de la main d'œuvre font que les besoins en équipements et également en expertise sont nécessaires pour son développement.

En Tunisie



L'agroalimentaire est parmi les premières activités industrielles du pays. Les potentialités y sont importantes et concernent plusieurs produits comme la datte, l'huile d'olive, les agrumes, fruits et légumes et lait. L'information, la formation, l'innovation technologique sont les besoins exprimés par les

acteurs du secteur. La pêche est une activité d'une importance certaine en Tunisie. Elle représente 11% du PIB et emploie 100 000 personnes dont 60 000 de manière directe, c'est dire qu'elle est la troisième richesse du pays. 15% de la production de la pêche est exportée.

En Algérie



L'industrie de l'agroalimentaire est la deuxième après celle de l'énergie et, réalise un chiffre d'affaires de plus de 40% du total des industries hors hydrocarbures. L'appui à cette industrie se fait à travers « la Politique de Renouveau Agricole », lancée en 2008 et qui s'étendra jusqu'en 2025, et « le plan de développement

des industries agroalimentaires » lancé en 2010. Ce plan se base sur le renforcement des capacités humaines et l'assistance technique aux producteurs afin d'encourager les filières prioritaires et développer les zones difficiles comme les montagnes, les steppes et le Sahara.

Sidel

Fi Dzaïr

FLEXIBILITÉ DE LA LIGNE
Un des plus grands nombre de configurations dans l'industrie

EFFICACITÉ DE PRODUCTION
Productivité optimum et changement de formats rapides

**PROVEN
POSSIBILITIES**

INTEGRITÉ DU PRODUIT
Plus grande sécurité et qualité du produit

RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION
Bouteilles plus légères et une opportunité d'économie

Entretien réalisé avec M. Olivier FRAISSE

Directeur Général de B&S Maghreb / Partenaire exclusif de SIDEL Algérie et Maroc

Agroligne : Lorsqu'on parle de SIDEL, on ne peut passer devant une expérience de plus de 165 ans au service de l'industrie des boissons ! Parlez-nous un peu du parcours de ce géant mondial et de ses activités ?

M. Olivier Fraisse: L'aventure du plastique, SIDEL l'a entamée en 1961. Alors filiale du verrier St-GOBAIN, l'entreprise se met à cette date à souffler ses premières bouteilles en plastique, du PVC, pour le compte des huiles LESIEUR. Mais c'est en 1981 avec l'adoption du PET que SIDEL va vraiment décoller sur ce métier et devenir « La Référence » du soufflage dans le monde.

En 2003, le groupe TETRA LAVAL (emballage carton et briques aseptiques TETRA PAK) rachète SIDEL pour devenir le 1er Groupe Mondial dans l'emballage de produits alimentaires liquides. En 2005, SIDEL est fusionné avec SIMONAZZI/ Italie (remplisseuses et équipements de conditionnement pour liquides en bouteilles verre et boîtes métalliques / canettes) permettant ainsi à SIDEL d'offrir des lignes complètes à ses clients.



M. Olivier FRAISSE

Quels sont les équipements que vous proposez, notamment ceux qui ont révolutionné l'industrie des boissons ?

La liste est longue...très longue car SIDEL a été un pionnier dans le PET. Je ne citerais que les innovations les plus importantes :

- **1962** : 1^{ères} bouteille plastique PVC / PEHD
- **1980** : 1^{ères} bouteilles PET et souffleuse rotative SBO pour boissons carbonates
- **1997** : 1^{ères} bouteilles PET et COMBI (Souffleuse/remplisseuse/Bouchonneuse) tout-en-un pour l'eau minérale
- **1999** : ACTIS- technologie d'avant-garde permettant l'enrobage intérieur des bouteilles (marche de la Bière)
- **2006** : PREDIS – technologie aseptique de décontamination sèche des préformes
- **2009** : 1^{ères} bouteilles PET aseptique pour le lait UHT
- **2013** : MATRIX – dernière génération de solutions d'emballage modulaires.

Nous allons aussi présenter plusieurs innovations majeures qui seront exposées au plus grand salon mondial de l'agro-alimentaire DRINKTEC à Munich en Septembre 2017.

Vous avez inauguré votre bureau à Alger récemment, va-t-il couvrir tout le marché maghrébin ?

Le bureau d'Alger qui a été inauguré le 14 Février 2017 en présence de très nombreux acteurs du marché algérien couvrira l'Algérie et le Maroc dans un premier temps. Nous aurons une antenne à Casablanca qui ouvrira prochainement. La majorité de nos techniciens sera basée en Algérie pour la simple raison que c'est ici que se trouve notre plus importante base installée (plus de 250 souffleuses / remplisseuses et étiqueteuses). Le but étant de nous rapprocher de nos clients et donc de leur apporter un meilleur service sans avoir à faire appel en permanence à nos ressources extérieures. Un gain de temps, de disponibilité, de devises et donc une meilleure rentabilité pour nos partenaires.

Nous proposerons aussi un stock de pièces de rechanges local d'ici la fin de l'année 2017. Nous espérons ainsi maintenir la confiance de nos clients existants et bien sûr gagner de nouveaux acteurs.

Quelles sont vos projets à moyen et long terme ?

Le marché Maghrébin est très dynamique et nous avons de plus en plus de demandes pour des lignes dites « aseptiques » permettant au client de conditionner et de transporter dans des emballages PET des produits sans conservateurs et hors chaîne de froid...que ce soit pour des jus, des boissons isotoniques, des thés ou des produits laitiers (lait, yaourts à boire...).

SIDEL - avec son système PREDIS (décontamination sèche des préformes) - est très en avance dans ce domaine et nous souhaitons pouvoir apporter à nos clients toute notre expertise de Leader Mondial dans ce domaine.

Cela va dans le sens d'offrir au consommateur Maghrébin des produits plus sains et plus naturels dans des emballages attractifs.

L'Algérie, un marché à investir

11% du PIB. C'est le poids de l'agriculture dans la balance économique du pays. Le poids est bien léger en comparaison des richesses que possède l'Algérie et, qui lui permettent d'ouvrir de grandes perspectives de développement pour ce secteur. Avec ses terres fertiles et son climat généreux, l'Algérie pourvoyait les villes Européennes en fruits et légumes d'une qualité avérée. Quand il neigeait en Europe, les plus beaux fruits et légumes poussaient dans cette terre nourricière. Agrumes, dattes, figes sèches, raisins, abricots, légumes frais... achalandaient les étals des marchés. « Produit en Algérie » était alors une certification que les clients cherchaient particulièrement.

La terre qui jadis produisait ces merveilles est elle incapable d'en produire de même aujourd'hui ? Il est certain que la mauvaise gestion, la vétusté des systèmes d'irrigation, l'avancée du béton sur les terres agricoles y sont pour beaucoup dans le recul de l'agriculture. La bonne nouvelle c'est que des plans sont mis en place pour permettre au secteur agricole de reprendre la place qui était la sienne.

Elle était le grenier de l'Europe

Grâce à un climat généreux et des plaines fertiles, l'Algérie était pendant de nombreuses années, le grenier qui pourvoyait les pays de l'Europe en blé dur mais, aussi en fruits et légumes frais, toutes les saisons de l'année. Chaque jour, les cargos de l'air y déposaient les primeurs en fruits et légumes.

En 1852, un recensement dans la région de Blida fait ressortir qu'il existait 170 hectares d'orangers et 22 300 arbres. Cela signifie que Blida était déjà célèbre bien avant cette date pour ses « orangeries ». En plus des agrumes, l'Algérie était aussi un grand producteur de céréales.

En 1928, l'Algérie a exporté 1 867 484 quintaux de blé vers la France et 68 314 quintaux vers d'autres pays Européens. Pomme de terre, artichauts, haricots verts, tomates, abricots, oranges... étaient déchargés quotidiennement dans les aéroports des villes de l'Europe.

Durant les années 1947-1948, 900 000 quintaux d'agrumes, 200 000 quintaux de dattes, 377 000 de figes sèches, sont exportés vers la France. Durant le printemps de l'année 1948, 700 000 quintaux de pommes de terre nouvelles, sont déchargés dans les ports Français. Pendant toute l'année, il fut comptabilisé une quantité de 2 millions de quintaux de fruits et légumes frais.

En 1958, les agrumes d'Algérie constituaient 10% du taux des exportations vers les villes Européennes et détenaient la deuxième place après le vin qui était le produit clé sans rival. Ensuite venaient les lièges et les tabacs.



L'Algérie, aujourd'hui

Le choix de présenter le marché Algérien d'une manière plus exhaustive n'est pas fortuit. Il s'impose du fait de son importance et surtout de la volonté de le développer, affichée par les pouvoirs publics, visant à la fois à augmenter le nombre d'entreprises, elles sont actuellement au nombre de 17 000 dans le secteur de l'agroalimentaire, et surtout à moderniser l'outil de production et la gestion des entreprises. Car, en dépit de quelques entreprises leaders dont le niveau est aux normes internationales, le reste des producteurs manquent souvent d'innovation, de savoir-faire et de mise à niveau. L'expertise et le savoir-faire du partenariat seront d'un grand apport pour ce secteur.



Malgré son développement, le secteur de l'agroalimentaire est encore loin de répondre aux besoins du marché intérieur. L'Algérie importe encore la moitié de ses besoins en matières agricoles de base. Les besoins exprimés par la croissance démographique assurent à ce marché un développement encore plus important.

Il y a près de vingt ans, les opérations de privatisations ont donné un nouveau souffle à des secteurs de l'agroalimentaire qui n'arrivaient pas à décoller. Aujourd'hui, cette industrie est considérée comme l'un des principaux moteurs du retour à la croissance. Depuis l'avènement de la grande distribution, le secteur amorce une vraie mutation. L'agriculture, qui sert de base pour l'industrie agroalimentaire, dispose pour sa part de potentialités très significatives. Depuis l'année 2000, un plan de développement agricole est mis en place.

Avec pour but de diversifier les cultures et de les intensifier principalement les céréalicultures, l'oléiculture, l'arboriculture, les cultures maraîchères, la viticulture et la production animale.

Dés l'année 2008, ce plan devient « **la politique du renouveau agricole** » et, préconise en plus du développement des filières prioritaires, d'aller dans les zones difficiles.

Le plan quinquennal 2015-2019 assure la continuité puisqu'il propose d'augmenter les surfaces irriguées d'un million d'hectares supplémentaires, d'encourager l'oléiculture à travers l'augmentation de la surface plantée en olivier jusqu'à atteindre un million d'hectares, de même qu'il préconise le développement des infrastructures de régulation qui sont les chambres froides et les silos.

« **Le plan national d'appui aux industries agroalimentaires** », élaboré par le ministère de l'industrie et celui de l'agriculture et du développement rural, et lancé en 2010, avait misé sur l'amélioration de la compétitivité des entreprises du secteur afin de créer plus de richesses et de l'emploi. Mais, également sur l'accroissement du chiffre d'affaires de ces entreprises.

Cette tendance à l'expansion et au développement fait de l'agroalimentaire un marché porteur.

Le Marché de l'Agroalimentaire en Algérie

Le marché de l'agroalimentaire en Algérie recèle un grand potentiel de développement, principalement dans les filières céréales, les produits laitiers, les corps gras, le raffinage du sucre, la conserverie, ainsi que les eaux minérales. Innovation, compétitivité et mise à niveau sont les objectifs que l'industrie de l'agroalimentaire voudrait atteindre.

Malgré cette volonté, il reste que le secteur de l'agroalimentaire en Algérie est en manque de compétitivité et rencontre des difficultés d'ordre technique, et aussi managériales. Ces difficultés pourraient être résolues par la modernisation des équipements et aussi par le transfert du savoir-faire étranger.

Deux grandes filières caractérisent les industries agroalimentaires

Secteur des céréales : les entreprises activant dans ce secteur se divisent en deux parties, d'abord celles produisant des pâtes alimentaires et du couscous. Dans leur majorité, elles ont une gestion moderne. Outil de production et qualité de management répondent aux normes Européennes. Certaines de ces entreprises font même dans l'exportation surtout

Secteur des eaux et boissons : l'on comptabilise au moins 700 entreprises activant dans cette filière mais, seulement une trentaine dont l'importance est avérée. Quelques unes sont leader et détiennent des parts de marché importantes. Les producteurs des eaux et boisson sont regroupés dans une association, L'APAB, et ont créé en 2015 « le cluster de

vers des pays Africains, l'autre partie est constituée d'entreprises artisanales spécialisées dans les produits de base. Il s'agit de boulangers traditionnels et de biscuiteries artisanales. La boulangerie industrielle est peu développée. La première boulangerie de ce genre est celle de Benamor qui a démarré avec une capacité de 150 tonnes de pain par jour.

la boisson ». Le marché est presque entièrement entre les mains du privé. La filière souffre de la concurrence de l'informel qui affiche des prix très bas. Ce qui empêche les autres producteurs d'augmenter leurs prix pour compenser la hausse des prix des inputs. La boisson alcoolisée est fabriquée localement. Les importations ne sont pas très importantes.



Brique carton aseptique Caliz. Conçue pour produits iconiques.

Cette nouvelle forme attrayante est conçue pour aller à l'encontre des changements d'un segment de marché qui desire un emballage supérieur et fonctionnel pour les exigences d'aujourd'hui et les tendances de demain.

Grâce à sa forme particulière Caliz représente la meilleure solution pour se distinguer dans les rayons.

D'autres filières amorcent des développements remarquables



Secteur laitier : en plus des 15 entreprises du groupe public GIPLAIT, un groupe qui modernise ses usines, l'on retrouve plus d'une centaine d'entreprises privées dont la taille varie, il en existe de grandes mais aussi d'autres plus petites. La production est parfois dominée par des groupes industriels comme c'est le cas

pour le yaourt ou le fromage. Afin d'offrir aux consommateurs des produits fabriqués à partir de lait frais, la création d'entreprises pour la fabrication du yaourt, des desserts, lait UHT et fromages est de plus en plus remarquée. Se lancer dans la production locale du lait en poudre est un projet envisagé par le Gouvernement.



Huile et corps gras : le secteur exige des investissements lourds. Il est dominé par quelques grands producteurs à savoir, CEVITAL, Safia, AFIA Algérie et la Belle. Pour sa part, la production de l'huile d'olive est en nette progression. La filière est partagée entre plusieurs dizaines

de producteurs. Certaines de ces huiles, dont la qualité est appréciée, ont réussi à se placer sur le marché Européen. La production de la margarine doit son essor à la demande des consommateurs qui la préfèrent au beurre.



Les conserves de fruits et légumes : une filière qui se développe à une bonne allure. Elle comprend la transformation industrielle pour fabriquer le concentré de tomate, produit qui était essentiellement importé il y a quelques années. Mais, également confitures, compotes

et salades. Cette activité dépend fortement de la production agricole et de la transformation. Pour cette raison, les concentrés pour boisson sont en majorité importés. Le secteur qui se développe et se modernise, exprime un grand besoin en équipements et intrants divers.



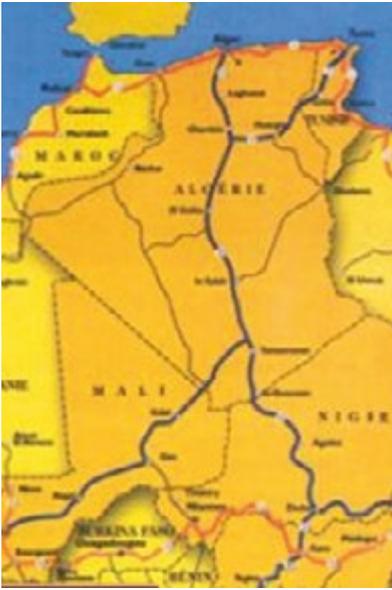
Les surgelés : au départ, l'on ne retrouvait que les produits de base mais, cette filière se développe très bien et comprend actuellement toute une gamme de produits importés qu'ils soient

importés ou fabriqués localement par l'entreprise ALITECH/DIDO. Pizzas, quiches, Boureks, frites, croquettes, steaks hachés, boulettes, lasagnes, moussaka, pâtes fourrées.

Les producteurs les plus en vue, par secteur d'activité

Secteur productif	Entreprises
La filière céréales	Groupe public ERIAD, SIM, Metidji, Amor Benamor, Moula, Sosemie, Amour, la Belle, Chikhouné ...
Eaux et Boissons	Castel, Frital, Hamoud Boualem, NCA Rouiba, Vitajus, Ifri, ABC Pepsi, N'Gaous, Toudja, La Belle ...
Huile et corps Gras	Cevital, COGB La Belle, Entreprise publique Cogral, Bellat, Almag, Mateg ...
Produits laitiers	Groupe public GIPLAIT, Soummam, Danone, Hodna, Trèfle, Tchén Lait.
Conserves fruits et légumes	Conserveries Benamor, conserveries Amour, conserveries SIM, Complexe industriel agroalimentaire Izdihar ...
Raffinage de sucre	Cevital, Cristal Union, Groupe Berrahal ...

Une infrastructure de base prometteuse



L'extension des capacités des routes entamées depuis l'année 2000, est un gros chantier inscrit dans le cadre de l'aménagement du territoire qui vise à moderniser ces routes et faire de l'Algérie un moteur économique sur le continent. Ainsi de la réalisation de **la route Transsaharienne** qui, une fois



achevée en 2018, sera la plate-forme idéale pour toutes les exportations vers l'Afrique. Avec ses 9500 kilomètres de routes reliant six pays Africains, elle assurera la promotion des échanges entre les pays de l'Afrique ne disposant pas de façade maritime et l'Europe.

Le développement de la base infrastructurelle va de pair avec l'extension des routes. Dans cette optique, le développement de l'infrastructure portuaire mérite d'être mis en évidence.

En effet, avec 11 ports commerciaux et 3 ports pétroliers, l'Algérie consent de grands efforts pour intégrer la communauté de la méditerranée.

En plus des ports de **Djendjen** et celui d'**Oran** dont les capacités sont intéressantes, un nouveau port sera réalisé à Cherchell dans la région d'**El Hamdania**. En fait il est question d'un mégaprojet dont la capacité de traitement sera de plus de 6 millions de conteneurs et 23 millions de tonnes de marchandises à l'horizon 2025. Il sera le plus gros port de la méditerranée et un passage pour le transport des marchandises de l'Europe vers les pays Africains et de ces derniers vers les autres continents en passant par la transsaharienne. Il reliera l'Algérie à l'Afrique, l'Asie du sud et les Amériques.



Ils ont investi en Algérie

Les opérateurs économiques Algériens savent pertinemment qu'il n'y a pas de miracles dans la conduite d'un business et que pour durer sur le marché, il faut être « présent » et répondre aux besoins des consommateurs. Ainsi, pour le gérant d'**arômes d'Algérie**, le secret réside dans la recherche et la diversification des arômes selon les préférés dans

chaque région du pays pour fidéliser ainsi les clients. Pour l'**entreprise IECO**, spécialisée dans l'industrie des emballages, il était question 'abord de la mise à niveau de son système industriel puis mettre sur le marché des produits de qualité compétitive. Les deux opérateurs ont en commun la volonté d'aller toujours de l'avant à travers l'innovation.



« IL FAUT FAIRE CONFIANCE AUX PRODUITS ALGERIENS »

L'entreprise existe depuis plus de quarante ans et, est leader dans le domaine de la fabrication des arômes et essences. Investir dans la recherche et la diversité des goûts selon chaque région lui a permis d'être présente dans les quatre coins du pays. Cette dynamique dans la production a aussi facilité sa démarche vers l'international. Dans cet entretien, Abdelwahab Ziani, directeur d'arômes Algérie, nous

explique le choix de sa famille d'investir dans les arômes, nous raconte son expérience dans l'export mais aussi, le projet de la fabrication de compounds avec des fruits Algériens, destinés pour le marché Algérien de la boisson. Grâce à ce projet, l'entreprise compte, d'ici l'année 2018, investir 30 000 tonnes dans la production des compounds (préparation des fruits)



M. Abdelwahab ZIANI, Directeur d'Arômes d'Algérie

Agroligne : Arômes d'Algérie, qui fait partie du groupe Ziani, est connue pour la fabrication des essences...depuis combien d'années êtes-vous sur le marché et pourquoi avoir choisi les arômes précisément ?

Abdelwahab Ziani : Arômes d'Algérie est une entreprise familiale qui existe depuis plus de quarante ans sur le marché. Elle a été créée en 1970 puis transformée en SARL en 1978. Nous sommes spécialisés dans les produits aromatiques, les saveurs et les goûts. Actuellement, nous sommes leaders dans le domaine des boissons gazeuses, plates et jus de fruits en Algérie. Notre vocation est d'être très proche du client.

Pour cette raison nous faisons de l'adaptation par région, en ce qui concerne le goût. Connaître les meilleures saveurs de chaque région est important. Nous sommes l'un des rares pays à chercher la saveur par région. Dans l'est par exemple, l'on préfère plus l'amertume et ce qui est acide. A l'ouest c'est la douceur, par exemple l'orange douce sans acidité. Pour la région du centre, il est recherché tout ce qui est piquant et gazéifié. Le sud se rapproche un peu de l'ouest. C'est aussi la douceur qui est recherchée. Dans cette diversité, Arômes d'Algérie a su s'adapter à toutes les régions. On exporte aussi plusieurs produits vers les pays Africains et, là aussi

il est question de goûts. Par exemple, l'amertume n'est pas au goût des Africains. Il y a aussi l'odeur et l'effet de couleur. IL est connu que c'est la couleur qui attire le plus.

Nous travaillons beaucoup pour développer tous ces aspects. Pour cela, nous avons deux laboratoires internes, et quatre laboratoires pour la recherche et le développement. Nous sommes le deuxième pays africain à faire de la recherche adaptée pour n'importe quel produit, qu'il soit médicament, boisson, ou même cosmétique.

Ce qui nous a amené à choisir les arômes est que mon défunt père était le premier fabricant de gaufrette sur le continent Africain entre les années 50 et 60. Nous utilisons alors les essences et nous étions souvent tributaires des importations. Alors nous avons commencé à fabriquer les arômes pour nous, dans un petit laboratoire, Puis c'est devenu une branche du groupe. Nous sommes le premier producteur d'arômes en Algérie.

Peut-on avoir une idée plus précise sur les produits que vous fabriquez, et donc par la même occasion les clients avec lesquels vous êtes en relation ?

Nous avons une multitude de produits comme les émulsions et les arômes qui sont destinées aux boissons. Nous avons aussi le segment yaourt, glaces. Des produits qui sont destinés à la confiserie et la biscuiterie ainsi que pour le segment pharmaceutique. Nous avons également des produits très spécifiques ayant un rapport avec la cosmétique, surtout quand cette dernière utilise des produits naturels. C'est pour cette raison que nous faisons beaucoup de recherche et de développement.

Comment se porte le marché de la matière première en Algérie. Autrement dit, que présente t-il comme avantages et aussi comme inconvénients ?

Quand on parle de matières premières, le sujet est très vaste. Mais, si l'on considère que les matières premières aromatiques c'est nous, le marché se porte très mal. Aujourd'hui, il est vrai que nous avons créé une association des producteurs d'arômes, qui est le consortium Algérien de fabricants d'arômes, il regroupe six ou sept entreprises qui produisent les arômes en Algérie. Nous nous sommes réunis pour défendre notre marché parce que, pendant les deux dernières décennies, les institutions Algériennes n'ont pas défendu le secteur aromatique.

La méconnaissance de ces institutions de ce marché a fait que les droits de douanes ont été baissés à 5% parce que ces produits sont considérés comme étant

de la matière première.

Nous, fabricants d'arômes avons fait de la résistance pour ne pas disparaître. Je ne vois pas pourquoi un revendeur étranger s'installe ici pour vendre des arômes et profiter de la taxe de 5%.

Cela a perturbé le marché. Mais, nous sommes en train d'essayer de changer la donne, c'est quand même un marché de 300 et 400 millions d'Euros par an, tous produits confondus, et, s'il n'est pas protégé, nous serons toujours importateurs de chômage et exportateurs de travail pour les autres. Nous fournissons de la matière première pour beaucoup d'entreprises et, avons même des clients qui s'approvisionnent chez nous depuis quarante ans, alors si nous baissons les bras, toutes ces entreprises seront à la merci des importations.

Vous avez une longue expérience dans l'exportation des arômes notamment vers les pays Africains, pouvez vous nous en parler ?

Nous sommes dans l'export depuis les années 1990, d'abord vers l'Europe comme l'Ukraine, la Biélorussie et la France. Depuis 2007, nous avons commencé à exporter vers l'Afrique avec un premier échantillon avec le Sénégal.

Malgré tout ce que l'on raconte sur la bureaucratie Algérienne, Arômes d'Algérie a réussi ses opérations d'export. Bien sur maintenant l'état nous aide à aller vers l'international, ce qui n'était pas le cas dans le passé. Il n'y avait aucun outil d'accompagnement de l'entreprise qui ne devait compter sur elle-même, ce qui heureusement n'est plus le cas aujourd'hui. Notre fierté c'est d'emmener avec nous des entreprises Algériennes et leur montrer le chemin de l'exportation. En 2016 à Dakar, nous avons emmené des entreprises affiliées à la CIPA pour qu'elles puissent prendre la température de chaque pays. On l'a fait aussi en 2015. C'est ce qui fait grandir la famille des exportateurs. On était à moins de 300, on est passés à 700. Je suis aussi affilié à l'Anexal, de façon à faire la promotion de l'entreprise Algérienne.

Un travail a été fait par les autorités pour faciliter l'export à commencer par le délai de rapatriement des devises qui est passé de 185 à 365 jours. En fait nous n'avons aucun intérêt à être rémunérés dans une année mais, s'il y a une faille, l'entreprise dispose de 365 jours pour y remédier. Je tiens à expliquer ce détail car, beaucoup l'ont mal interprété. C'est un délai de rapatriement où vous n'êtes pas mis en demeure par la banque d'Algérie.

Nous avons aussi revendiqué l'ouverture d'une banque publique Algérienne dans un pays Africain pour mettre en confiance les fournisseurs et les clients localement installés.

Nous avons demandé également la création d'un



guichet unique. A travers mes passages à la radio et la télévision, j'explique que l'acte d'exporter est facile. Aussi, avec l'ANEXAL, nous préparons une formation du chef d'entreprise à l'export. Il sera formé par des chefs d'entreprise ayant déjà fait dans l'export. En deuxième étape, ce seront les cadres de l'entreprise qui bénéficieront de la formation de cadres commerciaux spécialisés à l'export. Pour le moment, les institutions comme l'Anexal, Algex, CAGEX... sont là mais, pour les questions d'ordre pratiques, vous ne devez compter que sur vous-même.

La certification est-elle obligatoire pour pouvoir exporter en Afrique ou dans une autre partie du monde ?

Tout à l'heure, nous avons parlé de goûts, de gustatifs...la norme commence là. Il s'agit de connaître la population du pays où vous exportez. Avant d'exporter un arôme nous devons connaître son application. Sera-t-il utilisé dans la boisson, dans le chewing-gum, dans une boisson énergétique, dans un shampoing ? Bien sur, celui qui achète chez vous, vous demande des certificats de conformité et de qualité. Et, c'est comme ça que vous allez vers la certification.

Une entreprise qui exporte a d'abord vendu son produit sur le marché national. Les exigences de qualité dépendent de l'entreprise contactée. Beaucoup d'entreprises Algériennes sont certifiées BPF, bonnes pratiques de fabrication. Cette distinction est basée sur l'hygiène et la traçabilité des ingrédients et de la matière première. C'est-à-dire connaître leur origine avec précision. Le BPF permet d'être certifié par l'acheteur qui doit contrôler tout ce que l'entreprise fait. Il a un droit de regard sur tout le processus de production. Ainsi, chaque produit analysé est automatiquement certifié. La réglementation Algérienne préconise les bonnes pratiques de fabrication. D'où ce produit vient ? Comment a-t-il été fabriqué et stocké ? Dans quelles conditions

s'est effectué son transport ? Certains pays sont très exigeants mais, ce n'est pas les services de douanes qui le sont, c'est l'entreprise qui vous achète votre produit qui peut vous demander la certification. Les douanes demandent le certificat d'origine du produit.

Quelles sont les perspectives de développement du groupe ?

Depuis 2015 Arômes d'Algérie est sur un gros projet qui consiste à réaliser des compounds qui sont des mélanges de fruits cueillis dans nos vergers, par nos fellahs. Tomates, oranges, abricots, utilisés traditionnellement pour la fabrication de confitures et, très peu pour les boissons. Nous avons découvert qu'il y avait plus de 30 000 tonnes de ces produits importés de l'étranger. C'est pour cette raison qu'on s'est lancés dans ce challenge. Nous achetons des fruits dans les conserveries et nous réalisons les mélanges pour avoir les saveurs. Nous avons choisi la méthode aseptique qui n'a pas recours à la chaîne de froid. Le produit peut être stocké dans son emballage pendant deux ans, pourvu qu'il ne soit pas exposé au soleil. Nous avons beaucoup à faire pour reconquérir le marché. Au départ nous avons dimensionné l'usine pour 3000 tonnes, aujourd'hui, nous sommes en investissement pour 20 000 tonnes. A l'horizon 2018, nous espérons que tous les fruits orphelins, c'est-à-dire mal formés, soient transformés chez nous en compound. C'est un marché énorme et, nous pensons investir jusqu'à 30 000 tonnes/an entre 2017 et 2018. Nous comptons même faire du troc de fruits avec des pays Africains. Par exemple, nous avons beaucoup d'oranges mais pas de mangue. Pour cela, nous avons demandé à la banque d'Algérie de remettre dans les incoterms des importations le troc. Quand j'ai exporté vers la Russie, je l'ai fait dans le cadre du troc. Cela permet de partager les richesses. A la fin, je voudrais dire qu'il faut faire confiance aux produits Algériens, sinon nous serons toujours tributaires de l'importation.



صناعة أغلفة الورق المموج
INDUSTRIE DES EMBALLAGES EN CARTON ONDULÉ



La Sarl IECO – Emballages, industrie des emballages en carton ondulé, existe depuis 1996, elle a emboîté le pas à sa devancière et société mère, la Sarl SIFEC, activant dans le même créneau depuis 1976.

IECO, bénéficie donc d'un capital expérience cumulée depuis plus de quatre 4 décennies,

plaçant ainsi le Groupe SIFEC – IECO parmi les pionniers de cette industrie en Algérie. Rapidement, IECO – Emballages, est montée en cadence notamment à la faveur d'un important programme d'investissement, engagé en 2012 et clôturé en 2014.

Agroligne : Quelle est votre vision sur les marchés Algériens et Maghrébins ?

En effet, avec l'ouverture du marché, IECO était obligée de mettre son système industriel à niveau non seulement pour améliorer le rendement mais surtout pour mettre sur le marché un produit de qualité compétitive. Autrement dit, IECO s'est préparée à évoluer désormais dans un environnement de plus en plus ouvert et concurrentiel et ne peut compter pour réussir, que sur la capacité compétitive de ses produits et leur performance commerciale.

l'Algérie a un avantage de proximité. Cependant, IECO considère ces pays comme des clients à développement prioritaires mais seulement après le marché national.

Quelles sont vos stratégies sur ces marchés ?

IECO, s'emploie à améliorer ses méthodes d'approche du marché national en développant de nouvelles stratégies de fidélisation de sa clientèle. Il est certain que l'exportation ne constitue pas, du moins pour le moment, une priorité dans sa stratégie de développement et, même si elle n'éprouve pas aujourd'hui le besoin de pénétrer les marchés extérieurs, il n'en demeure pas moins que l'internationalisation de son activité n'est pas perdue de vue. Pour le marché de proximité à savoir les pays du Maghreb, le besoin est considérable et



Entretien réalisé avec M. AOUG Faiz,
Responsable Marketing et Communication

ZONE INDUSTRIELLE SITE 2 OULED YAICH
BLIDA 09100

Tél : +213 25 26 90 50/55 / +213 26 92 94/95

Fax : +213 25 26 92 91 / +231 25 26 92 87

E-mail : contact@ieco-dz.com

**Fabrication Installation Montage
et Service après-vente**

NOS ACTIVITES

Bifecta possède une large expérience dans la fabrication de silos, cuves et citernes de différents types, aussi, Bifecta propose son savoir-faire dans la construction de réservoirs sur site, ce service spécifique répond aux demandes et applications spécifiques et effectué dans les normes internationales.

Bifecta assure la prestation de montage et installations industrielles, et l'isolation thermique des lignes production.

Bifecta fournit et installe les bâtiments métalliques autoportants.

SECTEURS

Lait et dérivées, Huiles et Corps Gras, Boissons et eau minérale, Vinification, Cosmétiques (Shampooing, Dentifrices, Crèmes de beauté,...), Hydraulique, Pharmaceutique et Chimique.

Bifecta fête ses 30 ans
Fabrication de
plus de 20000
cuves et citernes
en inox pour ses clients



ISO 9001 : 2008
Management
System
Valid until 2018-09-14

www.tuv.com
ID 9105016914

NOS VALEURS

- ✓ La satisfaction des clients,
- ✓ Une Meilleure qualité des produits,
- ✓ Développement technologique systématique,
- ✓ Innovations,
- ✓ Optimisation maximale de nos procédés.
- ✓ La Formation continue de notre personnel



Siège : cité des frères Abbas Lot N° 12 Dar El Beida – Alger-

Usine : Zone de Stockage Route de Senia N° 4 Oran

Tél : +(213)(0) 23 81 35 72 / Fax : +(213)(0) 23 81 35 72

Mob : 0770 970 910 / 0552 169 526

Site web : www.bifectaalgerie.dz, E mail : contact@bifectaalgerie.dz

*Il viennent de France, d'Autriche et d'Italie et ont choisi d'investir en Algérie.
Leur motivation ? Chacun explique la sienne comme il la sent.*

mixel
agitateurs



L'Algérie est riche dans le domaine industriel



M. Philippe Eyrau,
Directeur de Mixel Agitateurs

La société Mixel agitateurs, existe depuis 1969, année de sa création. Elle est spécialisée dans les systèmes d'agitation et de mélange, c'est-à-dire la fabrication des multiples agitateurs. Trois grands secteurs réalisent le plus gros du chiffre d'affaires de l'entreprise. Il s'agit de l'environnement avec 25%, la chimie 25% et

la pharmacie 25%. Le reste concerne les domaines de l'agroalimentaire, la cosmétique et le nucléaire. L'entreprise est riche de compétences multiples et complémentaires ce qui fait qu'elle a à son actif 45 000 agitateurs installés dans le monde. Elle dispose de deux sites de production, l'un à Lyon en France et l'autre à Pékin, en Chine. Mixel est présente

sur les marchés du Maghreb, de l'Europe et l'Europe de l'est. Certains de ses marchés sont choisis et expressément ciblés tandis qu'une grande partie qui se fait par opportunités. En plus de ses clients réguliers, il en aussi qui ont recours aux conseils de l'entreprise. L'ensemble des experts Mixel se mobilise pour proposer le matériel en adéquation technique et économique avec le secteur d'activité, et répond aux demandes spécifiques des industries de process, que ce soit dans l'agroalimentaire, le traitement des eaux, chimiques, les cosmétiques, les labos pharmaceutiques, la peinture et le papier, la fabrication se fait selon les normes exigées et dans un système de management de la qualité ISO9001.

Pourquoi l'Algérie ?

Pour Mixel, l'Algérie est le pays le plus riche dans le domaine industriel, son ensemble d'experts permet à la société d'améliorer son expertise et de contribuer au développement.



Nous soutenons nos partenaires Algériens



Michael S. TOUMA
Directeur Régional de MENA
(Middle East North Africa)

Esarom est une entreprise familiale, reconnue bien au delà des frontières de l'Autriche comme l'un des leaders mondiaux en ingrédients, arômes et solutions gustatives à destination des industriels des boissons et de l'agroalimentaire.

Vers l'avenir, dans le respect de la tradition.

Esarom existe depuis 1946. Être une entreprise

établie signifie être capable de s'appuyer sur son expérience. C'est avec cette expérience que nous avançons confiants vers l'avenir. esarom gmbh est

un groupe autonome et indépendant, agissant à l'international avec une vision durable et à long terme.

Quel est le climat d'affaires sur le marché algérien ?

Nous préférons parler de partenaires plutôt que de clients. Et nous préférons également être considérés comme partenaires plutôt que comme fournisseurs. esarom se considère comme étant un maillon de votre équipe, comme un service externalisé qui vous permet de vous concentrer sur les compétences de base de votre entreprise. Un grand nombre d'entreprises d'envergure nationale et internationale font partie de nos clients et en 2017 nous nous voyons aussi en train de supporter avec tous nos moyens nos partenaires algériens.



HEA
Huile Essentielle d'Algérie



HEA Huile Essentielle d'Algérie produit des Huiles Essentielles en Algérie pour les exporter dans le monde entier. Nous travaillons dans plusieurs Wilaya. Nous réalisons en même temps le contact client en Europe et la prospection de sites en Algérie. Nous faisons

Agroligne : Pourquoi avoir choisi l'Algérie ?

M. François Volle : D'abord parce que le pourtour méditerranéen est très favorable pour ce type de production. Lavande en France, Romarin et Eucalyptus en Espagne, menthe poivrée au Maroc, Romarin en Tunisie. Seule l'Algérie ne tire pas son épingle du jeu à ce jour alors que le potentiel est énorme. Dans les années 1930 l'Algérie était mondialement connue pour la production de ses huiles essentielles. La production s'est éteinte dans les années 70-80 avec l'arrivée de la concurrence mondiale.

Quelle est la place de l'Algérie sur le marché mondial ?

Le marché mondial est de 64 milliards de Dollars, et l'Algérie a exporté 7000 Dollars en 2015. C'est insignifiant pour un pays de cette taille avec ce potentiel agronomique. Paradoxalement les producteurs sont quasiment à l'arrêt car ils ont un problème de débouché, ils n'ont pas la notion des tarifs internationaux pratiqués par le Pakistan, la Chine, l'Indonésie ou le Brésil. Le marché Algérien existe mais il n'est pas structuré, les producteurs et les consommateurs ne se sont pas encore identifiés ou mis d'accord sur les prix de vente !

La seule chose qui manque à l'échelle du pays c'est un outil d'analyse de laboratoire pour les pesticides (environ 500 000€). Le consortium de la filière créé à l'initiative de Mr Allalou et sous l'impulsion d'ALGEX sera bientôt en mesure de faire des préconisations pour accompagner le développement de la filière.

Bonne nouvelle, elles ne sont pas couteuses à l'échelle du pays !

Quelles sont les particularités de ce marché ?

Les huiles essentielles sont un marché mondialement concurrentiel. Le produit se stocke et se transporte facilement. Cela a un impact à la baisse sur les cours mondiaux. Pour qu'un alambic soit amorti il doit fonctionner 12H par jour 8 mois par an ! Au delà de cette

aussi du négoce pour aider ceux qui ont investi dans du matériel de distillation à exporter. Nos clients sont dans la parfumerie, les cosmétiques, l'aromathérapie et les répulsifs d'insecte. Le tout en Bio certifié.



M. François Volle, Directeur d'Huile Essentielle d'Algérie

notion de prix de revient les clients internationaux ont des exigences de régularité dans la production de molécules, de certification BIO et de traçabilité qui sont techniques et qui nécessitent d'intégrer le savoir faire. C'est ce que propose de faire HEA avec ses partenaires Algériens. Ce métier est passionnant car il intègre la botanique, l'agriculture, la transformation et l'export.

Cueillette ou culture ?

Chaque situation doit faire l'objet d'une étude avec analyse d'échantillons et calcul de prix de revient que nous réalisons. La culture doit être certifiée BIO, et la cueillette doit faire l'objet d'une autorisation du service des forêts avec qui nous travaillons afin que les espèces exploitées ne soient pas mises en danger.

Où en êtes-vous dans votre développement ?

Nous sommes dans la phase de concrétisation avec les premiers partenaires Algériens. Je rencontre des gens passionnés, passionnants et ambitieux ! Grâce à ces partenariats les huiles essentielles Algériennes vont faire leur révolution sur le marché mondial inchaallah !



Giaretta Italia est une entreprise italienne spécialisée dans la réalisation de sols antiacides destinés à l'Industrie et particulièrement à l'Industrie Agroalimentaire dans chacun de

ses secteurs. Elle est présente avec succès depuis presque 40 ans sur le marché national et étranger, ainsi que dans les pays du Maghreb depuis près de 15 ans.



*Forte de sa longue expérience, elle se distingue pour avoir conçu son propre **Système de Sol antiacide**, étudiant et employant des pièces spéciales fabriquées selon ses propres spécificités, des systèmes de drainages en acier inox innovants et certifiés HACCP, des accessoires, des colles et des résines à l'avant-garde. Son organisation et ses équipes spécialisées lui permettent d'assister ses clients dans chaque phase du projet, grand ou petit qui soit, à partir de l'étude technique jusqu'à l'installation Clé en Main et la garantie.*

Agroligne : Quelles sont les équipements destinés au marché maghrébin ?

Giaretta Italia entend fournir produits et solutions sur mesure en matière de revêtements et préciser son système de sol antiacide constitué d'un sol flottant, sur chape comprenant des additifs caractérisés par une résistance mécanique élevée, muni d'inclinaison pour empêcher la stagnation des liquides, des adhésifs d'ancrage résistants aux liquides organiques et des carreaux spéciaux, appropriés pour une utilisation alimentaire dans la norme européenne ; ainsi que des pièces spéciales, éléments de protections en résine renforcée et/ou en acier inox ; installations de drainage en acier inox certifiés HACCP.

L'ensemble répondant aux exigences et aux normes sévères des établissements de Production Alimentaire à savoir : hygiène (le Système possède en outre des propriétés antibactériennes et antifongiques), facilité de nettoyage, sécurité, durabilité, résistance au trafic lourd, aux agents acides, chimiques et thermiques.

Quelles sont vos stratégies sur ces marchés ?

Giaretta Italia a satisfait de grands et petits noms de l'Industrie alimentaire nationale et étrangère, offrant toujours travail, services et produits de qualité supérieure. Elle aspire à développer ultérieurement sa présence sur les marchés du Maghreb et contribuer, grâce à sa remarquable connaissance en matière, à résoudre les nécessités et les problématiques si délicates des lieux de travail des aliments. Ceci fournissant aux entrepreneurs de ce vaste secteur, des revêtements ciblés, surtout son Système de Sol, qui respecte toutes normes hygiéniques, de sécurité et de résistance ; et offrant à ses clients un service professionnel complet clé en main qui les dégagent de tous problèmes de coordinations des équipes d'installation.

Viale Europa 28 - 36020 Pove del Grappa (VI) ITALY
Tel : +39 0424 80 83 41 - Fax : +39 0424 80 87 55
www.giarettaitalia.it / welcome@giarettaitalia.it
Responsable commercial pour l'Algérie :
M. Alberto Giaretta,
Portable : +213 561 337 245 / +39 335 210 370

QUELQUES UNES DE NOS DERNIÈRES RÉFÉRENCES:





CLIMAT DES AFFAIRES EN ALGÉRIE Plus d'efficacité pour lutter contre la crise

Depuis qu'une principale source financière algérienne a déclaré que **L'ÈRE DU PRIX AU BARIL à 100 \$ est FINIE**, L'Algérie n'a pas eu d'autre solution que de changer sa politique, étant donné que la baisse du pétrole a changé les équilibres. Le pays, qui avait fondé son économie sur les revenus de l'énergie, est en train de s'adapter à cette nouvelle réalité.

Une dure réalité qui cherche, en tout cas, à maintenir élevé le niveau des investissements, mais qui n'est pas toujours en mesure de résoudre le problème de la vitesse de l'apprentissage

Mais quel est le vrai visage de l'algérie ?

De l'extérieur, tout semble intéressant et dynamique, mais en même temps dangereux et cela à cause de la mauvaise communication des médias dans le transfert de la réalité à l'intérieur du pays. Les Algériens voyagent beaucoup, ils donnent de la valeur à leurs entreprises en visitant les salons internationaux. Ils aiment être mis à jour en particulier en ce qui concerne les équipements et les machines et ils font des achats importants.

La technologie est-elle, toutefois, suffisante pour assurer un bon résultat final ? Est-ce le seul levier en mesure de résister aux défis du marché ?

Parfois, si confronté avec les pays étrangers, il n'y a pas de comparaison possible. On assiste à la montée soudaine de nouveaux empires dans notre secteur, celui de l'emballage, et cela est très positif.

Pour aider à surmonter les problèmes qui se posent inévitablement, des bons formateurs, qui ne conseillent pas nécessairement les voyes les plus faciles, sont nécessaires pour CREER DU NOUVEAU. Si la vitesse a la priorité sur tout, elle n'apporte que des résultats médiocres. La crise met l'accent sur les détails et se distinguer des autres devient VITAL. LA CONNAISSANCE deviendra le premier point de croissance réelle en Algérie et il faut aider les entreprises à reconnaître cette valeur. Parler de FORMATION ciblée aux clients aide les entreprises à créer un environnement de CONFIANCE. Notre groupe de travail

du personnel interne et de la connaissance des principes d'efficacité de la production bien connus dans le vieux continent qui a déjà vécu cette TRANSFORMATION.

LE RENFORCEMENT DES PROCESSUS INTERNES DE QUALITÉ, visant à la réalisation de performances plus élevées, est quelque chose de déjà mis en œuvre dans les grandes entreprises algériennes, alors que les petites et moyennes entreprises ont encore du mal à le faire. Les Italiens voient l'Algérie comme la porte d'entrée en AFRIQUE.

a vu de grands avantages à se concentrer sur ces initiatives.

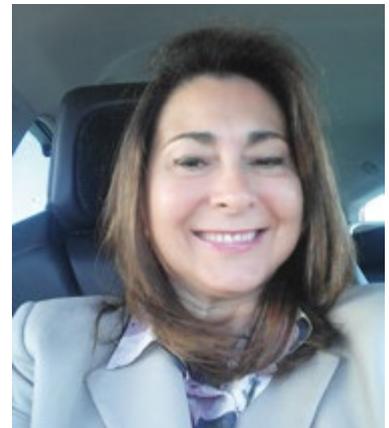
Pour affronter le marché intérieur

Voulant investir sur le territoire algérien, on est retenus par la loi de la majorité et par le sentiment que qui fournit son savoir-faire en Algérie n'est pas traité de la même manière que les investisseurs. La préparation des documents pour la douane exige bien des connaissances pour être toujours à la hauteur de la situation, mais tout cela fait partie de ce monde.

Il faut du courage et de la volonté pour faire face aux défis de ce marché généreux. Cela nous a fait plaisir d'établir des relations humaines dans un monde aussi différent, d'être avec des personnes qui nous ont ouvert leurs portes et permis de commencer notre aventure dans un monde parfois frénétique, qui exige des compétences qualifiées et la bonne MÉTHODE pour pouvoir GAGNER. Sándor Márai disait : une vie est vide et plate sans des rencontres qui la bouleversent.

Voilà pourquoi notre défi s'appelle Algérie.

Un sincère merci à toutes les personnes, aux algériens qui nous ont aidé



M^{me} Laura Teresa Venturati,
Responsable Marketing



Certification et qualité

Les démarches de certification sont plus nombreuses. Elles concernent les viandes fraîches, la production laitière surtout pour le lait en UHT en briques même si le lait en sachet connaît une progression.

Le consommateur cherche de plus en plus les produits de qualité même s'ils sont plus chers. Dans cette optique, l'association des producteurs Algériens de boissons a initié un label «**buvez tranquilles**». Les produits portant cette marque sont certifiés. Beaucoup d'opérateurs dans l'agroalimentaire visent la certification HACPP qui touche à la sécurité des produits alimentaires ainsi que l'ISO 22 000.

D'abord pour pouvoir exporter leurs produits mais, aussi pour rassurer le consommateur local. Le jumelage Algéro-Européen pour la valorisation du secteur agricole, a permis d'avoir des appellations comme la dattes **DEGLET Nour de Tolga**, la figue **de Béni Maouche** et les olives **de SIG**, qui sont une garantie de qualité. Ce désir d'être aux normes s'explique par le fait que beaucoup de jeunes ayant fait des études à l'étranger, appliquent ce savoir pour développer des entreprises familiales ou en créer de nouvelles dont la gestion est moderne.

Consortiums des industries agroalimentaires



Le consortium d'exportations en Industries agroalimentaires IAA, a été créé en Février 2012, à l'initiative du Ministère de l'industrie et des mines, en collaboration avec l'Organisation des Nations-Unies pour le développement industriel et l'Ambassade de France en Algérie, comme partenaire financier. Début 2013, un autre consortium, Algérien Agro Céréales a vu le jour. Il concerne surtout les entreprises activant dans la production de pâtes et de farine.

Toujours en 2013, un autre regroupement est né. Il s'agit de huit entreprises spécialisées dans la transformation de viandes, de poissons et de produits laitiers GIPA. A travers ces regroupements, il est question de renforcer les capacités de production des entreprises Algériennes, et leur permettre d'atteindre des niveaux de standards mondiaux.



Mutualiser les efforts et les ressources des entreprises membres de ces regroupements, est un autre objectif surtout que ces dernières espèrent conquérir des marchés à l'international. La mise à niveau est essentielle pour y arriver. Les industries agroalimentaires en Algérie se développent d'une manière satisfaisante.

Elles sont la deuxième industrie du pays après celle de l'énergie. Le lancement du plan national d'Appui aux Industries Agroalimentaires, prouve tout l'intérêt d'un secteur très porteur et à fort potentiel de développement.



Avantages accordés par la loi 2016, pour la promotion de l'investissement

La loi 2016/09 du 03 Août 2016, prévoit des avantages aux investisseurs aussi bien nationaux qu'étrangers. En plus des incitations fiscales, parafiscales et douanières, les projets éligibles bénéficient **en phase de réalisation** :

- D'exonération de droits de douanes pour les biens importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- D'une franchise de la TVA pour les biens et services importés ou acquis localement entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux et de la taxe de publicité foncière, pour les acquisitions immobilières dans le cadre de l'investissement.
- Exemption des droits d'enregistrement, de la taxe de publicité foncière et de la rémunération domaniale pour la concession des biens bâtis et non bâtis destinés à la réalisation de projets d'investissements. Ces avantages s'appliquent pour la durée minimale de la concession consentie.
- Abattement de 90% sur le montant de la redevance locative annuelle fixée par les services des domaines pendant la période de réalisation de l'investissement.
- Exonération de la taxe foncière sur les propriétés immobilières entrant dans le cadre de l'investissement, pour une période de dix ans, à compter de la date d'acquisition.
- Exonération des droits d'enregistrement frappant les actes constitutifs de sociétés et les augmentations de capital.

En phase d'exploitation : après constat d'entrée en exploitation établi sur la base d'un procès verbal, par les services fiscaux, l'investisseur bénéficie sur une période de trois ans des avantages qui sont :

- Exonérations de l'impôt sur le bénéfice des sociétés IBS.
- Exonérations de la taxe sur l'activité TAP.
- Abattement de 50% sur le montant de la redevance locative annuelle fixée par les services des domaines.

Pour plus de détails, il est possible de consulter :

- Le site web de la chambre Algérienne de commerce et d'industrie : www.caci.com.dz
Dans la rubrique « Invest –Algérie », on retrouve tous les textes de base de L'investissement ainsi que la réglementation spécifique aux secteurs d'activités.

- Le site web de l'agence nationale de développement des investissements ANDI : www.andi.dz, on y retrouve, entre autres, une présentation de l'Algérie, ainsi qu'une monographie par wilayas, les raisons d'investir, comment faire pour investir en Algérie, le cadre juridique, le dispositif de soutien, ainsi que d'autres informations utiles.

INTER GLASS

Distribution de l'emballage en verre et accessoires pour les produits
Agro-alimentaires, Pharmaceutiques, cosmétiques.
Création et conception de Moules

Le monde en verre

Accessoires

Pharmaceutique et Parapharmaceutique

Bouteilles de boissons et jus

Cosmétique

Bocaux

SARL INTER GLASS
Cité du lycée, Lot n°B163, Rouiba, Alger, Tél / Fax : 021 81 15 39
Mob. : 06 61 65 17 54 / 05 61 66 67 70 / 05 50 97 71 77 / 05 50 97 71 61 / 05 55 07 90 96
E-mail : contact@interglass-dz.com / interglass.dz@gmail.com
Site web : www.interglass-dz.com

Point de vente Alger
Tél./Fax : 021 81 90 92
Mob : 0550 97 71 70

REDA

Food Processing Plants

Plus de trente ans des solutions innovantes
dans l'industrie agroalimentaire



Une présence déjà consolidé en Algérie
avec des références de qualité



Nous sommes présents au salon



DJAZAGRO

LE SALON PROFESSIONNEL DE LA
PRODUCTION AGROALIMENTAIRE

10-13 AVRIL 2017

Palais des Expositions SAFEX - Alger-Algérie

HALL 1, PAVILLON ITALIEN, STAND REDA

LA QUALITÉ À VOTRE SERVICE!

REDA
Food Processing Plants

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

Autres opportunités dans la région MENA

Le Moyen-Orient et les pays du Maghreb regorgent d'opportunités d'affaires. En voici les plus importants en matière de besoin dans toute la région.

Source : Business France



L'économie saoudienne reste tributaire de la rente pétrolière et du tourisme, notamment religieux. Son marché est dépendant à hauteur de 80% des importations. Les taxes sur les produits alimentaires importés varient entre 0 et 5%. Les consommateurs saoudiens, jeunes pour le tiers, manifestent une grande attirance pour l'occident. Ils sont à la recherche de nouveaux concepts et saveurs. Avec leur pouvoir d'achat en augmentation constante, les Saoudiens sont de plus en plus conscients des aspects santé et bien-être, tous en gardant à l'oeil, l'aspect prix. La restauration rapide est populaire et abordable pour

les consommateurs saoudiens et expatriés. Pour le marché saoudien, tous les produits sont exportables avec une forte demande pour les boissons, les fromages à tartiner et fondus, qui constituent un énorme marché ainsi que les fruits et légumes. Pour cette dernière brèche, les importations représentent 78% du marché. Toujours dans le domaine agricole, les importations d'équipement agricole représentent également 73% du marché et 88% dans l'industrie agroalimentaire. Les mots clés de l'exportation vers l'Arabie Saoudite : **nouveautés, saveurs, prix, machinisme, fruits et légumes, restauration.**

► Facilité de faire des affaires 82ème

Très stable dans une région en ébullition, La Jordanie est connue par son économie très ouverte et ses encouragements pour les IDE. L'agriculture représente 3,4% du PIB et emploie moins de 2% de la population active. Le manque d'eau constitue un obstacle au développement de l'agriculture. Les principales récoltes sont l'orge, les lentilles, les tomates, les aubergines, les agrumes, les olives, les raisins et le blé. Toutefois, pour ce dernier, les récoltes s'avèrent insuffisantes. Les importations de blé ont dépassé les 1;2% du montant global des

importations. La Jordanie est également un grand exportateur de fertilisants. Pour pénétrer dans ce marché, il faut attirer le consommateur par des produits originaux, innovants avec un excellent rapport qualité-prix. La population de Amman a tendance à être très moderne avide à la nouveauté contrairement aux autres villes du pays dont la population reste relativement conservatrice et traditionnelle. Les mots clés de l'export vers la Jordanie : **Prix, originalité, qualité, modernité, céréales.**



► Facilité de faire des affaires 118ème



Malgré les tensions politiques dans le pays, la balance économique soudanaise est assez stable. Les principales exportations sont les animaux vivants des espèces ovines et caprines, le sésame, le coton et la gomme arabique. Le Soudan reste, toutefois, un marché qui affiche toujours une certaine dépendance aux

importations, notamment de sucre. Pour approcher le consommateur, il faut proposer des produits dont le prix est accessible au grand public. La population jeune affiche une certaine avidité à la modernité et au cachet occidental. Les mots clés de l'export vers le Soudan : **Prix, modernité, Occident, sucre.**

► Facilité de faire des affaires 168ème

RG270UCS



DEPUIS PLUS DE 30 ANS, NOUS DELIVRONS À NOS CLIENTS
DES SOLUTIONS DE REMPLISSAGE ET DE CONDITIONNEMENT À VALEUR AJOUTÉE

YAOURT A BOIRE



JUS
LEBEN

LAIT PASTEURISE

GALDI S.r.l.

Via E. Fermi 43/b

31038 Paese (TV) - ITALIE

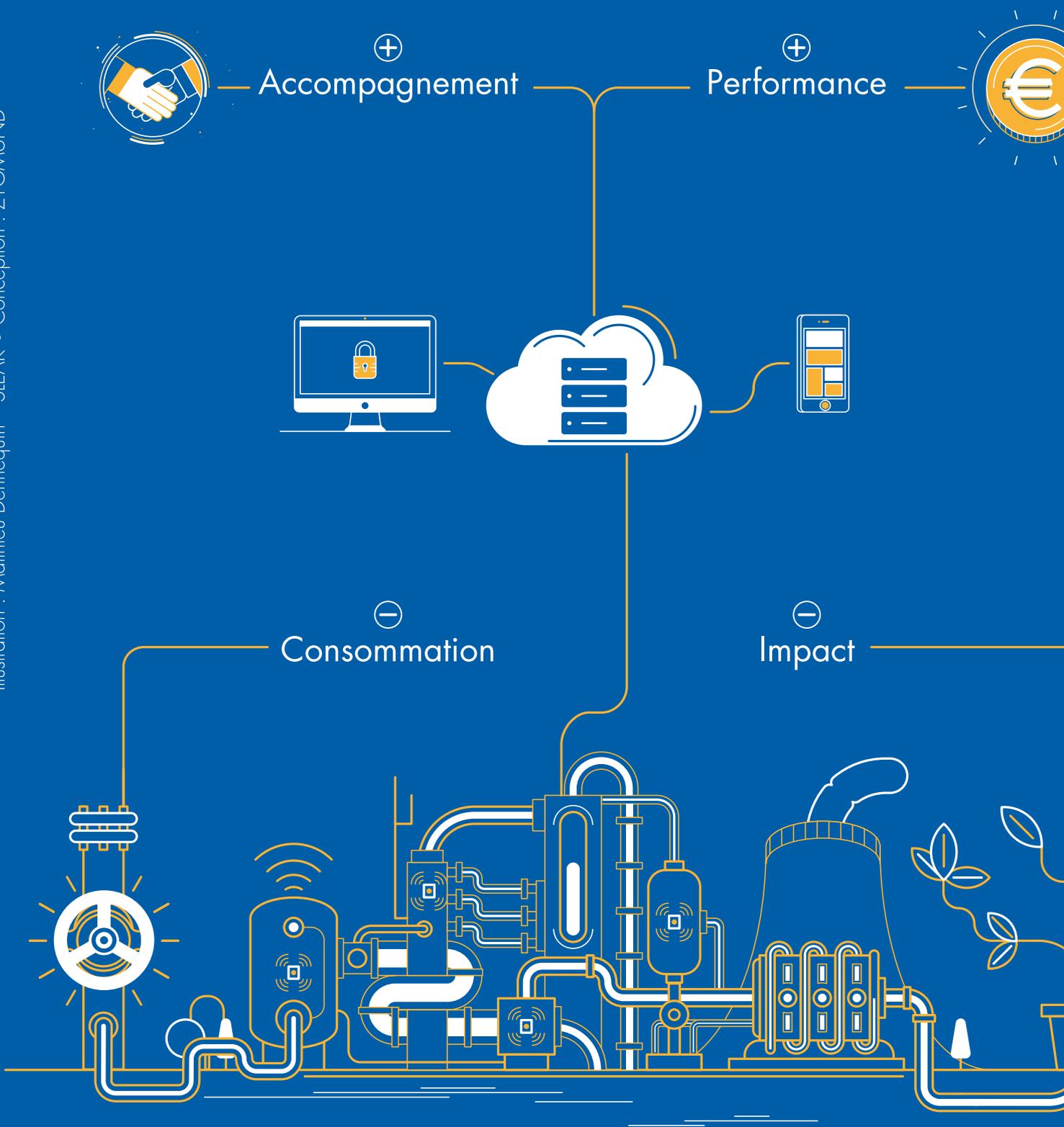
Tél.: +39 0422 482211

Email: info@galdi.it - www.galdi.it

Tel Bureau Algérie: +213 772 486 661



Illustration : Matthieu Dennequin – SLEAK • Conception : ZYGMUND





Préparons l'usine du futur

A vos côtés pour une nouvelle
approche du cycle de l'eau

L'INDUSTRIEL DU TRAITEMENT DE L'EAU



Leader européen du traitement de l'eau, le groupe BWT met son savoir-faire au service des professionnels de l'industrie. L'eau est une ressource essentielle et épuisable, maintenir sa qualité, sa disponibilité et en maîtriser le coût est devenu un véritable enjeu de performance industrielle et environnementale. Nos technologies et nos innovations en management du cycle de l'eau répondent aux défis de l'usine du futur.

www.bwt.fr

For You and Planet Blue.



BWT
BEST WATER TECHNOLOGY

Autres marchés porteurs en Afrique



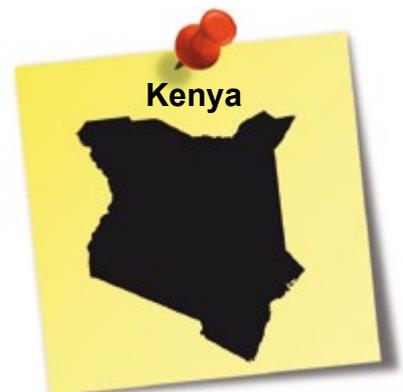
Zone d'accès aux marchés de l'Afrique australe, l'Afrique du Sud reste la 1ère économie d'Afrique et la 1ère puissance agricole du continent. En constante évolution, le marché sud africain présente d'énormes potentialités business. L'innovation, le rapport qualité-prix et la productivité en quantité et qualité sont les axes clés de ce marché. Les filières très porteuses sont la fabrication de fromage, qui devrait enregistrer, selon une étude de Business France, une évolution de 50% durant la période de 2014 à 2024. La matière première est très recherchée que ce soit dans l'industrie fromagère ou dans les produits boulangers.

Pour les filières agricoles, le marché est avide de produits agricoles, tous types confondus, d'intrants et d'équipements. S'imposer dans ce domaine ne peut se faire que par l'innovation et la qualité. Il en est de même pour l'équipement pour l'IAA. Développé et sophistiqué, le consommateur sud-africain fait également attention au prix comme à la qualité. Il reste très curieux et avide aux nouveautés pour le contenant comme pour le contenu. Les mots clés de l'export vers l'Afrique du Sud : **qualité-prix, innovation, productivité, fromage, produits agricoles.**

► Facilité de faire des affaires 73ème

L'économie au Kenya est essentiellement basée sur l'agriculture. Ce secteur représente plus de 60% du PIB et emploie plus de 30% de la population active. Le Kenya est mondialement leader dans l'exportation du thé, notamment noir, de café, fleurs coupées et légumes. Toutefois, ce pays reste dépendant à l'importation de pas mal de produits alimentaires à savoir le blé, le riz, le sucre et l'huile de palme ainsi que de l'équipement agricole, plus précisément les tracteurs, et de la matière première pour l'industrie de l'emballage. Avec son pouvoir d'achat très faible, le consommateur kényan

est contraint de placer le facteur prix comme 1er critère d'achat. Il montre une grande fidélité aux produits et aux marques même s'il en existe d'autres bon marché et de meilleure qualité. Il est également possible de séduire le consommateur kényan par un produit bien emballé et facile à utiliser. Si le consommateur pauvre aspire seulement à se procurer les produits les plus essentiels, la population aisée accorde une plus grande importance à la qualité et aux produits de luxe. Les mots clé de l'export vers le Kenya : **Prix, qualité, céréales, luxe.**



► Facilité de faire des affaires 92ème



Même si l'économie togolaise est très ouverte, la balance commerciale reste très déficitaire. Le Togo importe plus qu'il n'exporte, notamment dans les produits agroalimentaires. Les principales raisons de ce déficit sont le manque d'investissement dans le secteur agricole. Les principaux produits importés sont l'huile de Palme, les produits de la mer et les différents types de polymères. Il exporte toutefois, les produits laitiers, les boissons et l'huile de

palme importée et réexportée. A cause de son faible pouvoir d'achat, le consommateur togolais place le facteur prix à la tête des critères d'achat. Viennent ensuite la qualité et l'origine. Pour conquérir ce consommateur, optez pour une stratégie de distribution de proximité joignant originalité, la nécessité du produit le tout à un prix attractif. Les mots clés de l'export vers le Togo : **Prix, Proximité et produits de la mer.**

AGRIFLEX®

since 1975

Systèmes pour le refroidissement
de la farine

Brevet nr. 1401347



STAND 3F092



SYSTÈMES POUR LE REFROIDISSEMENT DE LA FARINE

brevet nr. 1401347

Depuis toujours concentrée sur les exigences des clients, dynamique et vouée à maximiser les procédés productifs, la société Agriflex a décidé de se consacrer au CÔNTRÔLE DE LA TEMPÉRATURE DE LA FARINE dans la salle de pétrissage des pâtes, ce qui s'avère fondamental pour garantir une qualité **CONSTANTE ET OPTIMALE** dans la production industrielle et artisanale des produits de boulangerie. Agriflex a mis à point un système de refroidissement de la farine tout à fait unique et innovant, en mesure de **réduire la température de la farine jusqu'à 20°C**, en garantissant une température constante et homogène, permettant d'éliminer les inconvénients des méthodes traditionnelles.

Les points forts du système Agriflex :

- ◆ **Performance élevée** : grâce à un échange thermique très efficace
- ◆ **Automatisation totale** du système qui garantit la température correcte de la pâte en compensant automatiquement toute différence de température des autres ingrédients et de température ambiante
- ◆ **Entretien aisé** : nettoyage aisé au parcours de la farine
- ◆ **Coûts d'exploitations réduits** : grâce au rendement énergétique élevé assuré par l'échange directe

On prend soin de vos projets



AGRIFLEX®
www.agriflex.it

Stockage, transport, dosage et automatisation
des matières premières alimentaires

Agriflex S.r.l. Via Barsanti 6/8 47100 FORLÌ - ITALY
Tel. +39 0543 796 153 / Fax. +39 0543 725 152
E-mail: info@agriflex.it / Website : agriflex.it



La balance commerciale du Bénin reste déficitaire. Très dépendante de son commerce extérieur, ce pays importe essentiellement du riz, viandes et abats comestibles, les produits de la mer et de l'huile de palme. Le montant des exportations est évalué à plus de 2 milliard de dollars en 2015 (Source : Comtrade). A l'instar des consommateurs africains, le béninois considère le prix

comme principal critère d'achat. C'est l'unique frein qui peut le détourner de son envie de se procurer les produits importés. Pour le séduire, il faut lui proposer des produits avec un bon rapport qualité-prix, attractif en matière d'emballage et pratiques. Les mots clés de l'export vers le Bénin : **Qualité-prix, riz, viandes, produits de la mer.**

► Facilité de faire des affaires 155ème

Le Nigeria dépend de ses importations principalement axées autour du blé, sucre, produits de la mer, les produits laitiers, le riz, les pesticides et les polymères. En dehors des ressources pétrolières, le Nigeria exporte le cacao et ses dérivés et les grains oléagineux. Les besoins du marché en équipements agricole et pour l'IAA sont aujourd'hui presque une urgence. Avec leur pouvoir d'achat bas, les consommateurs nigériens moyens placent le prix comme facteur de choix principal dans la sélection des produits. Se joint à ce facteur celui de l'accessibilité. Ils restent ouverts

à l'expérimentation de nouveaux produits et manifestent un grand intérêt aux produits importés, souvent symbole de bonne qualité. La société nigériane est la plus diversifiée dans le monde. De ce fait, elle en offre autant pour les opportunités d'affaires. En général, les critères d'achat se regroupent autour du prix, de la qualité pour les catégories à faibles revenus et l'innovation et le luxe pour les classes moyenne et à haut pouvoir d'achat. Les mots clés de l'export vers le Nigeria : **Prix, qualité, céréales, sucre, produits laitiers et machinisme.**



► Facilité de faire des affaires 169ème



Malgré tout son potentiel, le secteur agricole en Angola reste peu développé et peu productif. Il contribue à seulement 10% du PIB et emploie 68% de la population active. Le pays offre de grandes opportunités d'investissement dans le secteur agricole, notamment avec la volonté de diversification économique du gouvernement angolais. Les principales cultures angolaises en volume sont le manioc, la banane, le maïs, la patate douce, la pomme de terre, la canne à sucre, l'ananas, les pois, et les agrumes. Toutefois, malgré les quantités importantes de productions, l'Angola reste un pays qui peine à atteindre l'autosuffisance alimentaire. Dépendant à hauteur de 80% des importations, le marché angolais manifeste un grand besoin

en céréales, en farine de blé, de viande de poulet, de sucre raffiné, de farine de maïs et d'huiles de palme et de soja. Pour approcher le consommateur angolais, il faut lui assurer la disponibilité du produit à un prix attractif. Contrairement à l'ancienne génération, les jeunes consommateurs manifestent une attirance pour les nouveautés. Ils sont également influençables par les campagnes publicitaires et le packaging innovant et attrayant. La spécificité du consommateur angolais est qu'il fait emplettes en gros. La décision d'achat revient majoritairement à la femme. Les mots clés de l'export vers l'Angola : **Prix, nouveautés, packaging, vente en gros et femme.**

► Facilité de faire des affaires 182ème

FFG 8.20 EXPERT



LE MEILLEUR DE LA TECHNOLOGIE
POUR LA PRODUCTION DE CAISSES
AMÉRICAINES STANDARDS À
FAIBLES COÛTS.



N'Gaous se tourne vers le marché international

Après la mise à niveau et la réhabilitation des sites de production, démarches qui lui ont permis d'augmenter considérablement ses capacités de production, l'entreprise N'Gaous entame une nouvelle étape, celle de la diversification de ses produits. Raffinage du sucre et transformation de matières premières agricoles seront les nouvelles activités lancées avec l'entrée en activité du projet de Sétif qui sera opérationnel à partir de juin 2018.



Photo Agroligne

« Le deuxième challenge pour N'Gaous, après la diversification de ses produits, est le marché international. Le marché national est saturé avec d'une part la diminution du pouvoir d'achat du consommateur Algérien et d'autre part la concurrence déloyale imposée par les producteurs informels qui dominent le marché. Ce qui nous encourage également dans cette voie est le nouveau modèle économique adopté par le Gouvernement Algérien qui encourage les exportations hors hydrocarbures. » Nous explique Benmessai Khemissi, Directeur Général de N'Gaous.

Vers la spécialisation

En plus de viser le marché international, l'entreprise entame une phase importante, celle d'aller vers la spécialisation. C'est-à-dire fabriquer des produits à base de fruits naturels à savoir, les premiums, conditionnés dans des cartons et aussi dans des bouteilles en verre. Comme le **jus d'orange Gold Premium 100% naturel et sans sucre ajouté**, destiné à la fois au marché local et à l'export. Pour les projets futurs, le complexe agroalimentaire de Sétif est sans doute le plus important avec une capacité de production 140 000 tonnes/an de matière première agricole. En effet, des lignes de transformations de toute la gamme de fruits utilisés dans le process, c'est-à-dire l'orange, l'abricot, la pomme et la poire, Y seront installées. *« Il est aussi question d'entamer la production des*

Investir le marché international est un défi à la mesure de l'entreprise dont les capacités de production se sont multipliées par douze depuis 2006, année de sa privatisation. Un autre paramètre encourageant, et non des moindres, est que l'entreprise a déjà ses clients dans le marché Européen, en France, au Canada et en Angleterre, c'est dire qu'elle connaît parfaitement les normes exigées par la réglementation liée au process de fabrication et à l'emballage des produits. « Le marché Européen est très exigeant en matière de qualité mais, nous sommes déjà préparés pour cela. Le produit de marque N'Gaous est accepté sur ce marché car, il répond aux normes.

La seule contrainte reste le prix concurrentiel qui nous oblige d'augmenter les volumes d'une année à l'autre. Maintenant nous venons de débiter sur le marché Africain avec le Mali à travers de petites quantités. Il nous faut plus d'informations sur ce marché Pour y aller avec force.

Je pense qu'avec les facilités accordées par le Gouvernement aux exportateurs qui visent le marché Africain, et l'ouverture future de la route transsaharienne, il nous sera plus facile d'y acheminer nos produits. Actuellement, nous passons par le port de Dakar.»

conserves destinées à la cuisine Algérienne comme la transformation de la tomate, et piment (Harissa). C'est une nouveauté pour l'entreprise. Il est vrai qu'on en fabrique actuellement sur notre deuxième unité mais, en petites quantités ne dépassant pas les



les 500 000 boîtes/an. Le choix de l'usine de Sétif s'est fait à cause de la proximité de la matière première c'est-à-dire la tomate et le piment mais, aussi la disponibilité des utilités comme l'eau et le gaz» nous explique Benmessai Khemissi qui ajoute qu'un autre segment sera produit dans l'usine de Sétif. Il s'agit des concentrés pour jus qui sont actuellement importés.

Le client est partenaire

« Notre stratégie commerciale consiste à fabriquer le produit et le stocker chez le client », c'est en ces termes que la politique de distribution de l'entreprise N'Gaous est expliquée par le Directeur Général.

« Pour conquérir le marché, nous avons inclus les préoccupations de nos clients dans la stratégie de l'entreprise. Ainsi, ce dernier est devenu partenaire de l'entreprise. Maintenant, il représente l'entreprise auprès du consommateur. À partir de 2010, nous avons adopté une nouvelle politique de distribution et injecté des moyens de distribution pour le compte des clients ainsi que d'autres avantages qui les ont mis en confiance. Après trois années d'accompagnement de ces clients, l'entreprise s'est retirée et a laissé la stratégie de distribution pour le client. Nous avons installé une plate-forme de distribution idéale pour le client » l'expérience tentée par l'entreprise est intéressante nous affirme le Directeur Général,

« On va fabriquer des pulpes pour les besoins internes de l'entreprise. Actuellement nous ne visons pas l'export car, La quantité de fruits sur le marché est minime par rapport aux besoins. Pour faire 100g de concentré, il nous faut 1kg d'oranges par exemple. D'autant que l'orange destinée à la transformation se vend comme celle destinée à la consommation ».



Photo Agroligne

d'autant qu'au départ c'était la force de vente de l'entreprise qui allait à la recherche du client, puis cette force de vente a été transférée aux clients.

Des produits naturels



Photo Agroligne

À l'entrée de l'unité de traitement des fruits, première étape dans le process de production, on se croirait dans une orangerie tant les fruits chargés dans des camions embaument les lieux. Ici, l'on reçoit 200 tonnes de fruits par jour. Avec l'ouverture du projet de Sétif, cette capacité sera portée à 800 tonnes/jour. Après leur déchargement, ces fruits sont d'abord lavés et désinfectés, l'étape qui suit est la sélection

et le calibrage du fruit. Après le lavage intervient l'opération de broyage de la pulpe. A partir de cette étape, l'excès de pulpe et les graines sont enlevés par tamisage. L'écorce du fruit est acheminée pour être utilisée comme fertilisant pour les terres agricoles ou comme aliment de bétail, tandis que la pulpe prend la direction qui l'achemine vers l'étape de la pasteurisation. La chaleur qui règne dans cette partie de l'usine, est témoin de la température élevée utilisée pour éliminer tous les micro-organismes. Une fois le process de pasteurisation terminé, l'on procède à sa concentration du jus.



Photo Agroligne

« Grâce à cette opération, l'on gagne deux fois plus sur le coût de stockage » nous explique Benmessai Khemissi, qui nous accompagne dans une visite où le processus de fabrication nous est détaillé étape par étape. « Après la concentration, c'est l'opération de remplissage. Le concentré est alors stocké dans de grandes cuves. Le produit peut être conservé pendant deux ans. Il nous est utile quand la récolte de fruit n'est pas bonne ». L'activité dans l'usine est incessante et les 11 lignes de production fonctionnent tous les jours et à toute heure. « Nous travaillons avec des équipes de 3 x8 et 7j /7. Il faut savoir que nous procédons au nettoyage quotidien des conduites, en plus du nettoyage hebdomadaire ». L'usine est composée de :

- 2 lignes pour eaux fruitées en PET capacité 12 000b/h et 14 000 b/h pour le grand format pour le petit format
- 2 lignes pour eaux fruitées en cannette capacité 12000b/h chacune;
- 2 lignes pour eaux fruitées en verre 33 cl capacité 30000b/h et 15000b/h;



Photo Agroligne

- 1 ligne pour eaux fruitées en verre 1 l capacité 4 500 b/h
- 1 ligne pour boisson en verre 17,5 cl capacité 10 000 b/h
- 1 ligne combibloc 1L en carton capacité 12 000 b/h
- 2 lignes combibloc 200 ml en carton capacité 12 000b b/h et 24 000 b/h.

Extension des capacités de production et chiffre d'affaires



Photo Agroligne

- Une usine est en cours de montage pour la fabrication du jus plats en plastique pour les contenances 90cl, 25 cl et 1,5 L
- Le chiffre d'affaires de l'entreprise a connu le même cheminement que les capacités de production. En **2007**, il était à **1 milliard de dinars**, en **2016**, il est arrivé à **11 milliards de dinars**.



Photo Agroligne

Adresse : ZI. de Ngaous bp N°07 code postal 05630
 N'gaous , Batna Algérie
 Tél : +213. 033 88 72 83/ 70 75
 Fax : +213. 033 88 73 75
 Email : contact@ngaous.com
 Site Web : www.ngaous.com

En 2006, N'Gaous avait une capacité de production de 22 000 tonnes. En 2016, cette capacité a atteint 300 000 tonnes. Ceci est le résultat de l'acquisition de nouvelles lignes de production, 8 en tout. En détail, il s'agit :

- d'une ligne pour le verre, bouteilles de 33CL, avec une capacité de 30 000 bouteilles/heure. Pour le carton, 3 lignes sont acquises: 1 pour le grand format d'1 litre et 2 pour le petit format.
- 02 lignes pour la production de confiture : 1 pour les boîtes métalliques et 1 pour les bocaux en verre. Elles sont installées à l'unité de Menaa, spécialisée dans les conserves.
- 04lignes pour PET, format 1L, 1,5 L et 02L. 02 lignes sont implantées à N'Gaous et 02 autres implantés à l'unité Khemis El Khechna.



DJAZAGRO

LE SALON PROFESSIONNEL DE LA
PRODUCTION AGROALIMENTAIRE

10 • 13 AVRIL 2017

Palais des Expositions SAFEX - Alger • Algérie

VOTRE RENDEZ-VOUS EN AFRIQUE



RÉSERVEZ
VOTRE
STAND

djazagro.com

COMEXPOSIUM





Entretien avec M^{me} Olivia Milan, Directrice du Salon DJAZAGRO

La première vocation du Salon Djazagro est d'accompagner la diversification et le développement de l'économie algérienne, en aidant les entreprises algériennes à exporter et les entreprises internationales à développer leurs investissements productifs en Algérie.



Agroligne : Pour la 15^{ème} édition du salon DJAZAGRO, doit-on nous attendre à un événement plus important avec encore plus de participants et un visitorat professionnel plus diversifié ?

Mme Olivia Milan : Depuis sa création en 2003, le salon a vu son nombre d'exposants multiplié par 6 et celui de ses visiteurs multiplié par 5. Cette nouvelle édition va voir le nombre d'exposants progresser encore : nous allons accueillir 740 exposants et attendons la visite de 22 000 visiteurs. L'ouverture d'un secteur dédié aux produits et matériels de restauration depuis plusieurs années,

conjointement avec le concours de Cuisine que nous organisons pour la 2^{ème} année, devrait attirer davantage de visiteurs issus de la restauration, sandwicherie.

L'accompagnement réel de l'économie nationale, pour le développement du MADE IN ALGERIA est le maître mot pour cette année, pouvez vous nous en dire plus ?

La première vocation du Salon Djazagro est d'accompagner la diversification et le développement de l'économie algérienne, en aidant les entreprises algériennes à exporter et les entreprises internationales à développer leurs investissements productifs en Algérie.

Dans le contexte actuel, nous organisons pour la première fois cette année des Business Export Meetings, une journée de rencontres et ateliers pour informer les entreprises sur les réglementations applicables, les fonctionnements ainsi que les démarches à accomplir.

Comment sera organisé le « EXPORT BUSINESS MEETING », comment y participer ?

La journée du mardi 11 avril sera dédiée à l'export et aux investissements : une journée d'atelier thématique, avec 6 ateliers.

Il est possible de s'inscrire directement via le site internet du salon, www.djazagro.com rubrique Animations.

Le concours culinaire va prendre beaucoup plus d'ampleur cette année; vous avez parlé de plusieurs formateurs, de chefs étrangers mais également d'inviter les ambassadeurs des pays des chefs cuisiniers, pouvez vous nous en dire plus ?

L'objectif de ces concours est de permettre aux participants de se préparer pour les grands concours internationaux, tout en permettant aux compétiteurs de se nourrir de l'expérience des chefs internationaux, d'acquérir de nouveaux savoir-faire.

Le Trophée d'Excellence El Djazaïr – TEEDJ accueillera deux types de compétition :

● Un concours pour les professionnels, en pâtisserie et chocolaterie et en cuisine. Des pré-sélections de chefs pâtissiers et cuisiniers ont eu lieu début mars, 4 concurrents dans chaque catégorie s'affronteront pour obtenir leur trophée. Dans la catégorie Trophée du meilleur Chef Pâtissier/Chocolatier, sont finalistes :

- Billel Ouanes
- Bousaad Hadji
- Khelifati Assim
- Mhamed Meslem

Dans la catégorie Trophée du meilleur Cuisinier, sont finalistes :

- Feliachi Noureddine
- Hamiteche Younes
- Lounas Hafidh
- Mezouari Faycal

● La Coupe d'Algérie des Ecoles, un concours pour les amateurs, 36 écoles algériennes agréées par le Ministère de la formation professionnelle se sont rencontrées en demi-finales et 8 d'entre elles ont été sélectionnées pour les finales sur DJAZAGRO :

- ECOMODE (TIZI OUZOU)
- CFPASSABT (SKIKDA)
- CFPAIN SALAH 2 (TAMANRASSET)
- INSFP IMAMA (TLEMEN)
- CFPABORDJ MENAIEL 2
- CFPASAIM SAID (TIARET)
- CFPASEDDIKIA 2 (ORAN)
- INFSP EL KERMA (BOUMERDES)

Pour applaudir et encourager tous ces talents de la cuisine et de la pâtisserie, rendez-vous tous les jours du salon Hall 3, secteur Restauration.

A propos du programme de conférence, quelles sont les thématiques abordées cette année et qui sont vos conférenciers ?

Nous aurons 6 ateliers sur des thématiques export et investissement. Les intervenants expliqueront aux participants les procédures et réglementations actuelles pour aider et soutenir tous les intervenants économiques qui souhaitent se développer sur d'autres marchés ou investir en Algérie.

Voici le programme complet :

ATELIER 1 - 10 h 15 – 11 h 15 - 50 places

Environnement du commerce international, stratégie export, approche des modes d'entrée export
Conférence animée par M. Smaïl LALMAS, Président ACE

ATELIER 2 - 11 h 30 – 12 h 30 - 50 places

Sécurisation financière et contractuelle
Conférence animée par M.DJOURMAGH El Hadi - Conseiller à l'export

ATELIER 3 - 12 h 45 – 13 h 45 - 50 places

Environnement logistique et chaîne documentaire export
Conférence animée par M. SIDI Said, Conseiller à l'export

ATELIER 4 - 14 h 00 – 15 h 00 - 50 places

Douanes à l'export ENTREE
Conférence animée par M. HABSA Adel

ATELIER 5 - 15 h 15 – 16 h 15 - 50 places

Règlementation algérienne des investissements
Conférence animée par Mme HERAOUA Sihem - Sous Directrice – Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ATELIER 6 - 16 h 30 – 17 h 30 - 50 places

Taxes et douanes à l'export
Conférence animée par M. HABSA Adel - Sous-Directeur, Douanes Algériennes.

Cette année vous allez fêter les 15 ans du Salon DJAZAGRO, Quel bilan faites vous des 15 dernières éditions ?

Depuis sa création, le salon a fait connaître au marché algérien, un grand nombre d'opérateurs, de produits et équipements.

Les visiteurs que nous accueillons viennent avec des projets concrets, des projets d'investissement. Le salon donne lieu à de nombreux échanges entre les opérateurs économiques algériens et ceux qui viennent présenter ou rechercher des nouveautés.

En quelques jours, nous donnons l'occasion à de nombreuses entreprises algériennes l'occasion de se faire connaître, de trouver de nouveaux marchés.

C'est une grande satisfaction pour nous de retrouver 15 ans après, sur DJAZAGRO des exposants de la première édition.

Inscrivez-vous gratuitement pour l'édition anniversaire de DJAZAGRO !

Fabrication d'arômes et de préparations alimentaires

N° de Stand
3B067

AROMPLUS



La Société Aromplus est spécialisée dans la fabrication d'arômes, d'émulsions et de produits dédiés à la pâtisserie et destinés aux

industriels, artisans, pâtisseries et autres glaciers. Après plusieurs années dans les produits professionnels, Aromplus se lance dans l'industrie de la ménagère et développe chaque année de nouvelles gammes, nous vous invitons à nous rendre visite à notre stand afin de les découvrir. Nous lançons de nouvelles notes d'arômes tel que la Vanille de Madagascar, Beurre salé, Menthe poivrée, Eau de fleur, Grain de sésame en pâte arôme conditionnée dans une nouvelle bouteille de 400gr.

Email : aromesplusa@yahoo.fr
contact@aromplus.com
Site : www.aromplus.com



aromplus
arômes et saveurs alimentaires

عطر توت العليق
Pâte Arôme
Framboise

بريوجال
Briogel
Super Mince

Nous vous invitons à découvrir notre nouvelle gamme de produits de pâtisserie et d'arômes au

DJAZAGRO
THE CHALLENGER OF FOOD INDUSTRY

du 10 au 13 Avril 2017
Pavillon Central Stand N° 3B067

SARL AROMPLUS
Siège social
10, Rue Carthage Sananes,
Oran 31015

Usine
83, chemin de wilaya, Z.A El-Kerma
Daïra d'Es-Sénia, Oran, Algérie.
Tél : 041 51 02 00 /03/04
Fax : 041 51 02 05
Mobile : 0770 92 40 84 / 85

Dépôt
Haï El Nakhil Dar El Boida, Alger
Mobile : 0770 92 40 83
www.aromplus.com

Aromplus, la solution aromatique.

BARKATS INOX



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

des cuves montées sur véhicules légers et lourds). Notre objectif quotidien et prioritaire est d'apporter à notre aimable clientèle le meilleur service, des solutions techniques, le respect des délais, la flexibilité et la rapidité des réponses.



Email : contact@barkats-inox.com
Site : www.barkats-inox.com

Equipements

N° de Stand

4-2 A027

REPI TOUAHRI ET FRERES ALGERIE

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

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

Nous intervenons dans La fabrication des :

- Pièces découpées au jet d'eau avec une pression de $\pm 0.02\text{mm}$ sur plusieurs Matières (plastiques, Alliages métalliques, Acier trempé, inox, Tungstène, Titane, Céramique, Verre, Verre de sécurité feuilleté, Pierre, marbre, granit, caoutchouc, Aimants..Etc),
- Cuves de plusieurs capacités, simple et double paroi en position d'implantation verticale ou horizontale,
- Cuves réfrigérées,

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

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



SARL HAAL est une entreprise algérienne spécialisée dans la conserverie de poissons et crustacées. L'unité de production, installée depuis 2000 à Oran, sis à la zone industrielle de Hassi Ameur a Oran (Algérie).

Avec un capital social de 1.592.130.000DA l'entreprise dispose d'un effectif de plus de 500 personnes toute catégorie confondus (cadre, maîtrise et exécution), sans compter la masse de stagiaires qui gravitent autour de l'entreprise dans le cadre de conventions dans des domaines aussi variés que l'approvisionnement, la gestion des stocks, les métiers de la production et du froid.

Une gamme variée

En regardant de près, la SARL HAAL propose une gamme riche et variée de produits de la mer : Sous la marque MARATUN, SARL HAAL décline sa gamme "historique" autour du thon, en proposant d'appétissant filets à l'huile végétale, ou à la sauce tomate, se déclinant en boîtes de 85, 160, 400, 1000 et 2000gr. MARITIMO est la dernière née de la gamme, elle propose exclusivement en triplettes, de délicieux morceaux de thon à l'huile végétale ou à la sauce tomate. Les miettes de thon sont à l'honneur dans la gamme HISPANA qui se décline comme la gemme précédente en triplette. La sardine, produit oh combien cher, rustique et incontournable dans l'assiette de l'algérien se matérialise à la SARL HAAL par la marque ALBA, qui, comme les produits sus cités se décline à son tour à l'huile végétale et à la sauce tomate. En plus, la SARL HAAL développe en partenariat avec des producteurs ou des distributeurs étrangers d'autres produits pour leurs marchés respectifs.

Un acteur national majeur

Depuis le début de l'aventure, SARL HAAL a toujours œuvré pour rayonner dans l'ensemble du territoire algérien. Aujourd'hui, l'entreprise peut se targuer de dire être, sans conteste, le leader national et l'acteur majeur du secteur, avec une présence commerciale directe ou indirecte couvrant les 48 wilayas. Un déploiement qui se consolide de jour en jour grâce au développement continu d'un réseau de dépositaires aussi fiables que réactifs qui constituent la force de frappe de l'entreprise dans tout les recoins de notre grand pays.

Une entreprise, deux leitmotives

Depuis sa création, la société «SARL H.A.A.L.» a connu un rythme de croissance soutenu. Pour maintenir cette croissance, la société s'est appuyée sur deux axes stratégiques principaux: la diversification et la qualité.



Cette diversification s'est matérialisée par la multiplication des nouveaux produits, et des nouvelles activités investies par l'entreprise; à l'image de l'élargissement des gammes de produits, et la déclinaison de ces derniers sous des formats allant de 80 gr à 1,7kg.

Quant à la qualité, elle a été au centre des préoccupations quotidiennes du management qui reste convaincu que c'est le seul garant de la continuité et de la pérennité de l'entreprise.

Si le choix de la stratégie de diversification avait des raisons purement économiques, le choix de la qualité comme mode gestion était dicté quant à lui par le désir des fondateurs de construire sur le long terme et de poser les jalons d'une confiance mutuelle et partagée avec le citoyen. ce dernier lui rend bien puisque les parts de marché reflètent nettement cet engouement.

Une présence à l'international

Grâce à la qualité des produits et au système de qualité, le succès a toujours été au rendez-vous. Aujourd'hui, outre les clients domestiques, SARL HAAL exporte ses produits vers plusieurs pays d'Afrique noire, en

Europe, au Maghreb, et dans la péninsule arabe. Elle bénéficie d'une bonne image de marque aussi bien pour ses conserves de sardine que de thon.

L'élargissement en perspective

Conscient du fait que seul le dynamisme paie, SARL HAAL entrevoit très sérieusement l'élargissement de ses gammes, déjà bien établies dans l'échiquier de l'offre nationale et internationale, en mettant très prochainement sur le marché des produits qui ont pour ambition de bouleverser le champ à la concurrence, s'adjuger des parts de marchés à la hauteur de ses ambitions, et s'ouvrir une voie royale vers d'autres succès commerciaux..

La SARL HAAL

est un exemple de sérieux, d'abnégation et de développement, elle l'est aussi en matière d'écoute permanente des attentes des consommateurs sans cesse en évolution. Elle essaie de se mettre par conséquent, toujours au service de ce dernier en lui proposant le meilleur.

Équipement pour l'industrie laitière et boisson

N° de Stand
1M 036

RH INDUSTRIE



Depuis sa création en 2009, Rh Industrie a développé son activité dans la fourniture et l'installation des machines, d'accessoires et d'unités complètes, clé en main, pour industrie agroalimentaire. Au fil des années, elle s'est spécialisée dans le secteur des produits laitiers et boissons en général.

Aujourd'hui forte de l'expérience de ses partenaires, FRAU Impianti fabricant et concepteur de ligne pour lait et dérivés, de la technologie de TECNICAL dans le process de fabrication de fromage, du savoir-faire



d'ILPRA dans le domaine du conditionnement et de REXOR leader dans le secteur d'emballage et créateur de TIRCEL. Elle représente aussi INOXMIM dans le domaine des dispositifs des pompes centrifuges et volumétriques, et MIMASA leader des solutions de lavage et de désinfections des équipements industriels et agroalimentaires.

Avec son partenaire en Espagne MAF Industrie et un personnel qualifié, elle s'est imposé en parfait professionnel du domaine en assurant le suivi technique et en proposant à sa clientèle une large gamme de pièces de rechange, de plusieurs grands producteurs du domaine, tous conformes à tous les équipements industriels.



Ainsi, elle met à la disposition de ses clients son potentiel et savoir-faire pour assurer le meilleur suivi afin de répondre au plus exigeantes des attentes de tous les industriels, du secteur laitier, sur tout le territoire national.

RH INDUSTRIE est honorée de vous accueillir au hall 3 Stand 15 mq.

Au plaisir de vous recevoir.

Email : rh_industrie@yahoo.fr

Email : contact@rhindustrie.com

Lotissement Bouali N°19 Route de Sidi Ahmed
06000 Bejaia -Algérie

Mob : +213 770 37 37 87

Mob : +213 770 74 75 73

www.rhindustrie.com



Equipements

N° de Stand
4-1 B011

INVEST INOX ALGÉRIE



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

Elle est aussi spécialisée dans l'importation et la commercialisation des pompes, équipements et accessoires en acier inoxydable. Créée en 1998, INVEST INOX, a développé, au fil du temps, des exigences de qualité et de service, qui lui ont

permis de gagner la confiance de ses partenaires étrangers et d'avoir l'exclusivité de les représenter en Algérie, tels : CSF INOX, OMAC, le GROUPE PSG (WILDEN-MOUVEX-BLACKMER), LIMATEC, AXXAIRE , BÖRGER, COMENZA. INVEST INOX répond activement aux attentes de ses clients en matière de fourniture de pompes et accessoires en acier inoxydable destinés essentiellement à la gestion des fluides.

Email : contact@investinox.com

Site : www.investinox.COM



Le meilleur de la Technologie pour le meilleur du Pain

UN GROUPE LEADER

Notre large gamme de matériels de boulangerie, nos unités de production performantes et notre capacité d'innovation, font de Bongard le partenaire privilégié dans le domaine de la boulangerie-pâtisserie.

Notre expérience ainsi que notre savoir-faire, nous permettent d'être présent dans plus de 85 pays.



Grande Vinaigrierie Constantinoise GVC

Un vinaigre de qualité supérieure pour vous !

La production du vinaigre par le procédé à double fermentation avait été introduite à Constantine dans les années cinquante par la société française DESSAULT avant d'être nationalisée et reprise par une entreprise algérienne dénommée le TURQUO en 1962. C'est en l'an 2000 que la Grande Vinaigrierie Constantinoise

reprend le procédé en main en se dotant d'un matériel plus performant.

Équipée d'une chaîne de production automatisée à 100% acquise auprès d'une firme allemande, GVC n'a pas cessé depuis sa création de se développer en créant deux nouvelles unités :



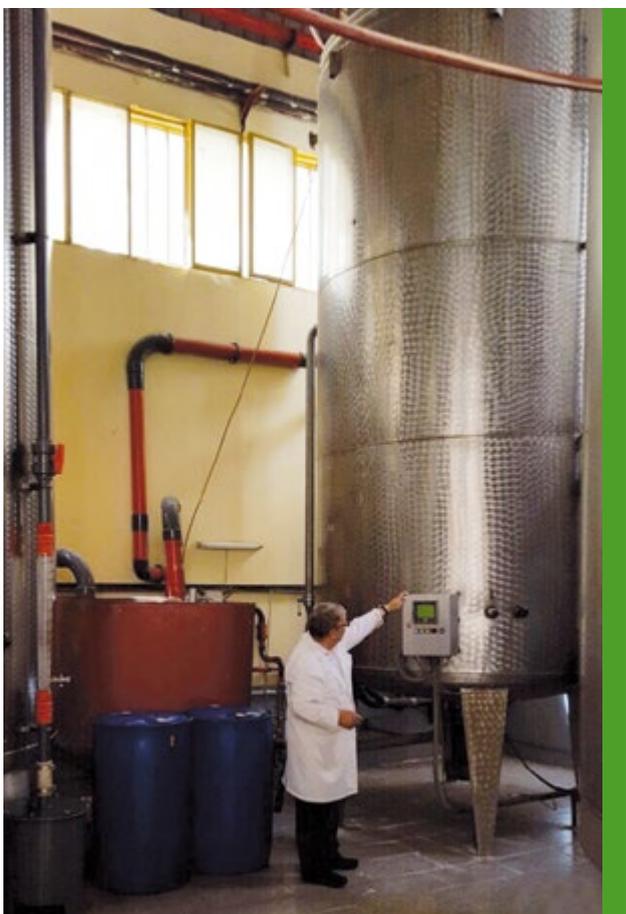
- une unité chargée du soufflage
- une autre unité pour le conditionnement du vinaigre dans les bouteilles en PET et en verre.



Sous la houlette de son fondateur M. Boulemerka Tarek, la grande vinaigrierie constantinoise s'est spécialisée dans la production du vinaigre dans le but de conserver des produits alimentaires qui répandent la saveur traditionnelle.

Grâce au contrôle continu et régulier de notre produit dès sa production, son conditionnement jusqu'à sa mise sur le marché ; notre produit se distingue continuellement par sa saveur spéciale dont la composition physico-

chimique est conforme aux normes algériennes et internationales. Pour améliorer la qualité du produit, la GVC utilise la méthode d'immersion afin de produire un type de vinaigre répondant à tous les critères de la modernité. Après la détermination de la dilution (mélange d'alcool, de vinaigre, de l'eau adoucie et d'aliment pour bactérie), le vinaigre produit est transféré automatiquement dans des cuves. Le degré d'acidité est de 13° et contient moins de 0,5% d'alcool.



Un matériel performant pour une qualité supérieure

Soucieux d'offrir un vinaigre d'une qualité supérieure irréprochable, la Grande Vinaigrierie Constantinoise s'est dotée dès le départ d'un laboratoire pour assurer l'auto-contrôle de ses produits en opérant, notamment, à des analyses quant à leur teneur en alcool. Cela n'est pas tout, puisque cette société s'est également dotée d'un matériel sophistiqué dont deux fermentateurs d'une capacité de production de 12 000L/J, un équipement de filtrage (cartouche à membrane), une souffeuse de PET et une ligne de conditionnement.

En plus de satisfaire la demande locale, et grâce à son expérience et à son savoir-faire, la GVC a pu conquérir de nouveaux marchés. En effet, ses produits d'une qualité remarquable ont réussi à dépasser les frontières nationales pour s'introduire dans plusieurs pays tels que La France, la Belgique, la Tunisie et la Libye.

La grande vinaigrierie constantinoise avance dans la stabilité à pas-de-géant pour maintenir sa position de leader et d'entreprise d'envergure en offrant une qualité supérieure de vinaigre et un service approprié.

Avantages nutritionnels :

Notre vinaigre est un des éléments essentiels de notre cuisine qui n'amointrit pas son intérêt et ses multiples avantages nutritionnels. Il est réputé de :

- Diminuer les maux de tête
- Supprimer les aliments alcalinisants (sucre, agrumes, viande)
- Traiter la fièvre et les maladies cardiovasculaire
- Pris en inhalation, il dégage rapidement les voies respiratoires supérieures (nez-gorge, sinus) et calme les éternuements
- Efficace contre les spasmes et les brûlures d'estomac
- Efficace contre la cellulite et l'obésité.

Nous avons acquis une ligne de conditionnement de dernière génération afin d'automatiser le process.

Ses produits :

- Vinaigre concentré filtré et non filtré à 13°
- Vinaigre de table à 5° conditionné dans des bouteilles PET et en verre auquel différents arômes alimentaires sont rajoutées (pommes, citron, ail, raisin, framboise, miel, olive...)
- L'eau de fleur d'oranger
- L'eau de rose
- Les bouteilles en pet de 0,5l, 0,75l et 1,5l



Nous recherchons des partenaires pour la distribution à l'échelle nationale et internationale.
Projet d'extension : sauces vinaigrette, mayonnaise, moutarde, ketchup, soufflage de bouteilles.

Site: www.vinaigrealgerie.com

Equipements pour l'Emballage et Conditionnement

N° de Stand PAGLIERANI

1K 038

HIGHPACK ALGÉRIE



« Dans le domaine large et vaste du « **Packaging Machinery** », **High Pack** se positionne solidement comme une PME en adéquation parfaite avec

les exigences du troisième millénaire, étant représentante exclusive de plus d'une dizaines d'entreprises italiennes de très haut standing, leaders mondiaux dans leur créneaux d'activités, spécialisées dans divers secteurs du packaging en offrant des ensacheuses verticales atmosphériques automatiques à base de bobine; ensacheuses sous vide automatiques à base de bobine pour café; capsuleuses type clone lavazza et nespreso; ensacheuses horizontales (flow pack) automatiques à base de bobine; ensacheuses automatiques et semi-automatiques à base de sac en papier préformé, en PP ou en PE; ensacheuses automatiques pour petites contenances stick-pack, stick et 04 soudures; empaqueteuses et remplisseuse pour beurre et margarine; empaqueteuse et remplisseuses pour fromage et crème fraîche; étuyeuces automatiques; encartonneuse semi-automatiques et automatiques; fardeleuses semi-automatiques et automatiques; remplisseuses liquide, pâteux, granulé et poudre; bouchonneuses; agrafeuses ou sertisseuses; étiqueteuses; sleeveuses; moulins industriels pour café...etc.

Egalement; des lignes complètes pour légumes secs et riz, pour eau minérale; pour jus de fruit et boisson

gazeuse; pour biscuit; pour madeleine et gaufrette; pour tomate et confiture et harissa; pour café; pour chocolat; pour lait liquide et en poudre; pour beurre et margarine; pour fromage; confiserie; pour fruits et légumes; pour fruits secs; pour chips et snack; pour mayonnaise et ketchup; légumes précuits; pour pâtes alimentaires et couscous; pour farine, semoule et dérivés; pour olives et huile d'olive; pour détergent, produits cosmétiques et huiles industriels; pour produits pharmaceutiques et para-pharmaceutiques, des machines qui combinent robustesse industrielle et haute technologie de pointe.

High Pack est sans doute la seule entreprise de packaging en Algérie qui dispose d'un service technique assurant le montage, la mise en marche, la formation et le service après-vente des machines et des lignes qu'elle propose, de ce fait et depuis sa création; **High Pack** a travaillé sans relâche pour contribuer à **la réussite de ses Clients dans leur vocation « Production et Productivité »**, un travail qui consiste d'un côté, à bien choisir ses partenaires, les plus fiables, les plus performants et surtout les plus innovants, et de l'autre; mettre en valeur et cultiver l'expertise et le professionnalisme de ses ressources humaines, sans oublier que l'activité Recherche et Développement est la source principale de toutes ses actions, notamment l'innovation, car c'est dans ses choix et ses recommandations technologiques originaux que réside sa force.

Nous sommes organisés, efficaces, compétitifs et nous voulons toujours offrir le meilleur. »

Email: karim.alibey@highpack.dz

highpack@yahoo.fr

contact@highpack.dz

Site: www.highpack.dz





Toujours le bon emballage adapté à vos BESOINS.

SEAUX RONDS						
JT	JT 380	JT 550	JT 850	JT 12	JT 15	JT 25
Volume	Seau 0,380L	Seau 0,550L	Seau 0,850L	Seau 1,2L	Seau 1,5L	Seau 2,5L
Type d'impression	IML	offset	offset / IML	offset	IML	offset / IML

SEAUX RONDS						
JT	JT 30	JT 38	JT 44	JT 55	JT 70	JT 86
Volume	Seau 3L	Seau 3,8L	Seau 4,4L	Seau 5,5L	Seau 7L	Seau 8,6L
Type d'impression	offset	offset / IML	offset / IML	offset	offset	offset

SEAUX RONDS					
JT	JT 107	JT 125	JT 178	JT 195	JT 300
Volume	Seau 10,7L	Seau 12,5L	Seau 17,8L	Seau 19,5L	Seau 30L
Type d'impression	offset / IML	offset	offset / IML	offset / IML	offset

SEAUX RECTANGULAIRES			
JTRE	JTRE 42	JTRE 57	JTRE 80
Volume	Seau 4,2L	Seau 5,7L	Seau 8L
Type d'impression	IML	IML	IML



Contact

Joktal S.A.R.L
 Zi Arbal BP.07 - DZ - 31140 Oued Tlélat - Oran
 Tél: 041 18 79 45/46/47 Mobile: 0561 67 43 39 / 05 61 81 89 41
 Fax : +213 (0) 41 18 79 39 Mail : info@joktal.com

Laiterie Numidia

Vers une nouvelle ère au profit de l'éleveur



Photo Agroligne

Même si elle a baissé durant le premier semestre de l'année en cours, la facture de l'importation de la poudre de lait coûte toujours cher à l'Algérie. Plusieurs dispositifs sont mis en place pour réduire cette facture qui s'est élevée durant ces premiers six mois à 414,2 millions de dollars. C'est dans cette optique et suivant les orientations du ministère de l'agriculture et du développement rural ainsi que du groupe Giplait, dont elle en est une filiale, la laiterie Numidia mobilise tout son savoir-faire et tous ses moyens humains et matériels. Son principal objectif est non seulement contribuer à réduire la facture des importations de la poudre de lait mais aussi développer la production nationale.

Encourager la production laitière locale

Pour atteindre leurs objectifs, les cadres de cette laiterie, située en plein cœur de la ville de Constantine, orchestrés par leur directeur M. Halimi Rachid, ont développé une politique de proximité auprès des éleveurs.

“Numidia active dans toute la région du constantinois, touchant les wilayas de Jijel, Skikda, Mila, Oum El Bouaghi, en accordant des avantages très attractifs aux éleveurs sur plusieurs plans, à savoir l'achat de la génisse, du matériel de traite et l'aliment de bétail nous espérons mobiliser le maximum d'éleveurs. Nous les faisons bénéficier de mesures d'accompagnement très favorables à leur activité notamment en matière de santé animale, déclare M. Halimi. Dans ce sens, nous avons recruté 4 vétérinaires qui font des sorties régulières chez les éleveurs pour contrôler le cheptel, les former et les équiper des moyens de contrôle de la qualité du lait. Nous les aidons, à travers des crédits, dans l'achat du matériel de froid pour la conservation du lait tel que les cuves de refroidissement. Notre objectif est de collecter la quantité maximale de lait et de faire adhérer le plus grand nombre d'éleveurs”.

Cela n'est pas tout. Un travail immense a été entrepris au sein même de la laiterie depuis le lancement de cette campagne de soutien à l'élevage.

En plus de celle qui existait, une nouvelle ligne de réception a été ouverte afin de permettre la réception même la nuit. “ Pour encourager les éleveurs à adhérer à cette politique, nous avons opté pour une méthode

de remboursement avec du lait et non avec l'argent. Nous donnons du crédit étalé sur 6 ans aux éleveurs et nous faisons des ponctions symboliques sur le prix du lait collecté. Nous en collectons aujourd'hui quelques 40 000 litres par jour. Nous voulons atteindre progressivement dans le futur le plus proche possible les 200 000 litres/jour”, ajoute-t-il avant de signaler que la collecte annuelle dans la wilaya de Constantine, selon les chiffres de la direction des services agricoles (DSA) est de 85 millions de litres/an. Il est vrai qu'en matière de quantités, la région du Constantinois a d'énormes potentiels.



Photo Agroligne



Photo Agroligne

C'est la raison pour laquelle M. Halimi et son staff n'épargnent aucun effort pour la promotion et la divulgation de l'information des avantages octroyés aux éleveurs et aux agriculteurs dans cette politique nationale à laquelle ils adhèrent complètement.

Depuis le début de cette campagne de soutien à la filière, la laiterie Numidia a contribué financièrement à la distribution de 400 vaches laitières. " Notre objectif est d'arriver à 5000 vaches. Toutefois, notre problème N°1 est les garanties que doit nous fournir l'éleveur. Il doit mettre en gage un bien, une maison, un terrain ou autres. Sauf qu'ici la plupart des terrains sont dans l'indivise donc difficile d'avoir une garantie.

Face à cette situation et conscients que le risque Zéro n'existe pas, nous prenons des risques. Restant toujours prudents, nous privilégions actuellement les éleveurs qui activent déjà. Pour ce faire, nous avons installé une commission qui fait des sorties sur terrain pour la confirmation sur place.

Dans le cadre de notre stratégie de déploiement, nous nous apprêtons à lancer des opérations pilotes dans les wilayas voisines, telles que Jijel, où nous avons déjà 10 éleveurs qui vont prochainement adhérer à notre réseau ", renchérit notre interlocuteur. En plus des avantages donnés aux éleveurs, Numidia octroi des facilités aux collecteurs. Avec un crédit étalé sur 5 ans et remboursé du lait collecté, ils sont aidés

à se procurer un camion, une citerne, des tanks de stockages ou autres. Toujours dans la politique de se rapprocher de l'éleveur et de lui alléger les procédures, nous avons investi dans un laboratoire d'analyses physicochimique et microbiologique au sein même de la laiterie. Ces analyses de qualité ne durent que quelques minutes.



Photo Agroligne



Les aides aux éleveurs comprennent :

- Acquisition de la génisse suivant le choix de l'éleveur lui-même
- Achat de l'aliment de bétail
- Acquisition de l'ensilage enrubanné
- Aménagement de l'étable ou l'écurie
- Achat du matériel de la traite
- Disponibilité des médecins vétérinaires
- Formation et acquisition du matériel de contrôle du lait
- Accompagnement dans les procédures administratives

La laiterie Numidia est le meilleur accompagnateur



Photo Agroligne

Le soleil se lève à peine à Constantine. Il est 7h du matin mais la journée a commencé bien plus tôt à la ferme de Benattalah Tahar. Ses employés et lui, sont déjà à pied d'oeuvre près des vaches. Elles sont 20 vaches laitières à être traitées deux fois par jour en respectant un intervalle de 12 heures entre chaque traite. Si l'opération de traite en elle-même est assez facile, grâce aux machines, toute la préparation qui la précède et la suit est assez ardue.

“ Je me suis mis à l'élevage il y a deux ans. Avant, j'étais cadre d'état dans l'agriculture. J'en ai acquis des connaissances dans la réglementation et une grande expérience dans la gestion. Une fois sorti du monde de l'administration, je me suis mis à une nouvelle passion : la terre. J'ai passé plusieurs années dans la filière des céréales puis dans les arbres fruitiers. C'est lorsque j'ai pris connaissance des aides offertes par l'Etat par l'intermédiaire de la laiterie Numidia que j'ai tout laissé tomber pour intégrer le monde de l'élevage, notamment de la vache laitière ”, explique M. Benattalah. Grâce au programme de la laiterie Numidia, cet éleveur a pu acquérir 20 vaches laitières,

toutes importées. Aujourd'hui, son investissement est presque doublé. En deux ans, il est à 33 vaches grâce à la reproduction naturelle.

“ En plus de mon premier capital de 20 vaches, j'ai, aujourd'hui, 6 génisses pleines, pure production de la ferme et 7 petits bovins ”, ajoute-t-il fièrement. Dans son exploitation de plusieurs hectares, les vaches sont dans leur milieu naturel. De vastes étendues de terres leur offrent l'occasion de prendre l'air et surtout de s'alimenter de l'herbe frais. D'après M. Bentallah, les laisser en contact avec la nature les met à l'aise et permet de les déstresser.

Dans sa série d'investissements, la laiterie Numidia, filiale du Groupe GIPLAIT, l'a aidé à aménager son étable. Soucieux du confort des vaches pendant l'opération de la traite, il a bénéficié d'une aide considérable pour l'achat d'un tapis spécial.

“ Il faut le dire, toute l'équipe de la laiterie Numidia m'a été d'une aide précieuse. Sans leurs efforts, je n'aurais jamais eu assez de moyens financiers pour acquérir ce tapis. En plus de sa fonction antidérapante et protectrice en cas de chute de l'animal, ce tapis me permet de préserver mes vaches des températures du sol et de la fatigue. Je suis aidé même pour l'achat de l'aliment qui coûte très cher.

En plus de l'aliment ordinaire, j'ai pu acheter pour mes vaches l'ensilage enrubanné très bénéfique pour leur santé et bien être”, explique notre interlocuteur. Dans le cadre du contrat qui le lie avec la laiterie, il rembourse, sur une période de 5 ans, toutes les aides financières dont il a bénéficié par le lait et des ponctions symboliques sur le prix du lait. Pour rappel, depuis le début de cette campagne de soutien à la filière, en 2012, la laiterie Numidia a contribué financièrement à la distribution de 400 vaches laitières. L'objectif est d'arriver à 5000 vaches, il est 9h, le lait collecté, est pris des cuves de refroidissement jusqu'à la laiterie Numidia par un collecteur.

Dans le cadre du développement de la production nationale de lait, des avances financières sont accordées aux éleveurs et aux collecteurs.

Aides aux éleveurs	Achat de génisses pleines	110 000 000,00 DA (400 vaches laitières)
	Achat ensilage enrubanné (fourrage)	5 000 000,00 DA
	Achat aliment de bétail	10 000 000,00 DA
	Achat cuves de refroidissement	8 000 000,00 DA
	Achat tanks de stockage	10 000 000,00 DA
Aides aux collecteurs	Achat et renouvellement matériel de collecte (transport de lait)	8 000 000,00 DA

En plus des avantages donnés aux éleveurs, Numidia octroie des facilités aux collecteurs. Avec un crédit étalé sur 5 ans et remboursé du lait collecté, ils sont

aidés à se procurer un camion, une citerne, des tanks de stockages ou autres.

Un suivi minutieux de la qualité du lait



Une fois arrivé à la laiterie, c'est une nouvelle tranche de la vie du lait qui commence. Avant de passer à la transformation, le lait doit passer par plusieurs examens microbiologiques et physico-chimiques

“Une fois que le lait est réceptionné, il doit impérativement être analysé avant d'être transformé. Il doit répondre aux normes et paramètres de sécurité. Dans notre laboratoire, nous vérifions le degré d'acidité afin de s'assurer qu'il s'agit réellement d'un lait frais, non acidifié. Nous testons également la température du lait collecté qui normalement ne doit pas dépasser les 4° Celsius.

Une haute température offre un milieu propice à la prolifération des germes et des bactéries. Dans notre série d'examens, figure également la mesure du taux de matières grasses et la densité. Ce dernier paramètre est important étant donné que le lait doit être riche en nutriments”, explique Mme Redjal Ismahane, responsable au laboratoire de la laiterie Numidia. Elle explique que parmi les causes de refus du lait figure également la présence de résidus d'antibiotiques.

“ Cette mesure est obligatoire dans le sens où il s'agit de la protection de la santé du consommateur et lui éviter des résistances à certains antibiotiques ”, réplique-t-elle. Une fois le lait validé, il passe directement à la transformation et l'étape de fabrication des différents produits de la laiterie Numidia, à savoir les fromages, la crème fraîche et le lait en sachet.

Au moment de la transformation, le laboratoire intervient également. Des analyses sont faites pour les produits semi-finis, tels que les laits avant leur pasteurisation.

Selon Mme Redjal, ces produits passent par les mêmes examens faits dans la 1ère procédure de validation de lait cru, à savoir son degré d'acidité, la

température, le taux de matière grasse et la densité. *“ Tout produit doit passer par le laboratoire, y compris la poudre de lait importée. Il ne s'agit pas ici de remettre en question la qualité mais c'est une mesure préventive afin d'éviter tout soupçon de contamination ou de présence de germes, notamment lors du stockage. Toutes les matières premières passent par ces examens y compris l'eau”,* rassure-t-elle. Elle certifie qu'aucun lait ne passe à la pasteurisation s'il n'a pas l'aval du laboratoire.



Une fois conditionné, le contrôleur prélève des échantillons pour s'assurer de la qualité irréprochable du lait ou de ses dérivés avant de le mettre sur le marché. Pour les contenants, ils passent également par des tests et sont stérilisés. En moyenne, le laboratoire prélève mensuellement quelque 2100 échantillons et fait quelque 12700 tests.

Activité moyenne du laboratoire en chiffres

Mois	Echantillon	Tests
Août	2374	13879
Septembre	2121	12436
Octobre	2151	12480

Services

BLUEGREEN BUSINESS



Installée dans la wilaya de tipasa depuis mars 2016, BlueGreen Business est un cabinet multidisciplinaire composé par une équipe expérimenté, qui vous assiste à créer et élargir

votre business en 03 phases :

1- Phase Création / Accompagnement :

Montage d'un dossier de création d'un projet d'investissement : Elaboration de Business plans, suivie des démarches administratives, ...ect. Accompagnement dans vos démarches ; de la création jusqu'à la réalisation de votre projet.

2- Phase Intermédiaire :

Si vous existez déjà, notre cabinet propose d'intervenir à différents niveaux selon vos besoins. Un diagnostic s'impose pour assurer la continuité.

3-Phase extension :

C'est la phase de maturation d'une entreprise pour élargir et diversifier son business dans un nouveau marché, savoir saisir les opportunités c'est la compétence phare du cabinet BlueGreen Business.

BlueGreen Business axe ses études dans le domaine agroalimentaire et aquacole, en restant ouvert à toutes autres propositions de partenariats. Le cabinet dispose aussi d'un service de communication spécialisé dans les événements professionnels et les rencontres d'affaires b to b.

Export : BlueGreen Business vous accompagne à l'export en trois étapes :

- 1.Un entretien approfondi avec un conseiller du cabinet BlueGreen Business, pour comprendre vos enjeux et vos attentes.
- 2.Une analyse de la situation de votre entreprise (atouts et points d'amélioration) en fonction de la problématique et des priorités posées.
- 3.Des préconisations et une méthodologie d'approche des marchés ciblés dans la perspective d'un projet export à court ou moyen terme

Agro-alimentaire : Notre ingénieur spécialisé dans la recherche et développement met à votre disposition ses services et son expérience pour vous accompagner dans :

- Conception de nouveaux produits ou amélioration des produits existants.
- Effectuer une veille concurrentielle et anticiper la demande des marchés.
- Mettre au point la formulation des produits.
- Réaliser des essais en laboratoire ou sur pilote.
- Préparer la phase d'industrialisation.
- Réaliser les essais sur des lignes de production.
- Suivre le démarrage de la production
- Planification des phases de réalisation
- Evaluation du budget
- Recherche des matières premières ou machines nécessaires
- Optimisation du procès

Partenariat : vous êtes à la recherche d'un partenaire étranger pour accomplir votre business , le cabinet avec son réseau professionnel vous offre l'opportunité d'éventuels partenariats .

Email : bluegreenbusiness@gmail.com

Site : bluegreen-business.com

We don't promise quality , We deliver it

منتج مصنع و مصدر للتصدير الجزائرية.
Grower, Packer and Exporter of dates
Производитель, упаковщик и трейдер Финики

green Palm

Agroalimentaire GROUPE KHEIDRI

GROUPE KHEIDRI - Depuis 1980 -



L'établissement KHEIDRI est une entité familiale installée à BOU-SAADA. Fondée en 1980, notre activité a débutée dans la distribution du lait pasteurisé « sachet », avant d'élargir notre réseau de distribution aux autres produits laitiers tels que yaourt, Fromage frais, crème dessert... etc. Une activité qui constitue notre fierté depuis plus de deux décennies. Après avoir acquis une maîtrise dans le domaine avec des fournisseurs nationaux et internationaux, nous avons élargi notre champs de distribution et de livraison aux bases de vie pétrolières et les sociétés de CATERING dans le sud Algérien.

Courant 2008, nous nous sommes spécialisés dans la distribution en tant que partenaire exclusif des produits BEL ALGERIE « LA VACHE QUI RIT » et cela sur les wilayas de M' SILA, BISKRA, BATNA, KHENCHELA, DJELFA et LAGHOUAT. Fin 2009 au début 2010, nous avons créés la marque « DIOUL EDAR » pour la production de la feuille de brick « DIOUL » dont l'usine se trouve à BOU-SAADA .

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

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



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

Email : alikhaidri@yahoo.fr

Site Web : www.groupekheidri.com



Siège social : Zone d'activités Bou-saada 28001 Algérie
Tél. : (035) 52 40 25 / Fax : (035) 52 40 89
www.groupekheidri.com
Service commercial : 0561 64 91 77



01 Emballage Complexe CPP-CAST



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

02 Emballage pour Sucettes liquide



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

Notre soucie c'est la qualité

03 Emballage pour Fromage



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

04 Emballage complexe en BOPP



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

Depuis sa création, INFOR à accumulé des sérieuses expériences.

- Grace à ses fournisseurs internationaux
- Produisant des marques mondiales.
- Relevant des challenges.

INFOR et une entreprise spécialisée dans la transformation d'emballage souple pour l'industrie agro-alimentaire en général.

Par souci de performance et de qualité l'entreprise investit en permanence sur de nouveaux matériels, ainsi INFOR a su maintenir son avance technologique et améliorer sa compétitivité.

Notre parfaite maîtrise des process et des outils de production ainsi que notre longue expérience dans la transformation des polyéthylènes, sont autant d'atouts pour répondre aux demandes les plus diverses et satisfaire les attentes de nos clients transformateurs, distributeurs et industriels.

Le savoir-faire que nous avons acquis dans les techniques de transformations des films, la connaissance des matériaux et de leurs applications, nous permettent d'accompagner les exigences des industriels de la conception à la mise en œuvre de leurs emballages souples. Pour répondre aux besoins de nos clients nous utilisons des films souples issus de différents polymères : l'aluminium (ALU) les polypropylènes (PP) et les polyéthylènes (PE), les polyamides (PA), les polyesters (PET) et les polystyrènes (PS), mais aussi les Films issus des ressources renouvelables : les pellicules cellulosiques, le papier etc...

Pour répondre à la diversité des exigences techniques de nos clients, nous proposons des mono films et leurs complexes permettant de combiner les propriétés nécessaires à l'atteinte de vos objectifs : Haute barrière à l'humidité, soleil, étanchéité, haute force de scellage, propriétés mécaniques, optiques...

Nous produisons principalement des bobines destinées au conditionnement automatique horizontal et vertical.

Nous réalisons 3 types de transformation :

- la découpe,
- l'impression,
- la lamination,

Et vous proposons donc 3 types de produits finis :

- les mono films imprimés,
- les complexes imprimés.
- les triplex imprimés / neutre

05 COLD SEAL



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

06 Emballage Triplex



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

Notre Objectif

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



Services INFOR



INFOR est une entreprise spécialisée dans la transformation d'emballage souple pour l'industrie agro-alimentaire

en général. Par souci de performance et de qualité l'entreprise investit en permanence sur de nouveaux matériels, ainsi **INFOR a su maintenir son avance technologique et améliorer sa compétitivité.** Notre parfaite maîtrise des process et des outils de production ainsi que notre longue expérience dans la transformation des polyéthylènes, sont autant d'atouts pour répondre aux demandes les plus diverses et satisfaire les attentes de **nos clients transformateurs, distributeurs et industriels.** Le savoir-faire que nous avons acquis dans les techniques de transformations des films, la connaissance des matériaux et de leurs applications, nous permettent d'accompagner les exigences des industriels de la conception à la mise en œuvre de leurs

emballages souples. Pour répondre aux besoins de nos clients nous utilisons des films souples issus de différents polymères : l'aluminium (ALU) les polypropylènes (PP) et les polyéthylènes (PE), les polyamides (PA), les polyesters (PET) et les polystyrènes (PS), mais aussi les Films issus des ressources renouvelables : les pellicules cellulosiques, le papier etc... Pour répondre à la diversité des exigences techniques de nos clients, nous proposons des mono films et leurs complexes permettant de combiner les propriétés nécessaires à l'atteinte de vos objectifs : Haute barrière à l'humidité, soleil, étanchéité, haute force de scellage, propriétés mécaniques, optiques... Nous produisons principalement des bobines destinées au conditionnement automatique horizontal et vertical.

Nous réalisons 3 types de transformation :

- la découpe, • l'impression, • la lamination,
- Et vous proposons donc 3 types de produits finis :
- les mono films imprimés, • les complexes imprimés.
 - les triplex imprimés / neutre

Email : inforhassena@yahoo.fr

Site : www.infor-print.com

FACCO ITALIE



FACCO
POULTRY EQUIPMENT

L'histoire de FACCO est celle d'une entreprise dont la recherche constante, l'engagement et l'esprit d'entreprise sont à la base de sa croissance.

Le succès de Facco se fonde sur plus de 60 ans d'innovation et de partenariat avec les éleveurs de volaille, poules pondeuses, poulets de viande et poussins.

Afin de garantir un meilleur contrôle des procès de fabrication et de qualité, notre production est faite dans les usines du groupe FACCO.

Plus de 900 techniciens travaillent dans le monde entier pour FACCO en garantissant les meilleurs Résultat et service après vente le plus fiable.

Nous nous concentrons sur ce que nous savons faire le mieux : développer les systèmes de production pour l'élevage de reproducteurs ponte et chair pour les pondeuses et les poulets de chair avec les meilleures performances.

Pour tous renseignements au Maroc, veuillez vous adresser à notre entreprise:

AGROMATIC SARL

agromaticfacco@gmail.com

Nous vous attendons à la foire de Dawajine 2015 Casablanca hall 2 stands 34 et 35.

Email : facco@facco.net

Website : www.facco.net



M. ŁUKASZ HOŁUBOWSKI,
PRÉSIDENT DE L'AGENCE DU MARCHÉ AGRICOLE ARR

La Pologne offre la meilleure atmosphère business pour les IDE

Avec une balance import/export en pleine effervescence, la croissance économique de la Pologne se développe à grands pas lui permettant, selon les experts, de se positionner très bientôt comme un des pays leaders de toute l'Europe. M. Łukasz Hołubowski, Président de l'Agence du Marché Agricole ARR, accorde à Agroligne cette interview dans laquelle il déploie tous les efforts fournis pour le développement de l'agriculture et les IAA dans son pays ainsi que les potentialités d'investissements qui s'y offrent.

Entretien réalisé par : Rédaction Agroligne

Agroligne : Face aux nouveaux défis, quelles sont les engagements polonais pour le développement de l'agriculture ?

M. Łukasz Hołubowski : Compte tenu des défis imposés par le 21ème siècle, notamment ceux relatifs au climat, et le fait que le marché agroalimentaire soit un marché global, mondial et ouvert, l'Etat polonais appuie activement les agriculteurs polonais ainsi que la production agroalimentaire polonaise. Ceci se concrétise par des actions réelles visant l'amélioration de l'environnement dans lequel fonctionne la production agroalimentaire, notamment dans la sphère du business. Des efforts plus intenses sont déployés pour la mise en œuvre et la promotion de la production bio et sans OGM.

Le 21ème siècle est également celui de l'innovation. Même si l'agriculture polonaise est l'une des plus développées au niveau technologique en Europe, nous sommes toujours à la recherche des nouvelles technologies et innovations telles que l'utilisation des drones, l'automatisation et la robotique.

Ceci tout en veillant sur la préservation de la bonne qualité de la production agricole. Le 21ème siècle impose également un défi civilisationnel. Ceci implique encore plus d'efforts pour instaurer une alimentation adaptée aux populations qui vieillissent, notamment en Europe et en concordance avec des régimes bien adaptés pour des personnes atteintes de maladies tels que le cancer, le diabète, l'obésité chez l'enfant. Adopter une alimentation qui prévient contre ces maladies chroniques est l'idéal. Même en



matière de compléments alimentaires, il est impératif qu'ils répondent aux instructions des nutritionnistes qui prescrivent des régimes adaptés à leurs patients.

Y a-t-il des cas concrets de ces engagements ?

En Effet ! Le gouvernement polonais a élaboré un programme spécialement conçu pour le marché alimentaire. A titre d'exemple, les recherches sont très accentuées pour que les produits laitiers répondent à ces nouvelles exigences. Pour ce faire, plusieurs grands centres de recherches spécialisés dans la filière lait travaillent d'arrache-pied dans ce sens. Une collaboration avec des chercheurs asiatiques et européens en ce qui concerne l'étude et l'analyse de ces produits laitiers et leur amélioration est mise en

place. Une nouvelle loi relative à l'opération de vente entre l'agriculteur et le consommateur final est en voie de finalisation. Elle vise essentiellement à éliminer la mainmise des grands holdings sur le marché, dont le marché laitier.

Quelles sont les opportunités d'investissements offertes en la Pologne au profit des IDE ?

La Pologne figure parmi les destinations les plus attractives d'Europe en termes d'IDE. Parmi de nombreux atouts du pays citons notamment sa position stratégique (au cœur de l'Europe), sa population importante (38,5 mln habitants), son appartenance à l'Union européenne (depuis 2004), sa stabilité économique (seul pays de l'UE à maintenir une croissance positive durant la crise économique mondiale), la qualité de la main-d'oeuvre qualifiée ainsi que sa fiscalité attractive pour les entreprises. Le gouvernement polonais a mis en œuvre plusieurs mesures afin de promouvoir et supporter les investissements étrangers dont, entre autres, la création de zones économiques spéciales ainsi que de zones industrielles et technologiques, l'accès à des fonds de l'UE pour les entrepreneurs et beaucoup d'autres. Nous invitons tous les investisseurs intéressés par le marché polonais à contacter le Service de la Promotion du Commerce et des Investissements de l'Ambassade de Pologne à Paris afin d'obtenir plus d'informations sur l'environnement juridique et économique de la Pologne :
www.france.trade.gov.pl, Tél: 01 45 04 10 20, Fax: 01 45 04 63 17, courriel: paris@trade.gov.pl

Qu'en est-il des mesures prises pour la promotion de la production agricole polonaise dans les pays de l'UE et à l'extérieur, notamment l'Afrique ?

Cette année nous avons changé notre approche de la promotion du produit polonais. En plus de l'activité d'export pour les produits polonais, connus pour leur très haute qualité, nous avons adopté une nouvelle stratégie à travers les investissements, notamment dans la transformation des aliments.

Dans ce sens, la Pologne a signé des conventions de collaboration avec plusieurs pays, notamment en Afrique, à savoir le Kenya, l'Éthiopie et la Tanzanie. À travers ces contrats de crédits réciproques, les investissements polonais sont en fait logés dans ces pays africains. Les produits polonais agroalimentaires sont également accessibles dans les pays du Maghreb. Ils jouissent d'une grande renommée notamment pour leur qualité, propreté et leur respect de l'environnement. Cette année, la Pologne a signé un contrat de coopération internationale avec l'Afrique du Sud et l'Algérie.

Polska



Quelles sont les initiatives prises par l'ARR pour le développement agricole et de l'élevage ?

S'inscrivant dans les défis du 21ème siècle, plusieurs actions sont menées par l'ARR pour améliorer la productivité ainsi en ce qui concerne la vente directe de ces produits en améliorant du positionnement de l'agriculteur dans la chaîne alimentaire. C'est dans cette nouvelle optique que l'agence du marché agricole active pleinement pour répondre à cette nouvelle tendance issu d'une véritable demande.

En Pologne, il existe beaucoup de coopératives agricoles.

Notre rôle en tant qu'agence est de répondre à cette demande de vente directe, notamment d'un point de vue juridique, permettant à ces coopératives d'exister et surtout satisfaire le consommateur avec des produits de qualité sans l'intervention d'aucun intermédiaire. Cette démarche permet également d'ouvrir de nouveaux canaux de distribution pour les agriculteurs polonais qui veulent faire de la vente directe.



Agencja
Rynku
Rolnego

SIMA SIPSA

SALON DE L'ÉLEVAGE ET DE L'AGROÉQUIPEMENT

10-13 OCTOBRE 2017
ALGER - ALGÉRIE

PALAIS DES EXPOSITIONS - SAFEX



VOTRE SALON LEADER EN ALGÉRIE SUR LE MARCHÉ AGRICOLE !

UN ÉVÉNEMENT
AUX PORTES
DU MAGHREB
ET DE L'AFRIQUE

الحدث على أبواب
المغرب العربي وأفريقيا



RÉSERVEZ VOTRE STAND !

www.sima-sipsa.com

EXPO
SIPA
ALGERIE

EXPOSIA
Ain Allah 2 Lot.N°-7 Dely Ibrahim
16320 Alger - Algérie
Tél. : +213(0) 23 31 22 48 / +213(0) 23 770 89 58 89
Fax : +213(0) 23 31 22 35
Email : sima-sipsa@expovet-dz.net

COMEXPOSIUM





SIPSA-SIMA, VOTRE RELAIS DE CROISSANCE !

REJOIGNEZ LE PLUS GRAND SALON PROFESSIONNEL DÉDIÉ À L'ÉLEVAGE ET À L'AGROÉQUIPEMENT EN AFRIQUE

DES SOLUTIONS POUR TOUS

Le SIPSA-SIMA présente une gamme complète de produits pour répondre à tous les besoins des exploitations agricoles et des professionnels de l'élevage.

Une offre complète

• Bâtiments d'élevage • Animaux reproducteurs, programmes de sélection • Alimentation des animaux
 • Commercialisation des produits issus de l'élevage • Pêche et aquaculture • Traction • Travail du sol
 • Semis, plantation et maraîchage • Irrigation et pompes • Protection des plantes • Récolte et après-récolte
 • Manutention, remorques, transport, stockage et bâtiments • Composants, pièces et accessoires
 • Développement durable, énergies renouvelables • Agro-fourmiture (semences, engrais, produits phytosanitaires, plastiques...)
 • Productions végétales, valorisation et commercialisation des plantes • Serres • Equipements pour la préparation et 1^{ère} transformation des végétaux • Equipements d'élevage
 • Hygiène, surveillance, équipements et produits vétérinaires • Technologies et contrôle de l'environnement
 • Equipements pour la traite et la 1^{ère} transformation du lait • Déjections animales.

L'ALGÉRIE AU CŒUR D'UN MARCHÉ PORTEUR EN PLEIN RENOUVEAU AGRICOLE ET RURAL

PLAN DU SALON



UN SALON SOUTENU PAR LES AUTORITÉS ALGÉRIENNES ET LE GROUPE DE REFLEXION FILAHA INNOVE (GRFI)

• Ministère de l'Industrie et des Mines • Ministère du Commerce

SIPSA-SIMA EN BREF

- 600 entreprises de 24 pays
- 30 000 m² de surface d'exposition
- 18 000 entrées professionnelles de 45 pays

ILS ÉTAIENT PRÉSENTS EN 2016

ABS (Algérie) • Agriprom (Algérie) • Agroindustrie (Groupe Kherbrouche - Algérie) • Aldip (Algérie) • Algerian Bovines (Algérie) • Alphyt (Algérie) • Altinbilek (Turquie) • Bayle (France) • Big Dutchman (Allemagne) • Boumatic (USA) • Danone Djurdjura (Algérie) • Dubrulle Downs (France) • Dupont (USA) • Ecorep-Piriou (Algérie) • FACCO (Italie) • FBF (Algérie) • Gea Process Engineering (France) • Grimme (Allemagne) • Irrifrance (France) • J. Delgado (Espagne) • John Deere (USA) • Lemken (Allemagne) • Mecafa (Algérie) • Monosem (France) • PMAT (Algérie) • Soummam (Algérie) • Sulky Burel (France) • Tirsam (Algérie) • Valley (USA) • Yamaqua (Algérie) • Zucami (Espagne)...



5 BONNES RAISONS POUR EXPOSER

1

Répondre aux besoins croissants en matériels agricoles

2

Rencontrer 18 000 visiteurs qualifiés du secteur de l'élevage et de l'agriculture

3

Développer votre business au Maghreb et en Afrique

4

Créer de nouveaux partenariats et entretenir votre réseau

5

Renforcer vos relations avec vos clients

SIMA

PARI RÉUSSI POUR LE SIMA 2017 !

La 77ème édition du SIMA, Mondial des fournisseurs de l'agriculture et de l'élevage, vient de fermer ses portes. Le salon a accueilli pendant 5 jours 1 770 entreprises en provenance de 42 pays et enregistré 232 000 entrées, dont 23 % d'internationaux, soit - 3 % par rapport à l'édition 2015.

SIMA

2017



Des visiteurs porteurs de projets

Malgré un contexte difficile, les professionnels du monde agricole se sont donné rendez-vous au SIMA avec la volonté d'envisager l'avenir de façon réaliste et optimiste. Ainsi, Yoann Marchand, responsable Communication et Promotion des ventes de Massey Ferguson France, a noté « un climat satisfaisant, inattendu en cette période compliquée, et un visitorat aux profils et aux projets intéressants, en quête de solutions technologiques ».

Un événement international par nature

Témoin de l'intérêt croissant de nombreux pays pour les innovations présentées par le SIMA, cette édition a une nouvelle fois accueilli de très nombreux visiteurs internationaux, à l'image de Haroldo Korte (Brésil), spécialiste de la vente en ligne de bovins, qui voit dans le SIMA « une excellente opportunité pour rencontrer, dans un même lieu, les acteurs qui comptent ». De son côté, Thien Minh (Vietnam), concessionnaire, a choisi de visiter le SIMA, « parce qu'il s'adresse à tous les types d'agriculture ».

SIMA 2017, pragmatisme et innovation

Avec la thématique « Etre agriculteur dans 10 ans », le SIMA a proposé de nouveaux rendez-vous tel le Village Start-up. Interrogé sur cette initiative, Paolin Pascot, président de La Ferme Digitale et d'Agriconomie, se dit « satisfait que l'innovation numérique ait été placée au



centre du salon. Ce nouveau lieu d'échanges nous a permis de nouer de nombreux contacts, notamment à travers nos ateliers (les objets connectés, la distribution agricole de demain...), particulièrement plébiscités ».



De nouveaux événements, facilitateurs de contacts

Véritables outils de mise en relation entre tous les acteurs du secteur, deux événements ont vu le jour en 2017 : le SIMA Dealer's Day-ting et ses rendez-vous BtoB entre exposants et concessionnaires du monde entier, et le SIMA African Summit, qui a réuni professionnels du monde agricole, exposants, institutionnels et opérateurs privés africains. Tous deux ont été plébiscités et sont d'ores et déjà reconduits pour la prochaine édition en 2019.

SIMAGENA, vitrine de l'innovation en génétique

Quant au SIMAGENA, entre ventes aux enchères et concours de races bovines, il a une nouvelle fois été le lieu de rencontres et de business des filières bovines française et internationale.

NOTRE PRESTATION

AUDIT TECHNIQUE

Examen du procédé industriel client

ETUDE TECHNIQUE

Prélèvements et analyses d'échantillons d'eaux

DIAGNOSTIC

Préconisation d'une solution technique personnalisée



POSSIBILITÉ D'UN CONTRAT ANNUEL DE SUIVI DES ÉQUIPEMENTS

Mise en service des installations

Dépannage

Procédure de nettoyage en place (NEP) (CIP)

osmoseur, échangeurs, adoucisseurs...

Intervention sur simple appel

VOTRE CONTACT

Mourad Toumi

07 70 30 47 58 - 05 50 49 92 84



Rue Cheghnoun Tayeb,
commune Gherrouaou, 09000 Blida, Algérie
Tel/Fax : 025 490 436
aquadosis@gmail.com

www.analysys-eau-industrielle.fr



UNE GAMME DE
MATÉRIELS DE QUALITÉ

UN SUIVI
RAPIDE ET EFFICACE



EAU BRUTE À TRAITER

UNE GAMME DE MATÉRIELS À VOTRE SERVICE

Nettoyage en place (NEP)
Cleaning in place (CIP)



Organisent sous le patronage du Ministère de l'Agriculture,
des ressources hydrauliques et de la pêche

Organize under the patronage of Ministry of Agriculture,
Water Resources and Fisheries

Pamed

LE SALON MÉDITERRANÉEN DES PRODUCTIONS ANIMALES,
DE L'ÉLEVAGE ET DES EQUIPEMENTS AGRICOLES

THE MEDITERRANEAN EXHIBITION OF ANIMAL PRODUCTION,
LIVESTOCK AND AGRICULTURAL EQUIPMENT



14th
edition

DU 16 AU 19 MAI 2017

From 16th to 19th of May 2017

Expo Center Médina Yasmine Hammamet
Tunisie - TUNISIA

14^{ème}
édition



De la fourche... à la fourchette

Comité d'organisation des salons / Exhibition committee

Gsm : (+216) 27 824 526 - 50 395 463 - Fax : (+216) 72 240 353 / E-mail : Hamdi.souissi@pamed-expo.com / www.pamed-expo.com

M.A.D.E. 2017

Le succès au rendez-vous !

*M.A.D.E. = Marques Associées Distribution Event



Les 28 et 29 mars derniers, dans le hall 7.1 de Paris Expo, Porte de Versailles, la 1ère édition du M.A.D.E. a remporté tous les suffrages : hausse de l'affluence et adhésion unanime à son concept inédit. En phase avec les tendances de consommation, le repositionnement premium du salon a été salué par les 4 140 visiteurs professionnels (+9 % vs. 2016).

Un repositionnement salué par tous les visiteurs

Une offre complémentaire (produits, ingrédients, packagings...) répondant aux attentes du marché en matière de bio, snacking, nutrition-santé, éthique, premium..., associée à un concept inédit axé autour de la co-création. Soutenu par ses 450 exposants (dont 35 % d'internationaux et 33 % de nouveaux), M.A.D.E. 2017 a officialisé la renaissance d'un salon qui se positionne désormais en agitateur de savoir-faire, provocateur de business et révélateur d'originalités,

au plus près des besoins des professionnels et des attentes du marché.

Une transformation réussie avec 4 140 visiteurs conquis par ce concept inédit (+9 % vs. 2016, 15 % d'internationaux) et de nouveaux circuits de distribution répondant à l'appel avec notamment des enseignes de distribution spécialisée, de restauration, de grossistes, d'industriels en recherche de sous-traitance ou de produits bruts, de développeurs de marque...

Entendu dans les allées :

« Partenaire du Salon pour la 2ème année, Coop de France se félicite de la transformation de ce rendez-vous annuel devenu le M.A.D.E.. Cette montée en gamme était palpable à travers les contenus riches et variés des conférences, une cérémonie très positive des M.A.D.E. Awards mettant en valeur de vraies innovations de rupture, des exposants valorisant leurs savoir-faire spécifiques et le parcours coopératif très apprécié par les visiteurs. » Rachel BLUMEL Directeur Coop de France Agroalimentaire

L'innovation comme une évidence

Constamment à l'affût d'innovations, de nouveaux talents et savoir-faire, les visiteurs ont été séduits, à peine arrivés, par l'Allée des Découvertes qui offrait à leur regard averti un concentré du meilleur de chacun de chacun des exposants présents.

Couplant décryptage des tendances et rencontres avec les exposants, les Innovation Tours, visites guidées à travers le salon, ont été prises d'assaut à chacune des 5 sessions ! Un succès qui confirme tout l'intérêt porté par les visiteurs à l'innovation. Une participation record (140 innovations soumises au jury), des innovations qualitatives, 24 produits nominés : les M.A.D.E. Awards ont donné lieu à une cérémonie en grande pompe le mardi soir, en présence de visiteurs et exposants du salon, un moment unique de récompense et de visibilité

pour les 7 lauréats : - Co-création : Sauce au fromage et à la truffe, par TRUFFIERE DE RABASSE

● Design : Concrète, huile de parfum solide, sans alcool (Mon Petit Paradis), par BLOOMUP ;

● Épicure : Foies gras sur lit de fruits, par LUCIEN GEORGELIN ;

● Naturalité : Marie-Amélie - Soupe de poissons MSC, par OLIVES & CO ;

● Nutrition : Fusilliauxpois chiches, spécialité alimentaire biologique, par DALLA COSTA ALIMENTARE ;

● Origine : Chorizo pur boeuf Charolais, par SALAISONS DIJONNAISES ;

● Usage : Gel douche à reconstituer, par LCC SARL. Clou de ce moment riche en émotion, le prix Best of M.A.D.E., le meilleur du meilleur, remis aux SALAISONS DIJONNAISES pour leur chorizo pur boeuf Charolais.



Tous les produits sont à retrouver sur le site : www.madeparis.com/made-awards-info



Co-création, collaboration et partenariat ont été les maîtres mots de cette édition

Des visiteurs spectateurs qui se sont laissés tenter par les suggestions des chefs...

Chaque jour, sur l'espace M.A.D.E. your Idée, chefs et apprentis de l'EPMT (École de Paris des Métiers de la Table) et chefs du Centre Culinaire Contemporain (3C), donnaient vie, en direct, à l'esprit de co-création et de collaboration !

Course contre la montre, créativité et improvisation avec le Marché du Chef

Après être allé chercher l'inspiration dans les allées du salon, le chef devait relever le défi de créer en quelques minutes des recettes inédites, commentées en live, à partir des produits des exposants.

Innovation et dégustation avec les Speed Tasting

En continu pendant les deux jours du salon, les élèves de l'EPMT, sous la supervision de leur chef et d'un conseiller culinaire du 3C, ont préparé devant le public, des recettes imaginées en amont du salon, à partir des 24 produits nominés aux M.A.D.E. Awards.

Co-création et originalité avec le Barista Live

Enfin, 3 fois par jour, Luca CASADEI, double champion de France Barista, proposait des associations originales et inédites réalisées à partir de cafés et de produits d'exposants.

... ou aux commandes, afin de laisser libre cours à leur imagination

Acteurs de leur visite, les visiteurs avaient la possibilité, sur l'espace M.A.D.E. your Expérience, de tester, comparer ou goûter les différents produits qui avaient retenu leur attention au gré de leurs pérégrinations. En compagnie d'un conseiller culinaire du 3C, ils ont pu évaluer les produits dans un espace de cuisine ouvert, puis les décrypter et recevoir les conseils et recommandations d'un expert, en toute confidentialité dans un box privé.

Le business en ligne de mire

En rapprochant décideurs et spécialistes de la création de produits sur-mesure, dédiés aux marques et réseaux de distribution, le M.A.D.E. leur offre les meilleures conditions pour concrétiser leur business.

Dans cette optique, le service gratuit de rendez-

vous d'affaires personnalisés organisés en amont ou spontanément sur le salon, et conduits au choix sur les stands des exposants ou sur l'espace VIP, ne se dément pas ! Cette année, 337 rendez-vous d'affaires ont été concrétisés sur le salon (soit + 25% vs 2016).

Entendu dans les allées :

« Des conférences au top, riches en contenu et en expertise ! »



Avec un format revu et une salle en mode plateau TV, le programme des conférences du M.A.D.E. a fait salle comble : plus de 700 auditeurs captivés par les études et retours d'expériences des intervenants et experts de qualité. Comportements, usages, tendances de consommation, modes de distribution, nouvelles expériences shopping... Autant d'informations et de données précieuses pour qui veut booster son activité. Séance de rattrapage possible grâce aux retransmissions en français et en anglais sur le site web du salon : www.madeparis.com.

Rendez-vous donc l'année prochaine pour le M.A.D.E. 2018, les 20 et 21 mars 2018, hall 7.1, Paris Expo, Porte de Versailles

WWW.MADEPARIS.COM

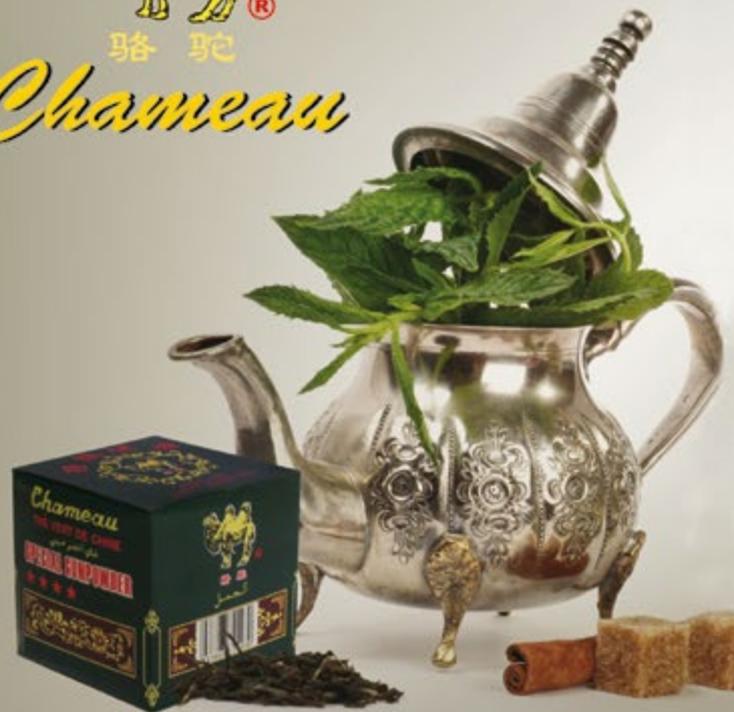
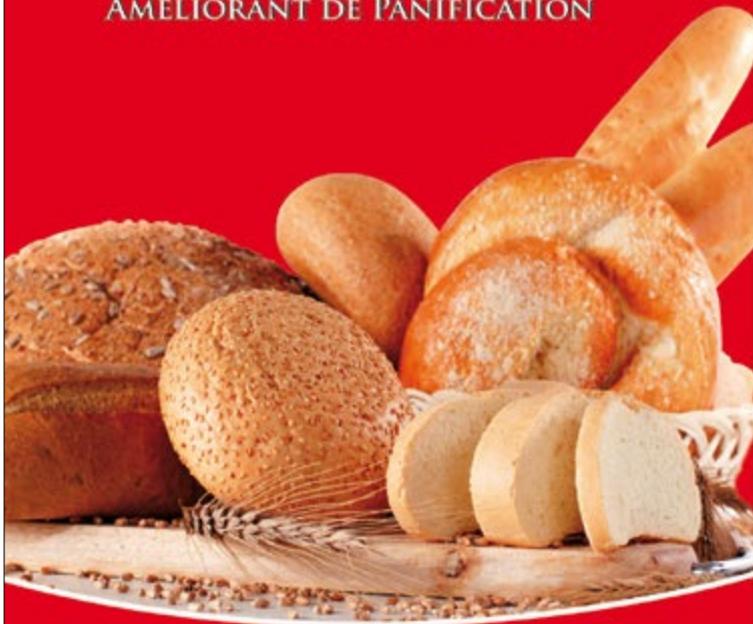
Contact Presse : AB3C
Bourlaye CISSÉ
Tél. 01 53 30 74 00
bourlaye@ab3c.com

Contact GL events Exhibitions :
Laure MENDES
Tél : 05 53 36 78 78
laure.mendes@gl-events.com



محسن الخبز

Chameau



EURL BOUSHABA IMPORT & EXPORT

Rue de caznave n° 545 gué de constantine alger ALGERIE tél : 021 83 54 10 fax : 021 83 55 36
www.groupe-boushaba.com - email : eurl_boushaba@yahoo.com



Un Cluster pour le secteur des boissons

Le Cluster Boissons Soummam, est né officiellement après sa création juridique, au niveau du RC en février 2015, et, après avoir franchi toutes les étapes depuis sa maturation.



M. BOUATTOU Mourad Président cluster soummam

Ses missions

- Fédérer les acteurs de la filière, en créant un climat favorable ;
- Promouvoir la « Compétitivité » et l'innovation, par le renforcement des alliances stratégiques au sein de la filière Boissons, et les pôles de compétences ;
- Mutualiser et optimiser la chaîne logistique : gains attendus par les économies d'échelle grâce à la mutualisation des moyens (Numilog/ Cevital, Sntr / Logitrans, Port de Béjaïa) ;
- Créer un climat attractif et favorable à l'investissement ;
- Optimiser les investissements amont et aval par l'intégration de la filière dans la chaîne de valeur de la production ;
- Promouvoir les technologies de l'information.

Les grands axes de développement déclinés en plan d'actions à court et moyen terme horizon 2020

Organisation d'une Campagne de communication

Les résultats concrets sur le terrain sont traduits par un plan média déployé à travers les chaînes Nationales publiques et privées, ainsi que des magazines spécialisés, qui aujourd'hui donnent une visibilité Nationale et Internationale, grâce au potentiel de Relations Publiques du Management.

Formation

Sensibiliser nos membres sur le travail collectif et l'esprit de partage, conditions sine qua none pour créer la culture du collectif et du partage, indispensable à la réussite de ce nouveau concept en Algérie.

Projets collaboratifs

L'objectif est de bénéficier de l'expérience de développement des territoires et clusters dans le bassin Méditerranéen et dans la région du Maghreb, en vue de constituer un plateau de développement de produits, projets de partenariat ou de savoir faire à transférer en Algérie.

Relation Producteurs de boissons-Membres de la filière logistique

Les espaces logistiques des membres du GIE (ports secs notamment) faciliteront à Moyen terme, ces exportations groupées, désormais impulsées par les nouvelles dispositions douanières visant à booster les exportations hors hydrocarbures.

Recherche Développement et Innovation

Des jeunes porteurs de projets ont été rapprochés de cette structure, mais une relation continue, à consolider par une convention signée avec l'Université de Béjaïa, dans ce sens pour identifier des thèmes de recherche développement avec nos industriels.





Machines automatiques pour l'emballage secondaire



Une gamme complète de machines et solutions pour l'emballage et la protection des briques.

"know-how" de nos experts techniques en fournitures complètes et intégré des lignes et systèmes pour l'emballage de fin de ligne

A.INSERT 8

- FILM RÉTRACTABLE
- FILM RÉTRACTABLE + CARTON VERTICAL POUR LA PROTECTION SUPÉRIEURE
- FILM RÉTRACTABLE + CARTON VERTICAL + BASE AVEC CARTON INFÉRIEURE
- VITESSE DE PRODUCTION JUSQU'À 8 PAQUETS / MINUTE
- DISPONIBLE EN ACIER INOXYDABLE



A.INSERT 12 DIVERTER



- FILM RÉTRACTABLE, CARTON VERTICAL, BASE AVEC CARTON INFÉRIEURE
- SYSTÈME D'ALIMENTATION AUTOMATIQUE AVEC DÉVIATEUR DE 1 À 2 LIGNES DE PRODUITS
- JUSQU'À 12 PAQUETS / MINUTE
- DISPONIBLE EN ACIER INOXYDABLE

PackagingA: Solutions pour l'emballage de produits alimentaires

CARBONCHI GIANCARLO CONSULENZE TECNICHE INDUSTRIALI SRL
40053 Valsamoggia - Bologna - Italia - info@packaginga.it - www.packaginga.it
Tel. +39 051 6722463 - Fax +39 051 6723636 - C.F. / P.IVA 03485851202 - REA BO 522964
BUREAU ALGER : + 213 (0) 772486661



تنظم الفيدرالية البيمهنية لقطاع الدواجن بالمغرب
LA FÉDÉRATION INTERPROFESSIONNELLE DU SECTEUR AVICOLE au MAROC ORGANISE

دواجن
Dawajine 2017

20^{ème} Salon Avicole
de Casablanca
معرض قطاع الدواجن
العتقرون بالدار البيضاء



ENTRÉE LIBRE

Du 28 au 30 novembre 2017

بالمركز الدولي للمؤتمرات والمعارض لمكتب الصرف
Au Centre International de Conférences et d'Expositions de l'Office des Changes

Organisateur



Tél. : 05 22 31 12 49
E-mail : fisamaroc@gmail.com

Partenaires Officiels



Partenaires Institutionnels

ROYAUME DU MAROC



Ministère de l'Agriculture
et de la Pêche Maritime



Sponsors



More than **24** olive varieties

...a golden nature

Tunisian
olive oil

So tasty, So healthy

www.tunisia-oliveoil.com



best food importers

**Vous êtes a la
recherche
d'importateurs
d'aliments?**

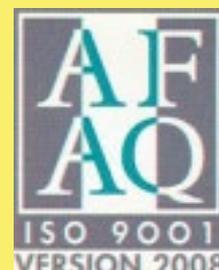
**Choisissez notre
bases de données
d'Importateurs
sur 115 Pays**



BESTFOODIMPORTERS.COM



La fabrique algérienne de colle BELCOL est un leader dans son domaine



- Créée en 1968, elle a acquis une grande expérience. Ses produits sont vendus sur toute l'étendue du territoire national et dans de nombreux pays d'Afrique et d'Europe et du moyen orient.
- Pour satisfaire ses clients et leur présenter ses meilleurs services, BELCOL a consenti d'importants investissements en installations et en équipements.
- L'unité de production s'étend sur 10.000 m². Sa capacité de production est de 20.000 tonnes/an, pour plus de 300 formules.

- Pour mettre à la disposition de sa clientèle les meilleurs produits, BELCOL s'est dotée d'un laboratoire qui fournit les prestations d'études et de recherches de colles spécifiques, à la demande du client.
- Tous les produits BELCOL sont soumis au contrôle de qualité.
- BELCOL à élargi sa gamme de productions aux colles à base de :

- Amidon
- Dextrine
- Caséine
- Polyvinylacetate
- Polychloroprène
- Polyuréthane
- Hot melts
- Acrylique



- Les produits de BELCOL donnent satisfaction aux besoins suivants : Etiquetage sur verre, PET,PVC, métal, emballage, cartons, relieur, liassage , menuiserie, chaussures, cuirs et peaux revêtement sur sol et mur, etc.
- Les produits BELCOL sont emballés dans une variété différente, afin de donner satisfaction à notre nombreuse clientèle, allant de la colle bureau, colle domestique aux colles industrielles .Nos colles sont vendues en plusieurs emballages de 25g à 200gr.

BELCOL

BELCOL et.....

- Sa direction
- Son usine
- Son laboratoire
- Son département « export »
- Son département commercial

Adresse : Zone industrielle oued smar BP-72 Alger 16270,Algérie
 Nouveaux numéros tél : +213(0)23.93.02.42/93.02.43/93.02.44
 Fax : +213(0)23.93.02.45
 www.belcol.entreprises-dz.com Email : belcol@entreprise-dz.com



تحت الرعاية السامية لفخامة السيد رئيس الجمهورية
Ministère du Commerce
Société Algérienne des Foires et Exportations



معرض الجزائر الدولي

Algiers International Fair

FOIRE | INTERNATIONALE D'ALGER

08 AU 13
MAI ٢٠١٧
2017

خمسون سنة في خدمة الإقتصاد الجزائري
Cinquante Ans au Service de l'Économie Algérienne



ضيف الشرف روسيا
Guest of Honor | Invité d'honneur
RUSSIA | RUSSIE

قصر المعارض، الصنوبر البحري، الجزائر
Palais des Expositions Pins Maritimes Alger

عطور الجزائر AROMES D'ALGERIE

PLUS DE **500**
ARÔMES
ALIMENTAIRES



AROMES D'ALGERIE, spécialisée dans la fabrication des produits Aromatiques :
Emulsions et Essences aromatiques, arômes liquides, poudres ou pate (sucrés ou salés).

NOUVEAUTÉ CHEZ AROMES D'ALGERIE
Caramel (Nappage pour Flan, glace...)
Emulsions Haute Pression (Aseptique).

ET EN EXCLUSIVITÉ

Les compounds (Préparation de fruits pour boissons et yaourts).

NOS ATOUTS :

Créativité et innovation, qualité, disponibilité, assistance technique, prix compétitifs.

EURL AROMES D'ALGERIE
66 Route de Meftah, Z.I Oued-Smar, Alger
TEL. : +213 23 939492 / 97 / 99 **FAX :** +213 23 939502
SITE WEB : aromesdalgerie.com **E-MAIL :** aromealg@yahoo.fr

N'GAOUS®

Le Meilleur de la Nature depuis 1979

La chaîne du naturel
au service de la clientèle



Service consommateurs
033 888 130
www.ngaous.com

شفاون مضميرات، ش.ذ. المنطقة الصناعية شفاون ص.ب. رقم: 07-05600 ولاية باتنة - الجزائر
N'GAOUS CONSERVES S.P.A BP N° 07 - 05600 WILAYA DE BATNA - ALGERIE
Tél: 00 213 33 88 72 83 Fax: 00 213 33 88 80 40