

SPÉCIAL SIAM 2014

Les cahiers

du Canard Libéré



Edition spéciale

Directeur de la publication Abdellah Chankou

L'irrigation au cœur du Plan Maroc Vert

Les grands chantiers de l'avenir



Sécuriser la ressource hydrique.

P.20 -21

Les produits du terroir à l'honneur

LES TRÉSORS D'UN SAVOIR-FAIRE AUTHENTIQUE



EDITO

Par

Abdellah Chankou

Le défi de la commercialisation

Il ne suffit pas de produire. Encore faut-il vendre ce qui a été produit en se positionnant au mieux sur les marchés. Tel est le sens de l'intervention de Aziz Akhannouch lors de la réunion traditionnelle du comité gouvernement-partenaires s'inscrivant dans le cadre du «Project Management Office» relatif aux contrats-programmes filières. Tout un programme. En effet, de nombreux agriculteurs, notamment les petits, sont en butte à des difficultés sérieuses quand il s'agit de vendre leur récolte sur les marchés. En cause, la faiblesse des prix et leur caractère instable imposés par des rapports de force qui ne sont pas en leur faveur. La déstructuration des marchés de gros et l'opacité qui caractérise leur activité ainsi que la multitude des intermédiaires qui gagnent plus que les producteurs sont pour beaucoup dans cette situation. D'où l'appel de Aziz Akhannouch pour une réorganisation en profondeur des marchés de gros pour les produits végétaux et une modernisation des marchés à bétail et des abattoirs pour les filières animales. Une réforme capitale qui relève essentiellement de la compétence du ministère de l'Intérieur mais celui-ci ne montre pas d'empressement pour en jeter les jalons. Il est vrai que cette mise à niveau n'est pas chose aisée en raison de la complexité de la situation sur un terrain archaïque où les élus ont la haute main et toutes les velléités

d'introduction d'une certaine dose de transparence et de modernisation dans ces dispositifs (marchés de gros, marchés à bétail et abattoirs) ont rencontré jusqu'ici de très fortes résistances. Avec Mohamed Hassad à l'Intérieur, un homme qui sait prendre le taureau par les cornes quand il le faut, les choses peuvent changer dans le bon sens, celui qui favoriserait l'émergence de circuits de commercialisation dignes de ce nom,

La transformation est importante car elle crée de la valeur ajoutée et permet de conforter une exploitation d'un point de vue économique.

profitables aux acteurs du monde rural et plus globalement d'un aval agricole organisé et performant. Autrement, la persistance de ces entraves et des filières non organisées peuvent à terme compromettre les dynamiques locales de développement rural et agricole. C'est tout l'enjeu aujourd'hui du Plan Maroc Vert dont les artisans et les acteurs ont réussi à installer un bon amont agricole qui fonctionne. Résultat : la production est

là, abondante et diversifiée. Mais pas encore l'organisation, telle qu'elle est souhaitable, de la communauté des producteurs en associations professionnelles structurées, unies et actives qui soient capables justement d'inverser la tendance pour tirer une meilleure valorisation en termes de prix de leurs produits destinés au marché. L'autre grand défi reste bien entendu la transformation des produits agricoles dans le cadre d'une stratégie de commercialisation aux contours définis. La transformation est importante car elle crée de la valeur ajoutée et permet de conforter une exploitation d'un point de vue économique. Il est beaucoup moins rentable par exemple de vendre l'olive en vrac que sous forme d'huile ou de pâte. Autre avantage et non des moindres c'est qu'une production saisonnière transformée peut être écoulee tout au long de l'année, ce qui fait éviter au producteur bien des pertes liées à la mévente ou à la détérioration. Mais une transformation réussie implique aussi une série de procédures en relation avec la qualité et la traçabilité. Les produits du terroir national, très prisés par les temps qui courent grâce à leur authenticité, ont un boulevard devant eux pour conquérir des parts de marché aussi bien sur le marché domestique qu'à l'étranger. Le défi c'est de transformer ce savoir-faire unique en image de marque qui crée de la valeur. Tout un programme. ■

Rendez-vous au  SIAM
Pôle Agrofourniture Stand N° A60

Samad El Ghella, la qualité ça se cultive



fandy

Copragri

Fandy Copragri, filiale du leader marocain Fandy Holding, poursuit son engagement et son implication pour répondre aux besoins des agriculteurs marocains et lance «Samad Al-Ghella». La nouvelle gamme innovante d'engrais et de fertilisants «Samad Al-Ghella» est le fruit d'un grand travail de recherche et de développement mené par Fandy Copragri dans le cadre du plan Maroc-Vert.

Le goût de la tradition

Entre les scandales alimentaires à répétition et les inquiétudes suscitées par la malbouffe, les consommateurs se tournent de plus en plus vers les produits du terroir réputés sains et de qualité.

Argan, huile d'olive, miel, les produits du terroir ont plus que jamais le vent en poupe. Face aux risques de la malbouffe industrielle et à l'uniformisation du goût, les aliments authentiques et traditionnels suscitent un engouement sans précédent aussi bien sur le marché national qu'international. Multitude des écosystèmes écologiques, biodiversité et savoirs locaux, autant d'atouts qui permettent au Maroc d'avoir une production de terroir d'une grande qualité. Afin d'être à la fois original et compétitif, il faut que le processus de fabrication soit conforme aux exigences des marchés mondiaux, que les prix restent abordables et que la distribution soit la plus large possible. En un mot : il convient de valoriser le savoir-faire transmis à travers les générations. Une mission confiée à l'Agence de développement agricole (ADA). Pour améliorer le potentiel offert par les produits du terroir, l'ADA, relevant du ministère de l'Agriculture et de la pêche maritime, devait dans un premier temps revisiter le mix marketing des produits en apportant des améliorations aux produits, au packaging, à la tarification, à la promotion et à la mise en valeur de la labellisation. Ensuite, il fallait trouver les voies d'accès aux marchés en créant une courroie de transmission entre producteurs et distributeurs en vue de pénétrer le marché domestique et les marchés étrangers. Une stratégie prévue dans le Pilier II du Plan Maroc Vert (PMV) qui a pour vocation principale l'accompagnement solidaire de la petite agriculture. Les principales filières concernées sont l'olivier, le palmier dattier, l'amandier, les viandes rouges et les produits du terroir dans les zones montagneuses, arides et oasiennes. L'agence a ainsi élaboré un programme pilote de mise à niveau des groupements de producteurs de



Des produits authentiques qui ont la cote.

produits du terroir en vue de répondre aux exigences des marchés en matière de qualité, traçabilité, packaging, régularité des approvisionnements et de suivi des ventes. L'objectif est d'assurer une augmentation de l'offre quantitative et qualitative et une transformation adéquate et diversifiée des produits du terroir pour un meilleur accès aux marchés national et à l'export. Des efforts ont été déployés afin de mettre en place des plateformes logistiques et commerciales régionales. Les producteurs et les coopératives peuvent ainsi accéder facilement à des infrastructures de stockage et de conditionnements ainsi qu'à des services techniques et commerciaux de proximité. Une démarche qui permet de soutenir leurs initiatives et rendre plus attractives leurs

productions et leur savoir-faire auprès des circuits de distribution moderne, dont les grandes et moyennes surfaces et de réduire les coûts de transports, de packaging.

Depuis 2010, quelque 720.000 personnes ont bénéficié des 492 projets lancés sur des superficies dépassant les 733.000 hectares. Une trentaine de projets ont déjà été menés à terme et sont désormais entre les mains des différentes organisations professionnelles bénéficiaires. Au total, quelque 18.000 hommes et femmes exploitent près de 79.000 hectares grâce à un investissement d'environ 500 MDH. Le taux de réussite est assez impressionnant puisqu'à peine 3 % des projets engagés ont dû être interrompus soit en raison du désistement des bénéficiaires ou à cause de facteurs complexes qui ne sont pas apparus lors de l'étude de faisabilité.

En termes de répartition géographique, les 447 projets en cours de mise en œuvre à fin mars 2014 sont implantés en grande partie (54 %) dans 5 régions : Tanger-Tétouan, Taza-Taounate-Al Hoceima, Souss-Massa-Draa et Meknès-Tafilalet et Marrakech-Tensift-Al Haouz.

Ces 5 régions concentrent également

52 % de l'investissement consenti pour ces 447 projets, soit 6,65 MMDH sur 12,68 MMDH prévus à l'horizon 2020.

La filière oléicole arrive en tête avec 33 % en nombre total des projets, 31 % en termes d'investissements et 33 % en termes de la superficie totale ciblée, suivie de la filière arboricole avec 16 % des investissements.

A fin mars 2014, près de 227.471 hectares ont été plantés. En termes de répartition par filière, le secteur oléicole arrive en tête avec 172.000 hectares, suivi du cactus avec plus de 27.700 hectares, puis l'amandier avec près de 18.600 hectares. Par région, le trio de tête est occupé par Taza-Al Hoceima-Taounate, Tanger-Tétouan et Marrakech-Tensift-El Haouz, avec une moyenne qui dépasse les 50.000 hectares.

Au niveau national, l'objectif est de renforcer le marché des terroirs à travers une augmentation de l'espace alloué et une meilleure rotation des produits. Dans ce sens, l'ADA a lancé début 2014 une opération promotionnelle d'envergure pour faire connaître les différents produits du terroir. Cette action, qui s'est déroulée dans 10 supermarchés Marjane situés dans 7 villes du pays (Tanger, Fès, Rabat, Mohammedia, Casablanca, Marrakech et Agadir), a permis, à travers des stands de dégustation, des flyers et des livrets de recettes à base de produits du terroir, d'éveiller le grand public aux vertus de ces produits authentiques.

Pour les marchés à l'export, la promotion se fait par le biais de la participation à des foires et salons internationaux en collaboration avec les partenaires institutionnels et l'organisation de rencontres BtoB avec des acheteurs potentiels avec une préparation préalable et un coaching à l'export des groupements.

En valorisant le savoir-faire des agriculteurs dans les filières produits du terroir, la stratégie élaborée par le Plan Maroc Vert favorise une dynamique forte intéressante, qui incite les producteurs à travailler ensemble et à se fixer des objectifs communs autour de leur appartenance territoriale. Les artisans des produits du terroir ont d'autant plus de mérite qu'ils cultivent leur savoir-faire ancestral dans des zones marginales et difficiles. ■

Rachid Abbar

Les labels de qualité, une garantie économique

L'appui aux efforts entrepris de labellisation et de protection des produits du terroir marocain est assuré par une opération de communication et de sensibilisation menée auprès des différents publics cibles. Résultat : un certain nombre de pré-requis a été constaté et traduit dans la nouvelle stratégie de développement des produits du terroir, en favorisant notamment la convergence des visuels des Signes Distinctifs fiables. Ceci permet de bâtir une image de marque et une forte notoriété auprès des différentes cibles des produits du terroir, à l'échelle nationale et internationale.

DEUX AGROPOLES POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES PROFESSIONNELS DE L'AGRO-INDUSTRIE

AGROPOLIS

Des lots de terrains viabilisés
Une offre en Maîtrise
d'Ouvrage Déléguée

 Ville de Meknès : à 14 km

30 ha Déjà vendus
22 Projets commercialisés
12 000 Emplois directs à terme

◀ NOTRE OFFRE ▶

◀ LOCALISATION ▶

◀ CHIFFRES CLÉS ▶

BERKANE MEDVEST

AGROPOLE DE BERKANE

Des lots de terrains viabilisés
Une offre en Maîtrise
d'Ouvrage Déléguée

 Ville de Berkane : à 10 km

10 ha Déjà vendus
20 Projets commercialisés
5 000 Emplois directs à terme

UNE OFFRE ADAPTÉE ET DIVERSIFIÉE POUR LES INVESTISSEURS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

LEADER AU MAROC DANS L'AMÉNAGEMENT
ET LA GESTION DE PARCS D'ACTIVITÉS

-  Nous concevons
-  Nous aménageons
-  Nous construisons
-  Nous gérons

et commercialisons
sur l'ensemble
du territoire

-  **13 Zones** Industrielles
(dont 4 Zones Franches)
-  **4 Zones** Offshoring
-  **5 Zones** Touristiques



NOUS CRÉONS DE LA RICHESSE, DE LA VALEUR ET DES EMPLOIS

AU SERVICE D'UN DÉVELOPPEMENT DURABLE,
RÉGIONAL ET NATIONAL

Acteur des grandes
**stratégies
sectorielles**



+ de **15** MM Dh D'investissements
1 700 ha Aménagés
200 000 Emplois projetés

Mohamed El Guerrouj

«Le terroir, un marché porteur»

Directeur général de l'agence de développement agricole (ADA), Mohamed El Guerrouj aborde dans cet entretien les moyens mis en œuvre pour valoriser les produits du terroir et contribuer à leur commercialisation.

Les produits du terroir marocain connaissent un engouement croissant. Qu'est ce qui explique cet intérêt ?

L'intérêt porté à ces produits s'explique par deux raisons principales. Il y a d'abord et principalement la richesse du terroir marocain que l'on doit à sa diversité géographique (plaines, montagnes, plateaux arides et semi arides, oasis, sahara). Ensuite, il y a la diversité biologique et last but not least le savoir ancestral des artisans qui fabriquent ces produits du terroir.

Ya-t-il un marché réel et solide aussi bien en interne qu'à l'extérieur pour les produits du terroir?

Le marché des produits du terroir existe et il est très prometteur en terme de potentiel. En effet, les études menées ont démontré qu'au niveau national, le marché des GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) présente un potentiel fort intéressant estimé à 90 MMDH. Sur le marché extérieur, les intentions d'achats déclarées des produits du terroir marocains sont très importantes sur plusieurs pays étudiés comme la France, l'Allemagne, les Etats unis et les pays de l'Orient.

Quelles ont les actions et les initiatives initiées par ADA pour valoriser le potentiel considérable des produits du terroir tout en maintenant la diversité régionale?

Pour accroître le développement des produits du terroir, deux objectifs principaux ont été fixés : Revisiter le mix marketing des produits en agissant sur le packaging, la tarification, la promotion et la labellisation, trouver des débouchés en créant des synergies entre les producteurs et les distributeurs aussi bien sur le marché local que sur les marchés à l'export.

A cet effet, les actions menées par l'ADA, se situent tout au long de la chaîne de valeur des produits du terroir, à savoir : mise à niveau des groupements de producteurs des produits de terroir et signature de partenariats de valorisation et de commercialisation ; création de plateformes logistiques et commerciales régionales dédiées aux produits du terroir ; opérationnalisation des conventions signées avec les principales enseignes de GMS au Maroc ; appui des efforts de labellisation des produits du terroir et élaboration de campagnes de



Mohamed El Guerrouj, un homme d'action.

communication institutionnelles.

Le fait qu'un produit soit issu du terroir est-il une garantie pour une meilleure qualité ou un savoir-faire local reconnu? Ou existe-t-il des labels ou une politique d'étiquetage qui distingue les différents produits et leur origine?

Un produit de terroir est un produit issu de l'interaction entre le milieu naturel et les facteurs humains, ce qui lui confère une certaine typicité et originalité et partant une qualité distinctive. Toutefois, le processus de production et de transformation de ce produit doit respecter les bonnes pratiques de production pour garantir cette qualité distinctive.

C'est dans ce sens que l'ADA a lancé un programme de mise à niveau des groupements de producteurs de produits de terroir. Objectif : les aider à mettre au point des packaging de produits susceptibles de valoriser cette originalité et authenticité. C'est dans ce sens aussi que le ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime poursuit ses efforts pour la labellisation des produits du terroir en leurs attribuant des appellations d'origine protégées (AOP) et des

indications géographiques protégées IGP) pour répondre à ces principes.

Etes-vous satisfait de l'essor du marché des produits du terroir? Quels sont les produits qui font l'objet d'une grande demande?

On constate que la demande des produits du terroir connaît une croissance progressive qui varie d'un produit à un autre. Les produits phares qui connaissent une forte demande sont principalement les dattes, le safran, l'huile d'argan, l'huile d'olive, l'eau de rose, la figue de barbarie, le piment fort, les figues séchées et les câpres.

Quel est le montant des investissements déployés dans l'ensemble de la filière «produits du terroir»?

Un investissement annuel de plus de 80 millions de DH est consenti pour le développement et la commercialisation des produits de terroir dont environ 20 millions de DH pour le volet promotion. Par ailleurs, plusieurs projets de valorisation des produits du terroir ont vu le jour directement dans les zones de production dans le cadre des

projets pilier 2 du Plan Maroc Vert. Les investissements ici oscillent entre 20 et 200 millions de DH par projet en fonction de la dimension des terroirs de production et de la mobilisation des partenaires concernés.

Qu'en est-il de l'aspect de la commercialisation? Les circuits de vente sont-ils assez développés pour assurer des bons revenus pour les agriculteurs et générer de bonnes opportunités pour le secteur agricole et pour l'économie nationale en général?

L'ADA a lancé un programme de référencement des producteurs des produits du terroir auprès de la GMS marocaine, ce qui a permis une amélioration de la chaîne de valeur de ces produits à travers des actions d'achat et de vente directe entre producteurs et distributeurs, et donc une nette amélioration des revenus des agriculteurs. A ce jour, l'ADA a référencé 29 groupements de producteurs de produits du terroir au sein de la GMS locale, avec une offre de plus de 200 produits qui ont suscité des commandes dépassant à ce jour 10 millions de DH.

Sur le marché international, l'ADA, en collaboration avec les directions régionales d'agriculture concernées et les directions centrales et organismes rattachés au ministère de l'Agriculture, a organisé la participation des groupements de produits du terroir dans plusieurs manifestations internationales tels que la Semaine verte de Berlin 2014 (le pavillon a accueilli plusieurs centaines de visiteurs, hommes et femmes d'affaires, 20 contrats sont en cours de négociation) ; le Salon international de l'Agriculture de Paris (SIAP) 2014 (plus de 70 rencontres d'affaires ont été réalisées) et le Salon international de l'Agriculture d'Abu Dhabi, du 24 au 26 novembre 2013, (plus de 130 rencontres B to B, dont 40 qualifiées d'intéressantes)

Ces opérations de promotion à l'étranger ont permis aux groupements participants d'établir des contacts et de nouer plusieurs liens de partenariats avec des opérateurs intéressés par leurs produits. ■

*Propos recueillis par
Jamil Manar*

BMW X1

www.bmw.ma



Le plaisir de conduire



BMW X1 DIESEL X LINE. À 309 000 DHS TTC.

Une silhouette sportive et élégante, un design au tracé précis et un intérieur respirant le luxe, voici quelques bonnes raisons pour conduire la BMW X1. Ce magnifique SUV premium s'offre à vous à des conditions exceptionnelles. Venez l'essayer sans attendre chez Smeia et ses concessionnaires.

UNE OFFRE DE CARACTÈRE.

BMW EfficientDynamics
Moins de consommation. Plus de plaisir.

Smeia

Importateur exclusif

Angle boulevard Moulay Slimane et boulevard
Tamiri Mohammed El Bakkai.
Route côtière de Mohammedia - Casablanca
Téléphone : 05 22 40 07 00
e-mail : contact@smeia.com

Réseau Smeia

Rabat : Ryad Auto-Groupe Smeia 05 37 71 62 00
Tanger : Smeia Tanger 05 39 39 94 30/40
Marrakech : Smeia Marrakech 05 24 32 72 32/35
Agadir : Soutra 05 28 84 74 28/29

Maroc Taswiq, une vitrine pour le terroir

Fort de l'adhésion volontariste de plus de 780 coopératives (dont plus de 65% sont composées de femmes), Maroc Taswiq est l'outil par excellence pour la promotion de l'économie solidaire.

Dans son bureau, Najib Mikou, le directeur général de Maroc Taswiq, l'ancêtre de l'office de commercialisation et d'exportation (OCE), reçoit toujours ses invités dans un cadre décontracté. Sans formalité, ni de protocole, le maître de céans a le don de rendre les gens à l'aise. Il y a quelques années, son hôte est un vieil homme venu d'Erfoud avec un paquet de dattes entre les mains. « On m'a dit que vous pouvez vendre mes dattes, elles sont délicieuses », lançait-il. Sauf que les dattes en question étaient de qualité un peu modeste. Toutes ramollies, il aurait été difficile de les vendre en l'état.

M. Mikou explique à son hôte que pour qu'un produit soit alléchant, il ne suffit pas qu'il soit délicieux, il doit être aussi agréable à l'œil. Alors que la déception commençait à se dessiner sur le visage de cet agriculteur, le patron de Maroc Taswiq l'interpelle, le sourire aux lèvres: «Mais vous n'êtes pas obligé de les vendre brutes, comme ça. Vous pouvez les mettre sur le marché en les transformant par exemple en pâte de dattes !». Sur ces entrefaites, Najib Mikou parle à son interlocuteur de l'INDH et des aides dont il peut bénéficier s'il accepte d'intégrer un groupe d'agriculteurs comme lui pour transformer leurs dattes avant de les mettre dans le circuit de vente.

Le vieil fellah est aujourd'hui à la tête d'une coopérative prospère comptant une vingtaine de producteurs. C'est sur ce modèle qu'ont vu le jour des centaines de coopératives à travers le pays qui bénéficient de l'accompagnement de Maroc Taswiq dont la mission consiste à valoriser les produits du terroir en leur attribuant une certification internationale. Maroc Taswiq expose ensuite via quatre sites internet marchands, pour la vente dans le monde entier toute une gamme de produits ainsi certifiés. Huile d'argan,



Najib Mikou, directeur général Maroc Taswiq.

dattes, figues ou miels... En tout, plus de 2000 références. La marque dénommée «Amurinou» (mon pays en amazigh) se veut innovante avec comme devise : «consommer bio et acheter marocain». Grâce à un modèle économique unique et performant, Maroc Taswiq est devenu l'outil par excellence pour soutenir et promouvoir l'économie solidaire.

Il s'agit comme l'explique Najib Mikou du modèle des trois Z : Zéro centime de coût pour la coopérative, Zéro centime pour l'Etat et Zéro centime pour le partenaire privé qui viendrait s'associer au projet. « Pour les coopératives, on certifie les produits et les infrastructures pour obtenir la traçabilité qui rassure le consommateur national et pour avoir le visa d'accès au marché international », précise le DG de Maroc Taswiq. Puis, il y a la mutualisation des achats, autre point fort de ce modèle de commercialisation. «Si le coût de la bouteille de conditionnement achetée par la coopérative atteint les 20 DH l'unité, nous pouvons nous en jouer sur la quantité arriver à des prix de l'ordre de 4 DH la bouteille avec une qualité supérieure. De même pour l'étiquetage, les 4 DH sont ramenés à 0,25 DH », ajoute notre

interlocuteur. Enfin, il y a la collecte. Ce sont les camions appartenant à l'office qui, dans un cadre programmé et un calendrier établi avec les coopératives par régions, qui récupèrent les produits. « Toute notre assistance qu'elle soit technique ou logistique ou réduite simplement au conseil ne coûte rien aux coopératives », insiste M. Mikou.

Mais qui paie ? En fait, celui qui met la main à la poche c'est le consommateur final. « Le modèle est simple. Le modèle d'avant était basé sur une intermédiation négative. Le prix de vente au consommateur était cinq, voire dix fois supérieur à celui que touche le producteur. Maintenant, le prix de vente est équitable car convenu à l'avance avec la coopérative et qui lui est versé en intégralité sans qu'il y ait prélèvement ni de marge ni de frais », explique encore Najib Mikou. Ce système avantageux est un soulagement pour les caisses des coopératives dont les artisans se consacrent totalement à la production. Enfin, Maroc Taswiq se porte garante de la commercialisation des produits du terroir dont elle a la charge à travers une stratégie commerciale qui mobilise un dispositif marketing et logistique important.

Les produits référencés sur le site de Maroc Taswiq ont été boostés par le nombre grandissant de coopératives ayant rejoint le processus de valorisation de Maroc Taswiq. Plus de 780 coopératives regroupant près de 30.000 petits producteurs, dont 67% de femmes, profitent de ce programme innovant.

Outre la vente sur la Toile, les produits sont également commercialisés dans des magasins solidaires. Une sorte de supermarché bio où les produits du terroir marocain sont bien mis en valeur.

Le premier magasin solidaire et équitable a ouvert des portes le 4 avril 2012 à Casablanca, puis il y a eu celui de Mohammedia et Agadir. Au total, le commerce équitable dispose de six magasins dont trois fonctionnent en franchise. Un partenaire chinois va bientôt ouvrir à Shanghai un magasin et un restaurant faisant intervenir des produits venant des coopératives marocaines.

Encouragé par ce premier projet à l'international, Maroc Taswiq prévoit la création d'un site e-commerce réservé à la vente des produits des coopératives sur le marché chinois en monnaie locale. D'autres plates-formes sont programmées au Maroc dans le cadre de partenariats avec des opérateurs privés. Des partenariats innovants puisque l'opérateur ne débourse rien. La marchandise lui est livrée gratuitement. Ce n'est qu'une fois les produits vendus que Maroc Taswiq perçoit l'argent qu'il distribue aux coopératives dans un délai de 48 heures après l'acte d'achat.

«Nous disposons dans chaque magasin d'une caisse reliée à un système central qui permet d'enregistrer la moindre transaction. Pour que le dispositif marche, il faut qu'il y ait des moyens de contrôle. Même chose au niveau des coopératives. Chaque coopérative doit posséder un compte bancaire. On ne verse pas de l'argent aux personnes mais à la coopérative », affirme M. Mikou qui tient à préciser que Maroc Taswiq, en tant qu'entité publique, ne recherche nullement à faire des profits : «Au Maroc, nos coopératives savent faire de la qualité, savent diversifier, mais on ne peut pas leur demander également d'être experts en Marketing women et men, ou spécialistes en commerce local et international. Tout ce qu'on leur demande c'est de concentrer tous leurs efforts sur la production en mobilisant leur savoir-faire qui permet de faire des produits de qualité vendables.

Tout ce qui relève de la valorisation, commercialisation et recherche des marchés est à notre charge en tant que secteur public, le privé refusant naturellement de faire du mécénat en s'engageant dans des affaires si j'ose dire à but non lucratif ». Le patron de Maroc Taswiq se dit satisfait du travail en quelque sorte citoyen, accompli jusqu'ici au service de l'économie solidaire. ■

Rachid Abbar

Certifications, des exigences internationales

Maroc Taswiq a mis au point un plan d'accompagnement à la certification et de certification des produits des petits et moyens agriculteurs, ainsi que des infrastructures de valorisation, qui lui sont affiliées. A ce titre, l'office porte la responsabilité totale de la conformité des produits et infrastructures aux processus requis à

travers la conception et l'application des certifications conformément aux normes des marchés internationaux. Dans un avenir proche, Maroc Taswiq projette de se certifier exportateur fair trade et Bio. Une démarche qui ne manquera pas de faciliter la conquête des produits du cru dans des marchés étrangers.

L'assureur de l'agriculteur.



Acteurs du monde agricole,
Depuis plus de 60 ans, nous mettons à votre disposition, notre
expérience et notre expertise afin de vous permettre d'envisager
l'avenir avec sérénité.

Vous, votre matériel, votre exploitation, vos récoltes, sont
couverts par MAMDA.

Parce que notre mission est d'être toujours à vos côtés afin de
vous accompagner et vous soutenir dans votre métier.



MAMDA, Sponsor Gold du Salon International de L'Agriculture du Maroc

Crédit Agricole du Maroc

Une banque bien enracinée

Premier partenaire du monde rural, du secteur agricole et de l'agro-industrie, le Crédit Agricole du Maroc rivalise de solutions de financement et d'accompagnement pour répondre efficacement à l'appel du terroir.

Outre son statut de banque universelle, le Crédit agricole du Maroc (CAM) est investie, à la différence des autres banques, d'une mission de service public : le bailleur de fonds de l'agriculture nationale. Une mission essentielle qui fait de CAM le partenaire naturel et historique de l'agriculteur dont il finance les projets tout en les accompagnant jusqu'à leur aboutissement. Ce qui lui a permis d'acquérir une expertise métier qu'il a mise au service depuis son lancement en 2008 du Plan Maroc Vert et de son développement. Fort de son expérience et de sa forte implantation dans le monde rural, la banque a procédé à l'analyse et la segmentation des exploitations agricoles selon leurs besoins homogènes en services financiers et en modèle de financement approprié.

Pour les exploitations agricoles bancables (10%), qui répondent aux critères de l'orthodoxie bancaire en matière de financement, le CAM intervient d'une manière commerciale à travers son réseau d'agences dans un cadre concurrentiel avec les autres établissements bancaires. S'agissant des micros exploitations agricoles (40%), dont l'essentiel des revenus, ne provient pas de l'agriculture à proprement parler, mais d'activités para ou extra agricole principalement, le Crédit Agricole intervient à travers la fondation de micro crédit ARDI dont



Tariq Sijimassi,
une fibre agricole
forte.

l'intervention est stratégiquement centrée sur le milieu rural.

La Fondation Ardi pour le micro-crédit se veut une contribution citoyenne du Groupe Crédit Agricole du Maroc aux efforts des pouvoirs publics en matière de lutte contre la pauvreté en proposant dans les zones les moins loties du Maroc un financement adapté à des activités non éligibles aux schémas bancaires classiques. En finançant des activités génératrices

de revenus qui facilitent en même temps l'accès des populations démunies aux services sociaux de base, ARDI est reconnu aujourd'hui comme un vecteur de développement important dans le Maroc des campagnes. Entre ces deux catégories, il y a une troisième tranche (50%) dont l'activité agricole ne bénéficiait par le passé d'aucune offre financière appropriée car ne correspondant dans sa taille à aucune approche bancaire classique (exiguïté et morcellement de la superficie exploitée, faiblesse de la productivité, forte dépendance des aléas climatiques, précarité des statuts fonciers, ...), ni à une approche micro-finance normale compte tenu de la nature de leur besoins (cycles de culture long, besoins en crédits dépassant les plafonds de la micro finance ...). Pour intégrer les petits fellahs issus de cette catégorie dans la stratégie agricole nationale et leur permettre d'avoir un revenu, le Crédit Agricole a élaboré à leur intention le programme Tamwil El Fellah par le biais de la société de financement du Développement

Agricole - SFDA-. Pierre angulaire d'un développement humain et économique durable, ce dispositif est une réponse innovante du Crédit agricole pour améliorer l'accès des populations rurales aux services financiers dont elles étaient exclues jusqu'ici. Innovante car la prise en charge de la communauté des petits agriculteurs par Tamwil El Fellah repose sur une offre packagée comprenant le crédit, le soutien de l'État et l'encadrement rapproché des producteurs. Ce soutien multiforme favorise la diffusion des progrès techniques et économiques dans les exploitations agricoles, l'amélioration de la production et partant des revenus.

Véritable levier de développement de l'agriculture nationale, ces trois systèmes de financement se complètent en créant de formidables synergies. En effet, le groupe Crédit Agricole a accompagné à cet effet les projets initiés dans le cadre du Plan Maroc Vert en mobilisant une enveloppe de 20 milliards de DH pour la période 2009-2013. Cet accompagnement s'est traduit comme suit : 1 milliard de DH à travers le microcrédit par le biais de la Fondation ARDI pour le microcrédit ; 5 milliards de DH par le biais de la société Tamwil El Fellah et 14 milliards à travers le Crédit Agricole du Maroc.

Fort de sa légitimité historique et de sa position de banque leader auprès des agriculteurs et du secteur agro-alimentaire, le Crédit Agricole du Maroc accompagne les filières agricoles, agro-alimentaires et agro-industrielles en adoptant une démarche intégrée tout leur offrant des solutions de financement adaptées aux attentes réelles des entreprises intervenant dans les différentes filières. Dans ce cadre, la banque a mis au point des formules de financement adaptées au profit des exploitants de la filière sucrière sous contrat d'agrégation avec Cosumar et/ou des filiales. Une convention ce partenariat a été signée dans ce sens le mercredi 9 avril dernier à Rabat. ■

Ahmed Zoubair

Une fondation pour un grand engagement

Le Groupe Crédit Agricole fait de la bancarisation une de ses principales priorités avec à la clé un programme ambitieux d'extension et de renforcement de son réseau (300 nouvelles agences à hauteur de 70% dans le monde rural verront le jour dans les 3 années à venir). Dans le monde rural, les habitants ne sont plus définis à l'aune de leur activité agricole. Grâce aux efforts de bancarisation du Crédit agricole, ils ont désormais accès, à l'instar des populations urbaines, à toute la gamme des produits bancaires : monétique, bancassurance, crédits à la consommation, crédits immobiliers, épargne-logement, épargne-éducation, retraite, etc. Grâce à sa forte implication dans le monde rural et le financement de l'agriculture nationale, le groupe Crédit Agricole est LA banque du développement durable par excellence et au-delà un groupe citoyen qui agit au quotidien en faveur de la société. La création de la Fondation Crédit Agricole du Maroc pour les arts et le patrimoine rural couronne cet engagement de la Banque Verte visant la vulgarisation de la création artistique et la promotion du mécénat culturel.

**Aïn Saïss**
by Mehdi Qotbi

Édition limitée 2014



*Véritable œuvre d'art, "Aïn Saïss by Mehdi Qotbi",
la toute dernière innovation signée Aïn Saïss,
est le fruit de la fusion entre une marque unique et un talent d'exception.*

Des hommes et des trésors

Les habitants des provinces du Sud cultivent une tradition millénaire de valorisation de quelques rares précieuses ressources naturelles de la région. Avec le soutien et l'encadrement de l'agence du Sud, ces produits du terroir sont devenus aujourd'hui une source de revenus pour la population et un pilier important de l'économie régionale.

Le terme «terroir» éveille l'imaginaire et évoque pour l'esprit produits naturels, authenticité, savoir-faire, patrimoine, patience, ingéniosité... Le terroir plonge ses racines dans les inventions et les pratiques communes des hommes et des femmes qui ont un territoire en partage, et porte en lui un legs patrimonial précieux transmis de génération en génération par le mystérieux canal d'une transmission ancestrale. Si les terroirs du Royaume sont riches et diversifiés, celui des provinces du Sud, lui, respire la fraîcheur des oasis, l'âpreté des steppes, et les embruns marins du littoral. Les produits qui en émanent sont dotés de spécificités fortes, de senteurs et de saveurs uniques, aussi surprenantes et originales les unes que les autres...

Depuis plusieurs siècles, les habitants du Sud marocain cultivent une tradition bien ancrée de mise en valeur de quelques rares mais prodigieuses ressources naturelles. Ces terroirs ont fourni aux nomades comme aux oasiens des denrées patiemment travaillées et valorisées qui suffisaient à couvrir leurs besoins, alimentaires, cosmétiques et autres. Ce sont ces traditions séculaires, ces savoir-faire patiemment transmis, que les pouvoirs publics, avec l'appui financier de l'Agence du Sud qui agit en agent de développement régional. Créée en 2002,



Les dattes du Maroc saharien sont naturelles et savoureuses

cette institution, qui fait un travail dense et essentiel sur le terrain en agissant sur le réel des populations pour l'améliorer, s'emploie en effet, à valoriser les terroirs du Sud saharien en accompagnant la créa-

tion de divers projets pour asseoir les bases d'un développement durable et pérenne, source d'activités génératrices de revenus pour le plus grand nombre. Un développement intégré dans son environnement qui favorise la préservation et la valorisation du patrimoine ainsi que la sauvegarde d'un tourisme solidaire et écologique, préalable à tout développement viable et durable. Par conséquent les conditions de vie des habitants, confrontés à un environnement des plus rudes, s'en trouvent améliorées.

D'où l'intérêt de s'occuper de ces terroirs, mettre en valeur leurs bienfaits, garantir leur authenticité, magnifier leur production, souligner la spécificité des savoir-faire. Le Maroc saharien se distingue d'abord

par la richesse de ses produits. Prenons le couscous, par exemple. Au Sahara, il est khoumassi, toulati, ou assasi, c'est-à-dire patiemment roulé avec cinq, trois, ou deux farines, avec, toujours, de l'orge en premier lieu. Désormais, ce couscous, fruit d'un savoir-faire séculaire, n'est plus roulé comme autrefois pour la propre consommation de la famille par la mère, la tante, ou la grand-mère.

Aujourd'hui, ce sont les coopératives locales qui s'en chargent tout en perpétuant la tradition saharienne en la matière. C'est dans ce cadre où travaillent plusieurs groupes de femmes du douar ou du village qu'est produit le fameux khoumassi. Une semoule unique pour faire un couscous typique. Savoureux.

Khoumassi, l'alchimie des cinq semoules

Au Maroc saharien, la culture baydane a su compenser la précarité des ressources naturelles par une savante minutie de modes de préparation. La céréale saharienne est l'orge, parfois torréfié. Mais la culture nomade est en partie basée sur le commerce et les échanges alors que le blé dur et le blé tendre des régions oasiennes et limitrophes y sont bien connus. Le génie a consisté à inclure et mixer les saveurs de cinq farines en une seule semoule,

créant ainsi le couscous «Khoumassi». Les femmes de toutes les familles beydane ont grandi dans la convivialité de sa confection, sous la houlette d'une mère, tante ou grand-mère qui faisait rimer amour avec rigueur. Aujourd'hui, le «couscous Khoumassi» est un pilier de la cuisine saharienne dont les habitants sont friands. A telle enseigne chaque province du sud compte des dizaines de coopératives dédiées à ce produit authentique.

Foum Zguid, un henné certifié « bio »

Dans la commune de Foum Zguid, une dizaine d'agriculteurs de l'oasis de Smyra, se sont réunis en coopérative pour cultiver uniquement des semences organiques de henné avec des engrais exempts de produits chimiques, tout en mettant en place un système d'irrigation goutte-à-goutte. Leurs efforts pionniers ont été accrédités par un label « bio » international. Renouvelable après vérifications chaque année, ce label est octroyé à la fois à la coopérative dans son ensemble, et aux agriculteurs de manière individuelle. Il s'ensuit que si un seul agriculteur venait à manquer aux exigences, tous les membres de la coopérative perdraient cette certification henné biologique qu'ils sont les premiers à détenir au Maroc. Ces agriculteurs mettent ainsi en place un système de production plus profitable tout en préservant leurs milieux naturels.

Extrait du livre *Saveurs et senteurs des terroirs du Maroc saharien* édité par l'agence du sud Co-écrit par Mouna Lahrech et Karim Anegay



Le couscous du sahara, plusieurs semoules pour un goût exquis.

L'an dernier, à l'occasion du 8e Salon de l'Agriculture de Meknès, S.M le Roi Mohammed VI a décerné le label d'indication géographique au « Couscous Khoumassi », consacrant ainsi un produit du terroir doté d'un signe distinctif d'origine et de qualité.

Mais ce couscous bien typique n'est pas le seul produit du terroir saharien. Au sein de la frange oasienne, par exemple, le palmier dattier, pierre angulaire de cet écosystème luxuriant et verdoyant, est un arbre prodigue... Si les palmeraies du Sud ont été ravagées par la maladie du bayoud, qui sévit depuis le siècle dernier, les palmiers dattiers du sud marocain continuent bon an mal an de ravitailler le Maroc en dattes succulentes, qui peuvent être

conservées en chambre froide une année pleine. Bouyattoub, Jihel, Bouzekri, sont quelques noms fameux dont les femmes tirent la pâte de datte, confiserie très appréciée par les gourmands, de la confiture onctueuse, ou encore le fameux et ancestral Rob, cet édulcorant liquide qui rivalise tant en goût qu'en texture avec le sirop d'érable canadien.

Qui a dit que le désert était pauvre? Différents miels sont produits dans ces contrées, et les fleurs sont butinées par une espèce endémique, l'abeille jaune saharienne : miel d'acacia, miel de jujubier, miel de chardon, ou encore le fameux miel d'euphorbe, épicé, cristallisé, efficace pour les maux de gorge... Les chèvres fournissent les habitants en Dhen, ce beurre fondu, longuement baratté, au goût prononcé, qui, mêlé au rob, ou encore au thym, fournit

une pâte à tartiner savoureuse... Quant au dromadaire, ce vaisseau du désert, animal fruste et résistant, est la vedette des caravansérails d'autrefois... Son khlii est peu gras, et sa bosse, faite de graisse et non

La liste des produits du cru saharien est loin d'être exhaustive, loin s'en faut... Le potentiel est là et ne demande qu'à être valorisé, travaillé et commercialisé.

d'eau, est très prisée. Les chamelles fournissent un lait à partir duquel est fabriqué, depuis peu, un fromage pauvre en graisse, près des oasis d'Assa, centre spirituel du Maroc saharien riche de ses terroirs et de son patrimoine. La liste des produits du cru saharien est loin d'être exhaustive, loin s'en faut...

Le potentiel est là et ne demande qu'à être valorisé, travaillé et commercialisé. La promotion des activités génératrices de revenus élaborées au sein des coopératives de production, souvent des petites

La chair du chameau et ses usages

La bosse du chameau est faite de graisse, et non d'eau, comme voudrait le faire croire une légende urbaine. Plus l'animal est bien prisée par les habitants du Maroc saharien : prélevée sur l'animal, elle est fondue et donne le loudek qui constitue une base pour la cuisson et la conservation de la viande. Elle sert à enrober du tichtar, de la viande de chameau coupée en lamelles fines puis séchée au four (ou traditionnellement, sur les branches d'un talh, un acacia). On obtient un produit de longue conservation, particulièrement nutritif. En pliant le tichtar on obtient du tidguit, qu'on peut intégrer dans divers plats cuisinés. Le tichtar et le tidguit sont considérés comme les deux meilleurs plats typiques à offrir aux hôtes de passage.

unités, est fortement portée par plusieurs acteurs du développement, essentiellement l'INDH et l'Agence du Sud, qui mettent en œuvre des stratégies de développement territorial à l'échelle humaine profitables aux populations. A titre d'exemple, l'Agence du Sud, via son Programme de Développement Territorial des Provinces du Sud, encourage et développe la production et la commercialisation des produits des terroirs du Maroc saharien, désormais identifiés et en cours de labellisation pour la plupart. L'huile d'olive d'Ifrane de l'Anti-Atlas, si spécifique, est en instance d'obtenir le label « Appellation d'Origine Protégée », ce qui lui confèrera l'aura spécifique du produit d'un terroir bien particulier, soit la garantie d'une qualité et d'une authenticité uniques...

Au Maroc saharien, le Cluster des Oasis du Sahara (COS), présidé par M'Barek Nafaoui, fédère des dizaines de coopératives de produits du terroir. Objectif : dynamiser les filières des produits du terroir sur le plan commercial et marketing. L'élaboration d'un packaging unifié pour toute une gamme de produits en est encore à ses débuts, mais les dirigeants du COS sont déterminés à faire connaître les produits sahariens au-delà de leur territoire de production pour les faire commercialiser, grâce au concours de l'Agence du sud et à la mobilisation des acteurs locaux, dans les principaux points de vente des grandes villes du pays. ■

Rachid Abbar

L'incontournable «dhen» de chèvre

Dans les provinces du Sud, les chèvres sont les animaux les plus prisés, après, bien entendu, le dromadaire, animal emblème de la région. Le lait de chèvre permet de fabriquer le dhen, un beurre fondu, parfois rance. Le beurre est fondu à feu doux dans une marmite, et on y ajoute megli (poudre d'orge torréfiée) qui sert à absorber l'excès d'eau. Le tout est filtré pour évacuer le megli et obtenir un dhen de consistance

homogène qui se solidifiera progressivement. Délicatesse gastronomique, le dhen est souvent dégusté en l'état, ou aromatisé au rob (sirop de dattes) ou encore au thym. Il sert aussi à lier le belghlmane, un des plats les plus importants et les plus conviviaux du Maroc saharien. Le dhen est placé au milieu de nombreux plats (eych, couscous, tidguit...), dont il agrémente le goût.

Tata, une richesse agricole à la merci du ciel

Dans cette région oasienne où les conditions de vie sont rudes, le phénomène de désertification s'est accompagné d'une paupérisation des agriculteurs et de leurs familles.

Jusqu'à la fin des années 70, les zones situées au sud-est de l'Anti-Atlas relevaient du chef lieu Ouarzazate et de la région de Souss-Massa-Draa. Avec la création de la province de Tata en 1977 et le découpage administratif du début des années 80, ces zones oasiennes à climat semi aride passent sous la tutelle administrative de la jeune province de Tata et de la région de Guelmim-Smara. Un découpage qui s'est fait un peu à l'emporte-pièce. Ce qui est une autre histoire.

La province de Tata qui se compose des municipalités de Tata, Akka, Foug El Hisn et Foug Zguid ainsi que de 17 communes rurales est située dans la zone présaharienne au sud du Maroc. Son territoire s'étend du versant sud de l'Anti-Atlas à l'oued Draa qui marque la frontière avec l'Algérie et les régions sahariennes.

Depuis la fin des années 80, la province de Tata est touchée par le phénomène de désertification (raréfaction des ressources hydriques, diminution de la biodiversité et dégradation des sols). Dans cette région où l'activité sociale et économique s'organise autour de l'agriculture oasienne (90% de l'économie locale et 60% de la population active), le phénomène de désertification s'est accompagné d'une paupérisation des agriculteurs et de leurs familles. Cette crise s'est traduite dès lors par un exode rural de la population masculine en quête de nouvelles sources de revenus et l'abandon des palmeraies.

Les ressources en eau de la région, excepté les rares et sporadiques précipitations hivernales et parfois printanières, proviennent essentiellement des eaux d'infiltrations issues des pluies qui tombent sur les montagnes de l'Anti-Atlas. Les précipitations enregistrées



Les palmiers dattiers, principale ressource de la région.

ne dépassent guère les 100 mm par an. Ces eaux d'infiltration rechargent les nappes phréatiques et alimentent les sources et les Khettarat qui sont de grandes canalisations souterraines, véhiculant grâce à la force gravitaire l'eau des ruisseaux vers les oasis via des sillons creusés dans le sol que les autochtones berbères chleuh appellent Tirgwin (pluriel de Targa).

Les eaux pérennes sont constituées, elles, par les résurgences et les sources au niveau des localités dont le toponyme commence par « Foug », mot qui signifie « bouche » en arabe et « Imi » en berbère. Ainsi les principaux Foug qui dominent les oasis les plus importantes sont : Foug Adis, Foug Tata, Foug Ait Ouabelli, Foug El Hisn, Foug Icht, Foug Zguid, Foug El Oued, Foug El

Hench et Foug Tlite, ces quatre dernières bourgades relevant du cercle de Foug Zguid.

Les origines des habitants de la province sont aussi complexes que diverses : la région est habitée par des tribus berbères et arabes ; à côté de ses grands groupements ethniques, cohabitent plusieurs groupes oasiens sédentaires et nomades. Ces communautés humaines liées par la religion et les traditions ancestrales vivent en parfaite harmonie.

Agriculture vivrière

Les eaux saisonnières sont constituées par les eaux de crues issues du versant sud de l'Anti-Atlas, au niveau des oueds, et sont déversées à l'oued Draa. Et malgré les dommages qu'elles produisent au niveau des infrastructures,

ces eaux profitent positivement à l'irrigation du patrimoine phoenicicole des oasis.

Les potentialités de développement de la province de Tata sont nombreuses. Une agriculture oasienne en majorité vivrière, basée sur le palmier dattier, à Akka dans le cercle de Tata, olives et huile d'olive à Taghijjt, élevage caprin et ovin de la race «demmane», artisanat, commerce et services, tourisme solidaire, représentent les branches d'activités essentielles de l'économie régionale. Le secteur agricole primaire est structuré autour des palmiers dattiers, du henné, de la luzerne pour aliment de bétail, de quelques maraichers pour une consommation domestique et récemment des herbacées comme le melon jaune- qui est mis lui en partie à la vente- sans perdre de vue l'élevage caprin et ovin, notamment celui des races locales et rustiques «demmane».

La sécheresse, les eaux saumâtres, l'avancée inexorable du désert et la maladie du bayoud qui décime les palmeraies, véritables fléaux dont souffre la région, ont conduit à la dégradation des plantations et cultures. Ces contraintes ont occasionné, entre autres, un fort exode rural vers les villes intérieures comme Agadir et Casablanca mais aussi vers certains pays européens comme la France et la Belgique.

Le secteur secondaire se limite, quant à lui, à un artisanat ancien, produit, essentiellement par des regroupements associatifs qui se heurtent à plusieurs freins, tant au niveau de la production et de commercialisation, que sur le plan de la distribution des revenus.

Pour que la nappe phréatique soit bénéfique à tous les groupements de petits paysans, les pouvoirs publics optent pour la solution d'une irrigation collective. Celle-ci requiert la construction de petits barrages qui pourraient être édifiés pour l'irrigation. Le cercle de Foug Zguid, par exemple, étant ceint de rivières, comme celle de Tissint ou de Smira, d'où l'idée de petits barrages de surface.

Dans d'autres localités voisines, comme la commune rurale de Tlite (Caïdat d'Alougoum) les pouvoirs publics penchent plutôt pour les barrages souterrains. ■

Abdelkarim Chankou

Réhabilitation des palmeraies

Outre des actions de réhabilitation des palmeraies, financées par la coopération internationale, les pouvoirs publics, à travers le Plan Maroc Vert et l'agence du sud, ne ménagent aucun effort pour booster le développement agricole dans cette région en offrant aux fellahs des plants de palmier résis-

tant au bayoud ainsi que des systèmes d'irrigation goutte à goutte à des prix réduits. Le ministère de l'Agriculture a également donné un coup de pouce à la commercialisation des cultures phoenicicoles dans cette zone oasienne. Ainsi la région de Guelmim-Smara dont Tata est l'un des chefs-lieux a vu la création

trois unités de valorisation du stockage d'une capacité de 1 000 tonnes.

La majorité du patrimoine phoenicicole dattier est concentrée principalement au niveau des vallées du Draa, du Ziz, de la plaine du Tafilalet et de la zone du Bani (Tata), qui abritent à elles seules près de 90% de l'effectif total.



Sidi ali

Pour la plus parfaite des machines

Inimitable, le corps humain est une machine unique. Au repos ou en mouvement, notre corps réalise chaque jour des exploits et n'a besoin pour son bon fonctionnement que d'éléments nutritionnels et d'eau. Par les vertus minérales qui ont depuis toujours fait sa valeur, Sidi Ali est l'eau qui prend soin de votre corps au quotidien pour votre plus grand bien.

Palmier-dattier, un arbre de vie à valoriser

Le Maroc veut reconquérir le marché de la datte. Un vaste plan de développement dans les oasis a été lancé depuis 4 ans à la fois pour soutenir l'agriculture traditionnelle mais aussi pour miser dans un avenir proche sur des exploitations intensives.

Pour relancer la culture phoénicienne et vivifier l'économie des régions oasiennes, le ministère de l'Agriculture et de la pêche maritime a lancé dans le cadre du Plan Maroc Vert (PMV) un vaste plan en 2011 destiné à booster les palmeraies. Il s'agit d'un programme de restauration et de renouvellement des palmeraies portant notamment sur la plantation de trois millions de palmiers à l'horizon 2020.

Afin d'atteindre cet objectif, le Maroc a mis le paquet. Conseil agricole, fourniture d'intrants ou de plants sélectionnés, travaux hydrauliques, agrégation de l'offre via des groupements de producteurs, l'Etat accorde une batterie d'aides et d'incitations avec un taux de subvention pouvant atteindre jusqu'à 100% dans certains cas.

«Le Maroc est le berceau historique d'une des meilleures variétés de dattes. Mais cette activité a été délaissée par le passé. Ce projet entre aussi dans la politique nationale de soutien aux régions semi désertiques notamment via l'Agence des zones oasiennes et de l'arganier (ANDZOA). Cela représente un enjeu économique et social majeur pour les 1,4 million de Marocains qui vivent dans les trois grandes zones d'oasis du royaume, soit 40% du territoire», a expliqué Aziz Akhannouch, ministre de l'Agriculture et de la pêche maritime en novembre dernier à l'occasion du 4e Salon International des Dattes à Erfoud. Quelque 1.245.330 de plants supplémentaires ont été mis en terre depuis le lancement du PMV. «Le taux de réalisation du programme de plantation des palmiers a dépassé le cap des 100% en 2013 pour atteindre 138% puisque les quantités des plantations pro-



Une richesse nationale extraordinaire

grammées au titre de l'année écoulée était de 322.000, alors que celles réalisées ont dépassé les 447.000», a indiqué de son côté, mercredi 26 mars 2014, le directeur de l'ANDZOA, Brahim Hafidi, lors de la tenue du conseil d'administration de l'agence.

Un des rouages de ce projet se situe en amont, à savoir la production de plants qui relève de la compétence de l'Institut national de la recherche agronomique (INRA) et plus particulièrement de son centre régional d'Errachidia.

Inauguré en 2011 par SM le Roi Mohammed VI, ce laboratoire adopte des techniques de multiplication in vitro aux différentes variétés et clones de haute valeur commerciale, produit des souches bourgeonnantes de base demandées par le secteur privé pour la multiplication en masse du pal-

mier-dattier et offre une assistance technique aux laboratoires commerciaux dans le domaine de la micro-propagation du palmier dattier. L'INRA a relevé une hausse des capacités annuelles de production de souches bourgeonnantes de 10.000 à 50.000 unités. Il y a lieu de signaler aussi une augmentation des capacités de production de vitro-plants au niveau de trois laboratoires privés conventionnés pour atteindre environ 500.000 vitro-plants annuellement, soit 167% de l'objectif fixé.

Le palmier dattier est cultivé au Maroc, dans plusieurs contrées situées généralement au flanc sud des montagnes de l'Atlas, le long des oueds. La majorité de ce patrimoine est concentré principalement au niveau des vallées du Drâa, du Ziz, de la plaine du Tafilalet et de la zone du Bani (Tata),

qui abritent à elles seules près de 90% de l'effectif total.

La culture du palmier dattier sur le plan agro-écologique crée un microclimat, assurant aux cultures sous-jacentes, arboricoles et herbacées, une protection judicieuse contre les agressions du climat extérieur et la sévérité de ses changements brutaux. Il joue ainsi le rôle d'écran protégeant l'oasis contre les influences désertiques. Le Plan Maroc Vert, à travers un contrat programme de 7,7 milliards de DH, vise d'ici à 2020 la plantation de 2,9 millions d'unités, la réhabilitation totale des 48.000 ha de palmeraies traditionnelles, l'extension sur 17.000 ha hors palmeraies, ainsi que la mise à niveau de l'ensemble de la filière phoénicienne.

Promotion

La mise à niveau de la filière «palmier dattier» passe aussi par la conservation et la valorisation des dattes. D'où la création de plusieurs unités de stockage frigorifique, de conditionnement et d'emballage de ce produit très goûteux. Neuf à Souss-Massa-Drâa, huit à Meknès-Tafilalet, trois à Guelmim-Es Semara et une dans la région de l'Oriental. En matière de promotion de l'export, des normes des principales variétés des dattes marocaines ont été identifiées pour faciliter leur pénétration dans divers marchés. Le ministère de tutelle a également réalisé des aménagements hydro-agricoles pour l'irrigation des oasis, à travers la réhabilitation des khetaras (système d'irrigation souterrain), la construction de canaux de 204 km, la mise en place de 32 seuils de dérivation et ouvrages et la construction de 15 bassins de stockage. ■

Rachid Abbar

Les Huileries de Souss Belhassan

Les Huileries du Souss Belhassan, premier producteur d'huile d'olive au Maroc, concentre son activité de raffinage, de production et de commercialisation sur le marché des huiles végétales, de la margarine et des boissons chaudes (thé & café).

Au service de la compétitivité de l'entreprise, 5 unités de production, modernes, autonomes et à la pointe de la technologie, œuvrent au quotidien pour répondre aux exigences de qualité qui font la satisfaction de nos clients.



Les Huileries du Souss Belhassan : BP 135, Rue Al Milaha Anza Agadir Maroc
Tél. : 05.28.20.45.03/04/05/06 - Fax : 05.28.20.46.06
E-mail : hsbdirection@menara.ma

HSB

Le stratège des affaires

D'un naturel discret mais redoutable en affaires, El Hachmi Boutegray, 39 ans, a réussi, grâce à son sens inné des affaires, à bâtir un groupe agro-alimentaire intégré d'envergure nationale.

C'est un entrepreneur dans l'âme en perpétuelle quête d'affaires à monter ou de projets à reprendre. El Hachmi Boutegray, aujourd'hui à la tête de Anwar Invest, un groupe agro-agroalimentaire et immobilier prospère, n'est pas homme à s'endormir sur ses lauriers ou à se dire qu'il a atteint son objectif. Débordant de dynamisme et d'idées de business, cet homme affable de 42 ans n'est pas passé pourtant par les écoles de commerce prestigieuses ou les grandes universités cotées. M. Boutegray est un pur produit de l'école de la vie et du pragmatisme doté d'un flair redoutable des affaires.

C'est armé de ces qualités que le jeune El Hachmi prend en main à 17 ans les deux commerces de gros que son père possédait à Oujda. Mais cet originaire de la région de Tiznit se sentira vite à l'étroit dans cette activité dont il a vite compris les ficelles. Alors, il tâte le terrain de la distribution des denrées agro-alimentaires avant de se lancer en parallèle dans la fabrication ses propres produits sous sa propre enseigne.

Ainsi va El Hachmi. Jamais satisfait, toujours en exploration pour un nouveau projet. C'est ce qui lui a permis de développer le petit commerce familial des années 60 confiné dans l'Oriental pour en faire aujourd'hui un groupe industriel d'envergure nationale qui pèse un chiffre d'affaires de quelque 3 milliards de DH et emploi plus de 2.000 personnes.

C'est au début des années 94 que M. Boutegray, qui quitte Oujda pour s'installer au centre des affaires qu'est Casablanca, décide de passer à la vitesse supérieure. En effet, il se dote d'une flotte de plus de 70 camions après avoir acquis plusieurs dépôts dans nombre de villes du pays (Casablanca,

El Hachmi Boutegray, une réussite incontestable.



Rabat, Agadir, Marrakech, Fès, Tanger et Laâyoune). El Hachmi est conforté dans ses prévisions, la grosse distribution dotée de moyens conséquents et gérée de manière professionnelle est un bon filon. Les affaires marchent. Au début des années 2000, il crée ses propres marques de produits agroalimentaires qu'il fait fabriquer ailleurs - là où les coûts de

En 2009, Boutegray surprend les milieux d'affaires en mettant dans son cabas le holding Fandy appartenant à la famille Bennani qui opère dans divers secteurs notamment les céréales et la pâtisserie industrielle.

facteurs sont moins élevés - pour les commercialiser ensuite au Maroc. La marque de biscuiterie Excello, le beurre Badaouia et les

boîtes de thon Mario sont les emblèmes de ses produits fabriqués à l'étranger qui s'imposeront sur le marché grâce à un grand matraquage publicitaire télévisé.

Ce n'est qu'à partir de 2008 que El Hachmi, persuadé qu'il peut être compétitif, fait produire localement ce qu'il produisait sous d'autres cieux. Nouvelle stratégie. Rachat d'usines déjà existantes. En 2009, Boutegray surprend les milieux d'affaires en mettant dans son cabas le holding Fandy appartenant à la famille Bennani qui opère dans divers secteurs notamment les céréales et la pâtisserie industrielle. Cette grosse acquisition est loin d'être fortuite. Elle permet à El Hachmi Boutegray, présent jusqu'ici dans la biscuiterie industrielle, la conserve de poisson, le négoce et la distribution, de devenir un groupe intégré doté d'une logique économique et industrielle. En 2006, à l'instar de beaucoup d'industriels qui évitent de mettre leurs œufs dans le même panier, il se lance dans l'immobilier économique, moyen

et haut standing où il opère respectivement via deux filiales, Anwar Al Moustakbal et Anwar Développement.

L'année 2014 commence dans un contexte de crise et de frilosité économique. Pas pour le groupe Anwar Invest qui choisit d'investir en participant au sauvetage de Best Milk en janvier de cette année, via sa filiale Fandy. Dans le tour de table, il y a outre son groupe, le Crédit Agricole du Maroc et Nebetou Fund, un fond public-privé national qui opère dans l'agroalimentaire et les produits du terroir.

En mettant un pied dans le secteur laitier, Anwar Invest saute sur une opportunité de nature à renforcer davantage l'intégration verticale de son conglomérat agroalimentaire qui compte déjà le beurre industriel. D'un naturel discret, El Hachmi Boutegray n'est pas homme à chercher les feux de la rampe ou à se répandre dans les médias. En fait, il fait parler de lui en travaillant. ■

Ahmed Zoubair



LES PRODUITS DES TERROIRS DU MAROC SAHARIEN UN SAVOIR-FAIRE SÉCULAIRE SUBLIMÉ

Riches de leur authenticité, originaux, savoureux et diversifiés, les produits des mille et un terroirs du Maroc saharien proviennent de ressources qui, pour être rares, n'en sont pas moins prodigues et considérées comme un patrimoine à préserver et à faire connaître.

Valorisées par la grâce d'un savoir-faire ingénieux, ces multiples ressources, qu'elles viennent de l'univers luxuriant de l'oasis ou de la rigueur spartiate du désert, sont le reflet d'une culture identitaire homogène, celle des *Beydanes* du Maroc saharien.

Les différents types de couscous, aux multiples céréales, patiemment roulés par les Sahariennes, dont le fameux *khoumassi* aux cinq farines, les miels du désert, particulièrement épicés et issus de l'abeille jaune du Sahara, les fruits et légumes précoces et gorgés de soleil, l'huile d'Argan ou d'olive, incontournables de nombre de préparations sahariennes, le *dien* de chèvre, ce beurre fondu, longuement barraté, le fameux *rob*, ce sirop de dattes sucrées à souhait, le succulent *kfilii* de dromadaire, les figes de Barbarie, véritable or vert du désert, le henné au pouvoir tinctorial prononcé, ne sont que quelques invites à la découverte des multiples saveurs et senteurs authentiques que les Provinces du Sud du Royaume ont à offrir.

L'irrigation fait sa révolution

Dans le Plan Maroc Vert, l'irrigation sous ses différentes formes occupe une place importante avec un budget de plus de 30 milliards de DH. Objectif : moderniser et renforcer les dispositifs hydro-agricoles pour pallier la pénurie d'eau et lutter contre le stress hydrique.

Au cœur de la stratégie du Plan Maroc Vert (PMV), il y a l'eau. Evidemment. Et il ne suffit pas que cette source de vie indispensable pour les populations, les élevages et les cultures couvre tout le territoire. Il faut aussi qu'elle soit de bonne qualité et que sa gestion soit la plus rationnelle possible. En gros, il fallait concevoir une politique d'irrigation qui allie la ressource et son utilisation dans un esprit qui consiste à maintenir l'agriculture là où elle est rendue par la raréfaction des pluies qui devient une donne récurrente. Car aujourd'hui comme dans n'importe quel pays du monde, il est plus question de maintenir que d'intensifier la production, l'eau étant devenue un enjeu planétaire. C'est pour cette raison que la question de l'eau est au cœur des réformes transverses les plus importantes qui doivent garantir les conditions de réussite du PMV.

« Nous travaillons sur une série de programmes colossaux d'avenir visant à sécuriser l'eau destinée à l'irrigation et à lutter contre le stress hydrique », explique Ahmed El Bouari, directeur de l'irrigation et de l'aménagement de l'espace agricole au ministère de l'Agriculture.

Dans ce sens, le ministère dirigé par Aziz Akhannouch a mis en route trois grands chantiers structurants afin de pouvoir relever les défis à venir en matière d'irrigation et d'aména-



Une ressource précieuse à préserver.

ment hydro-agricole.

Le premier, baptisé Programme National d'Economie d'Eau en Irrigation (PNEE), consiste à améliorer la maîtrise et la valorisation de l'eau. Il porte sur la reconversion des techniques d'irrigation existantes à faible efficacité d'utilisation de l'eau à l'irrigation localisée, sur une superficie globale de l'ordre de 555 000 ha; ce qui permettra à terme une économie d'eau de près de 1,4 milliard de m³/an. Au terme de ce programme, la superficie de l'irrigation localisée

atteindra près de 700.000 ha, soit presque 50% de la superficie équipée pour l'irrigation. Le PNEE s'appuie sur la modernisation des réseaux collectifs d'irrigation et des équipements (en grande hydraulique) et l'équipement des exploitations agricoles en irrigation localisée moyennant les aides financières de l'Etat (Fonds de Développement Agricole). Ce programme prévoit aussi un accompagnement des agriculteurs en les incitant à se réorganiser, à s'orienter vers les cultures à haute valeur ajoutée ou

encore à renforcer la capacité productive des terres. Le coût total du programme s'élève à près de 37 milliards de DH.

Puis, il y a le Programme d'Extension de l'Irrigation (PEI) à l'aval des barrages qui vise la création de nouveaux périmètres et le renforcement de l'irrigation des périmètres existants dominés par les barrages réalisés ou en cours de construction.

Projet pharaonique

L'aménagement hydro-agricole associé aux barrages existants vise la valorisation des ressources en eau mobilisées par les barrages, par leur mise en valeur agricole pour promouvoir un développement local intégré (eau potable, désenclavement, électrification, etc.). Le retard accumulé en matière d'aménagement hydro-agricole a conduit à une sous-valorisation de près de 1,2 milliard de m³ d'eau mobilisée. Un manque à gagner en terme de production agricole estimé à une valeur ajoutée agricole de près de 2,3 milliards de DH et près de 60.000 emplois permanents. Ce programme va permettre au secteur de l'agriculture irriguée de créer de la richesse en valorisant au mieux les ressources en eau limitées du pays. Les principaux

Dessalement de l'eau de mer, une solution pour l'avenir

Dans le secteur de l'eau potable, industrielle et touristique, a été mis en place un programme ambitieux d'amélioration des rendements des réseaux de distribution d'eau en milieu urbain. Objectif : atteindre un rendement de 80% en 2020, comme moyenne nationale. Le recours aux ressources non conventionnelles, comme le dessalement de l'eau de mer, particulièrement dans les zones côtières, deviendrait alors un impératif incontournable à moyen et long termes. Des unités de dessalement ou de déminéralisation ont été implantées chaque fois que

la mobilisation des ressources en eau conventionnelles était devenue impossible comme ce fut le cas dans les régions côtières des provinces du Sud, notamment à Tafaya, Smara (déminéralisation, Boujdour et Laâyoune ou encore Tan Tan. D'autres projets similaires sont en phase d'étude pour combler le déficit hydrique que connaissent certaines parties du pays. Si le dessalement de l'eau de mer a commencé de manière un peu timide au Maroc, il passera à l'avenir à une échelle plus importante à la faveur du renforcement du partenariat public-privé.

objectifs du PEI consistent à valoriser les ressources en eau mobilisées, mais aussi à améliorer l'efficacité de la distribution de l'eau de l'irrigation et accroître les revenus des agriculteurs par l'intensification et l'augmentation des rendements des cultures. Les projets d'aménagements hydroagricoles du PEI concernent plusieurs composantes : ouvrages de tête et de raccordement, réseaux d'adduction, réseaux de distribution, de pistes et d'assainissement, équipement à la parcelle...

Il s'agit d'un projet pharaonique puisque les superficies à aménager s'élèvent à 159.280 ha et concernent neuf régions du Royaume pour une enveloppe globale estimée à 21,6 milliards de DH. Ce programme va carrément changer la manière avec laquelle l'eau est actuellement distribuée, traitée et utilisée. Le système d'irrigation national tel qu'il est imaginé par les concepteurs de ce dispositif devra permettre une distribution équitable de l'eau et une utilisation optimale de cette ressource inestimable à travers toutes les régions du Royaume. Selon le chemin de fer tracé par le PMV, l'achèvement de cet immense chantier est prévu pour l'an 2020. Déjà, les études ont démarré sur 159 280 ha et elles sont achevées sur 50% du PEI. Et les travaux ont commencé sur environ 42.000 ha soit 26% du PEI dont 4 900 ha sont achevés (Périmètres mis en eau). Le PEI devra permettre à la fois de diversifier et d'intensifier la production agricole, mais aussi d'améliorer les revenus des agriculteurs avec des marges additionnelles à l'hectare irrigué. Ce programme contribuera également à atténuer les effets du changement climatique et avoir une meilleure maîtrise des apports des eaux de surface et des prélèvements des nappes.

Pour gérer l'eau avec une plus grande efficacité, le PMV a prévu un programme de partenariat public-privé en irrigation (PPP) qui constitue le troisième volet de la nouvelle politique d'irrigation. Les infrastructures hydro-agricoles nécessitent des investissements colossaux. Qui



Ahmed El Bouari,
directeur de
l'irrigation et de
l'aménagement de
l'espace agricole
au ministère de
l'Agriculture.

mieux que le privé pour déclencher une vague d'investissement autour de projets d'agrégations gagnant-gagnant ? Le partenariat public-privé en irrigation consiste à intéresser les opérateurs privés à investir et gérer les infrastructures hydro-agricoles dans les périmètres irrigués dans le cadre de contrats de gestion déléguée / concession, le service de l'eau d'irrigation dans ces périmètres étant un service public pouvant être délégué en vertu de la loi. L'objectif est d'améliorer les conditions techniques, économiques et financières de la gestion du service de l'eau d'irrigation dans ces périmètres, en l'occurrence une meilleure efficacité hydrique et énergétique et une optimisation de l'utilisation des ressources en eau et des coûts d'exploitation et de maintenance. Ce genre de partenariat garantit une certaine durabilité des aménagements réalisés, améliore le service de l'eau et offre une réduction des transferts

budgetaires de l'Etat pour la gestion des périmètres d'irrigation. Pratique séculaire, l'irrigation a depuis toujours été la réponse adéquate à l'aridité du climat dans les zones méridionales du Maroc et aux caprices de la pluviométrie dans les zones septentrionales. Elle a été et demeure le moyen de sécuriser une production agricole qui serait aléatoire sans le recours à l'irrigation.

Depuis plus d'un demi-siècle, les pouvoirs publics ont accordé une attention particulière à la réalisation de grandes infrastructures de maîtrise des ressources en eau et de développement de l'irrigation comme leviers de développement économique et territorial. De par sa situation géographique, le Maroc est caractérisé par un climat fortement contrasté avec un régime pluviométrique dominé par une forte irrégularité dans l'espace et dans le temps. Le potentiel des ressources en eau naturelles, est évalué à 22 milliards de m³ par an (dont 18 milliards d'eau de surface et 4 milliards d'eau souterraine), soit l'équivalent de 730 m³ par habitant et par an. Les apports en eau sont très irréguliers dans le temps et dans l'espace: ils peuvent varier dans un rapport de 1 à 9 suivant les années. Dans ce contexte, la politique des barrages menée depuis 1967, sous l'impulsion de feu Hassan II, a permis de doter le pays d'une infrastructure hydraulique d'envergure constituée à présent de 135 grands barrages totalisant une capacité de près de 17,5 milliards de m³ et de plusieurs milliers de forages et de puits pour le captage des eaux souterraines.

Le Plan Maroc Vert lancé en avril

2008 par S.M le Roi Mohammed VI a ainsi donné une nouvelle impulsion au développement de l'agriculture en tant que levier de développement socioéconomique. Cette stratégie a mis le secteur de l'agriculture en général et de l'agriculture irriguée en particulier sur la voie du développement durable.

Bien qu'elle ne couvre que 16% de la superficie agricole utile, l'agriculture irriguée contribue à environ 45% en moyenne de la valeur ajoutée agricole, cette contribution peut atteindre jusqu'à 70% pendant les années sèches. En outre, les zones irriguées participent à hauteur de 75% du volume des exportations agricoles, assurent 40% de l'emploi en milieu rural, contribuent à l'amélioration des revenus des agriculteurs et aux conditions de vie des ruraux, et ont des retombées importantes sur le secteur de l'agro-industrie.

Optimisation

Trois catégories d'irrigation façonnent le paysage rural au Maroc. Il y a la Grande Hydraulique (GH) comprenant les grands périmètres irrigués par des réseaux d'irrigation collectifs réalisés par l'Etat dont les infrastructures et le service de l'eau d'irrigation sont gérés et contrôlés par les Offices Régionaux de Mise en Valeur Agricole. Puis, la Petite et Moyenne Hydraulique (PMH) comprenant les petits et moyens périmètres irrigués par des réseaux d'irrigation collectifs réalisés par l'Etat ou par les communautés villageoises. Les périmètres modernes de moyenne hydraulique et les périmètres traditionnels de petite et moyenne hydraulique gérés par les associations des usagers d'eau agricole. Et enfin l'Irrigation Privée (IP) comprenant les superficies irriguées par des aménagements individuels réalisés à l'initiative privée des agriculteurs. En vue d'assurer le maximum de chances de réussite de la gestion déléguée en irrigation, le département de l'Agriculture procède au préalable à la structuration de chacun des projets PPP à travers une démarche basée sur des études approfondies et une gouvernance basée sur l'optimisation et la transparence. Les études de faisabilité et d'options stratégiques concernant tout le programme de PPP en irrigation sont achevées. L'importance des investissements requis pour la mise en œuvre du programme PPP en irrigation, tel qu'ils ressortent de ces études, appelle une priorisation dans le lancement de la réalisation des différents projets. Ainsi, une première vague de projets PPP a été retenue pour un lancement dans le court terme. ■

Rachid Abbar

Transfert d'eau, un chantier colossal

Encore au stade d'étude, le transfert d'eau est un projet immense susceptible de régler la répartition inégale des ressources hydriques sur le territoire national. D'ici 2020, les responsables de ce chantier colossal, qui nécessite un budget de près de 45 milliard de DH et de 8 à 10 ans de travail, prévoient une distribution d'eau équitable et pérenne pour toutes les régions du Royaume. Actuellement, certaines régions ont un excédant en ressource hydraulique alors que d'autres souffrent d'un déficit considérable. Le transfert d'eau

est conçu pour résoudre ce problème crucial afin que l'agriculture marocaine continue à être productive dans un monde confronté de plus en plus à une raréfaction des ressources en eau. Et ce n'est pas tout. Certaines ressources actuelles sont mal exploitées. Une aberration qu'une redéfinition de la politique d'irrigation ne manquera pas de rectifier. Une meilleure distribution d'eau, globale et équitable, et une utilisation optimale des ressources hydrauliques, tels sont les objectifs du programme de transfert d'eau.

L'OCP à l'écoute du fellah

Sillonant chaque année plusieurs régions du Royaume, la caravane agricole lancée par OCP rencontre un vif succès auprès des agriculteurs. Voici pourquoi.

Un agriculteur mieux informé sur les techniques agricoles en vaut deux. C'est le défi que s'est lancé le groupe OCP depuis le lancement en 2012 de la première édition Caravane de sensibilisation des travailleurs de la terre aux bonnes pratiques agricoles. Le succès rencontré par les quatre premières Caravanes lancées depuis cette date est tel que l'office et sa Fondation annoncent pour cette année trois caravanes. L'une ciblant le segment « Maraichage de Saison », et deux autres celui des segments « Céréales-légumineuses » et « Palmiers dattiers ». La première édition de la « Caravane OCP Palmiers Dattiers » sera lancée en mai prochain.

Depuis mars dernier, le premier road-show OCP a sillonné des régions de cultures maraichères sur le territoire national. Après l'étape de Jakma dans la région de Berrechid, la « Caravane OCP Maraichage de Saison 2014 » a débarqué successivement dans les zones de la Haute Moulouya (Aghbalou Nserdane), Rabat Gharb Loukkos (Laaouamra), Saïss Meknès (El Hajeb) pour arriver le mardi 15 avril dans l'Oriental (Berkane). La clôture de cette édition 2014 se fera à El Jadida, dans la région de Doukkala-Abda.

Plus de 2 000 exploitants agricoles des zones maraichères nationales ont ainsi été approchés et sensibilisés par le staff technique de la Caravane. Avec une attention particulière accordée aux petits agriculteurs qui ont bénéficié d'un accompagnement adapté pour mieux identifier et comprendre leurs besoins en produits et services. Outre les conseils prodigués aux paysans, une journée de formation exclusive sur le terrain autour des essais lancés a été organisée le lendemain du déroulement de chaque étape.

Organisées en partenariat avec le ministère de l'Agriculture et les principaux distributeurs d'engrais phosphatés, les Caravanes Agricoles OCP concrétisent la volonté du groupe phosphatier d'assurer par le biais de sa fondation un accompagnement solidaire de la petite agriculture. Un effort qui traduit l'engagement d'OCP au profit du monde agricole national conformément à l'esprit du Plan Maroc Vert qui prévoit l'augmentation de la consommation à l'horizon 2020 d'engrais usinés localement comme ceux importés à 2 millions de tonnes au moins par an contre environ 900.000 tonnes par an actuellement.

La force des Caravanes OCP réside dans le fait qu'elles sont le fruit d'un partenariat public-privé cohérent et efficace. Outre l'association avec le ministère de l'Agric-



Une action de proximité au profit de l'agriculteur.

culture, l'initiative OCP s'appuie sur la contribution du réseau des distributeurs d'engrais phosphatés. La connaissance du terrain de la distribution des fertilisants et partant des besoins réels des paysans en termes de produits (usinés OCP) par ce réseau de distribution a permis au promoteur des Caravanes d'assurer un meilleur approvisionnement du marché local en engrais adaptés à chaque catégorie d'exploitants. Et pour mieux fructifier cette synergie productive entre OCP Group et le réseau des distributeurs des engrais, les Caravanes OCP s'attèlent également à former le réseau des revendeurs de fertilisants en les sensibilisant sur des questions liées à la bonne utilisation des fertilisants...

Fertilisation

Les quatre dernières Caravanes Agricoles OCP, dédiées aux Céréales, Fruits & Légumes, Oliviers et Légumineuses, ont permis de visiter 34 régions agricoles et de sensibiliser près de 18 000 agriculteurs et revendeurs par le biais de l'organisation de plus de 200 journées de formation et de vulgarisation sanctionnées par la distribution à titre gracieux d'une centaine de tonnes d'engrais. Mais comme la théorie n'est assimilée que par des exemples pratiques, les techniciens, mis à la disposition des Caravanes OCP, dont 20 experts agronomes, ont expliqué à l'aide d'expériences concrètes le but recherché à travers ces Caravanes. En effet, près de 122 parcelles expérimentales ont permis de mettre en évidence l'apport crucial d'une utilisation raisonnée d'engrais dans les rendements agricoles, ainsi que 477 analyses de sols réalisées grâce à l'apport précieux du laboratoire mobile accompagnant la Caravane. Près de 100 essais de démonstration agronomiques et essais de 42 nouvelles formules NKP adaptées aux sols et aux cultures ont également été réalisés. Pour garantir une meilleure efficacité de ce dispositif pédagogique et pour atteindre les objectifs fixés, des moyens humains et matériels conséquents ont été déployés sur le terrain dont un laboratoire mobile d'analyse des sols, une pla-

teforme informatique abritant la base de données de la Carte de Fertilité et un village OCP d'une superficie de 2 400 m².

Suite à la première édition de la « Caravane OCP Céréales 2012 », plusieurs essais de démonstration avaient été effectués dans la région de Béni Mellal entre le 12 décembre 2012 et le 21 juin 2013. Cinq agriculteurs de la région avaient gracieusement mis leurs terrains agricoles à disposition pour la réalisation de ces tests.

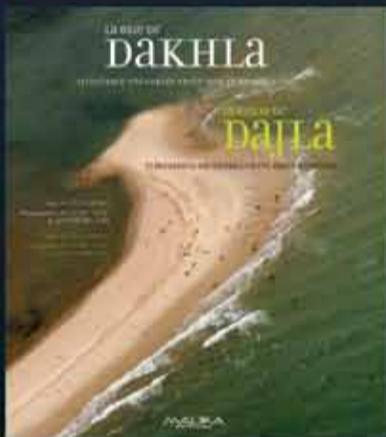
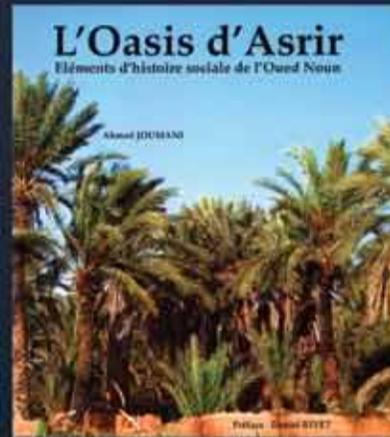
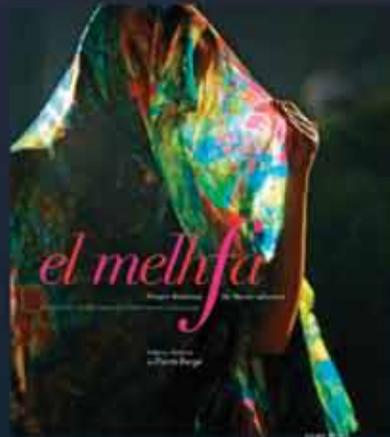
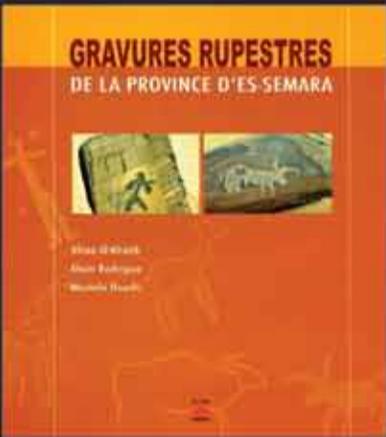
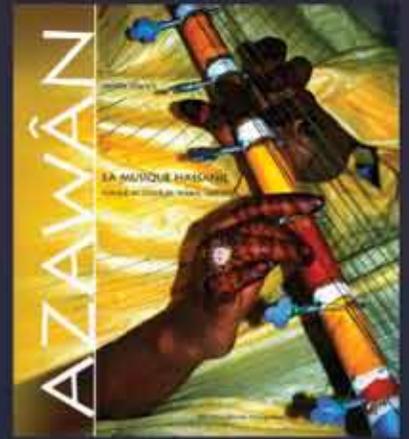
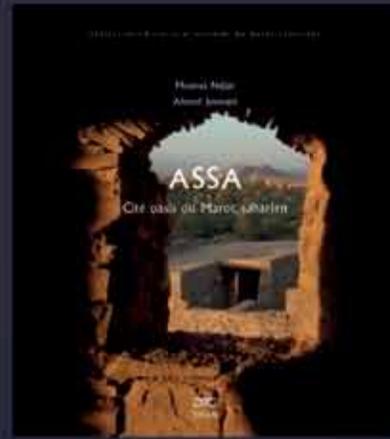
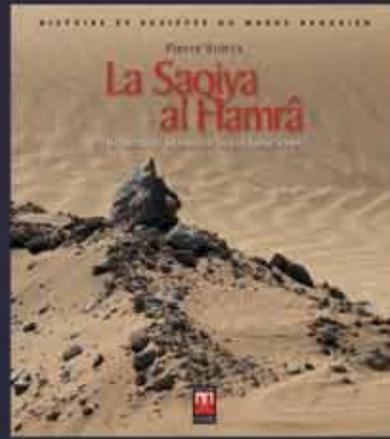
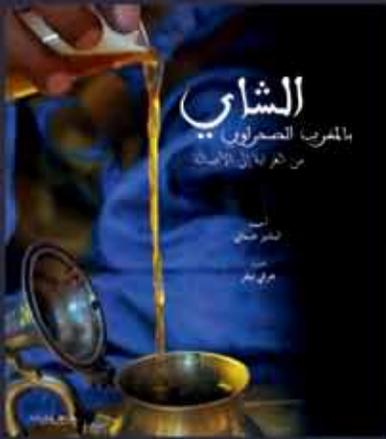
Fruit d'une collaboration entre OCP et les distributeurs d'engrais nationaux SCPC/SAPEL et PROCESS, ces essais ont permis de sensibiliser d'une part, les agriculteurs aux recommandations de bonnes pratiques culturales et de fertilisation raisonnée et d'autre part ont abouti à des rendements céréalières de 62 à 75 quintaux par hectare en irrigué contre 55 à 60 précédemment et 45 quintaux par hectare en bour contre 35 précédemment. La collaboration entre OCP Group et les distributeurs nationaux est scellée par le « Contrat-Package », moyennant quoi l'agriculteur bénéficie de l'intervention directe des experts en engrais, qui s'engagent à les encadrer et à les former aux meilleures pratiques de la fertilisation par l'installation notamment des essais de démonstration et le développement de nouvelles formules d'engrais adaptés. En contrepartie, OCP met à leur disposition les volumes demandés en engrais.

Last but not least, dans les Caravanes Agricoles OCP le volet social et caritatif n'est pas en reste. Mettant à profit leurs passages dans les villages concernés par le road-show, une caravane médicale a été lancée en même temps que le déroulement de la Caravane « OCP Maraichage 2014 ». A cette occasion, des soins en ophtalmologie et des séances de sensibilisation bucco-dentaire ont profité à quelque 3 000 enfants dans les six régions traversées par la Caravane. Cette action philanthropique s'appuie sur deux partenariats conclus avec les associations « Opération Smile Morocco » pour la sensibilisation bucco-dentaire, et l'association médicale marocaine de solidarité (AMMS) pour les soins en ophtalmologie. ■

Jamil Manar

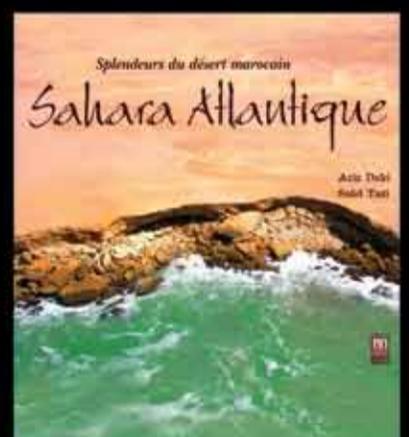
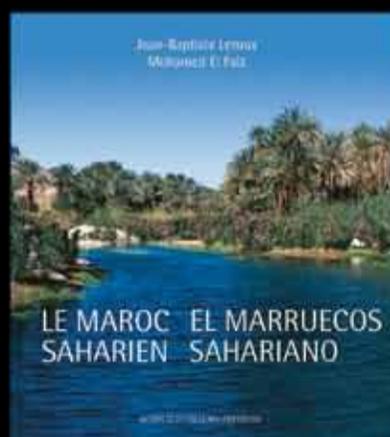
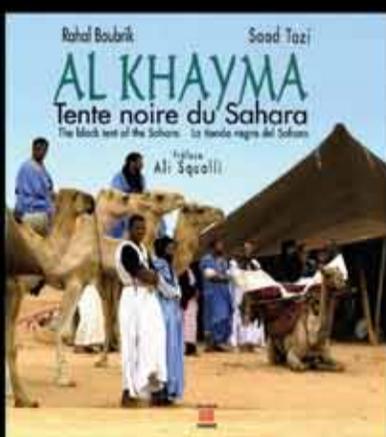
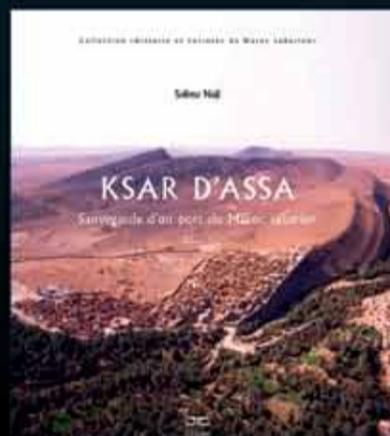
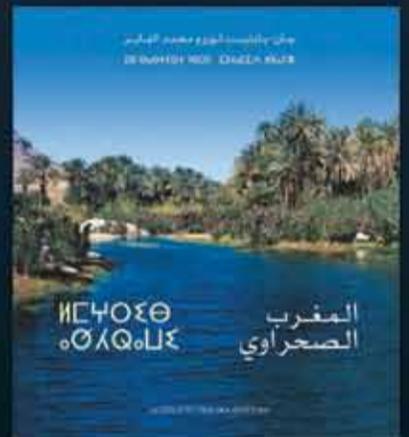
Fibre africaine

Dans le cadre de son engagement sociétal, OCP (qui a levé récemment avec un succès un emprunt obligataire inaugural de 1,55 milliard de dollars) augmente ses livraisons au marché local afin de soutenir les campagnes agricoles. Durant l'année 2013, entre 550 et 600.000 tonnes d'engrais seront livrées à l'agriculture marocaine contre 491 en 2012 et 448 en 2011. Cette dynamique s'accompagne par la signature de 14 contrats packages en 2013. La Caravane OCP est également partenaire d'événements internationaux tels Argus FMB Africa qui s'est déroulé du 19 au 21 février à Marrakech et le SIAM 2014 (24 avril au 3 mai) à Meknès. La Caravane OCP Céréales a été présentée à Dakar en mars 2013, en marge de la 4e édition du FMB Africa, rencontre internationale professionnelle dédiée aux engrais en Afrique.



HISTOIRE & SOCIÉTÉS DU MAROC SAHARIEN

UNE COLLECTION DÉDIÉE AUX PROVINCES DU SUD DU ROYAUME



Lesieur Cristal, une machine bien huilée

L'opérateur, qui a amélioré ses résultats en 2013, est décidé à poursuivre sa stratégie de diversification et de conquérir de nouveaux marchés.

Créé en 1983 à l'initiative des producteurs français d'oléagineux et de protéagineux, qui sont restés ses actionnaires, Sofiprotéol a développé un modèle économique original reposant sur une organisation en filière visant notamment à développer les débouchés du colza et du tournesol. Le groupe a investi au Maroc en prenant, début de 2012, 41% de Lesieur-Cristal, numéro un marocain de l'huile alimentaire qui a par ailleurs amélioré son résultat net en 2013 (173 millions de DH contre 119, l'année précédente).

Dans le cadre du Plan Maroc Vert, Sofiprotéol a signé en avril dernier un accord avec le ministère de l'Agriculture marocain pour soutenir le développement des cultures de colza et de tournesol et accroître la production locale d'huile en substitution à l'huile de soja importée. L'ambition de Sofiprotéol, via sa filiale Lesieur Cristal, est claire. Le groupe veut améliorer l'approvisionnement local en huile de tournesol, de colza, et même en huile d'olive, mais également en protéines végétales, grâce aux tourteaux, co-produits issus de la trituration des graines et consommés par les animaux d'élevage. Le groupe s'est ainsi engagé à soutenir le développement des cultures de tournesol et de colza. Le ministère de l'Agriculture prévoyant



Samir Oudghiri Idrissi, directeur général de Lesieur Cristal et président de la Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux.

pour sa part de porter ces cultures de 44.000 hectares actuellement à 130 000 hectares en 2020. En outre, Sofiprotéol entend miser sur son business model de développement en filière pour conquérir d'autres marchés et créer des synergies.

Lesieur Cristal, tourné vers le

consommateur, joue déjà un rôle d'«agrégateur» au sein de la filière de l'huile d'olive dans le cadre de partenariats avec les agriculteurs qui bénéficient d'une assistance technique et d'une aide financière. Pour garantir le fonctionnement de ses unités de trituration, Lesieur Cristal cherche à sécuriser une part plus importante de ses approvisionnements en graines de tournesol produites au Maroc, pour limiter les impacts des variations des cours mondiaux. Pour les années à venir, Lesieur Cristal prévoit de poursuivre sa stratégie de diversification en utilisant la notoriété de ses marques et son réseau de distribution, dans les sauces et les condiments, entre autres. Elle compte également dynamiser ses ventes export sur le bassin méditerranéen et en Afrique. Au niveau de la gestion, elle entend rationaliser ses coûts et améliorer encore sa productivité, notamment grâce à son savoir-faire.

Déjà il y a quelques années, Lesieur Cristal a su s'adapter à l'évolution du marché et des habitudes de consommation des Marocains, tous segments confondus. L'entreprise détient plus

que la moitié de parts de marché dans le secteur des huiles. Dans un secteur fortement concurrentiel, où la matière première est extrêmement volatile, puisque régie par une forte présence de la spéculation, avec des variations importantes des prix, il est nécessaire de trouver des moyens pour tenir le cap. Partant, au-delà de la qualité du produit, Lesieur-cristal est en perpétuelle quête de séduction d'une clientèle aux attentes de plus en plus pointues. Fort d'une expérience de 70 années, de la confiance des ses actionnaires et la richesse de son capital humain, l'opérateur est convaincu d'être en mesure d'assurer le levier de croissance. D'où le lancement de produits comme d'Al Horra, huile d'olive vierge courante. Il s'agit d'une huile 100 % marocaine, 100 % authentique et 100 % pure. Produit de niche prometteur, Al Horra veut répondre aux attentes en matière de goût et de qualité exigés par le consommateur marocain. Cette marque d'huile d'olive a vu ses volumes doubler et sa part de marché portée à 13 % à la fin de l'année 2013. ■

Rachid Abbar

Pari ambitieux

En marge de l'édition du Siam 2013, un contrat-programme a été signé entre le gouvernement marocain et la fédération interprofessionnelle des oléagineux. Ce partenariat prévoit l'élargissement des superficies de culture à l'horizon 20 en les portant à 127.000 ha dont 85.000 pour le tournesol et 42.000 de colza. Ce qui permettra d'encourager la production nationale de graines en lui donnant la priorité. Couvrir 20% des besoins domestiques en 2020, objectif fixé par les signataires de ce partenariat, alors que le Maroc importe près de 98% de ses besoins en huiles brutes et tourteaux, est un pari ambitieux.

« La signature du contrat-programme

des oléagineux est un grand pas vers la structuration de la filière des graines oléagineuses et la création de valeur au niveau national », avait indiqué Samir Oudghiri Idrissi, directeur général de Lesieur Cristal et président de la Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux.

Les importations annuelles de tourteaux et d'huile s'élèvent à la bagatelle de 8 milliards de DH. L'émergence d'une filière oléicole nationale solide et structurée devrait favoriser le transfert de près de 2 milliards de DH vers le monde rural et réduire en même la pression sur la balance commerciale.

DEPUIS 85 ANS, COSUMAR, UN GROUPE ENGAGÉ ET RESPONSABLE

COSUMAR, agrégateur de la filière sucrière, est un acteur économique socialement responsable. Son implantation dans cinq périmètres agricoles contribue au progrès économique, technologique et social de ces régions.

La filière sucrière joue un rôle stratégique par sa contribution dans la sécurité alimentaire, la couverture des besoins du pays en sucre, la création de l'emploi et l'amélioration des conditions de vie de 80 000 familles de producteurs des plantes sucrières. Le Groupe **COSUMAR** s'engage à la mise à niveau de la filière sucrière et vise l'amélioration globale de ses performances en termes de taux de couverture nationale et de productivité.

COSUMAR en tant qu'agrégateur, œuvre pour conserver la confiance de ses partenaires. Le Groupe est aussi présent auprès des agriculteurs pour leur assurer un encadrement et un accompagnement continus.

Le Groupe est aussi impliqué dans la préservation de l'environnement et des ressources naturelles et est actif dans de nombreuses associations caritatives et éducatives.

L'engagement social du Groupe a été reconnu par l'attribution de distinctions diverses : distinction par la FAO comme modèle d'agrégateur de la filière sucrière, labellisation RSE CGEM de l'ensemble de ses sites, attribution du trophée Performer RSE par VIGEO en 2012. En 2013, le Groupe **COSUMAR** s'est vu attribuer le prix Rotary Mers sultan ainsi que le prix Pionniers de la Responsabilité Sociétale des Entreprises et de l'économie verte en Afrique, encourageant tous ses efforts et ses actions dans le cadre de la RSE.

Le projet d'entreprise CAP VERS L'EXCELLENCE 2016 intègre l'ambition de **COSUMAR** de renforcer sa position d'acteur agro-alimentaire majeur par le renforcement de l'orientation marché, le choix de recourir à la croissance externe et la diversification de ses produits.

COSUMAR ambitionne également de se développer en Afrique. L'arrivée du Groupe WILMAR dans le capital de **COSUMAR** y contribuera fortement.

Ce nouvel actionnaire apporte son expertise métier ainsi qu'un projet de développement ambitieux et créateur de valeur ajoutée pour **COSUMAR** et son environnement. Il accompagnera l'entreprise dans ses perspectives de croissance en Afrique et dans la région MENA.



Une agriculture juste et durable

En cinq ans seulement, le Plan Maroc Vert, lancé en 2008 par SM le Roi Mohammed VI, a changé la face de l'agriculture nationale. Et planté les graines d'un nouvel ordre agraire moderne.

La production de l'huile d'olive a crû de 190% en moins de deux ans et celle des agrumes de 20%. Les exportations liées à l'agriculture, eux, ont progressé de 18%. Globalement, les objectifs du Plan Maroc Vert (PMV) de 2014 sont atteints. Un succès d'étape qui conforte les espoirs placés dans ce programme d'envergure. Une telle réussite s'explique naturellement par la vision et le réalisme qui caractérisent cette feuille de route agricole mais aussi par la mobilisation sur le terrain de l'ensemble des acteurs, privés et publics, pour faire jaillir de terre les projets prévus que ce soit dans le pilier 1 ou le pilier 2 du PMV.

Comme l'a bien souligné Aziz Akhannouch, le ministre de l'Agriculture et de la pêche maritime en marge d'une conférence de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) tenue en février dernier à Rome (Italie), il s'agit de créer «une spirale vertueuse de progrès équitables et durables en lui imprimant une dynamique d'évolution harmonieuse et équilibrée». Le défi est de taille puisque la sécurité alimentaire est «plus qu'un désir, mais un impératif du présent», a ajouté M. Akhannouch.

En cinq ans seulement, le Plan Maroc Vert, lancé en 2008 par SM le Roi Mohammed VI, a changé la face de l'agriculture nationale et planté les graines d'un nouvel ordre agraire. A en juger par les chiffres, les résultats sont encourageants.



Aziz Akhannouch, une mobilisation permanente.

Pour la période 2008-2012, la superficie agricole productive au Maroc s'est améliorée de 11% passant à près de 8 millions d'hectares. La production agricole a bondi, elle, de plus de 45% pour cumuler un total supérieur à 42 millions de tonnes, toutes filières confondues.

Côté revenus, le PIB agricole est passé de 74 à plus de 100 milliards de DH, créant l'équivalent de 77.000 emplois permanents. Le Maroc a

aussi équipé plus de 370.000 hectares en techniques économes en eau d'irrigation et réalisé des sauts significatifs dans la plupart des facteurs de productivité. Outre l'augmentation de la production et de la productivité et la valorisation des produits agricoles, la quête permanente de nouveaux débouchés, tout comme celui de la qualité, demeure un défi de tous les instants.

Le PMV intègre le développement des revenus des agriculteurs tout en les protégeant contre l'aléa climatique, à travers des produits d'assurance adaptés signés Mamda appelés à se généraliser. Dans cette stratégie tournée vers l'avenir, une importance particulière est accordée à la maîtrise de l'eau et à sa rationalisation en tant que levier stratégique pour l'amélioration de la productivité et la stabilisation de la production dans un contexte climatique versatile.

Le PMV a d'ailleurs ouvert trois grands chantiers structurants pour l'avenir de l'agriculture irriguée, dont le premier porte sur le Pro-

gramme National d'Economie d'Eau en irrigation (PNEEI). Il consiste en la modernisation des systèmes d'irrigation, à travers la reconversion à l'irrigation localisée d'une superficie de l'ordre de 550.000 ha. Le second chantier a pour objectif l'extension de l'irrigation sur une superficie de près de 155.000 ha associée aux barrages réalisés ou en cours de réalisation. Ce programme, qui permettra de valoriser près de 1 milliard de m³ par an aujourd'hui sous valorisé, nécessitera un effort d'investissement de près de 22 milliards de dirhams. Le troisième chantier porte, quant à lui, sur la promotion du partenariat public-privé (PPP) pour le développement et la gestion de l'irrigation. Le Plan Maroc Vert s'articule, rappelons-le, autour de deux axes principaux. Le premier porte sur l'accompagnement solidaire de la petite agriculture, à travers l'amélioration des revenus des agriculteurs les plus précaires, notamment dans les zones enclavées. Le deuxième concerne le développement d'une agriculture moderne avec une haute valeur ajoutée répondant aux règles du marché en s'appuyant sur les investissements privés. D'où la nécessité de développer des alliances stratégiques à moyen et à long termes avec les opérateurs privés. Objectif : assurer au Plan Maroc Vert un accompagnement d'ordre financier, technique, institutionnel et managérial susceptible d'aider à atteindre les objectifs tracés.

Il s'agit en fait de dépasser le cadre restreint d'un contrat programme ou d'une convention pour s'inscrire dans une vision commune et partagée de développement agricole et rural, qui soit viable et pérenne. Le vrai développement agricole et rural, ce n'est ni le dirigisme, ni l'assistanat, encore moins le laisser faire, mais la reconnaissance des agriculteurs, notamment les petits, comme les acteurs du futur, de les soutenir, de les mobiliser et de les responsabiliser autour d'un projet agricole et rural utile pour la communauté et générateur de valeur pour l'économie du pays. ■

Rachid Wahbi

Plan Maroc Vert s'expose à Milan

L'expérience marocaine en matière agricole intéresse de l'autre côté de la Méditerranée. En effet, le Maroc prendra part à l'exposition universelle Milan 2015 en Italie qui se tiendra du 1er au 31 octobre. Un événement planétaire sous le thème «Nourrir la planète, énergie pour la vie». Avec 20 millions de visiteurs attendus au cours des 6 mois d'exposition, l'édition 2015 abordera les enjeux et les solutions liés à l'alimentation, tant sur

le plan quantité, qualité que durabilité, d'une population mondiale croissante. Fort de son expérience dans le cadre du Plan Maroc Vert, mais aussi de son approche de la sécurité alimentaire, le Royaume aura l'occasion de faire valoir son savoir-faire, sa biodiversité, ses terroirs et son héritage culinaire. Son expérience dans les domaines de la préservation des territoires et des ressources hydriques ne sera pas en reste.

Pikarome

La magie des arômes



**Audacieuse, Malicieuse et Délicieuse,
C'est la nouvelle gamme Moutarde, Ketchup et Mayonnaise de Pikarome !**

Avec sa nouvelle esthétique souple toute en rondeurs, elle ne manquera pas de vous faciliter la vie !

Tête en bas, elle est pratique et dotée d'une opercule de sécurité et d'une valve anti-goutte qui permet un meilleur dosage et une préservation maximale de l'aliment.

Côté gustatif, les nouvelles recettes Ketchup et Mayonnaise sauront éveiller et combler vos papilles !

Ces femmes berbères qui subliment l'arganier...

Elles se sont regroupées en coopérative pour produire l'huile d'argan. Avec le concours de l'INDH, ces femmes, habitant un village de la province de Taroudant, ont pu mettre leur projet sur pied. Les produits sont désormais disponibles dans les magasins solidaires de Maroc Taswiq. Reportage.

ATiout, province de Taroudant, la coopérative agricole Taitmatine (sœurs en français) rassemble une soixantaine de femmes. Le travail qu'elles font ici – casser les noix d'argan pour en extraire les amandes – leurs mères et leurs grandes mères le faisaient de génération en génération. Un rituel transmis de mère en fille.

Ce qui a changé aujourd'hui c'est que ces femmes font de l'arganier une source de revenu et s'y mettent ensemble pour en extraire les huiles alimentaires et biologiques. Les bénéficiaires de cette activité du terroir, elles les partagent à parts égales. « Avant ce sont nos maris qui travaillent pour faire vivre la famille. Aujourd'hui, grâce à cette activité, les femmes peuvent compter sur elles-mêmes. Ce qui réduit notre dépendance vis-à-vis des hommes pour acheter des choses pour notre foyer », nous explique une membre de Taitmatine. « Je viens dans cette coopérative pour gagner un peu d'argent et acheter ce que je veux », renchérit une autre.

Une fois par semaine la salle de travail de la coopérative se transforme en salle de classe. Ces



Un savoir-faire ancestral transmis de mère en fille.

femmes qui ne sont jamais allées à l'école ont ainsi l'occasion d'apprendre à lire et à écrire. « 95% des femmes étaient analphabètes. C'est anormal. Le travail dans la coopérative leur a donné une place dans la société. Elles reprennent leur destin en main et se sentent utiles à la collectivité », se réjouit Said Bendimra, représentant de Maroc Taswiq à Agadir.

La coopérative dispose des moyens nécessaires en équipements, in-

frastructures et en ressources humaines pour la préparation et la transformation de l'argan. Modèle du genre, Taitmatine a bénéficié de l'aide de plusieurs organismes. En plus de l'INDH. Il y a l'association Ibno Al Baytar, l'office de développement et de coopération, la Principauté de Monaco, la Fondation Mohammed V de solidarité ou encore le Projet d'Arganier.

Naguère, les grains d'argan passaient dans un moulin manuel

traditionnel, appelé Azerg. Aujourd'hui, l'opération de trituration, productivité oblige, se fait grâce à un dispositif industriel qui filtre également l'huile obtenue. La coopérative agricole Taitmatine dispose d'ailleurs d'une presse mécanique qui garantit une meilleure qualité et un excellent rendement, soit 4.000 litres d'huile d'argan par an. De son côté, Maroc Taswik, accompagne les femmes artisans dans la valorisation de leur produit : emballage, étiquetage, certification et commercialisation. Elles encaissent le prix de vente de leurs produits, convenu préalablement avec elles, net de toutes charges. Sans aucun intermédiaire, elles parviennent à mieux gagner leur vie. Les principaux produits de la coopérative sont l'huile d'argan cosmétique, l'huile d'argan alimentaire, amlou beldi et une gamme de produits dérivés à usage cosmétique fabriqués à la demande des laboratoires. Décidément, l'huile d'argan ne possède que des vertus. A la fois économiques et sociales. ■

Rachid Abbar

Un or rouge nommé safran

Dans le cadre du plan Maroc vert, un projet pour le développement du safran a été mis en œuvre au profit des agriculteurs de Taliouine (dans la région de Taroudant) afin de permettre l'intensification et la réhabilitation des safranières existantes ainsi que l'extension des superficies plantées et l'installation d'un système d'irrigation localisé. Le projet tend également à revaloriser la production, l'encadrement et l'assistance technique des bénéficiaires par l'amélioration des revenus des agriculteurs et la création d'emplois stables.

Le safran est issu de la fleur du *Crocus sativus*, une plante mauve et bulbeuse appartenant à la famille des iridacées. La corolle contient des étamines jaunes ainsi que trois longs stigmates rouges. Une fois séchés, ces stigmates

donnent le safran. L'or rouge a besoin d'un sol spécial et dépend grandement des aléas climatiques : il exige un été chaud entre 30 et 40 et un hiver humide et froid à condition que la température ne soit pas inférieure à 15 °C. La récolte a lieu entre mi-octobre et mi-novembre et se concentre sur une durée de deux à trois heures, au point du jour, pour que les stigmates ne soient pas fanés par le soleil. Ces derniers devraient être prélevés très rapidement afin d'éviter le tassement des fleurs. La cueillette, quotidienne et à la main, nécessite beaucoup de travail, c'est ce qui justifie son prix exorbitant. Le prix de vente oscille entre 12.000 DH/KG pour le safran en vrac et 100.000 DH/KG pour le premier choix. Il faut environ 230.000 fleurs pour avoir un kilo de cette épice.

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI

DÉCOUVREZ LE MAROC PAR SES PRODUITS DU TERROIR.



SHEM'S

La 9^{ème} édition du Salon International de l'Agriculture au Maroc vous ouvre ses portes du 24 avril au 3 mai 2014 à Meknès sous le thème « les Produits du Terroir du Maroc ».

Il s'agit d'une occasion incontournable pour des milliers de visiteurs de découvrir la richesse du terroir marocain lors de cet événement hors du commun.



Partenaires Publics



Partenaires Officiels



Sponsors Gold



Le SIAM arrive à maturité

Rendez-vous incontournable des professionnels nationaux et internationaux de l'agriculture, le Siam a atteint l'âge de maturité. L'édition 2014, qui se déroule du 24 avril au 3 mai, s'annonce meilleure que les précédentes.

Pour la 9^{ème} édition, un seul mot d'ordre : préserver les acquis et faire mieux en innovant. En effet, l'une des forces du SIAM réside dans sa capacité d'innovation, qui est en fait le secret de sa réussite, aucune édition ne ressemblant, en effet, tout à fait à la précédente. « Il est impératif d'innover, d'améliorer afin que le SIAM 2014 ne soit pas uniquement le clone de celui de 2013, pourtant année de tous les records! », souligne Jaouad Chami, commissaire du salon. Le SIAM de l'année 2013, pour rappel, avait accueilli près de 730 000 visiteurs, sur une aire d'exposition de 100.000 m² et abrité 29 conférences connexes et la signature de 16 conventions.

Le mot d'ordre de Jaouad Chami se vérifie sur le terrain : le nombre de visiteurs toutes catégories confondues ne cesse, en effet, de croître d'année en année. Signe du succès grandissant de l'événement, la superficie brute dédiée aux expositions a été revue à la hausse passant de 100 000 m² en 2013 à 170 000 m² pour l'édition 2014.

Par exemple, le pôle « Elevage » qui accueille d'habitude le plus grand nombre de visiteurs verra ainsi sa surface élargie de 131% tandis que celle des « Produits du terroir » sera renforcée à 100 %, tout comme celle des « Sponsors et Institutionnels ». De même, la durée de l'événement a été doublée pour le grand plaisir des visiteurs, passant à 10 jours contre 5 pour les éditions passées.

Côté participation, l'engouement est grandissant. Quelque 1 200 exposants représentant 52 pays (parmi lesquels pas moins de 37 entreprises représentant tous les secteurs agricoles et agroalimentaires) ainsi



Un salon qui connaît chaque année un grand rush.

que plus de 1,2 million de visiteurs sont attendus à Sahrij Souani et Inane Benhalima, les lieux du déroulement de cette grande manifestation agricole, lancée en septembre 2005. Pour accueillir tout ce beau monde, un autre défi pour les organisateurs, la capitale ismaïlienne a été transformée en fourmilière où se sont activés non stop des milliers d'ouvriers pour

livrer les stands avant le 22 avril. Les alentours du périmètre d'exposition ne sont pas en reste : désherbage des bas côtés, réfection des voiries et de l'éclairage public... Cette année « les produits du terroir » est le thème qu'on choisit les promoteurs du SIAM pour son jour d'ouverture le 24 avril. L'occasion de célébrer le potentiel authentique du monde rural, stimulé

le Canard Libéré
Journal satirique marocain paraissant le vendredi

Rue Ibnou Katir résidence Al Mawlid II
Imm. D RDC n°4 Maârif - Casablanca -
Tél : 0522 23 32 93
Fax : 0522 23 46 78
E-mail : contact@lecanardlibere.com
Site web : www.lecanardlibere.com

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
ET DE LA RÉDACTION

Abdellah Chankou
a.chankou@lecanardlibere.com

RÉDACTEUR EN CHEF

Abdellah Chankou

RÉDACTION

Rachid Abbar,
Jamil Manar,
Saliha Toumi,
Rachid Wahbi,
Ahmed Zoubair
Meriem El Youssoufi

CARICATURES

Boudali, Zag

WEBMASTER

Larbi Larzaoui

INFOGRAPHIE

Yahia Kamal

LOGISTIQUE

Youssef Roumadi

IMPRESSION

GRUPE MAROC SOIR

DISTRIBUTION

SAPRESS

DOSSIER PRESSE

Aut. 51/06

DÉPÔT LÉGAL

2007 / 0025

ISSN

2028-0416

cette année par une campagne agricole qui se présente sous de bons auspices. Pendant 10 jours, le salon qui offre une belle opportunité pour les éleveurs, artisans, producteurs et distributeurs marocains et étrangers de représenter toutes les filières agricoles, permettra également aux professionnels du secteur de découvrir les différentes zones de production du pays, ses circuits commerciaux qui servent à l'écoulement des produits du terroir ou encore les moyens mobilisés pour assurer la sécurité alimentaire. ■

Jamil Manar

Maccajano

welcome to

Tout un monde de plaisir



Scannez ce QR code



www.macao.ma

* KLEM EURO RSCG

Entre saveurs et authenticité

1 Huile d'argan alimentaire

L'huile d'Argan alimentaire est une huile de première pression d'amandons d'arganiers grillés. Au goût typique et aux multiples vertus : Riche en vitamine E et sans cholestérol, l'huile d'Argan raffinée et complexe qui se situe entre l'odeur de noisette ou d'amande grillée et le sésame... ou la noix de pain.



7 Filets de raquettes de cactus..

Les filets de raquette de cactus ont un excellent apport en vitamines A et C, en fibres alimentaires naturelles et sels minéraux. Ils sont utiles dans un régime amincissant, pour diabétique et troubles lipidiques. Mode de consommation : vous pouvez les manger seuls, comme garniture pour salade ou pizza et il est aussi possible de les ajouter à la fin de cuisson d'un tagine de poulets. ?



2 Miel Abeille Tazouite et Multifleurs

Miel multi-floral, de couleur ambrée, issu des fleurs des vallées, au parfum doux et léger, riche en oligo-éléments en raison de la diversité des fleurs butinées. Il peut cristalliser à la longue. Les abeilles ont butiné des fleurs non exposées aux pesticides.



8 Couscous blé dur complet

Le couscous complet est non seulement nutritif et énergétique, mais aussi particulièrement digeste. Il est à tous points de vue un plat très équilibré. Il est riche en vitamines B, en magnésium et en phosphore. Il est ainsi une source d'énergie.



3 Miel Chardon

Le miel de chardon est 100 % naturel, sa production est très confidentielle et réservée aux apiculteurs qui connaissent les espaces où la plante prolifère. Il est conseillé pour les malades souffrant d'anémie, pour le traitement de l'impuissance sexuelle. Ce miel protège le foie, stimule la sécrétion biliaire, stimule la lactation, antidépresseur.



9 Blé concassé (HARBAL)

Le blé concassé est fait à partir de graines de blé brisées en morceaux. Il cuit plus rapidement et nécessite moins de liquide. On l'ajoute parfois dans la pâte à pain. Il peut être servi comme le riz ou consommé comme céréales au petit déjeuner.



10 Safran Naturel

Le Safran de Taliouine, est un produit pur aux usages multiples. Réputé pour ses vertus médicales et cosmétiques, le Safran de Taliouine est reconnu pour être entièrement naturel et se distingue par sa grande pureté. Le Safran est le joyau incontournable de la cuisine marocaine et compagnon fidèle des tajines et poissons, il est aussi le garant de ses subtiles saveurs.



4 Miel Euphorbe (Daghmous)

Ses vertus thérapeutiques traditionnelles sont multiples. Il est recherché par les personnes souffrant d'asthme allergique, de maladies cardio-vasculaires et d'hypertension.



5 Miel Euphorbe (Zakoum)

Ses vertus thérapeutiques traditionnelles sont multiples. Il est recherché par les personnes souffrant d'asthme allergique, de maladies cardio-vasculaires et d'hypertension.



11 Amlou beldi

L'Amlou Beldi est une crème à tartiner 100% naturelle, issue d'une recette traditionnelle et unique alliant du miel, des amandes et de l'huile d'argan. L'amlou rassemble ainsi tous les ingrédients d'une préparation culinaire fortifiante, particulièrement consommée en période de ramadan pour mieux supporter le jeûne et est servi également au petit-déjeuner. L'amlou est très recherchée pour ses propriétés reconstituantes, stimulantes et aphrodisiaques. Mais l'amlou est avant tout une gourmandise sucrée, complice des collations les plus conviviales.



6 Poudre de raquettes de cactus

Cactus Nopal (Opuntia Ficus Indica) a été utilisé comme aliment médicamenteux pour des milliers d'années par les peuples indigènes du Mexique. Poudre de Nopal de phytochimiques unique, de vitamines et de minéraux en font un profil hautement nutritifs et extrêmement bénéfique pour le maintien de systèmes de l'organisme dans optimale à savoir l'état prend en charge du pancréas, l'insuline et les fonctions de sucre dans le sang; fonction de réduire le cholestérol; fonction intestinale accrue et le retrait de l'intestin toxicité, la fonction du système immunitaire, et le département de contrôle de libération d'éléments nutritifs.



12 Câpres au sel et eau

Originaires du pourtour méditerranéen, les câpres sont une saveur typique de la cuisine du sud. Leur saveur aigrelette leur permet de relever délicatement et sans agresser les palais délicats toutes sortes de crudités (la salade niçoise entre autre), ainsi que les mayonnaises ou préparations à base d'œufs. Les amateurs de viande fraîche n'oublieront pas d'en mettre dans l'assaisonnement d'un steak tartare, ceux qui préfèrent le poisson en ajouteront avec un merlan, une raie ou encore un turbot.

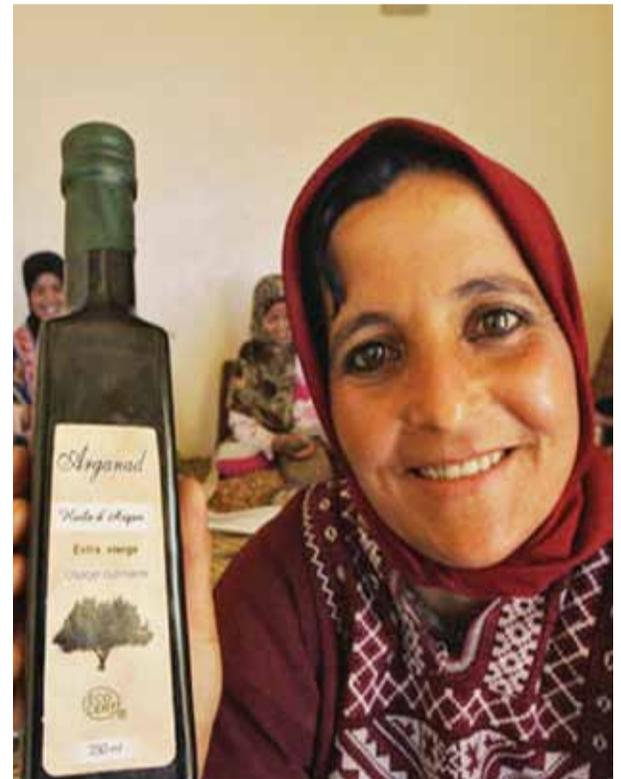




*“Mon couscous à moi ...
c’est DARI!”*

www.couscousdari.com

Chroniche



محصول الموسم الجديد

ذوق و حكم



زيت الزيتون على حقها وطريقها

CRÉDIT AGRICOLE DU MAROC, LA BANQUE PARTENAIRE DU SIAM



www.creditagricole.ma

