

# Agrôligne

www.agroligne.com

L'essentiel de l'Agroalimentaire  
de l'Agriculture

## HORIZONS 2015

Un marché agroalimentaire méconnu  
avec de **Nouvelles** et **réelles**  
**opportunités a saisir**

JUSTE UN LABEL  
MADE IN ALGERIA



SPECIAL

SIAL 2012

The Global Food Marketplace



21 au 25  
Octobre 2012



# VitaJus

Citron  
au Jasmin



Cascade  
de fruits  
7 Fruits  
Rouges



**NOUVEAU**



Rejoignez nous sur :  
[www.facebook.com/vitajus](http://www.facebook.com/vitajus)



## SOMMAIRE

### L'INVITÉ DU MOIS

5. Interview du Docteur Rachid BENAÏSSA - Ministre de l'Agriculture et du développement Rural

### ECONOMIE

6. Nouvelles opportunités réelles à saisir d'un marché agroalimentaire méconnu « *le consortium Franco-Algérien est né* »

11. Les nouveaux de la filière fruits et légumes

18. Commentaires sur les marchés de gros de FRUITS et LEGUMES

### ILS ONT DIT

24. M. Tayeb NOURI - Directeur Commercial - ENASEL

26. Mme Sonia Rahim - Directrice des Opérations du Centre Commercial ARDIS - Pins Maritimes ALGER

28. Mr Michal Radlicki - Ambassadeur de la Pologne en Algérie

### 35. INNOVATION

### OÙ SE RENCONTRENT - ILS

38. SIAL

42. FRUIT LOGISTICA

46. SIPSA AGROFOOD

### 48. EVENEMENTS 2013

## EDITORIAL / l'Algérie un espace inexploité à découvrir

L'urgence que requiert la mise en place des instruments devant redynamiser le secteur de l'exportation des fruits et Légumes entre les opérateurs des deux rives de la Méditerranée, est vivement recommandée pour plusieurs raisons :

- **Les bouleversements économiques des pays du Sud de l'Europe**, et les changements qu'imposent d'efficaces règles de gouvernance et de management inter sectoriel dans les pays producteurs, accéléreront sans doute le rapprochement d'alliances rendu vital, pour ces acteurs économiques devant résister à « l'Apocalyptique émergence asiatique » et le partage concurrentiel des parts de marché à défendre ....
- **Le Marché Sud Méditerranéen, inter complémentaire suscite un intérêt certain quant à la consolidation des libre-échanges** en mouvements et flux de marchandises, facilités accordées, accessibilité à tous les acteurs, pour créer le schéma stratégique de la Sécurité Alimentaire d'une part et se doter de « l'arme décisive » future « l'Agroalimentaire ».
- **C'est là où doivent être injectées toutes les possibilités d'Aide** à la production prodiguée par les opérateurs du Nord en direction de ceux du Sud pour les réajustements structurels ( flexibilité de management export) et mise à niveau des animateurs de partenariats d'affaires exclusivement tournés vers l'intégration, via le développement de consortiums à l'export
- **Le cheminement est balisé, les structures prêtes**, les produits s'imposent d'eux-mêmes, il n'y a qu'à mettre les palettes sur quai traduisant dans les faits la création et le développement de Consortiums d'exportation d'entreprises industrielles dans le secteur Agroalimentaire.

Elias Cherif

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

**Editeur :**  
Elias Cherif

**Directeur de la publication:**  
Elias Cherif

**Coordination internationale :**  
B.Farah

**Information-Promotion :**  
H.Iskounen

**Information-Rédaction :**  
H.Mokdes, A.Houneida, I.Arriazu  
Rosales

**Montage-Maquette :**  
CREAPRESTIGE  
www.creaprestige.com

**Représentation France :**  
Contact : Agroligne  
17, Rue le Pelletier  
75009 Paris  
Tél : +33 9 54 85 26 48  
Email : contact@agroligne.com

**Algérie :**  
**Contact :** Drim Services  
Tél : +213 21 30 17 23/42  
Fax.: +213 21 30 15 90  
Email : contact@agroligne.com

**Maroc :**  
**Contact :** A.Houneida  
Tél : +212 661 93 03 65  
E-mail : contact@agroligne.com

**Tunisie :**  
**Contact :** Tarek Mamy  
Tél : +33 6 12 46 65 60  
E-mail : contact@agroligne.com

**Espagne :**  
**Contact :** Imanol Arriazu Rosales  
Tél : +34 67 339 94 30  
E-mail : contact@agroligne.com

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

**ISSN :** 0249-020X  
**Dépôt légal :** à parution  
Commission paritaire n°  
021279437

## Transformation de tôles et tubes inox



Lot n°14 micro-zone industrielle Mohammadia, Alger  
Tél.: 021 82 93 61/62 - Fax: 021 82 93 64 - Mobile: 0555 75 86 15  
Show room: Route de Ben-Aknoun, Château Neuf - El Biar, Alger - Tél./Fax: 021 91 23 40  
Usine: Haï Benmerabet, Verte Rive, Bordj El Kiffan, Alger  
Site web: [www.talaoubridtrading.com](http://www.talaoubridtrading.com) - E-Mail: [info@talaoubridtrading.com](mailto:info@talaoubridtrading.com)



**Equipement pour :**  
Hôtellerie, Grandes Cuisines,  
Snack, Boulangerie, Pâtisserie,  
Frigorifique, Catering



Lot n°14 micro-zone industrielle Mohammadia, Alger  
Tél.: 021 82 93 61/62 - Fax: 021 82 93 64 - Mobile: 0555 75 86 15  
Show room: Route de Ben-Aknoun, Château Neuf - El Biar, Alger - Tél./Fax: 021 91 23 40  
Usine: Haï Benmerabet, Verte Rive, Bordj El Kiffan, Alger  
Site web: [www.talaoubridtrading.com](http://www.talaoubridtrading.com) - E-Mail: [info@talaoubridtrading.com](mailto:info@talaoubridtrading.com)





# Interview du Docteur Rachid BENAÏSSA Ministre de l'Agriculture et du développement Rural

En marge de la tenue des travaux de la Réunion d'évaluation du Renouveau Rural, voici quelques réponses directement liées au secteur de l'Exportation Fruits et Légumes.



**Agroligne :** Les résultats du Renouveau Rural, satisfaisantes, production en nette progression ( céréales, oleiculture, lait et pomme de terre.... ) que compte faire le Ministère de l'Agriculture pour encourager les producteurs, des pôles d'excellence, à l'exportation et saisir les opportunités de placement des produits algériens sur le Marché International ?

**Mr le Ministre :**

« L'Etat ne cesse d'encourager les produits à l'export, notamment dans le secteur de l'Agriculture, par l'accord de soutiens, crédits bonifiés, d'accès à la technologie et l'usage de matériel moderne, et surtout la formation. Restent les mécanismes interministériels, tels que la Logistique, le Label et les Agréages, ils doivent intervenir rapidement, car le privé, qui a réalisé, en fait cette différence, et progression, nettement transmise par les chiffres et sur le terrain, ( cas de la pomme de terre de Oued Souf) et Ain-Defla méritent des attentions particulièrement urgentes ».

**Agroligne :** Le FSPE ( Fonds spécial de promotion à l'exportation) est dirigé sur les Foires et frais de participations seulement, ne considérez vous pas qu'il est temps de revoir sa réorientation et soutien aux producteurs par l'organisation de Salons Régionaux,

Locaux des produits, Salons entre les animateurs des deux rives de la Méditerranée ( Managers de Marchés de gros, Logistique Froid gestion production, labos et qualités de semences, Conditionnement, Métiers à l'export, Salons de.Communication (sites webs, plate formes de ventes et échanges d'information, etc.....). Une Mise à niveau des produits Algériens avec le SIAL ?

**Mr le Ministre :**

« C'est l'idéal, associations de producteurs et animateurs même privés tous secteurs confondus doivent s'y mettre, nous sommes là pour vous aider, faites le rapidement avec les instituts et les universitaires ».

**Agroligne :** Un mot sur le SIAL et la participation Algérienne ?

**Mr le Ministre :**

« Comme tous les événements internationaux et continentaux, le SIAL est une fenêtre bénéfique aux producteurs Algériens, associations et opérateurs déjà identifiés ; grâce aux défis lancés et leur accroc à saisir les opportunités offertes, malgré les contraintes subies, pas à pas, seront levées ces difficultés, qui seront chassées par la qualité, le linéaire travail normes-confiance que les produits de qualité imposeront à l'avenir ».

► Interview réalisé par :  
Dr Mansouri

## NOUVELLES OPPORTUNITES REELLES A SAISIR D'UN MARCHÉ AGROALIMENTAIRE MECONNU

### Découverte et Identification d'opérateurs aptes à accéder à l'export

► Dossier réalisé par : Dr Mansouri

Ces opérateurs ayant toujours fonctionné à l'ombre, sous forme de PME ou unités familiales, entourées de compétences du secteur public, mais OBEISSANT à des règles de compétitivité locale, à développer soigneusement aux normes internationales : Le secteur de prédilection : L'AGROALIMENTAIRE et AGROINDUSTRIEL ET LEUR ENVIRONNEMENT.

Planification graduelle, traçabilité, visibilité marché local, accès qualité et normes, accès à l'export. Ces Sociétés ou Patrons qui opéraient dans l'import ( BTP, Biens Equipements / Consommation ) se sont transformés par intelligence à l'Agriculture, profitant des nouvelles mesures incitatives ( Financements, exonérations à l'export, mutations, concessions, jouissance / propriétaires, fonciers et détenteurs de futures parts de Marchés de distribution ) très porteurs aussi bien à l'intérieur qu'à l'International pour

lequel ils se préparent en démontrant leur « franchise » et « achalandise » compatibles aux exigences du Marché Sud Médi-Africano-MoyenOriental.

Les opérateurs sont classés en fonction de leur niveau dans la sphère Agroindustrielle puis Agroalimentaire en formation en Algérie.

Ce sont les pionniers du secteur, et les plus préparés à l'export par la qualité des produits placés, leurs capacités à intégrer les normes et conditions commerciales UE, et surtout à former les plate formes, réelles d'alliances locales encouragées par les producteurs et les relais du Marché à l'export ( Associations et Partenariats d'Affaires avec les clients du Sud de la Méditerranée à brève échéance ).



1° CEVITAL ( Mr Rabrab Issâad)  
Société des Huiles de table, Sucre  
Beurre et Margarines Végétales.



2° SIM ( Ezraimi Tayeb)  
Société de semoule, farine et  
dérivées.



3° IZDIHAR ( Mansouri et frères )  
Société de transformation de  
tomates.

## CEVITAL dans la Production Agricole

En 2004, l'investissement de ce géant de l'Industrie agroalimentaire, s'oriente subitement vers l'acquisition de terres agricoles ( Bousâada, Naâma et Adrar ).

Objectif : lancer la production des produits de base, se positionner aussi bien dans la production que la transformation ( besoins propres ) et ceux du Marché.

Il s'agit de produits agro-industriels destinés à la production de l'huile, et du sucre. Le tournesol, le soja et la betterave en premier lieu, les autres produits à l'export suivront.

D'autres produits sont prévus en culture permanente au niveau de Bousâada ( Roumana).

Il s'agit du Soja, du tournesol et de la betterave sucrière, cultivés aux normes d'exportation sélectionnés et de qualité Bio, destinés à un marché extérieur potentiellement demandeur.

#### Statistiques produits destinés à l'Etranger, par pays.

Produit Exporté	Entreprise	Pays De Destination
<b>Sucre blanc</b> 270 millions USD 339 milles tonnes	<b>CEVITAL 99%</b>	<b>Irak 15%</b> <b>Italie 11%</b> <b>Tunisie 11%</b> <b>Bulgarie 10%</b> <b>Syrie 10%</b>

Source : ALGEX

Les produits agroalimentaires, normes de production, conditionnement, transport et exportation, les certificats de conformité, sanitaire, et prescriptions UE.

Cevital et ses capacités à l'international ; confirmées, en Europe, en Afrique et au Moyen Orient, grâce à ces produits, huile végétale, margarine beurre et autres.

Indiscutablement, c'est le moteur et l'exemple à suivre pour les PME, parmi les différents opérateurs.



## SIM SEMOULERIE EZZRAIMI ( MOUZAIA) BLIDA

Ce groupe a montré ses engagements à l'export, avec des produits largement convoités par le Marché Sud Méditerranéen. Actuellement, SIM, s'implante en production de produits de base à partir de produits locaux qu'il développe en partenariat avec d'autres PME.



## IZDIHAR Groupe

Il est spécialisé dans la conserverie de tomates, d'excellente qualité qu'il exporte en Tunisie, Italie et bientôt les pays du Golfe. Son innovation la tomate séchée en lancement pour le Marché Européen.

Le Groupe IZDIHAR implanté à l'Est d'Algérie, s'engage dans la production agricole des produits de base destinés à ses propres besoins et ceux de haute qualité qu'il prévoit pour le Marché extérieur très porteur. Les terres de la Zone de Oued Souf, présentant un double intérêt : terres d'une fertilité biologique naturelle, argilo-sabloneuse avec une couverture des plantations en ultra violets et un rapprochement du lieu d'exportation ( Tunisie, voire Lybie).





## CREATION D'UN CONSORTIUM AU SERVICE DES EXPORTATIONS DES PRODUITS AGRICOLES FRAIS



Créé à partir d'une combinaison d'un partenariat français SEA INVEST est un groupe d'offices algériens de l'aliment de bétail et viticole ( ONAB et ONCV); composé d'un conseil d'administration a gestion collégiale. Le CONSORTIUM a pour objectif de mettre en place une activité inter portuaire entre les deux rives, le port de Marseille et le port de Skikda ou un terminal fruitier sera lancé en collaboration avec la société SEA INVEST.

Ce terminal entouré d'experts étrangers aura pour mission de rapprocher les opérateurs à l'export des deux rives, sa vocation principale est la promotion

des produits agricoles et agroalimentaires à travers des chaînes et paliers que nécessite cet important flux dont l'importance en volume et surtout en qualité exportable n'apparaît qu'au niveau de certaines manifestations événementielles.

### LE 1er CONSORTIUM ALGERO – FRANÇAIS EST NE !

Ce potentiel important de produits exportables hors hydrocarbure revêt un caractère important pour les deux parties franco-algériennes.

L'objectif de ce CONSORTIUM à moyen terme en collaboration de la SCTI France atteindra un chiffre



d'affaire de 500 millions d'euros, la création de mille emplois en Algérie et une centaine d'emplois en Europe. Il se veut un relais pour les entreprises algériennes désireuses de placer un produit, de s'approvisionner sur le marché mondial, et d'ouvrir des canaux de libre échange pour connaître et bénéficier des tendances des marchés européens.

Il est le passage obligé d'un instrument incontournable pour la garantie des exportations algériennes et leur adaptation progressive à moyen terme aux normes internationales par palier et service (production, conditionnement, expédition et distribution).

Parmi les maillions forts du CONSURTIUM, le groupe SEA INVEST apporte une véritable solution par son terminal fruitier de Marseille en tant que partenaire, les structures névralgiques dont disposent ce terminal :

- Manutention de vrac ;
- Manutention de général cargo ;
- Manutention de conteneurs frigorifiques ;
- Manutention de Fruit ;

- Manutention de trafics roro et conteneurs ;
- Stockage ;
- Service logistique ( armateur, transport routier, agent maritime, transit).

Ce terminal dont la copie fidèle doit être réalisée à Skikda sera géré par le groupe SEA INVEST pour permettre à la partie algérienne d'adhérer aux modes de gestion informatique des entrepôts d'affrètement des camions et le respect des normes en matière de manutention et surtout de conservation.

Le groupe en installant le terminal fruitier aux normes d'exploitation identique à ceux des pays du Maghreb et du bassin Méditerranéen développera certainement des solutions de gestion et de suivi à distance en temps réel, vu l'importance et la fluidité et la sensibilité des produits par rapport au contexte naturel ( météorologique) et les fluctuations des monnaies ( mouvements en bourse).

L'Algérie a intérêt à adhérer à ce palier embryonnaire en attendant sa mise à niveau aux conditionnalités de l'OMC.



Port de Skikda



Chaque bouteille de Mami Souk mami® 10L - 213 10316 04 24 01

Frais c'est mieux

*En famille, entre amis,  
buwons mami*





## Les Nouveaux de la Filière « FRUITS ET LEGUMES » qui sont ils ? Répondent ils aux exigences du Marché à l'export, Comment ? Pourquoi résistent ils, finiront ils par se placer solidairement ou individuellement ?

Suivant le dépistage des circuits à l'export, qui, finit par se frayer le chemin grâce aux moyens et l'expérience des premiers exportateurs Algériens, mieux hébergés et moins exposés aux risques et de ce qu'on qualifiait « d'Aventuriers ».



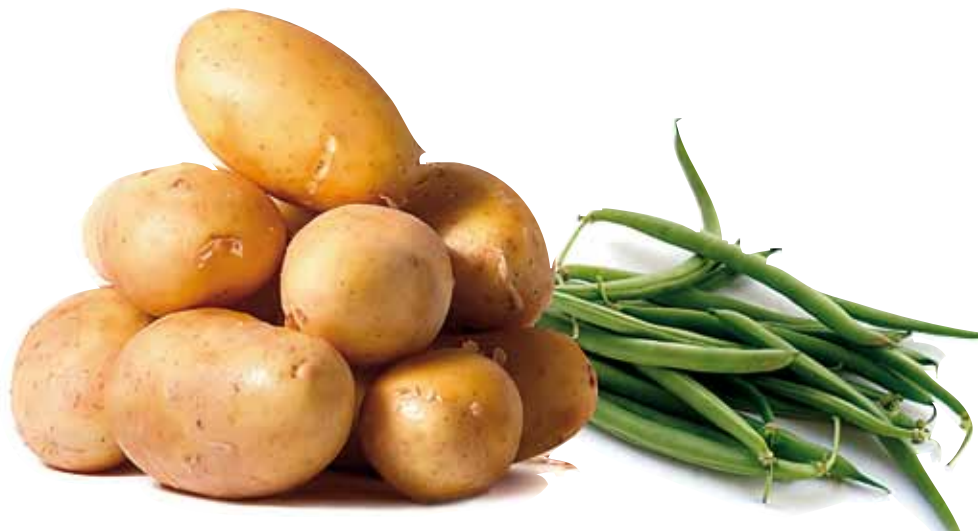
**C**ourageux, les premiers accrocheurs de la Filière « Fruits et Légumes » apparaissent.

A l'origine, des propriétaires fonciers, familles de producteurs agricoles ayant délaissé les autres créneaux pour se focaliser sur une activité encouragée amplement par l'Etat ( ONTA, détaxe et exonérations produits à l'export, crédit et une batterie d'avantages fiscaux et de soutien, toutes traduites officiellement ).

Pour mieux les apprécier, il faut les expertiser sur les Conditionnalités Export.

- Capacités financières et de production installées.
- Extrait chronologique des opérations à l'export
- Traçabilité aux Normes réglementaires d'exportation ( Dispositions UE).
- Bonnes pratiques agricoles.
- Certifications de Conformité des produits et agréage phytosanitaire.

Les PME ou opérateurs sélectionnés, par activité, produit, aptitude à l'export se regroupent généralement dans le Nord, d'autres au Sud ( Tolga et El-Oued).



## Des infrastructures de froid et de conditionnement prêtes à l'emploi sous utilisées

Profitant des soutiens de l'Etat aux branches d'activité et services d'appoint à une production agricole sélective et d'excellence, destinée à l'exportation, des opérateurs algériens se sont spécialisés dans les entrepôts frigorifiques, réalisant ainsi un volume important, d'entrepôts frigorifiques, et chaînes de froid, devant servir la logistique et la distribution des produits fruits et légumes frais sans faille, assurant leur développement à travers les différentes chaînes d'exportation.

Dans les wilayas de Blida, Boumerdès et Tipaza, seulement, les entrepôts répondent aux besoins des utilisateurs, offrant des services normalisés, mais c'est surtout avec les importateurs qu'ils travaillent. L'exportation timidement engagée, la filière exportation tarde à se mettre en place, les conditionneurs voient leur investissement ralenti, voire gelé parfois.

Les Transports frigorifiques, proliférant dans le circuit de distribution, orientés sur la petite distribution, tous azimuts, ne constituent qu'un palliatif prestataire de service, sans garanties, exposant les acteurs

commerciaux et les producteurs à d'innombrables risques et pertes de leurs produits faute de chaîne de froid à l'arrivée ( Marchés de gros et distributeurs ).

Les conteneurs frigorifiques, rares n'intéressent peu, ou pas, les opérateurs et PME ayant une préférence pour le marché local, même moins rémunérateur, en attendant la mise en place d'une plate-forme d'ensemble prédestinée à l'export.

C'est en fait, le transport terrestre qui intervient en lieu et place des autres services de froid exposant les consommateurs aux risques de maladies, en plus des produits chimiques dans l'aliment qu'ils subissent sans réaction.

En résumé, les infrastructures frigorifiques tous supports confondus sont sous utilisées et réorientés vers le marché de la petite distribution, servant les hypothétiques opérations d'importation de produits alimentaires, vite écoulées sous l'effet de la forte demande en attendant la véritable promotion des produits à l'export.





# Propositions pour facilitation d'accès des Fruits et Légumes d'Algérie au Marché Sud-Méditerranéen



Port de Béjaïa

## Fret maritime :

**A** fin de faciliter, l'accès des produits « Fruits et Légumes » d'Algérie à destination du Marché Sud-Méditerranéen, à court terme, il est nécessaire d'assurer une mise en conformité de l'ensemble des étapes de l'opération d'exportation, l'adéquation aux normes standards des réglementations européennes et autres prescriptions s'imposent comme obligations incontournables plus qu'un Cahier de Charges d'extrême rigueur.

Les infrastructures supports logistiques d'expédition et d'arrivée du produit frais ou spécialement emballé, doivent s'impliquer aux normes de stockage

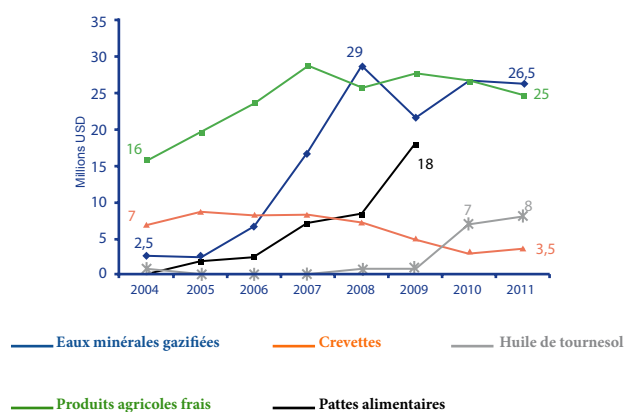
entreposage et conservation compatible à la durée de teneur du produit et son aboutissement au Client.

Les ports, ports secs et terminaux, ne répondant pas souvent à ses exigences doivent être équipés en chaîne de froid branchée aux conteneurs entreposés.

Les exportateurs, choisissant les produits à haute teneur, ( oignons, ails ) pour éviter les risques les expédient par bateau avant juste la date de départ sur une liaison courte ( Port d'Alger, Jijel, Skikda, Sète, Marseille).

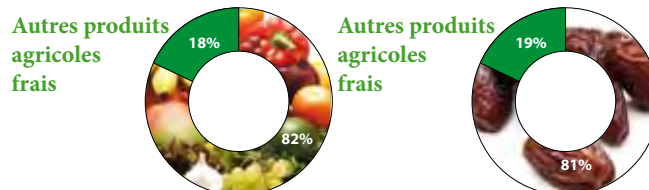
La meilleure structure portuaire, demeure le Port de Béjaïa, qui connaît un trafic maritime en nette ascension par rapport aux autres ports.

## Produits alimentaires réguliers : Qu'exporte-t-on ?

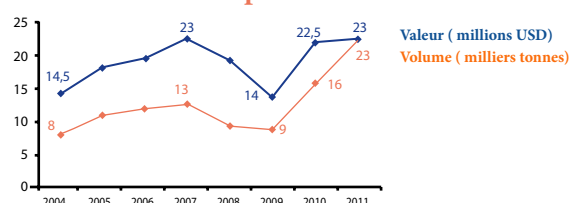


Source : ALGEX

## Exportations de produits agricoles



## Evaluation des exportations de dattes



Source : ALGEX

## Fret Aérien :

Les différents aménagements de la Compagnie Aérienne Air Algérie n'ont pas accordé d'importance au fret Aérien, surtout vers l'Europe, négligeant ce volet dans les dessertes intérieures, qu'internationales ( Afrique, Moyen Orient et Europe, Canada ).

Les opérations d'exportation aux normes de transport, manutention, et conservation ne sont pas généralement observées, à l'exception de la datte et d'autres produits à large teneur et à quantités réduites.

Cette situation a poussé le nouveau exportateur à utiliser les moyens plus appropriés de nos voisins ( Tunisie et Italie ) ce qui explique le nombre important de négoce et intermédiaire, profitant des inadaptations de nos services pour écouler nos produits sous un autre label !

Il faut équiper les aéronefs de glissières pouvant recevoir des expéditions coffrées aux normes de colisage, poids, marquages, facilement contrôlables et maniables aux différentes opérations.

Faciliter l'accès aux exportateurs, par la communication des tarifs réduits, et les formalités d'expédition jugées lourdes et bureaucratiques.

Professionnaliser la branche par la création de Terminaux fruits aussi bien en Frêt Maritime qu'aérien avec les supports recommandés à l'international.

Avant de subir la concurrence des autres compagnies aériennes étrangères la compagnie, doit se préparer à un rude exercice de mise en conformité pour le transport des produits de consommation, alimentaires et sensibles, qui certes, renfloueront à l'avenir ( accélération des flux de production à l'export ) ses recettes ( chiffre d'affaire croissant ).

La Logistique, bien qu'opératoire, a juste besoin d'organisation et dotation d'équipements à l'export, pour jouer un rôle dynamique dans la chaîne export qui lui rapporte aussi bien que le transport voyageur.

Les produits, sont conditionnables, demandés durant l'année, avec les précoces les surgelés et séchées, le trafic serait important et les mouvements avec.





## Traçabilité aux Normes Règlementaires d'Exportation

- Assurer une traçabilité efficace suivant les dispositions européennes.
- Bonnes Pratiques agricoles et de sélection certifiée en production.
- Conformité avec la réglementation sur pesticides ( avec tolérences ).

Seules ces procédures impérativement applicables peuvent accélérer l'entrée des opérateurs et PME Algériennes, presque valides au marché de l'export des fruits et légumes et agroalimentaire en général.

Par un professionnalisme et une approche pragmatique, les opérateurs aidés par l'Etat, en Associations et regroupements peuvent atteindre le niveau escompté à l'international, car l'ensemble des éléments constitutifs est réuni, témoignant de la grande volonté et disposition d'effectuer le saut. Quelques opérations, le prouvent aisément.

- **HAMMIMOUR EXPORT hefla**
- **Eurl ALOUACHE Amar.**
- **Sarl SOUIED.**
- **Ets HADDOUD Salim ( SUDACO )**
- **Sarl OUCHERIF.**

## CERTIFICATS DE CONFORMITE ET AGREAGE PHYTO-SANITAIRE

L'une des contraintes, les plus vécues, par les PME et les opérateurs d'exportation demeure la Certification de validation du produit :

**A : Au murissement, à l'arbre avant cueillette**

**B : Au Conditionnement et conservation**

**C : A l'expédition bateau ou avion,**

Les PME, et opérateurs ayant effectués des essais concluants pour la plupart témoignent de l'apport extérieur en matière de certification évitant les lenteurs locales ( SGS ou des chambres de commerce ).

Les quelques certifications opérées en Algérie, ( Dattes Deglet Nour ) sont prises sous toutes

réserves, tant que l'Organe Professionnel d'agrée et de contrôle qualité et modalités de Conformité à l'export non institué, il est très aisé de recourir à d'autres procédures, exposant les utilisateurs à d'innombrables difficultés et risques.

Les Normes, HACCP, Normes UE, et prescriptions de Conditionnement et conservation sont très appréhendées par l'exportateur Algérien, à l'instar du Marocain ou Tunisien, mais, la rigidité et les goulots obscurs d'étranglement font « gripper » la machine à « déshuiler » seulement.

Les exportateurs, anciens ayant bénéficié de l'apport de l'Etat à l'export ont vite compris qu'il fallait un B to B dans toutes les étapes à franchir, cas de Cevital , SIM et NCA Rouiba ( Coca –Cola ).

## ENQUETES CHEZ LES OPERATEURS

**Mr Melzi ex Mandataire.(Membre de la Chambre de Cce Alger)**

- **Les produits en production.**
- **Les produits en sélection et maturation.**
- **Les Conditionneurs.**
- **Les Transporteurs ( terrestres) logistique Locale.**
- **Les Organes Certificateurs et d'agrée produits et conformités.**
- **Les Douanes et Commerce.**
- **Les Clients ou leurs représentants.**

Une tournée aux Marchés de Gros des Eucalyptus, ( BARAKI ), Alger et vite le constat est le suivant :

« La disposition des exportateurs en Agroalimentaire, fruits et légumes est nettement affichée, il suffit que

l'Etat lève certaines contraintes et obstacles de type administratif, les rendre souples, les décentraliser et les rapprocher de l'opérateur et le tour est joué ».

Les Mandataires, assistent, désarmés au déclassement des fruits et légumes faute de label, et distribuent sans tri ni sélection de choix la plupart des produits, la vente est assurée dans les Villes, à forte urbanisation et boom démographique, la demande est dix fois supérieure à l'offre ( Sétif, Oran, Annaba et Tlemcen ).

Lors de notre visite dans un verger Mitidja, Bordj Menaiel, Ahmed spécialiste du raisin Muscat, de qualité exportable, déplore le manque à gagner sur l'opération « vente locale du raisin » presque imposée.

## Mr TALZAZAT Ahmed distributeur transporteur

« Si l'Etat nous ouvre les portes de la Certification seulement, on se débrouille pour le reste, les clients attendent de l'autre côté ».

Documents de Commande de clients à l'appui, il regrette que l'effort vers la qualité en Algérie fait le bonheur des intermédiaires tunisiens.

Ils savent travailler, surtout avec les Italiens qui nous cueillent le produit de la poche pas de l'arbre ».

A Khemis el Khechna, Ahmed Talzazat, un ancien du Transport BTP de l'import Agroalimentaire est l'un des exemples de la réelle tendance vers l'export des fruits et légumes.

Disposant d'une grand entrepôt frigorifique, à proximité du Marché de gros de Khemis el Khechna, développant ligne de conditionnement très importante,

solidaire, associative, il déclare point d'exportateurs depuis son installation ...

Les produits transitant par ses entrepôts relèvent de l'Import, fruits surtout, destinés au marché local, l'accentuation est relevée lors de circonstances cycliques (fêtes, Ramadhan et Commandes Caterings).

« Il faut ouvrir, les produits sont là, ils s'expriment, de l'oignon blanc, passant par l'haricot jusqu'à la carotte, les fruits sont presque Bio à base d'engrais naturels, le client attend de l'autre côté, il connaît très bien le produit Algérien, il y'a ceux qui ont exporté et vendu sans certificats car les produits présentés, étaient « conformes à l'œil nu ».

Qu'est ce qu'on attend, il faut s'organiser en associations par spécialité » s'exclame Mr TALZAZAT.

## LOGISTIQUE SELECTION ET DISTRIBUTION

**L**e producteur, présente les récoltes des différents produits presque convaincu que la qualité ne pourrait s'écouler que localement et qu'elle ne présente aucun intérêt à l'exportation, c'est faux et inacceptable !.

L'absence, de suivi en plein champ, ou en sous serre, de la variété, et son ensemencement aux normes qualité, fait croire au producteur que la qualité est médiocre et que ses chances d'écoulement sont réduites et il n'ya que le marché local qui accepterait cette qualité.

Qui a contrôlé, suivi et validé le légume ou le fruit ?

Qui a émis un simple avis sur les pesticides ou les engrais naturels ?

Qui a formulé le moindre goût aux essais d'exportation de ces produits par petites quantités ?

Qui a mis en place ne serait ce qu'une sélection locale ? Les prix flambant, le producteur est là : le produit prédestiné à la consommation locale.

## ENQUETES CHEZ LES OPERATEURS

**QUEZRA, ( ex Benchicao ) Un producteur de poires et pêches, abricot, explose...**

« Si l'houkouma ( l'Etat), sait ce que j'investis pour sauvegarder la qualité, elle doit me donner une prime, ou un crédit à vie, je n'ai même pas droit à une simple médaille, car les lieux d'exposition de valorisation de mes produits je ne peux les traduire que de bouche à oreille, s'il y avait des Foires Locales ou Régionales, je peux dire que j'ai participé et mon produit a été à la limite vu goûté ou testé ».





### Un producteur de raisin de table de qualité exportable ( Hmar Bou Amar )

« Je n'ai rien à démontrer, mon grand père, agriculteur sur la même terre m'a poussé à lancer cette qualité de raisin qui a donné des résultats semblables à celles qu'il avait produit, en tant qu'ouvrier agricole avant l'indépendance...

Pour lui Erroumi, (l'étranger) suivait la vigne comme on suit un bébé, il veille à la qualité car la concurrence avec les gens de la Mitidja était féroce, les clients locaux et ceux d'Europe étaient exigeants, on produisait Bio sans le savoir car les « douaouates » on utilisait pas, seulement un aspergiment contre les insectes quand la vigne se développe et commence à montrer ses grappes ».

Au Marché de gros de Hatatba l'odeur matinale de la poussée marine, associée aux senteurs des vergers et terre humide, font exalter le consommateur, ou l'acheteur dans cette région des basses plaines de « Borgeaud ». Les domaines, entre les mains du privé se modernisent, s'équipent et se mettent à niveau ( conditions d'exploitation top ).

Les produits exposés au Marché à la première heure, en fruits et légumes dégagent une odeur Bio, au goûter, la différence est nette avec « le frigo », la couleur aussi, le calibre ainsi que la forme .....

Les emballages sont semblables à ceux destinés à l'export, on a failli se tromper sur la destination des produits, qui demeurent versés au marché local.

### Pourquoi ?

### La réponse est chez Djillali, un mandataire .....fruits

« Ce que vous voyez, c'est du raisin destiné normalement à l'export, ses clients sont connus et identifiés de l'autre côté, les barrières de conformité ne nous facilitent pas la tâche, il suffit de les rendre souples, à proximité du producteur, conditionneur, transporteur etc, et la Filière démarre, elle est sclérosée, par simple corrosion, surfacique, elle n'est pas morte ».

« Cet emballage n'est pas trompeur, il vous a semblé que le produit allait prendre le chemin du Port ou Aéroport, ce n'est point le cas, c'est pour mieux vendre le produit dans les grandes villes, à des prix respectables, car le client du divisionnaire ou à l'étal est devenu exigeant et consomme Mode ».

Les circuits de distribution sont témoins de cette déperdition qui se répercute sur les recettes et pénalisent les producteurs.





## Commentaires sur les marchés

### 1° HATTATBA

Organisé en SPA, il occupe une superficie de 40.000M2 dont 11000 couverts, composé de 168 Carreaux, il est ouvert 24 sur 24 et connaît une intense activité commerciale. Ressources billetterie et droits d'entrée 800DA / Véhicule.

Quelques chiffres :

- **3000 Véhicules /jour.**
- **Volume d'activités : 1350 Tonnes de fruits et légumes / jour.**

C'est un Marché important qui nécessite une réorganisation et gestion minutieuse.



### 2° BOUGARA ( EX ROVIGO )

Parmi les plus grands marchés en termes de commercialisation de produits légumes et fruits, produits de qualité exportable mais le déficit en chaînes et plate forme d'expédition réduit la production à la seule commercialisation locale.

Plusieurs fois, des tonnes de fruits et légumes sont détruits et déchargés faute d'infrastructures de stock et conservation.

### 3° KHEMIS EL KHECHNA

Marché qui ne répond que partiellement à la commercialisation des produits variés et de très bonne qualité de la wilaya de Boumerdes, qui est placée en troisième position dans la production ( 107 Milliards de centimes ) en 2011.

La prolifération des marchés informels, le long de l'autoroute ont réduit l'activité des autres secteurs de distribution, qui demeurent archaïques et peu opératoires. L'Etat envisage de réaliser plusieurs Marchés de Gros pour atténuer cette désorganisation.





# de gros de FRUITS et LEGUMES

## 4° EUCALYPTUS ( BARAKI )

Créé suite à la délocalisation du Marché de gros d'El-Harrach, situé à la sortie de l'autoroute EST vers Dar-ElBeida, avec 80 carreaux, il reçoit un important volume de produits fruits et légumes, frais, et de qualité exportable, vendus dans les hauteurs d'Alger à des prix forts. Le Marché, faute d'entrepôts frigorifiques, renvoie des tonnes de fruits et légumes, chaque jour, à la décharge, une vraie hémorragie de recettes, d'efforts, et de qualité.



## 5° BOUFARIK

Ancien Marché à Bestiaux, reconverti, en Marché de gros de fruits et légumes, il est centenaire, avec 340 commerçants, répartis à travers les baraques qui demeurent en l'état, malgré la vétusté des lieux.

Des Tonnes de produits fruits et légumes sont jetés chaque jour, faute d'infrastructures de transformation et de stockage.

Ce marché est l'un des plus anciens d'Algérie, avec celui d'El-Khroub ( Constantine ).

Aux normes internationales 45 marchés de gros sont prévus à travers les wilayas de ( Oran, Bouira, Sétif, Oued Souf Biskra, Skikda, Jijel Boumerdes, Médéa, Tiaret et Relizane ).

Pré-occupé par la nécessité restructurante des marchés de distributions de fruits et légumes, l'état Algérien a prévu en investissement dans le secteur, la réalisation urgente de 45 marchés de gros ( Fruits et Légumes) essentiellement localisé dans les wilayas du nord.

Deux marchés de gros l'un à Oran, l'autre à Chelghoum el Aïd wilaya de Mila ont été réceptionnés.

Une attention particulière est accordée a trois wilayas du sud ( M'sila, Biskra, El Oued° dont l'abondance de la production impose la création urgente de marchés de gros et des services annexes de préparation à l'exportation.



# FAMAG

*Le professionnel du machinisme Agricole*



FAMAG Sarl Siège & Unité de production.

Zone Industrielle Sidi Bel Abbès

Tél: +213 (0) 48 55 55 56/57 +213 (0) 48 55 13 54 / 56

Fax: +213 (0) 48 56 96 03

Site web: [www.famag.net](http://www.famag.net) / E-mail: [contact@famag.net](mailto:contact@famag.net)

*Le professionnel  
du machinisme Agricole*

## AIRLAB

**Equipement Médical et Laboratoire**  
**Produit Chimique et Réactif**

Cité Aïn Allah Bt 406 C - Dely Brahim - Alger - ALGERIE

Tél. / Fax : +213 (0)21 91 84 94 / 96 \_ +213 (0)20 34 97 75 \_ +213 (0)20 33 12 63

Mob. : +213 (0)770 36 24 17 \_ +213 (0)661 36 24 17

e-mail : [airlab2002@yahoo.fr](mailto:airlab2002@yahoo.fr)

# Ghadir

**Goût  
et passion**

**BNC** Découvrez notre Gamme

Citron Orange Lait Cacao ... et autres

Mise en bouteille par: Sarl B.N.C - Z.E.A 2eme tranche, N°05 Sétif, ALGERIE. Tél.: 213 36 93 85 10 / Fax: 213 36 93 85 58



## Interview de Mr Bennini Med Directeur Général d'ALGEX



**Agroligne :** Comment concevez vous la redynamisation des produits fruits et légumes éligibles à l'export dan le contexte actuel ?

**Mr Bennini Med** « Il faut libérer l'ensemble des outils intervenant à l'export, et impliquer directement les associations d'exportateurs en tant qu'animateurs de la chaîne, par la définition claire des apports d'associés au niveau de l'ANEX ( Association Nationale des Exportateur ) et en tant que partenaire des institutions publiques de facilitations des procédures du Mode d'emploi normalisé. En fait ils doivent coopérer avec la machine à l'export qu'ils doivent animer, même en collaboration de la partie client ».

**Agroligne :** Que devient le Consortium mis en place avec les français ?

**Mr Bennini Med :** « La question est significative, ALGEX, a œuvré à la mise en place d'un CONSORTIUM, alliant les Services de l'ex ONCV et l'ONAB, la CACI, et les organes de gestion portuaire français, pour lancer UN TERMINAL FRUITIER A SKIKDA.

Le montage a été réalisé, avec le concours de la partie Française SCTI et ALGEX qui ont donné naissance le 15 Mai 2008, au CONSORTIUM AGERO FRANÇAIS

SPECIALISE DANS L'EXPORTATION DES PRODUITS AGRICOLES .

Par cet outil il était envisagé, la promotion et l'accroissement des exportations de produits hors hydrocarbures, réhabiliter le label et lancer la plate-forme d'avenir d'un TERMINAL FRUITIER, sur le Port de SKIKDA, et réaliser un autre à l'Ouest.

Les Organes de gestion identifiés, le Consortium dont Mr SAKHRAOUI, Vice Pt de l'ANEFEL dirigeant la SCTI, Mr Briost Eric commandera les leviers du Terminal Fruitier de SKIKDA ,compte tenu de son expérience sur la Logistique et Manutention de Marseille.

Ce grand édifice, permettra de manutentionner 90 Millions de Tonnes de marchandise / An.

Avec une capacité de gestion reposant sur des infrastructures prêtes à l'emploi, stockage, de froid et de transport héritées de l'ex ONAB et ONCV au Port de Skikda.

**Agroligne :** L'élément clé accompagnant de telles mesures reste le traitement du logo le label et les normes, autour desquelles le producteur à l'export doit se mettre en orbite ? est il prêt à franchir cette première étape, vers la plate-forme ?

**Mr Bennini Med :** « Le fait qu'il y'a déjà des tentatives et des conclusions d'opérations minimales soient elles comparées à la datte, d'autres produits connaissent un début de transition vers le Marché Sud Méditerranéen, en plus certains producteurs algériens nous exhibent des commandes confirmées de produits qu'ils ne peuvent pas exporter, simple souci de quelques verrous facilement éjectables. A l'export, je rassure que le produit Algérien fruit et légume est éligible, pro-Bio pour quelques produits qu'il faut parfaire. C'est très jouable en BtoB et la formule gagnant –gagnant est fidèlement traduite par l'engouement et l'effort consenti par les deux parties à la Mise en place Urgente du Consortium. »

**Agroligne :** On en est –on avec l'organe Certificateur ... ?

**Mr Bennini Med :** « Le Ministère du Commerce a très bien avancé dans le projet, il reste au niveau des autres départements Ministériels impliqués, l'Agriculture et les Finances, à compléter leur partie au texte, il en cours d'élaboration ».

**Agroligne :** Un mot sur le SILA - PARIS 2012.

**Mr Bennini Med :** « C'est à l'honneur des opérateurs étrangers et surtout les organisateurs qui tirent davantage de profit, à l'instar des clients, les opérateurs Algériens doivent y adhérer par leur Mise à niveau aux Normes, créer des plateformes partenariales ( Consortium ) sur la base de plate-formes de libre échange stratégique pour l'avenir de la filière ».

► Interview réalisé par :  
Dr Mansouri

## MISE EN AFFAIRE SOLIDAIRE ET PROGRESSIVE DES PME ET OPERATEURS DE LA FILIERE FRUITS ET LEGUMES A L'EXPORTATION

Les PME et opérateurs, identifiés parmi les plus orientés vers les fruits et légumes, constituent un collectif important parmi le nombre croissant des entreprises en général

Les producteurs ci après identifiés sont favorables à l'exportation, ayant des clients en attente et à l'écoute du producteur Algérien.

Producteur	Produit	Qualité	Certificat	Poids	Client	Linéaire Affaire
HADDOUD	Dattes	D/nour	X	300 t	France	A l'Année
ALOUACHE	F/Leg	Sélect	X	450 t	Italie	Occasionnelle
BELABBES	P/terre	Agria	X	800 t	Grèce	Permanent
Ahmed	Raisins	Sélect	X	20 t	France	Occasionnelle
Mohamed	Raisins Mus	X	X	3X30 t	France	Occasionnelle

Les opérateurs, ayant connu une expérience dans l'exportation des fruits et légumes, sont suivies en masse par un nombre effarant d'opérateurs et passionnés de ce secteur, très porteur qui doit se développer entre les deux rives mutuellement, au double plan de conduite technologique, injection d'investissements dans les pays producteurs en soutien et leur prodiguer l'assistance de modernisation agricole ( semences ) commerciale ( mise en place de réseaux à l'export ) et managériales (gestion et communication ).

La stratégie du Mode opératoire telle qu'exigée, ( normes et prescriptions, pratiques commerciales, intelligence de marché, récupération et investissement en amont et aval, font que la bousculade au portillon est vite constatée, à l'instar de nos voisins, habilement et professionnellement installés dans la sphère complète, qu'ils alimentent où ils prospèrent amplement.

Le cas de l'Algérie, il y'a tout pour faire avancer la machine à l'export, il suffit de redéployer les anciennes pratiques, équiper les infrastructures portuaires et aéroportuaires de matériel ventilation et chariots d'entreposage réfrigérés et de suivre la chaîne d'expédition contrôlée in situ, avec l'application des normes d'expédition ( marquage, spécifications et visa du produit ).

Les producteurs et intervenants dans la filière doivent attirer l'attention des autorités solidairement ( associations ) regroupements ( résister à l'export ) et individuellement pour les négoce et intermédiaires.

Une plate forme TIC leur soit dédiée sous forme d'accès type espace agro pour présenter et offrir leurs produits, échanger les informations, s'informer sur la Règlementation interne et internationale, profiter de la tenue des Salons Foires et Expositions et s'inscrire en droite ligne en formation / Innovation sur les produits et le management des ressources humaines et de gestion Audit des unités.

Les blocages actuels, ne constituent plus aux yeux de l'ensemble des producteurs et exportateurs un frein à la conquête des marchés fruits et légumes étrangers ( les exportateurs ont été même contactés par le Marché Sud Américain Allemand et Asiatique ).

**Exp : HADDOUD Salim ( RFA)**

**TAHRAOUI (USA)**

**SOUIED ( CANADA)**



# Agroligne

## ENQUETE SUR LES OPERATEURS ELLIGIBLES A L'EXPORT ( à remplir )

email : [contact@agroligne.com](mailto:contact@agroligne.com) – site web : [www.agroligne.com](http://www.agroligne.com)

### MIEUX ACCOMPAGNE VOUS DEVIENDREZ PARTENAIRE

#### 1° Identification, contact :

- PME ou opérateur, .....
- Adresse, mail T /fax site web.....
- Produits d'excellence .....
- .....
- .....

2° Participation à l'Export. Année.....Client.....

3° Conditions d'exportation Normes.....Logistique.....

4° Conditions de Mise Marché Ventes délais .....

Commandes accordées après exportation.....

Clients .....

Quantités.....pays client.....

#### 5° Appréciations client

6° Contraintes /communication/Marketing et Labellisation du produit.

7° Les Risque et Garanties dans la chaine production .....

8° Les Risques et Garanties dans la Chaîne d'Expédition ( Froid conditionnement/Arrivée étal)

9° Capacités Financières et Logistiques .....

10° Voulez vous intégrer une Association d'exportation Algériens ? .....

11° Vos produits à la production sont ils certifiés HCCP ? .....

12° Voulez vous être formés, suivi en production ( semences qualité) services ( manager) ou en application normes ( sauvegarde de label) compétitif ( Mise en Affaire solidaire)

## Interview de M. Tayeb NOURI

# Directeur Commercial - ENASEL



**Agroligne :** Pouvez-vous nous présenter votre entreprise : son âge, son activité principale et ses ambitions ? Quelles sont les marques de produits que vous commercialisez ?

**M.NOURI :** ENASEL a été créée en 1983 par la restructuration de SONAREM ( Société Nationale de Recherche et Exploitation Minière), avant 1983, l'activité était gérée par la Division Sel de SONAREM.

En Algérie, la première exploitation d'un lac salé a été faite à BETHIOUA au environ de 1848 sans dossier administratif. Le 27 Octobre 1878 la « Cie des salins d'Algérie » a pris possession du site, l'exploitation répondait à la demande locale et elle a été dotée d'une ligne de chemin de fer pour exporter vers l'Afrique noire par le port d'Arzew. Le siège Sociale de ENASEL est à Constantine.

L'Entreprise possède cinq ( 05) Unités de production :

- Complexe El outaya dans la wilaya de Biskra
- Salins de Merouane sises à el meghaier wilaya d'El Oued.

- Salins de Bethioua dans la wilaya d'Oran
- Salins de sidi bouziane dans la wilaya de Relizane
- Salins de guergour lamri sises à Ain Oulmane dans la wilaya de Setif

Trois ( 03) Centres de Distribution :

- CDRS Alger : sis à oued smar dans la wilaya d'Alger
- CDRS Oran : sis à El kerma dans la wilaya d'Oran
- CDRS Bejaia : sis à oued ghir dans la wilaya de Bejaia.

Deux ( 02) entités de service :

- L'Unité de Transport de sel
- Le Centre de Formation)

Quatre ( 04) points de vente :

- Point de vente d'Annaba : sis à route des salines Annaba
- Point de vente d'Ouled Zouai : sis à route de Batna, wilaya d'Oum Bouaghi
- Point de vente de Jijel : sis à jijel
- Point de vente de Hassi Messaoud : dans la wilaya de Ouargla.



Statutairement l'ENASEL a pour vocation « La Production et la Commercialisation de tous types de sels » .

Nos ambitions sont de rester le leader du marché local et rehausser le niveau des exportations vers l'Europe et l'Afrique et devenir un partenaire incontournable aussi bien pour le sel de déneigement que pour les sels alimentaires.

L'Entreprise met sur le marché les produits suivants :

- Le sel alimentaire fin ( sous les marques RAFIE pour le sel de table, CHEMSI pour le sel de cuisine et le sel spécial boulanger);
  - Le sel industriel fin;
  - Le sel industriel gros grains;
  - Le sel industriel en pastilles et Berlingot;
  - Des sels dits « pharmaceutiques » , « cosmétiques » , « alicaments » ou plus généralement « spéciaux » et ce sous les marques commerciales « MEDISEL », « RAHA », « JASSIM », « ANIA » et « SELMA ».
- Les formes de conditionnement les plus importantes sont :
- Le sachet carré de 1kg en polypropylène;
  - Le sachet coussin de 1kg en polyéthylène;
  - La salière de contenance variable;
  - Le sac de 25kg;
  - Le big-bag de 1000kg.
  - Vrac

**Agroligne :** Quel est votre part de marché en Algérie ? Quels sont les marchés qui vous intéressent ? Pourquoi ?

**M.NOURI :** Notre part de marché sur le marché Algérien avoisine les 50% et ceci est du en grande partie à une concurrence déloyale de la part de producteurs qui ne respectent pas la moindre règle d'hygiène et font défaut par rapport à la norme algérienne en matière d'iodation de sels alimentaire ( NA).

Il faut signaler que ces pseudo concurrents ne déclarent pas la totalité des quantités extraites du chott et ne payent pas par conséquent les redevances minières réelles. En plus des nombreuses infractions en matière de déclaration fiscales et para fiscales puisque tout est permis pour ces commerçants informels.

Les marchés qui nous intéressent sont variés à commencer par les sels alimentaires ( avec toutes sortes d'emballages), les sels spéciaux ( sel de bain, anti calcaire, de conservation, lave vaisselle, etc.), les sels industriels ( sels de déneigement, sel pour les pétroliers et les sels chimiques), sel pour les agriculteurs ( la pierre à lécher pour cheptel : bovins, ovins, etc.)

L'intérêt que nous portons pour la diversification de nos produits c'est d'apporter des solutions efficaces à la ménagère et lui assurer des produits conformes aux normes internationales avec un label de confiance.

**Agroligne :** Peut-on avoir une idée sur vos projets horizon 2015 ?

**M.NOURI :** A l'horizon 2015, nous espérons dominer le marché local et gagner une place confortable sur le marché de la rive méditerranéenne sans oublier de devenir le partenaire incontournable des pays de la côte ouest d'Afrique et les pays du Sahel. Ceci sera le résultat du plan de développement et d'investissement déjà arrêté dans lequel on a insisté sur la qualité recherchée de nos produits et de notre système de management.

**Agroligne :** Avez-vous quelque chose à rajouter ?

**M.NOURI :** J'aimerais bien que tout le monde soit conscient du risque dû à la carence en iode ( spécialement dans le sel choisi par l'OMS comme vecteur d'iode) pour éviter les coûts excessifs que l'état algérien débourse chaque année, dans les opérations du goitre.

J'insiste sur quelque chose qui me fait très mal c'est le classement édité par l'OMS des pays par taux de carence en iode et dans lequel l'Algérie occupe une place non confortable au point où on se trouve avec le BURUNDI et le Botswana ( pays très pauvre et sans moyen de lutte contre cette insuffisance).

Je crois que la santé humaine n'a pas de prix et qu'il vaut mieux prévenir que guérir.

J'adresse à travers votre journal le message à toutes les associations de protection du consommateur à l'échelle régionale et/ou nationale pour faire de l'iode un combat quotidien et j'insiste surtout sur l'apport des boulangers dans le développement de cette culture de consommer sain...



Ils ont dit

# Interview de Mme Sonia Rahim

**Directrice des Opérations du Centre Commercial ARDIS - Pins Maritimes ALGER**





**Agroligne :** En votre qualité de Directrice des opérations, du Centre Commercial « ARDIS » ouvert depuis seulement trois mois, dans un contexte particulier de chaleur inhabituelle couronné par le Ramadhan, livrez nous votre appréciation d'un trimestre du mouvement commercial, son impact clientèle par sa fidélisation et les alliances de confiance produits ?

**Mme Rahim :** « Le centre a été implanté judicieusement dans un lieu convivial et spacieux pour permettre aux clients utilisateurs de profiter d'un assortiment et bénéficieront d'une randonnée d'approvisionnement agréable assurée par les différentes structures du Centre expositions ( rayons ,boutiques, musique, climatisation et orientation des commerciaux ). Des services, snack, prêts à consommer et autres pré-cuits sont assurés dans un cadre très sympathique déjà senti par les clients.

La partie Fruits et Légumes où sont étalés les produits d'importation à côté du produit local, connaît une accoutumance de clientèle de classe moyenne recomposée, à partir de couples, étrangers et jeunes salariés qui préfèrent acheter « Mode » et consommer « A la Page ».

Ce type de clientèle, choisit les produits importés aussi bien que les produits locaux, pourvu que la qualité, le cadre et service justifient le prix : satisfaction linéairement sûre

**Agroligne :** Les fruits et légumes, le choix des clients, consommer local ou importé, pourquoi, et quelle serait la tendance prévisible ? Comment ARDIS va se comporter avec ses clients à composante sociale hétérogène ?

**Mme Rahim :** « Le vieil adage, le client est roi, demeure valable, donc il faut respecter ses choix même conjoncturels soient ils, cycliques, ou temporels ce qui nous pousse à faire une « gymnastique d'adaptation » aussi bien pour fidéliser et capter le client en lui présentant du produit frais ( légumes et fruits en étude, avec les producteurs déjà connus, pomme de terre, nectarine, légumes en cours ....) et lui offrir le

choix entre les produits locaux dont les prix et qualités se rapprochent de plus en plus de ceux importés.

Poires, Pêches, Raisins, Melons, Pomme Golden et Fraises, la pomme de terre Spunta , Agria, carotte ( Bousâada ) haricots oignons olives et ails sont autant de produits qu'on vend presque au même prix des importés sans rougir Pourquoi ? simplement le label ou le logo est « ordonné » par le client.

**Agroligne :** Par quels moyens comptez vous vous affirmer sur le Marché de la distribution et consommation, à court terme ?

**Mme Rahim :** « Le test de trois mois à Alger, nous a encouragé à engager la réalisation future d'un deuxième Centre Commercial à Bir El Djir, périphérie d'Oran, à l'Ouest d'Algérie. Les produits à la consommation connaissent une demande graduelle liée aux grands booms immobiliers des périphéries, dépourvues de marchés normalisés et distribuant une qualité moyenne. Le cas du Marché de la Bastille est plus qu'illustratif pour les fruits et légumes.

ARDIS a pris contact avec des producteurs, de pomme de terre pour financement des semences, et soutien transport frigorifique(en projet) pour proposer des variétés, fraîches, de qualité et presque bio.

A cet effet, le Centre tient à devenir le palier formateur et vulgarisateur du produit destiné à l'export et c'est pour cela que l'intégration distribution production est notre cheval de bataille, avec la participation des Foires Régionales aux produits spécifiques à découvrir ».

► Interview réalisé par :  
Dr Mansouri

## Interview de Mr Michal Radlicki Ambassadeur de la Pologne en Algérie



### Agroligne : Quelle est votre mission ?

Les Services de la Promotion du Commerce et des Investissements au sein des Ambassades et Consulats polonais à l'étranger ont été créés dans le but d'aider les entreprises polonaises, surtout les petites et moyennes, à renforcer leur portée internationale. Notre mission ne consiste donc pas uniquement à venir en aide aux entrepreneurs polonais pour exporter leurs produits et services, mais également à leurs faciliter les démarches visant à importer des biens et services en provenance de l'Algérie, de même que favoriser les investissements entre les entrepreneurs de deux pays: l'Algérie et la Pologne.

Notre Service, sous la tutelle du Ministre de l'Economie à Varsovie, est partie intégrante de l'Ambassade de la République de Pologne en Algérie. Notre mission est orientée vers le commerce et les investissements. Plus précisément nous nous efforçons d'assister les entrepreneurs et de favoriser les échanges, de rechercher les partenaires commerciaux, d'assurer la promotion des entreprises, de développer la coopération, de mettre à profit du marché algérien les solutions des technologies modernes que proposent les compagnies polonaises, de promouvoir le savoir-faire polonais et le rapport qualité-prix très avantageux de nos entreprises.

Notre rôle est également d'assister les hommes d'affaires des deux pays afin d'échanger les connaissances et d'être au courant des opportunités d'affaire qu'offrent les deux pays. Nous travaillons également avec les représentants des administrations centrales que locales.

Nous nous efforçons de garder actualisées nos bases de données concernant les coordonnées des entreprises et les offres de coopération des sociétés polonaises et algériennes. Dans ce sens nous vous invitons à prendre attache avec notre service et de visiter notre site [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl) ou vous trouverez certainement nombre important d'éléments susceptible d'orienter vos recherches vers la Pologne. Voici notre adresse :

### Service de la Promotion du Commerce et des Investissements

#### Ambassade de Pologne

4ter, rue Rabah Bourbia - Boite postale N. 148

16606 EL Biar – ALGER

téléphone: ( 021) 92.17.06 / 92.18.28

télécopie: ( 021) 92.16.22

E-mail: [alger@trade.gov.pl](mailto:alger@trade.gov.pl)

HYPERLINK [www.alger.trade.gov.pl](http://www.alger.trade.gov.pl)

### Agroligne : Quelle est la situation économique de la Pologne et sa position en Algérie d'un point de vue agricole et agroalimentaire ?

La Pologne est le plus grand et le plus important pays de l'Europe centrale, avec une superficie de 312,7 mille km<sup>2</sup> et une population de 38.5001.000 habitants ( chiffres 2012). La Pologne est aussi l'un de pays les plus dynamiques de l'Union Européenne.

Les dernières années ont été une période de développement particulièrement rapide de l'économie polonaise, qui se caractérise par un taux de croissance élevé du produit intérieur brut – PIB, par une augmentation des investissements, une croissance exceptionnelle des exportations et une amélioration de la situation sur le marché de travail corrélé à une faible inflation. En 2009 la Pologne était le seul pays de l'UE, qui a enregistré une croissance positive (+1,7%). En 2010 le pays a enregistré une autre performance spectaculaire, celle d'une dynamique de son PIB au niveau de +3,8% ; pour 2011 la dynamique du PIB de la Pologne était de 4,3%. Les prévisions : pour 2012 - dynamique de PIB +2,7 ; pour 2013 – une dynamique de PIB 2,6 ; pour 2014 et 2015 une dynamique moyenne de PIB de l'ordre de 3,5%.





Depuis l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne en mai 2004 la valeur de ses exportations a été doublée et ne cesse d'augmenter. Les exportations polonaises en 2010 ont enregistré une augmentation de 19,5% et ont atteint une valeur record de 117,4 milliards d'euro, surtout grâce aux exportations des produits alimentaires qui ont eu un impact positif sur la conjoncture de nombreuses branches de l'industrie alimentaire et de l'agriculture en Pologne. L'excédent obtenu dans le commerce extérieur des aliments a réduit sensiblement le solde négatif de tout le commerce extérieur polonais. En 2011 les exportations ont enregistré une valeur de 135 milliards d'euro et une hausse de 12,8 % année pour année.

Depuis 2003, la Pologne s'inscrit en tant qu'exportateur net de produits agroalimentaires, en particulier pour ce qui est des fruits et légumes transformés, de la viande et des produits laitiers. La principale destination de ces denrées sont les pays de l'Union Européenne, avec une majorité exportée vers l'Allemagne.

La structure géographique et matérielle du commerce extérieur polonais a profondément évolué durant la période des transformations vers une réorientation des échanges en direction des pays très développés, et tout particulièrement vers l'Union européenne, avec une augmentation importante des biens à forte valeur ajoutée dans les exportations, au détriment des matières premières.

L'accélération de la croissance donne à la Pologne une image de pays en pleine réussite, stable économiquement et politiquement, affichant de bonnes perspectives pour son développement futur. Ceci est confirmé par les opinions émises par les organisations économiques internationales et les institutions financières en dehors de la Pologne.

La Pologne possède notamment une agriculture en pleine modernisation, basée sur le savoir et sur une large utilisation des technologies modernes. Les actions ont été entreprises par les gouvernements consécutifs visant à améliorer le développement des zones rurales, à savoir:

- développer l'entrepreneuriat et des activités extra-agricoles;
- améliorer la compétitivité des exploitations agricoles;
- développer et l'améliorer l'infrastructure technique et sociale dans les zones rurales;
- améliorer la qualité des ressources humaines et l'activité professionnelle des habitants des zones rurales.

Lors de la visite officielle du ministre de l'Agriculture M. Rachid Benaïssa à l'invitation de M. Marek Sawicki en Pologne du 30 au 2 avril 2011 une déclaration commune sur la coopération algéro-polonaise dans le domaine agricole et rural a été signée au Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural à Varsovie. Cette déclaration vise à renforcer la sécurité alimentaire dans les deux pays. Elle vient consolider celle signée en 1996 et ouvre ainsi de nouvelles perspectives de coopération entre les deux pays. Le développement de la coopération entre les deux parties dans le domaine agricole et alimentaire est le fruit de plusieurs années d'efforts communs menés par les experts algériens et polonais.

Lors de sa visite en Pologne, M. Benaïssa s'est entretenu également avec le Vice-premier ministre et ministre de l'Economie, M. Waldemar Pawlak. Les responsables polonais ont exprimé leur disponibilité à coopérer avec l'Algérie dans le cadre du programme de modernisation du secteur agricole ainsi que dans le

domaine de la formation, de la recherche, de l'expertise et du développement du partenariat entre les opérateurs économiques des deux pays.

Parmi les points d'intérêt figurant à l'ordre du jour du calendrier du développement des relations bilatérales dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire entre l'Algérie et la Pologne figure notamment:

La commercialisation des différents produits à base de lait,  
La commercialisation des produits à base de viande de volaille,  
L'exportation vers l'Algérie des produits de viande HALAL,  
La commercialisation des animaux d'élevage,  
Les techniques relatives à la production et la transformation de la pomme de terre,  
La commercialisation des aliments végétaux pour les animaux,  
Transfert technologique dans différentes filières agricoles,  
Création des fermes expérimentales ...

Dès le 1 juillet 2011 la Pologne va présider aux travaux du Conseil de l'UE et pendant six mois elle abritera et coordonnera la majorité de rencontres des représentants de l'Union Européenne. Elle jouera également un rôle clé dans les négociations portant sur les principales domaines de l'activité de l'Union européenne.

La Présidence polonaise consacrera ses efforts notamment à l'avenir de la politique du développement rural, au développement des sources d'énergie renouvelables dans les régions rurales et à la politique commune de la pêche.

#### **Agroligne : Quel est le volume des échanges commerciaux Algéro-polonais ?**

L'Algérie est l'un des plus importants partenaires économiques de la Pologne en Afrique et au Maghreb. Les échanges commerciaux entre l'Algérie et la Pologne ont atteint en 2010 la valeur de 337 mln euro dont les produits agro-alimentaires constituent 28 %. Pour l'année 2011 le niveau des échanges a augmenté et constitue une valeur de 444 mln d'euro, dont les produits AA occupent une part importante de près de 44%.

La Pologne export vers l'Algérie les produits laitiers, pommes et produits de confiserie mais également des bien d'équipements agricoles. Algérie fournit occasionnellement à la Pologne les dattes

Selon les sources officielles algériennes, les principales positions dans les exportations polonaises vers l'Algérie dans le secteur de l'agriculture et l'agroalimentaire pour le I-er trimestre 2011 sont en premier lieu les produits laitiers ( poudre de lait, fromages etc.), représentant env. 37 % des importations algériennes de la Pologne, suivi par les produits alimentaires finis tel que confiserie, barres de chocolat, biscuits, sucreries, tabac et autres.

Récemment une dynamique a été enregistrée dans les importations en Algérie des machines et du matériel agricole fabriqué en Pologne.

#### **Agroligne : Et pour ce qui concerne les Investissements ?**

A part la présence en Algérie de quelques compagnies commerciales avec le capital polonais il n'y a pas de gros d'investissements polonais en Algérie.

SOCIETE ALGERIENE DES FOIRES ET EXPORTATIONS

SAFEX

VEHICULE L'IMAGE DE MARQUE DE L'ALGERIE

La Safex Entreprise Publique Economique  
non affiliée sous l'égide du Ministère du Commerce.



Organisme de référence officiel pour accompagner les pouvoirs publics dans leur action de promotion des secteurs de l'économie nationale....



LA FOIRE INTERNATIONALE D'ALGER 

**Depuis 1964...**

- Un moment fort pour la promotion de notre outil national de production,
- Indice probant de l'intérêt que portent les pays partenaires économiques de l'Algérie et la communauté d'affaires internationale pour le marché Algérien,



Member of UFI since 1956



## Equipements Industriels



### DJOUDI METAL : Qualité, efficacité et fiabilité

DJOUDI METAL, spécialisée dans l'étude et la réalisation des équipements est entrée en activité en 2002. Cette société familiale, implantée à Dergana dans l'algérois, et créée en association soutient depuis sa création une politique de qualité, d'efficacité, de fiabilité et de suivi.

La vocation première de DJOUDI METAL, est de mettre sur pieds plusieurs machines pour des activités de grande importance dans différents secteurs notamment le secteur de l'agroalimentaire. Grâce a ses ingénieurs qualifiés et a ses outils performants, la société assure la conception de produits selon la norme et les exigences du client. Un service après-vente garanti en cas de dommages et intervient dans des délais très courts, l'entreprise fournie l'équipement et assure son fonctionnement. Les Produits Phare : Des torrificateurs à café et des unités pour aliments de bétail.

Sa Particularité : L'entreprise répond aux besoins spécifiques des clients selon la gamme de ses produits et se propose d'être ouverte à toute nouveauté et à toute proposition intéressante pour se donner de nouveaux challenges.



**DJOUDI METAL**  
CONCEPTION ET FABRICATION  
DES EQUIPEMENTS INDUSTRIELS

## Import Export, Ravitaillement de Produits Agro-alimentaires



### SPA COMARPEX ALGERIE

COMARPEX ALGERIE SPA est une société Algéro-française de droit algérien, créée en 2005 dans le cadre d'un partenariat commercial sous l'égide du conseil des participations de l'Etat entre la société COFRAPEX SAS France ( Compagnie Française d'Approvisionnement et d'Exportation) et les entreprises publiques nationales ENTMV Algérie Ferries, EPE GEMA et HYPROC SHIPPING COMPANY relevant du secteur maritime.

COMARPEX possède a son actif une expérience de plus de 30années dans le domaine maritime spécialisée dans l'avitaillement, ravitaillement de collectivités ainsi que l'Import /Export.

Missions :

Ravitaillement des collectivités : Approvisionnement en tous produits d'alimentation générale, d'entretien,

de fruits et légumes, viandes et dérivés, boissons, tabacs destinés aux collectivités ( hôpitaux, écoles, universités, hôtels, restaurant d'entreprises), des plates formes pétrolières et des bases vies de travaux. Avitaillement Maritimes : Prestations d'avitaillement en tous produits de vivres, de matériels techniques, de ponts et machines, de matériels de pêche et de produits de duty free destinée aux navires nationaux et étrangers en escale dans les ports algériens.

Importation : Opérations de trading international et notamment le développement, le conditionnement et l'export des produits algériens vers l'Europe et les autres pays : l'importation, l'exportation et le conditionnement des produits d'alimentation générale, fruits et légumes, viandes et poissons ainsi que les produits d'entretien.



## Emballage de Carton Ondulé



### SARL SIFCO



الشركة الصناعية للكرتون المتموج

Société Industrielle de Fabrication de Carton Ondulé

La Sarl SIFCO a été créée en 1996 et lancée dans le marché de transformation de carton, avec comme objectif d'améliorer la qualité en cherchant toujours à l'optimiser en faisant le choix le plus judicieux des matériaux et de la technique utilisés.

En 2002, SIFCO opte pour l'extension de son activité et l'acquisition de l'onduleuse pour produire sa propre plaque en carton. Un challenge réussi pour la société qui s'est rapidement imposé parmi les leaders

dans le domaine de la production, la transformation et l'impression de la plaque en carton. Outre ses atouts géographiques ( installée sur un terrain d'une superficie de 6000 m<sup>2</sup> situé en bordure de la Route Nationale), SIFCO mise sur l'investissement dans la technologie de pointe, en se dotant régulièrement de matériels performants, qui lui permettent de satisfaire la demande constamment en hausse en qualité et en productivité.

## Emballage en Verre et Autres



### SARL INTERGALSS



INTER-GLASS

Fourniture d'emballage en verre  
création et conception des modèles

Inter Glass est une S.A.R.L au capital de 20.000.000 de dinars, crée en l'an 2002 pour répondre aux objectifs suivants :

Assurer une disponibilité d'une gamme variée et attractive pour les utilisateurs des emballages verre qui s'adressent aux industries : alimentaires, pharmaceutiques et cosmétiques.

Accompagner les clients attentifs aux défis lancés par le marché global dans leurs démarches de développer et distinguer leurs modèles de récipients en répondant aux nouvelles exigences qui se posent en matière d'emballage verre.

Satisfaire les clients par la création de modèles spécifiques selon leurs besoins chez des producteurs de moules.

Soucieuse de satisfaire l'évolution croissante du secteur de l'emballage verre en Algérie, notre société a fait confiance aux leaders Algériens et mondiaux de l'emballage verre, de bouchons et de capsules et a choisis de promouvoir leur gamme de produits.

Grâce a sa politique alliant l'efficacité de son service et la technicité de sa démarche, Inter Glass a réussi à se placer parmi les leaders du secteur de l'emballage verre sur le marché Algérien.

Inter Glass est parmi les rares sociétés qui ont pris l'initiative d'injecter sur le marché Algérien une variété de modèles de pots en verre à partir de 28 ml pour dynamiser l'activité de conditionnement et donner une valeur économique aux produits finis.



## Ingédients Agroalimentaires

### SARL KEYTEX

KEYTEX sarl est installé en ALGERIE, fournisseurs proactif, avec comme principal objectif d'offrir à ses clients, en service continu, une vaste gamme de matières premières et d'équipements de par le monde conformes aux meilleurs standards de qualité et à des prix compétitifs grâce à des relations bien établies avec les producteurs dans les pays d'origine. S'appuyant sur sa connaissance de la spécificité du marché, des produits et son expertise scientifique, technique et commerciale en chimie, KEYTEX fournit des produits et services innovants pour créer une valeur durable à ses clients. Nos produits sont employés

dans les industries agroalimentaires, dans des secteurs aussi diversifiés que celui des boissons, des crèmes glacées, des produits laitiers, de la confiserie, de la biscuiterie et des préparations liquides en tout genre. Nos valeurs sont: fiabilité, réactivité, disponibilité, flexibilité, compétence et ponctualité KEYTEX plus que des équipements et produits...des solutions. KEYTEX ingrédients c'est :

- Des colorants alimentaires,
- Des arômes naturels, synthétiques sucrés et salés
- Des huiles essentielles

- Des concentrés de jus de fruits/ Concentrés de purées de fruits
- Des acidifiants
- Des conservateurs (antioxydants, anti levures, antibactériens)
- Des émulsifiants & stabilisants
- Des hydro-colloïdes & texturants
- Des exhausteurs de goût
- Des édulcorants
- Des agents de surface



## KeyTEX

Chimie & solutions professionnelles

## Services

### AGRO INNOVATION

Entreprise spécialisée dans l'Agroalimentaire, l'Agriculture, l'Environnement, les Services Techniques et Commerciales et représentée par Monsieur BOUHAMED MED Saleh Ingénieur.

Études Technico-Economiques de faisabilité + accompagnement : achat d'équipements, lignes de production; Formation technique du personnel : hygiène et sécurité alimentaire; maîtrise de la chaîne de fabrication...etc; Audit & Accompagnement : HACCP et ISO22000; V.2005. ...; La supervision de l'hygiène et la conception hygiénique; Représentation administrative et commerciale au niveau national et

international; Design professionnel des emballages, étiquetage...etc; Site internet interactif : news, publicité des produits, achat et vente des équipements industriels...etc, Organisation de foires, salons et séminaires.



## Produits Laitiers



### SARL BAHBAH

Sarl BAHBAH est une entreprise Algérienne qui existe depuis l'année 2002, située à Djelfa, spécialisée dans la production de lait et dérivés ( L'ben, Raib, Lait de vache et Cherbet) sous la marque de NAILAIT. L'entreprise comprend une petite équipe de 18 employés. Les prochaines prévisions sont : la fabrication de fromages, crème glacée et yaourt en pot et bouteille.



## Import Export des Produits Avicoles et Agricoles



### SARL NUTREX ALGERIE

La Sarl NUTREX Algérie est spécialisée dans l'importation des produits avicoles « repro ponte, repro chair et dindonneaux.....» et agricoles « importation de vaches laitières ...», elle est gérée par un groupe de vétérinaires praticiens.



**Coopérative Agricole Régionale Spécialisée en Cultures Industrielles**

التعاونية الفلاحية الجهوية المتخصصة في الحاصل الزراعي

Adresse : Carcsi Route el -hadjar  
23 000 ANNABA  
BP. 33 RP. ANNABA

Tel: +213 38 83 31 16  
+213 38 83 34 59  
+213 38 84 94 37  
Fax: +213 38 83 39 05

**Sarl IFREN**  
Route Nle N°26 Akbou - Bejaia - Algérie-  
Tel: 030 40 84 38 Fax: 034 35 92 59  
Email: sarlifren@yahoo.fr



## Ils innovent : Pomme de terre et carotte

Deux wilayates du Sud, prédestinées à l'élevage, partagées entre Biskra, bastion de Deglett Nour et des légumes frais, assurent à elles seules la couverture de la demande nationale en POMME DE TERRE ( EL-OUED) CAROTTE ( BOUSÂADA ).

Les producteurs de ces deux wilayas détiennent le palmarès ( 1000.000 Qx/An) Carotte Muscat propre dans la Région de El-Maadher Roumana , près de Bousâada, Ain-El Melh et Bensrou, dans le Sud de la Wilaya de M'sila.

Les Producteurs de Hassi Khalifa, dans la wilaya d'El Oued ont culminé avec une production pouvant couvrir, avec les chiffres de cette arrière saison près de 3 000 000 Qx

Les qualités, produites à base d'engrais naturels, avec une amélioration à l'arrachage et aux labours en semi défens donnent d'étonnants résultats: deux cultures /An.

Les études pédologiques ( INRA El-Harrach ) rassurent que la qualité peut être améliorée grâce à la combinaison des facteurs ( Micro climat terre sablonneuse argileuse, adhérence racinale et feuillage parfaite à l'environnement, eau légèrement chargée en soufre ( engrais ) dans le goutte à goutte ou pivots, réalisés sur place ( Réinjection des investissements de Hassi-Messaoud) pour les opérateurs d'El Oued, qui s'installent massivement dans l'Agriculture ( Pomme de terre ) accédant à d'importantes surfaces et l'offre de main d'oeuvre solidaire et courageuse.

L'idée à l'export a été longtemps le cheval de bataille de ces producteurs qui s'imposent finalement dans le créneau

## Ils innovent : engrais organics

Les qualités SPUNTA et autres sont cultivées sans engrais chimique, c'est un dosage bio naturel qui donne une qualité homogène poids, couleur, et qualité, goût, facile à l'arrachage, et au conditionnement.

Pour l'exportation, les opérateurs s'attaquent à la QUALITE AGRIA, que leur réclament des clients du Sud de l'Europe.

Ils ont lancé le test sous le contrôle de l'INRA avec assistance étrangère.

Pour La Carotte, livrée localement à 6 DA/Kg se veut aussi exportable, les commissionnaires et Agences à l'export

sont déjà sur le champ, avec le lancement de centaines d'hectares de CEVITAL à Roumana ( Bousâada) pour la carotte et les essais de la betterave sucrière cultivée presque dans les mêmes conditions.

En attendant, des résultats, encourageants à l'export de ces produits, du Sud ( à l'image de la Tomate d'Adrar) finiront par réorienter les PME au profit de l'Agriculture, où toutes les facilités sont accordées, créant ainsi une plate forme alimentaire PréBio, destinée à l'exportation, et permettra une intégration plus rapide de celle attendue dans le transfert technologique, ça sera le transfert du GENIE PRODUCTEUR ET L'INNOVATION DANS LES PRODUITS SAINS . Le Label sera :

FRUITS ET LEGUMES D'ALGERIE BIOSANTE.



## Ils innovent : SUBSTRAT ORGANIQUE A PARTIR D'UN FUMIER DE CHEVAL

**N**otre Engrais Biologique ( organique) à base de fumier de cheval élaboré selon les meilleures normes scientifiques européennes, qui est composé de matériaux diversifiés fera un excellent amendement. Il contient tous les éléments nutritifs essentiels aux plantes, car les organismes décomposeurs contenus dans notre

engrais habiteront le sol et l'enrichiront. Les sols pauvres et non fertiles profiteront très rapidement car notre engrais aide le sol à remettre son écosystème en vie; il rebâtit la faune du sol, car vivant sera en bonne santé et son action se répercutera à plus long terme.

L'utilisation de l'engrais biologique :	Notre engrais biologiques est utilise en Arboriculture Fruitière :	Bien fait du compost : ( engrais biologique) :
<p>Il faut garder le compost humide jusqu'à l'utilisation, il est important d'utiliser immédiatement l'engrais, ou du moins de le garder humide et il est aussi conseillé d'arroser le sol lors de l'application du compost car notre engrais biologique agira immédiatement dès son application parce que les composés qu'il contient sont solubles dans l'eau, pourtant, les qualités fertilisantes seront à leur maximum après trois semaines d'application.</p> <p>En résumé cela signifie que le résultat pourra être apparent dès la première année de récolte; appliquez trois ans de suite de cet engrais biologique et l'aspect du sol sera changé. Les plantes seront en excellente santé, et les efforts d'entretien en seront d'autant diminués.</p>	<p>-Agrumes ( 5 à 10kg/arbre)                      -Arbres fruitiers à pépins ( 5 à 8kg/arbre)                      - Arbres fruitiers à noyaux ( 5 à 8kg/arbre)                      -Vigne ( 1 à 2kg/arbre)                      -Palmier dattier ( 5 à 10kg/arbre)                      -Olivier ( 3 à 5 kg/arbre)                      Cultures Maraichères : ( 3 à 5 tonne/ha)                      Pomme de terre : ( 3 à 5 tonne/ha)                      Culture industrielle : ( 3 à 5 tonne/ha)                      Les variations sont en fonction du :                      -Type de culture                      -Niveau de fertilité du sol                      -L'âge de la culture                      -Des objectifs de rendement                      -De l'état de la culture                      Plantation d'arbres :                      Lorsque l'on plante un arbre, il faut travailler et fertiliser le sol; dans le trou il faudra mettre un tiers d'engrais et deux tiers de terre, planter l'arbre et bien arroser.</p> <p>Type de sol :</p> <p>Notre engrais biologique est d'autre plus utile dans les sols sablonneux, car dans ce type e sol, il y'a de l'espace entre les particules de roche ce qui en traine un drainage très rapide de l'eau vers les profondeurs, emportant un même coup tous les éléments nutritifs, or notre engrais biologique fixe ces particules les unes aux autres et retient ainsi l'eau. Pour les sols argileux ou les espaces entre particules sont quasi inexistant, l'air n'y pénètre donc pas, seul le compost permet justement l'aération des sols argileux.</p>	<p>Notre engrais naturel se résume plutôt à amender le sol pour le rebâtir et permettre au substrat d'offrir aux végétaux un meilleur écosystème, riche, et dense pour leur croissance, il a été démontré que les plantes qui poussent dans un compost ont un meilleur rendement quantitatif et qualitatif. Notre engrais ajoute non seulement de la matière organique au sol, mais aussi des oligo-éléments, ingrédients nécessaires à la croissance de plantes.</p> <p>Notre engrais est :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Une source précieuse de minéraux.</li> <li>-Il aide à maintenir une température constante dans le sol ( à cause de la rétention de l'eau).</li> <li>-Rend l'activité biologique essentielle dans le sol.</li> <li>-Favorise le développement du système racinaire.</li> <li>-Stimule la plante pour lutter efficacement contre certaines agressions.</li> <li>-Apporte un équilibre qui répond aux besoins des cultures.</li> </ul>

### AGROLIGNE SUPPORT SCIENTIFIQUE AU SERVICE DU PRODUCTEUR

#### Analyses Chimiques du substrat organique :

Echantillon	Ph	Sodium ppm	Calcium ppm	Magnésium ppm	Potassium ppm	Phosphore %	Azote total%	Azote total %	NH+4 ppm	NO-3 ppm
Compost à base fumier de cheval	7,06	95	220	65	165	0,05	33,75,	0,95	49	15,4





Orange Washington - Verger Dahmani Hammadi -



Fumier substrat organique ( en test) - Verger Dahmani Hammadi -





21 - 25 Octobre 2012

## Vos marchés évoluent, SIAL 2012 évolue !

**SIAL** 2012 renforce ses atouts majeurs en enrichissant cette nouvelle édition ! L'implantation des secteurs a été repensée pour un parcours d'achats plus efficace et les événements concentrés pour une expérience visiteurs stimulante. L'objectif : en voir plus en un minimum de temps !

Le SIAL 2012, c'est aussi le dédicé Food Connections qui éclaire une stratégie axée sur l'innovation, et dévoile une exposition 100% orientée vers les tendances produits et marchés qui assurent les perspectives de business de demain.

### Une édition prometteuse avec une offre complète

Avec 95% de la surface d'exposition réservée à 4 mois de l'ouverture, le SIAL 2012 s'annonce déjà comme un bon millésime. Près de 6.000 exposants dont 80% d'internationaux originaires de plus de 106 pays vont rassembler une offre équilibrée entre petites entreprises et grands groupes.

Rendez-vous mondial de la filière agroalimentaire, le SIAL 2012 couvre **19 secteurs d'exposition avec 130 pavillons internationaux et régionaux.**

Cette offre « produits » internationale et exhaustive est complétée par les entreprises spécialisées dans les process et conditionnements ( IPA, The Global Food Company), les PAI et ingrédients ( In-Food).

Plus de 100 pays sont annoncés pour l'édition 2012, avec dans le Top 10, la France ( 19% du total), l'Italie, l'Espagne, la Chine, les Pays-Bas, la Turquie, la Belgique, l'Allemagne, les Etats-Unis et le Brésil.

L'Asie est la 2nde zone géographique la plus représentée, après l'Europe qui représente 41%, plus l'Asie-Océanie 17%, l'Amérique Latine 7%, l'Afrique 6%, l'Amérique du Nord 5% et le Moyen Orient 5%.

En 2010, 12 entreprises algériennes exposaient au SIAL. A date, plus de 20 exposants en provenance de ce pays sont enregistrés pour l'édition de 2012, ce qui représente près de 500m<sup>2</sup> de surface d'exposition.

### Des visiteurs impliqués et décideurs

Les 140.000 visiteurs ciblés et bien identifiés sont originaires des quatre coins du monde avec dans le Top 10 des pays, la France ( 38% du total), suivie par l'Italie, Belgique, les Pays-Bas, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, les Etats-Unis, le Canada et la Russie.

En 2010, près de 650 visiteurs algériens se sont rendus sur le SIAL.





Pleinement décideur, le profil des visiteurs est à 81% acteur dans le processus d'achat, 38% sont des PDG, des DG ou des gérants d'entreprises.

### **SIAL 2012, un événement adapté aux réalités des visiteurs**

**Transversal et complet, le SIAL 2012 s'adresse à tous les professionnels quel que soit le secteur d'activité, mais en ciblant précisément les besoins et les spécificités de chaque marché, en apportant des réponses concrètes et novatrices à chaque visiteur :**

#### **Pour tous les visiteurs :**

71% des visiteurs sont à la recherche de nouveaux produits et fournisseurs. Un objectif prioritaire facilité par un dispositif d'informations pointues qui révèle les tendances émergentes et les innovations internationales les plus pertinentes.

Véritable ADN du Salon, l'innovation est plus que jamais à l'honneur, avec pour la première fois, SIAL Innovation et SIAL d'Or réunis dans un même espace, offrant ainsi un panorama plus complet des produits innovants, SIAL Innovation dévoilant des innovations de demain, et SIAL d'Or des innovations qui ont déjà connu un succès commercial.

• **L'espace SIAL Innovation** dévoile 400 produits choisis pour leur caractère innovant par un jury d'experts indépendants. Un panorama exceptionnel dont les Grand Prix SIAL Innovation 2012 sont présentés et promus dans le monde entier avec SIAL Group.

• En écho à cet espace, les **SIAL d'Or** valorisent et récompensent des innovations alimentaires devenues des succès commerciaux sur le marché national des 29 pays représentés.

• Les entreprises doivent passer d'une culture de l'offre à une culture de la demande pour être au plus proche des consommateurs, une posture stratégique soutenue par SIAL 2012 qui, avec la société XTC World Innovation, dévoile **en avant-première les quatre grandes tendances en matière de consommation alimentaire.**

**Pour les visiteurs de la distribution** ( 49% soit près de 67.000 professionnels)

En pleine révolution, la grande distribution doit se réinventer autour de nouveaux formats, de nouveaux services - e-commerce, drive-in...-, des offres personnalisées - MDD, marques régionales, produits bio...- pour être au plus proche des consommateurs et optimiser leurs marges.

Les 4 enjeux majeurs de la distribution qui trouvent ses réponses au SIAL :

La compétitivité

Les nouveaux modèles de distribution

Les MDD

Le développement durable

• Pour comprendre les enjeux de la distribution de demain, SIAL lance **SIAL TV, le point central d'animations**

**et d'échanges en français et en anglais.** Un plateau ouvert à tous les professionnels engagés et responsables qui débattent en direct de tous les sujets d'actualité, quelques exemples :

Les MDD, précurseurs de tendances?

Distribution et réseaux sociaux

Grande distribution : acteur de la démocratisation de la consommation responsable, limites, enjeux?

• Pour décoder les tendances futures et accompagner les exposants et leurs innovations jusqu'aux consommateurs, **le distributeur français Intermarché, partenaire du SIAL 2012, va élire une quinzaine de produits parmi la sélection SIAL Innovation.** Ces produits seront diffusés dans 1.800 magasins Intermarché du 23 au 27 octobre 2012.

Une opportunité exceptionnelle pour les exposants, de tester leurs produits à l'échelle nationale auprès des consommateurs finaux.

• SIAL 2012 facilite la visite des professionnels de la distribution présents avec **des parcours spécifiques reflétant les marchés en croissance et les opportunités de développement :**

**un Parcours MDD** qui répertorie les exposants qui proposent des produits MDD,

**un Parcours pour chaque thématique :** BIO, Labels de qualité, Nutrition & Santé, VAE et Snacking, Produits et Démarches responsables et durables, Produits Halal, Produits Casher...

Et nouveau, **un Parcours PME** pour aider les acheteurs à identifier les petites entreprises, les petits producteurs, etc.

**Pour les visiteurs des IAA** ( 28% soit 38 000 professionnels)

Sous la pression des consommateurs et des pouvoirs publics, l'industrie agroalimentaire doit adopter de nouvelles règles sanitaires, investir dans des stratégies éco-responsables, développer des gammes bio, etc.

Les 3 enjeux des IAA :

Production et process alimentaire

Règle sanitaire

Ecoconception

• Dans un esprit de filière complet, le SIAL 2012 accueille **IPA, The Global Food Factory**, le salon international du process alimentaire placé sous le signe de la production éco-responsable, et **In-Food**, consacré aux PAI et ingrédients.

• Espace de conférences dédiées aux responsables R&D, Marketing et Achats de l'industrie alimentaire, utilisateurs de PAI et ingrédients, **In-Food Centre dévoile un programme de conférences autour des PAI, solutions et ingrédients alimentaires.**



• Et pour faciliter le repérage des exposants du secteur, le SIAL 2012 trace un **parcours thématique « PAI et Ingrédients »**.

**Pour les visiteurs de la restauration** ( 17% soit 23.000 professionnels)

Dans toutes les régions du monde, la restauration hors domicile doit innover pour faire face aux nouveaux modes de consommation et aux tendances alimentaires : snacking créatif, cuisines des terroirs, produits bio, cuisine « désanimalisée » plus végétale, street food, cash & carry thématiques, etc.

Les 3 tendances clés de la restauration à suivre :

Les nouveaux modes de vie impliquant de nouveaux modes de consommation,

Les nouveaux produits et concepts,

La sécurité alimentaire et la nutrition.

• **La Cuisine by Sial** se renforce avec un programme d'événements culinaires plus dense et plus attractif en facilitant la rencontre des professionnels de la restauration qui bénéficient d'un espace de démonstrations culinaires, d'un tout nouveau restaurant VIP, d'un showroom de produits « restauration et gourmet », d'un Club VIP.

**Nouveau** : Un dispositif d'accueil renforcé et personnalisé va mieux répondre aux attentes des visiteurs du secteur avec le développement de nouveaux outils d'aide à la visite pour faciliter l'identification des produits destinés à la restauration.

**Pour les visiteurs acheteurs vin**

Dominé par trois pays, la France, l'Italie et l'Espagne, qui assurent la moitié de la production, le marché du vin évolue avec des modes de consommation qui change et avec

l'arrivée de nouveaux amateurs. Sans oublier l'émergence de nouvelles tendances : les vins tranquilles dominent, mais les vins premium, le rosé et les vins effervescents connaissent un engouement dans de nombreux pays.

• Au cœur du secteur vin du SIAL 2012, **le Wine Innovation Forum dévoile toutes les clés d'entrée pour saisir les évolutions du marché du vin**. Des conférences réalisées par de grandes marques internationales, des dégustations des vins primés au meilleur rapport qualité/prix ( Best Buy 2012) et des vins de cépages éveillent la curiosité des acheteurs.

**Un SIAL 2012 plus convivial et plus festif !**

Le Salon met en place de nouveaux services pour améliorer le confort de tous :

Des points d'information thématiques inédits,

Une signalétique repensée pour mieux s'orienter,

Des espaces de restauration pour tous les régimes alimentaires,

Une galerie d'accueil avec des espaces de travail et de convivialité,

Des moments festifs pour un networking convivial,

Un dispositif renforcé de transports et hébergement,

Un service de conciergerie pour optimiser votre séjour à Paris.

**Contacts Presse :**

Nabil Bey-Boumezrag – PROMOSALONS ALGERIE  
communication.dz@promosalons.com



# SIAL GROUP, OUVERT SUR LE MONDE

Né en 1964 à Paris au cœur de l'Europe, le SIAL a étendu son expertise sur tous les continents en s'implantant en Chine, au Canada au Moyen-Orient et cette année au Brésil, dans l'objectif d'offrir une plateforme unique d'échanges et de business pour tous les professionnels de l'agroalimentaire. N°1 mondial du secteur, le réseau SIAL Group a développé un savoir-faire unique afin d'identifier les tendances mondiales et d'organiser des événements B2B là où le contexte de marché est suffisamment robuste pour accueillir de nouveaux arrivants. Il participe ainsi à la croissance dynamique des IAA en mettant à leur disposition une organisation globale, un maillage planétaire, un tremplin mondial pour leurs innovations.

## A LA TAILLE DES MARCHÉS EN MOUVEMENT

**SIAL MIDDLE EAST à ABU DHABI** ( 26-28 novembre 2012) s'adresse aux marchés du Moyen-Orient et accueille 600 exposants de 40 pays et 12.000 visiteurs. Un événement désormais bien installé dans cette région dynamique : en novembre 2011, les exposants ont indiqué avoir signé pour environ \$350 Ms de contrats. Pour 2012, l'ITCA ( International Travel Catering Association) sera présente aux côtés de SIAL Moyen-Orient pour dévoiler les nouveautés et les savoir-faire des entreprises de la restauration de voyage.

**SIAL CHINA à SHANGHAI** ( 7-9 mai 2013), un événement à la taille de continent avec près de 1.800 exposants de 80 pays sur plus de 70.000 m<sup>2</sup> et 40.700 visiteurs. Pour sa 13<sup>ème</sup> édition, SIAL China a mis l'accent sur l'industrie de la confiserie et du snacking, marchés en forte croissance en Asie, en accueillant plus de 280 entreprises nationales et internationales et en se tenant aux côtés de China Bakery, le Salon international de la boulangerie et de la confiserie en Chine qui accueille 100.000 visiteurs.

**SIAL CANADA à TORONTO et MONTREAL** ( 30 avril-2 mai 2013, en alternance avec MONTREAL, 2-4 avril 2014) rassemble près de 700 entreprises originaires de 37 pays et 12.500 visiteurs. Un salon qui affiche une croissance de 15% de surface d'exposition en 2012 et s'est imposé comme la vitrine de l'agroalimentaire en Amérique du Nord, une position renforcée par la pertinence de son alternance entre les deux villes majeures du Canada.

**SIAL BRAZIL à SÃO PAULO** ( 25-28 juin 2013) vise le marché sud-américain avec 300 exposants issus de 30 pays et 12.000 visiteurs. Un événement de poids au Brésil qui offre un mix complet de produits et de solutions et se tiendra parallèlement au Fispal Food Service, le salon international de l'alimentation pour les professionnels de la restauration. Le Brésil est un pays majeur pour les IAA, il pèse \$104 Mrds de CA avec une croissance de + 49% entre 2005 et 2009 et des importations de plus de 75% sur la même période.

## SIAL GROUP, en bref

1<sup>er</sup> réseau mondial de salons agroalimentaires :

6 salons majeurs BtoB sur 5 continents

9.300 exposants originaires de 100 pays

220.000 visiteurs originaires de 200 pays

Des concepts dédiés à forte valeur ajoutée :

SIAL Innovation ( tous les SIAL)

Wine Innovation Forum ( Paris, Shanghai)

La Cuisine by SIAL ( tous les SIAL)

SIAL Group, créateurs d'opportunités de business :

Nouveaux produits, tendances émergentes, nouveaux comportements de consommation : SIAL Innovation valorise les produits innovants et anticipe les tendances en agroalimentaire dans le monde.

450 innovations identifiées dans le monde grâce à SIAL Innovation.

### Contacts Presse :

Céline PRINCET ( SIAL Group)

celine.princet@comexposium.com



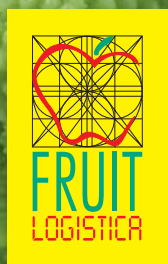


THE WORLD OF FRESH PRODUCE

# FRUIT LOGISTICA

BERLIN, 6 - 8 FÉVRIER 2013

[WWW.FRUITLOGISTICA.COM](http://WWW.FRUITLOGISTICA.COM)



FRUCHTHANDEL  
MAGAZINE

||| Messe Berlin



# POUR QUE VOS AFFAIRES PORTENT LEURS FRUITS

Le succès des 20 ans de FRUIT LOGISTICA s'est poursuivi jusqu'en 2012. Soyez partie prenante de ce succès et présentez votre entreprise aux décideurs les plus influents du marché ! Plus de 56 000 visiteurs professionnels de haut rang venus de 127 nations, plus de 2 500 exposants satisfaits en provenance de 83 pays – 3 jours par an, retrouvez-vous dans un lieu unique : Berlin, la « capitale mondiale » du négoce international des fruits et légumes. C'est ici que vous trouverez de nouveaux clients ou fournisseurs. C'est ici que vous pourrez soigner votre clientèle. FRUIT LOGISTICA représente une opportunité unique de dynamiser votre activité.

## FRUIT LOGISTICA EST L'OCCASION IDEALE DE :

- présenter votre entreprise et promouvoir votre image
- présenter vos nouveautés
- développer de nouveaux marchés et de nouvelles stratégies
- rencontrer de nouveaux clients et fournisseurs et soigner votre clientèle
- prendre connaissance des nouvelles tendances et développements du secteur
- se faire une idée du marché dans sa globalité et d'observer la concurrence

« LA RAISON POUR LAQUELLE NOUS NOUS RENDONS À FRUIT LOGISTICA EST QU'EN SEULEMENT TROIS JOURS, NOUS PRENONS CONTACT ET ENTRETENONS NOS RELATIONS AVEC LA DISTRIBUTION DU MONDE ENTIER. »

Patrizio Pizzoglio, ExportAr, Argentine

« NOS EXPOSANTS GAGNENT BEAUCOUP DE TEMPS EN PARTICIPANT À FRUIT LOGISTICA CAR TOUS LES PARTENAIRES IMPORTANTS DU MONDE DES FRUITS ET LÉGUMES SE TROUVENT ICI. »

Yu Lu, Chambre de Commerce de Chine, République de Chine



**NOUVEAU! INDEX  
DE PRODUITS ACTUALISÉ**  
VOIR PAGE 5 DU DOSSIER  
D'INSCRIPTION SUR  
 [WWW.FRUITLOGISTICA.COM](http://WWW.FRUITLOGISTICA.COM)  
>EXHIBITOR SERVICE



## GROUPES CIBLES

IMPORTATEURS  
EXPORTATEURS  
PRODUCTEURS  
GROSSISTES  
DISTRIBUTION  
DÉTAILLANTS  
TRAITEURS  
ORGANISMES PROFESSIONNELS  
INSTITUTIONS

FRUITS ET LÉGUMES FRAIS  
POMMES DE TERRE  
PRODUITS DE 4<sup>ÈME</sup> ET 5<sup>ÈME</sup> GAMME  
PRODUITS BIOLOGIQUES  
PRODUITS ÉQUITABLES  
FRUITS SECS ET NOIX  
HERBES ET AROMATES  
FLEURS COUPÉES ET PLANTES EN  
POT POUR LE LIBRE SERVICE

EMBALLAGES / MACHINES  
TECHNOLOGIES DE PREMIÈRES  
TRANSFORMATIONS  
MACHINES D'EMBALLAGE / DE TRI  
TRANSPORT  
SYSTÈMES LOGISTIQUES  
TRANSBORDEMENT / STOCKAGE  
ASSURANCE QUALITÉ  
PRODUITS / SYSTÈMES TECHNIQUES  
PRESTATIONS DE SERVICE  
TECHNIQUES  
TECHNIQUES DE PRODUCTION  
SEMENCES  
DÉVELOPPEMENT PRODUITS  
EQUIPEMENTS DE POINTS  
DE VENTE  
SERVICES INFORMATIQUES ET  
SOLUTIONS INTERNET  
MARKETING / ETUDES DE MARCHÉ  
PRESSE ET MÉDIA



# FRUIT LOGISTICA SUR INTERNET

**INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !**  
DOSSIER D'INSCRIPTION SUR  
[WWW.FRUITLOGISTICA.COM](http://WWW.FRUITLOGISTICA.COM)  
> EXHIBITOR SERVICE

VENEZ NOUS RENDRE VISITE SUR LE SITE [WWW.FRUITLOGISTICA.COM](http://WWW.FRUITLOGISTICA.COM)

Vous y trouverez une mine d'informations, comme par exemple :

- Le dossier d'inscription au salon
- Des informations détaillées pour les exposants
- Les coordonnées du représentant du salon dans votre pays
- Le dossier de candidature au FRUIT LOGISTICA Innovation Award 2013
- Des informations sur les conférences et les ateliers
- Des informations relatives aux hôtels, à l'organisation de votre voyage ou à la visite du salon
- Le service d'achat de billets d'entrée et enregistrement
- Des informations sur le transport et les navettes vers le salon

et bien plus encore !

**FRUIT LOGISTICA**  
BERLIN, 6-8 FEBRUARY 2013

**At a glance**

- Visitor Service
- Exhibitor Search / Virtual Market Place
- Events
- Press Service
- Hotel & Travel
- Exhibitor Service

**Welcome to the World of Fresh Produce**  
**FRUIT LOGISTICA 2013**

The World's Leading Trade Fair for the Fresh Fruit and Vegetable Business.

FRUIT LOGISTICA is the leading international meeting place of the fresh produce trade. From 6th to 8th February 2013, more than 2,000 companies from across the entire fresh produce value chain will be present in a single location - including global players as well as small and medium-sized suppliers from all around the world.

For three whole days, **FRUIT LOGISTICA** provides:

- an across-the-board presence of top international exhibitors
- an excellent platform for initiating business deals
- excellent opportunities for making worldwide business contacts
- a unique opportunity to gain a complete overview of the latest trends in the fresh produce business

**Download Centre**

**Exhibition Search:**

Options Search in:

- All
- Exhibitors
- Products

→ Exhibition Grounds

→ ASIA FRUIT LOGISTICA

**Press releases**

14 February 2012:  
**Closing Report**  
**Fruit Logistica 2012**  
Top marks for leading fresh produce industry event

More than 56,000 top-level trade visitors from 139 countries - Messe Berlin COO Dr Christian Göke: **FRUIT LOGISTICA** is a top-class premium product.

FRUIT LOGISTICA, the leading industry event for the international fresh produce trade, met high expectations in Berlin last week. The trade fair was characterized by the presence of the industry's key decision-makers as well as by excellent reviews from exhibitors and trade visitors who praised the commercial results achieved at the exhibition.

To read more please go to [Press Service](#)  
→ [Press releases](#)

## LE VIRTUAL MARKET PLACE® - TOUTE L'ANNÉE ET DANS LE MONDE ENTIER

Le Virtual Market Place® sur [WWW.FRUITLOGISTICA.COM](http://WWW.FRUITLOGISTICA.COM) > Exhibitor Search / Virtual Market Place est un service particulier, exclusivement réservé aux exposants. Tous les exposants sont visibles toute l'année sur cette plateforme en ligne.

- Avec 450 000 visiteurs et 5,1 million de pages, le Virtual Market Place® jouit d'une audience hors du commun
- Les entreprises enregistrées sur le Virtual Market Place® apparaissent parmi les premiers liens sur les moteurs de recherche tels que Google
- Votre enregistrement est simple. Notre hotline en 17 langues est à votre service
- Vous pouvez actualiser votre profil gratuitement et à tout moment
- Les visiteurs peuvent prendre contact avec vous d'un simple clic
- Les données enregistrées sur votre profil du Virtual Market Place® servent automatiquement de base pour votre enregistrement au catalogue officiel du salon

Vous souhaitez de plus amples informations ? N'hésitez pas à nous les demander à l'adresse : [content@virtualmarket.fruitlogistica.de](mailto:content@virtualmarket.fruitlogistica.de)

**FRUIT LOGISTICA**  
BERLIN, 6-8 FEBRUARY 2013

Search [ ] Find Advanced Search

Exhibitor search For visitors My FRUIT LOGISTICA For exhibitors Home

You are here > Home

**Welcome to the**  
**FRUIT LOGISTICA Virtual Market Place**

1. Find exhibitors and products
2. Save results and prepare for the show
3. Print out your favorites with maps

24 hours a day,  
365 days a year.  
All over the world.

**Personalized search**

Virtual Market Place

Advanced Search

## Du 15 au 18 mai 2013 - Palais des Expositions Pins Maritimes, Safex – Alger **SIPSA AGROEXPO 2013 : Salon International de l'Agriculture Technologies Végétales, Machinisme agricole et Agroalimentaire**

**Placé sous le signe du cinquantième  
anniversaire de l'indépendance  
SIPSA® 2013, événement phare avec la fusion  
des deux salons  
SIPSA AGROFOOD & AGROEXPO**

**T**reize années déjà, le SIPSA® consolide sa dimension internationale de par le nombre et surtout la qualité des participants. Dictée par le nouveau contexte économique et le besoin impérieux de rapprocher les filières animales et végétales. Cette 13ème édition sera marquée par la fusion naturelle d'AGROEXPO avec l'ensemble de ses secteurs ( technologies végétales, machinisme agricole et énergies renouvelables et le SIPSA-AGROFOOD avec le secteur des productions et santé animales et la filière agroalimentaire. Cette nouvelle fusion sera, sans doute, un vecteur qui stimulera les synergies fertiles subsistant entre l'agriculture et l'agro-industrie. SIPSA® 2013 sera l'événement de référence qui accueillera, l'ensemble des professionnels du monde de l'agriculture et de l'agro-industrie.

Placée sous le haut patronage du Dr Rachid BENAÏSSA, ministre de l'Agriculture et du Développement Rural et parrainé par le Ministre du Commerce, le Ministre de la Pêche et de l'Aquaculture, le Ministre de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'investissement, le Forum des Chefs d'Entreprises ( FCE) et la Chambre Nationale de l'Agriculture ( CNA), cette 13e édition aura lieu du 15 au 18 mai 2013 et aura pour thème principal "50 ans d'Agriculture en Algérie", et ce, en raison du cinquantenaire de l'indépendance de l'Algérie.

Le SIPSA® est devenu l'un des salons les plus importants et le prestigieux de la rive sud de la Méditerranée. 550 sociétés exposantes et plus de 20. 000 visiteurs professionnels et spécialistes sont attendus pour cette édition, dont le slogan adopté sera « synergies fertiles pour la vie ». SIPSA® 2013, bat son record historique en surface d'exposition, passant de 14.000 m<sup>2</sup> à 17000 m<sup>2</sup> et offre des conditions optimales d'exposition. Cette progression est due essentiellement aux demandes pressantes des exposants qui nous ont conduits à repousser les limites de la surface d'exposition au pavillon G, d'une superficie de 3000 m<sup>2</sup>.

L'audience internationale sera marquée par la participation de plus de 350 exposants originaires d'une trentaine de pays.

Dans cette nouvelle édition, le SIPSA® présentera la vitrine de l'élevage algérien. Un concours national sera organisé en collaboration avec la chambre nationale de l'agriculture lors du SIPSA® pour sélectionner les meilleures vaches laitières, les vaches à viande, les moutons, les brebis, les chèvres, les chevaux, les chameaux à viande et les chamelles à lait et donner des prix aux meilleurs éleveurs suivant les différentes races. Une exposition des produits du terroir complètera la performance des animations professionnelles.

En partenariat avec le FCE, forum des chefs d'entreprises et le CEMI, le SIPSA entre de plein pied dans le secteur

interprofessionnel de l'agro-alimentaire, après avoir intégré naturellement, en 2012, dans ses thématiques, le secteur AGRO FOOD.

Des opérateurs de renommée mondiale sont, en effet, restés fidèles à cet événement. Les professionnels de ce secteur voient dans le marché agricole et agroalimentaire algérien encore vierge une opportunité sûre pour réaliser de bonnes affaires et participer au développement des filières agricoles en pleine mutation. En valorisant la production agricole nationale, le secteur agroalimentaire participera au maintien d'une activité économique fortement pourvoyeuse d'emplois. Les industriels doivent ainsi constamment chercher à s'adapter, à gagner en valeur ajoutée, à conquérir des parts de marché. Lorsqu'on sait que le volume des exportations algériennes ne dépasse pas le milliard de dollars.

Les rencontres initiées entre les professionnels algériens et étrangers et les négociations aboutissent dans la majorité des cas à des partenariats durables. En effet, depuis 2001, plus d'une centaine de sociétés internationales ont investi en Algérie, dans le secteur des productions, de la santé et de la nutrition animales à travers cet événement professionnel qu'est le SIPSA®. Celui-ci a généré des mises en relation d'affaires qui se sont traduites souvent par des partenariats solides, des joints ventures et des accords de transfert de technologie. Le partenariat le plus illustrant est le partenariat Bretagne-Algérie mis en place en février 2011 pour le développement de la filière lait en Algérie.

Cette manifestation « agro-économique », se veut comme moyen efficace de contribution à l'essor et au développement des productions animales, des productions végétales et des technologies de mécanisation de l'agriculture Algérienne.

Compte tenu des orientations relatives à la politique de Renouveau de l'Economie Agricole et Rural, la fondation FILAHA INNOVE, avec le concours des institutionnels ( MADR, Chambre Nationale de l'Agriculture « CNA », Forum des Chefs d'Entreprises « FCE », ALGEX, INRAA, INVA, ONIL, ITELV, CNIAAG, ONILEV, ITAF, CNCC, INSID, INPV, DGF...), se réunira de nouveau, lors des forums organisés en marge de cette 13ème édition du SIPSA, autour de la filière viande, la filière avicole, la filière fruits et légumes et la filière céréales avec une place prépondérante accordée à la filière lait. La participation des institutionnels confortera le concept d'innovation et de communication préconisée dans le cadre de la politique de renouveau de l'économie agricole et du renouveau rural. Cette communication qui privilégie le lien et la synergie entre les professionnels sera donc, une réalité concrète.

Ne manquez pas, donc ce rendez-vous en Mai pour une nouvelle édition professionnelle, internationale et conviviale.

*Dr Amine Bensemmane*

*Président du SIPSA-AGRI'SIME & AGROFOOD*

*Et de la Fondation Filaha-Innove*



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



13<sup>e</sup>  
Edition



SIPSA<sup>®</sup>

& **SIPSA<sup>®</sup>**  
**AGROFOOD**

المعرض الدولي  
للإنتاج و المعتاد  
الفلاحي و الصناعات  
الغذائية

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

Coïncide avec  
la filière agricole  
**AGRO-EXPO**

**15 > 18**  
**MAI 2013**

PALAIS DES EXPOSITIONS  
PINS MARITIMES ALGER-ALGERIE



[www.sipsa-dz.net](http://www.sipsa-dz.net)

Organisé par

ExpoVet  
Des expositions pour la vie



Partenaires



# PRESENCE D'AGROLIG

	EVENEMENTS	DATES ANNONCEES PAR LES ORGANISATEURS
	FRUIT ET LOGISTICA	Du 06 au 08 Février 2013
	GULF FOOD	Du 25 au 28 Février 2013
	CFIA RENNES	Du 12 au 14 Mars 2013
	FOODS AND GOODS	Avril 2013
	DJAZAGRO	DU 09 au 12 Avril 2013
	SIPSA AGROFOOD et AGROEXPO	DU 15 au 18 Mai 2013
	CFIA MAROC	Septembre 2013
	ANUGA	Du 05 au 09 Octobre 2013
	EUROPACK- EUROMANUT et le CFIA	Du 19 au 21 Novembre 2013
	SIFEL MAROC	Du 12 au 15 Décembre 2013



# NE SUR LES EVENEMENTS 2013

VILLES / PAYS	THEMATIQUES PRINCIPALES
Berlin/Allemagne 	Salon leader mondial des fruits et légumes et de la logistique
Dubai / Emirates arabes unis 	Salon de l'alimentation et des boissons, de l'hôtellerie, de la réfrigération et des services a la restauration, équipement de boulangerie et 'emballage.
Rennes/France 	Le carrefour des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire
Paris /France 	Salon des professionnels de l'alimentaire - comprend: mdd expo, dph expo, pizza & pasta expo, ethnic expo, halal expo, nature & equitable expo et snack fast & fooding expo
Alger /Algérie 	Salon international de l'agroalimentaire
Alger/Algérie 	Salon international de l'agriculture
Casablanca/Maroc 	Le carrefour des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire
Cologne/Allemagne 	Salon international de l'alimentation
Lyon/Paris 	Le salon des solutions et d'équipements d'emballage, de conditionnement, de marquage et la manutention pour l'industrie et la distribution.
Agadir /Maroc 	Salon international professionnel De la filière fruits & légumes

# Agrôlign

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



**3 bonnes raisons d'adhérer à Agroligne** pour seulement 74,00 € H.T/an, bénéficiez :

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

**Oui, Je souhaite adhérer au réseau Agroligne pour 74,00 €**

Société/Enseigne ..... Filière ou secteur d'activité de l'entreprise .....

Nom/Prénom ..... Fonction .....

Adresse .....

Téléphone ..... Fax ..... Portable ..... Email .....

RC ..... RF : ..... ART : .....

# Marché.Agrôlign

LA SOLUTION A VOS RECHERCHES DE FOURNISSEURS ET/OU CLIENTS



Raison sociale : .....

Adresse : .....

Code postal : .....

Ville : .....

Wilaya : .....

Tél. : .....

Fax : .....

E-mail : .....

Site web : <http://www> .....

Activité : .....

Personne à contacter : Mme / M. ....

Fonction : .....

Mobile : .....

E-mail : .....

**Dirigeants et responsables d'associations, vous voulez que vos manifestations soient diffusées dans « le Marché Agroligne ».**  
Retournez ce coupon à :  
**ALLEE EL DJAMILA LOT H N° 22 LA MADRAGUE AIN BENIAN.**  
Et en plus, c'est gratuit !

Nom de l'association : .....

Tél. : .....

Date de la manifestation : .....

Horaire : .....

Lieu : .....

Descriptif : .....

**Recevoir le journal E.Mail**

**Paraître sur la prochaine édition**

(Vous serez contacté dans les deux cas.)

Bulletins d'adhésion à nous retourner par e-mail à :  
[contact@agroligne.com](mailto:contact@agroligne.com)





كومينو كس  
**COMINOX**  
sarl

Route Nationale N°24 Ain Taya -ALGER

Tél: +213 (0) 21 86 82 32 / 86 73 30

Fax: +213 (0) 21 86 82 31

Email: cominox@dz-cominox.com

Email: cominox@gmail.com

[www.cominox-dz.net](http://www.cominox-dz.net)

Filière Lait

## EQUIPEMENTS POUR LA COLLECTE ET LE TRANSPORT DU LAIT CRU



Cuve isothermique



Cuve réfrigérée



Réacteur: pour la préparation  
de colles 10 M3

L'activité de **COMINOX Sarl** est orientée essentiellement en direction de la construction d'équipements en acier inoxydable pour l'agro-élevage et l'agro-industrie.

L'entreprise existante depuis plus de 30 ans a marqué en tant que constructeur d'équipements et s'est distinguée sur la maîtrise des technologies et sur la spécialisation et la mise en oeuvre de procédés de fabrication spécifiques pour le travail de l'acier inoxydable sous toutes ses formes.

Cette progression a permis à **COMINOX** de fabriquer et de fournir le marché avec la gamme de produits en acier inoxydable suivant:

**1-Filière lait:** Cuves réfrigérées et cuves isothermes pour le transport du lait cru, ainsi que des mini-laiterie fixe et mobile.

**2-Agro-industrie:** Cuves de process simple et double paroi avec ou sans agitation pour tout type de produit à transformer, ainsi que des réacteurs pour process alimentaire ou chimique.



Bacs de grande capacité: pour le stockage de produits  
(alimentaires, chimique, etc...)



# IMPORT ET EXPORT EN AGRO-ALIMENTAIRE PRODUCTEUR AGRICOLE



EURL  
LES 3 PRINCES

DÉPOSITAIRE DISTRIBUTEUR  
DES PRODUITS DE LA CONSERVERIE

