

القصبية CASBAH

Le repère du goût
traditionnel



0%
Alcool



Siège et usine :

BP 63 OULED CHEBEL ALGER

TEL : +213 770 32 03 26 / +213 54 51 21 55 / +213 21 40 81 12 FAX : +213 21 40 81 29 / +213 21 40 81 10

E-mail: benferrusund@casbah-dz.com www.casbah-dz.com

SOMMAIRE

ECONOMIE : LE LAIT

- 5. Le marché mondial du lait : Evolution et perspectives
- 9. La crise du lait ressurgit déjà en Algérie
- 10. Les Français boudent les produits laitiers
- 12. En 2007, Unilever glaces reprend le leadership sur le marché de la glace en France !

L'INVITÉ DU MOIS

- 15. Interview de M. Bertrand Laurent - Directeur du Salon Djazagro

DOSSIER DU MOIS : LES EQUIPEMENTS AGROALIMENTAIRES

- 17. Bilan 2006 des échanges mondiaux d'équipements agroalimentaires
- 22. Permo : La reconstitution de lait en Algérie

QUIZ

- 25. INRA Algérie
ATLAS revêtements spéciaux

NEWS ENTREPRISES

- 26. Algérie - Dissolution de deux unités d'ENAJUC
- 27. Tunisie - La Tunisie se veut un pays exportateur de produits bio
- 28. France - Kaufler change de mains
- 29. Turquie - La société Tukas augmente sa production

FORMATION

- 30. L'IUT de BREST vous propose sa Licence professionnelle Métiers du conseil en élevage
- 31. Algérie - Un institut de pêche et d'aquaculture prochainement à Oran
- 32. Maroc - Une oliveraie pour une formation professionnelle pratique de qualité

OU SE RENCONTRENT-ILS ?

- 33. SPÉCIAL DJAZAGRO 2008
- 41. SIPSA : Carrefour d'affaires international
- 43. Les Journées Méditerranéennes de l'Industrie 2008

TRANSACTIONS

- 45. Tunisie - « Infomercati » pour ne plus naviguer à vue

INNOVATION

- 47. Lait : Le nouveau traitement UHT haute cadence fonctionne directement à partir de lait cru
- 48. L'Armoraine Laitière innove avec Perle d'Armor

BIEN-ÊTRE

- 49. Les petits pots pour bébés se mettent également au naturel
- 50. Nouveaux arômes santé au thé rouge « rooibos »

5



15



17



33



Siège social :

27, place d'Aguesseau
34000 Montpellier
info@agroligne.com

Editeur :

TNS Communication

Directeur de la publication :

Elias Cherif

Coordination internationale :

Nabila Cherif

Information-Promotion :

Emmanuel Cau

Information-Rédaction :

E. Cau, N. Shaffer
E. Anguy, Farah B

Montage-Maquette :

Yohann Cuenot / Emmanuel CAU

Agroligne Europe :

Contact : Mme Shaffer
Tél. : 33 4 67 65 03 39
Fax. : 33 4 67 65 22 12
27, place d'Aguesseau
34000 Montpellier
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Algérie :

Contact : Rostom C, Farah B.
Tél. / Fax. : 213 21 21 02 32
4, impasse de Biarritz
Pin Maritimes, Mohammadia
16130 Alger
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Maroc :

Contact : F. Diagne
Km 110, Boulevard Chefchaoui
Lotissement ZAKIA Immeuble Zakia
Ain - Sebaa - Casablanca
Tél. / Fax : 00 212 22 29 82 35
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Tunisie :

Contact : Tarek Mamy
e-mail : info@agroligne.com

Agroligne Canada :

Contact : Ida Jader
Tél. : 00 1 514 577 92 55
e-mail : info@agroligne.com

Abonnement-Promotion-Publicité :

Tarif abonnement : France 74 euros HT,
(comprenant 6 numéros, 2 hors-séries
+ prestations annexes)

Impression :

Imprimerie Champagne
www.imprimerie-champagne.com

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

Editorial

Marché mondial du lait : une situation préoccupante,

Les différents facteurs ayant influencé la flambée actuelle des prix des produits laitiers sont en grande majorité irréversibles :

- Grands changements climatiques ayant induits des sécheresses récurrentes en Océanie, principal bassin de production.
- L'offre indienne réduite pour des raisons de besoins internes (le marché local devient demandeur suite à l'implantation de nombreuses usines locales et la structuration des réseaux de petits producteurs/collecteurs de lait.
- L'Argentine qui passe du statut d'exportateur à importateur.
- Et surtout la diminution des subventions européennes à la production mais aussi à l'exportation.

Partant de ce constat les pays dépendants de l'importation de lait ou de poudre de lait pour le secteur de la transformation ont adopté des mesures ponctuelles pour faire face à la hausse des prix ; mais sans offensive sérieuse, sur le long terme engageant des politiques claires d'investissement visant à promouvoir la production locale, la structuration de la collecte et des unités industrielles, les différents scénarii pour l'avenir sont plutôt catastrophiques.

Elias Cherif

Le marché mondial du lait :

Evolution et perspectives

Le marché mondial du lait, et notamment celui du lait en poudre, a connu au début du mois de Mai 2007, une hausse exponentielle des prix qui s'explique principalement par trois raisons :

- la sécheresse liée au réchauffement climatique au niveau des grands pays producteurs de lait que sont la Nouvelle Zélande, l'Australie et l'Argentine ;
- la réduction des subventions accordées aux producteurs des pays développés conformément aux accords de l'OMC ;
- le développement de produits dérivés du lait (yoghourt et fromages) ayant entraîné une pénurie de lait en poudre sur le marché.

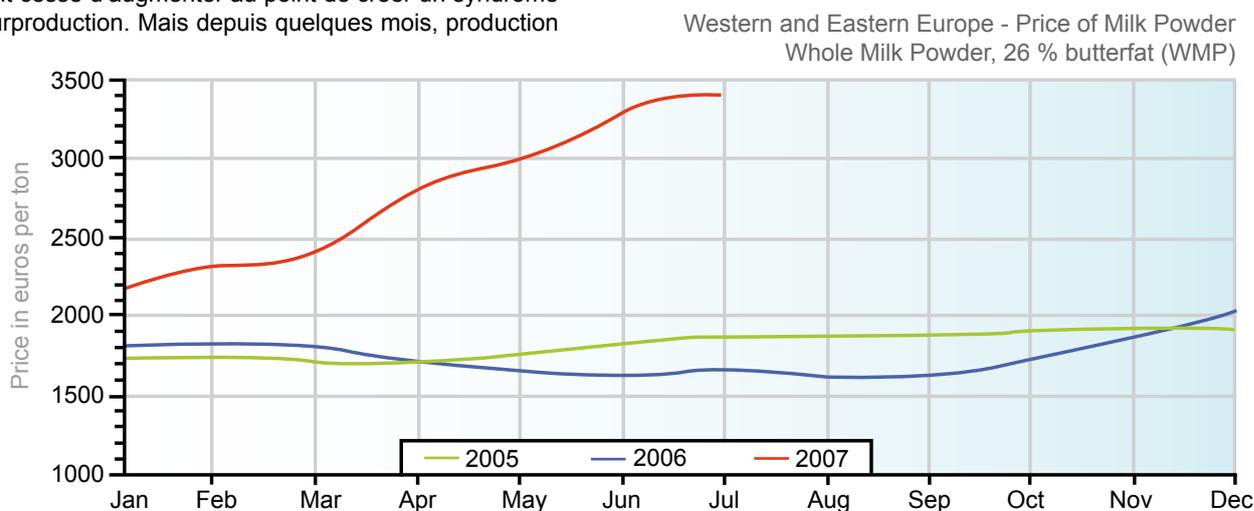
Les cours mondiaux du lait en poudre sont passés entre le 1er et le 05 Mai de 3.100 à 4.930 \$US/tonne au niveau de la bourse européenne du lait alors qu'en Océanie, les cours sont passés de 3.000 à 4.100 \$US/tonne durant la même période. Cette flambée des cours mondiaux du lait en poudre a eu pour conséquence immédiate un surenchérissement des prix au consommateur, notamment au niveau des pays en développement avec un pouvoir d'achat structurellement très faible.

... Evolutions récentes du marché mondial du lait

Depuis plus de dix ans, la production mondiale de lait n'avait cessé d'augmenter au point de créer un syndrome de surproduction. Mais depuis quelques mois, production

et exportations ont baissé entraînant une nette augmentation des prix. Les principales raisons avancées concernent la sécheresse en Australie et Nouvelle-Zélande, la taxe à l'exportation de 2000 \$ US par tonne décidée par l'Argentine, la suspension des exportations indiennes pour satisfaire son marché interne, et enfin la diminution des subventions à la production et à l'exportation du lait des pays européens.

Les effets combinés de la diminution de l'offre des principaux produits laitiers échangés (la poudre de lait et le beurre) et de l'augmentation de la demande mondiale (+5 %), expliquent en grande partie l'envolée des cours mondiaux (cf figure 1, ci-dessous).



Europe : Evolution des cours du lait entier en poudre, 26 % de matières grasses en Euros/tonnes

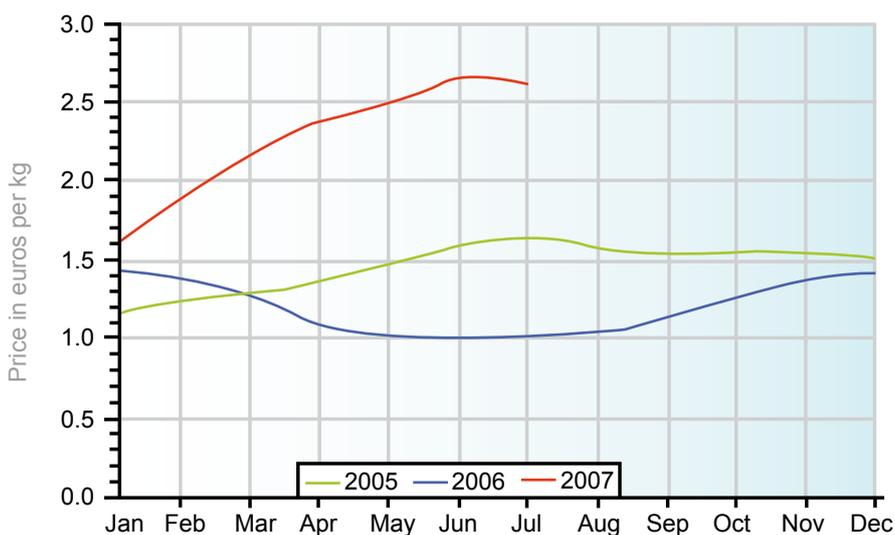
Le redressement des cours mondiaux amorcé depuis Septembre 2006, a donc connu au début de l'année 2007 une croissance exponentielle affectant durement les pays importateurs, au premier rang desquels l'Afrique. Le cours mondial du lait en poudre entier ou écrémé a pratiquement doublé entre Juin 2006 et Juin 2007.

Plusieurs pays ont adopté des mesures, généralement ponctuelles, pour juguler la hausse des prix (suppression de la taxe à l'importation au Maroc ou subvention du lait

vendu sur le marché intérieur en Algérie) alors que la faiblesse de l'offre mondiale risque de durer, tout comme la hausse de la demande, notamment dans les pays en développement en raison de l'urbanisation croissante. Le trend haussier des cours du lait affecte également les différents produits dérivés comme en atteste les trois graphiques ci-dessous et ci-contre :

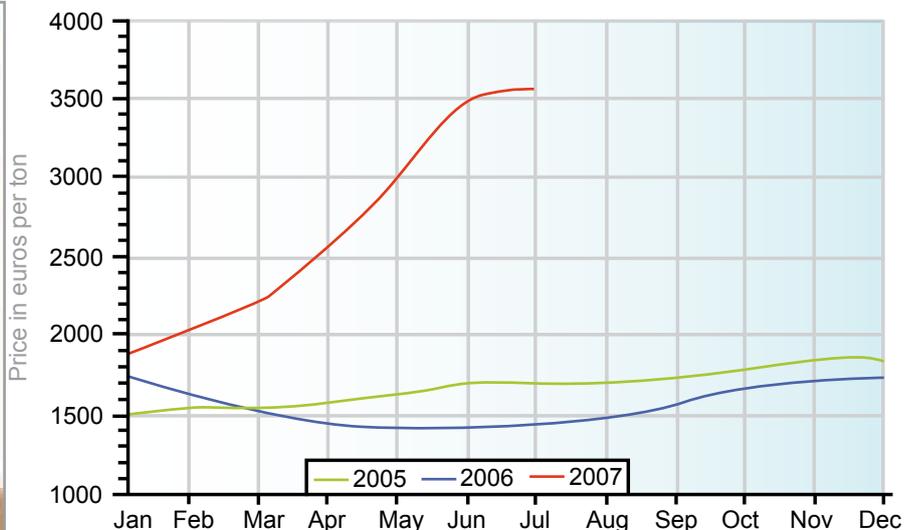


► Whey Protein Concentrate - United States



Etats-Unis : Evolution du cours du babeurre (Euros/kg)

► USA - Price of Milk Powder
Nonfat Dry Milk, Low Medium Heat (SMP) Mostly



Etats-Unis : Evolution du cours du lait écrémé en poudre (Euros/tonne)



La hausse vertigineuse des cours mondiaux du lait affecte les produits dérivés (babeurre, lait en poudre, fromage) au niveau des grandes zones de production (Europe, Océanie et Amérique Latine).



... Perspectives d'évolution du marché du lait à moyen terme

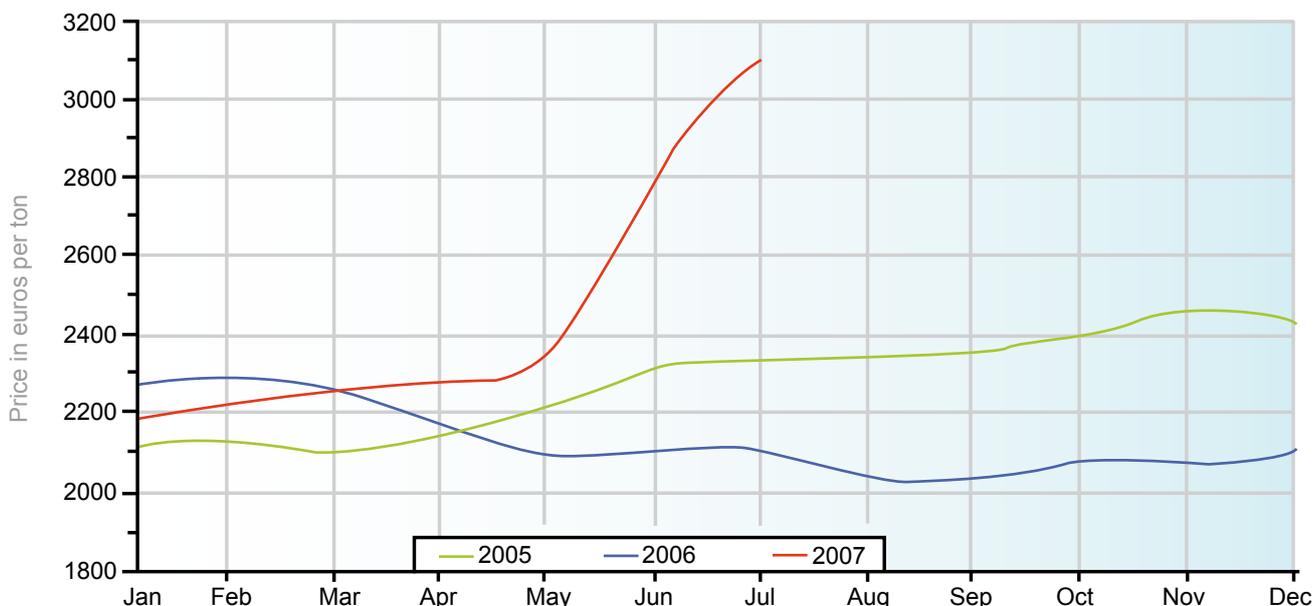
Les principales raisons évoquées de la hausse vertigineuse des cours des produits laitiers au cours des derniers mois, à savoir la sécheresse liée au changement climatique en Océanie, la réduction des subventions européennes et le déficit de production de l'Argentine, semblent profondes et durables. En effet, les cycles de sécheresse liée aux changements climatiques vont sans doute perdurer avec des conséquences néfastes sur les pâturages et la production laitière. Le retour à des niveaux de production comparables aux années précédentes n'est pas envisageable à court terme.

En effet, aussi bien en Australie qu'en Nouvelle Zélande, les systèmes de production sont basés sur un élevage extensif exploitant de grands pâturages. A moins d'un retour en arrière, non envisageable dans le cadre des négociations commerciales internationales, la réduction des subventions accordées aux producteurs européens est irrémédiable.

Le déficit de production de l'Argentine semble également durable au point d'amener les autorités à appliquer une taxe à l'exportation pour la satisfaction de la demande locale et le pays est passé d'un statut de grand exportateur à celui d'importateur net de produits laitiers.

Les tensions sur les marchés mondiaux des produits laitiers vont amener les industriels à constituer des stocks réduisant ainsi les disponibilités mondiales. Les cours mondiaux risquent d'augmenter à court et moyen terme.

►► Océania - Price of Cheddar Cheese 39 % maximum moisture



Zone Océanie : Evolution des cours du fromage Cheddar au cours des trois dernières années



Ce scénario est plutôt catastrophique pour les consommateurs africains, mais est sûrement souhaitable pour le développement des investissements productifs dans le secteur laitier.

Trois scénarii d'évolution possible du marché du lait au niveau des grandes zones de production sont envisageables d'ici 2010 :

- **hypothèse basse** : les cours mondiaux suivent la tendance lourde des trente six derniers mois, faisant abstraction du choc de Mai 2007 considéré comme un épiphénomène. Le taux de croissance moyen mensuel des cours mondiaux du lait entier en poudre serait de l'ordre de 1,83% ;

- **hypothèse moyenne** : les cours mondiaux suivent le trend des douze derniers mois, prenant en compte le choc de Mai 2007, mais un retour à la normale en 2009. Le taux de croissance moyen mensuel des cours mondiaux du lait entier en poudre serait de l'ordre de 4,26% ;

- **hypothèse haute** : les cours mondiaux suivent l'évolution des six derniers mois, prenant en compte le choc de mai 2007 dans le trend haussier des cours mondiaux. Le taux de croissance moyen mensuel des cours mondiaux du lait entier en poudre serait de l'ordre de 5,98%.

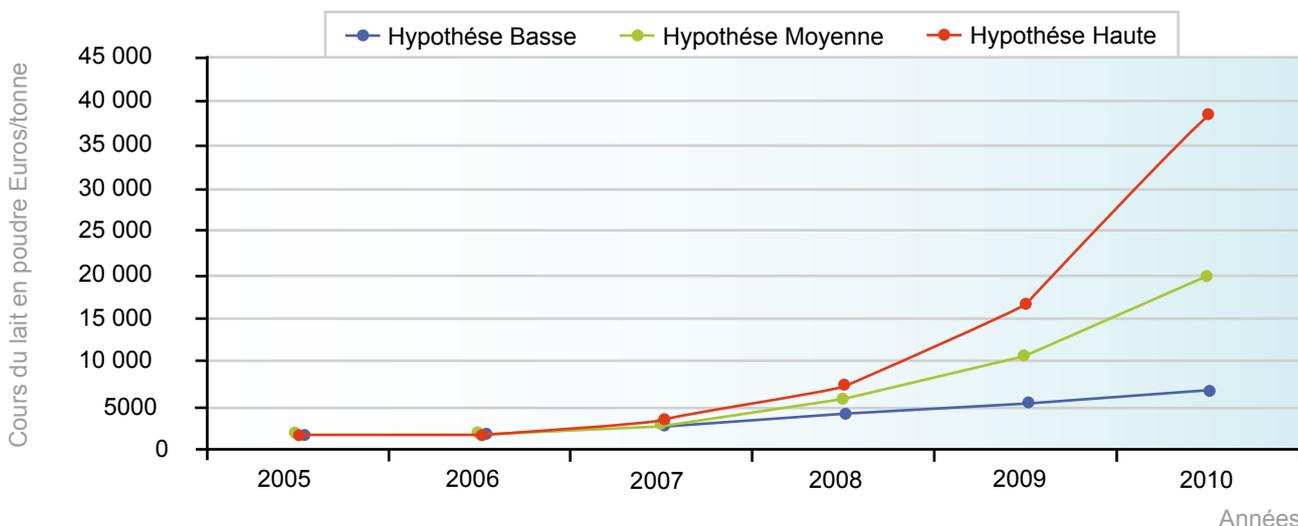
Les trois états du Maghreb central ont adopté différentes mesures en 2007 pour soutenir les producteurs de lait et garantir au consommateur un approvisionnement normal.

- **Suppression de la taxe à l'importation au Maroc**
Au Maroc, le droit d'importation sur le lait en poudre a ainsi été fixé à 35% entre le 15 août et le 15 octobre, contre 60% en temps normal. Pour le lait UHT (écrémé, demi-écrémé et entier), le taux a dégringolé de 102% à 2,5%. Cette mesure était valable jusqu'au 31 décembre 2007. Les coopératives agricoles souhaitent que ces mesures prennent le chemin d'une réforme.

- **Augmentation du prix minimum garantie en Tunisie**
Autre pays maghrébin confronté à cette problématique du lait, la Tunisie. Pour appuyer les producteurs, confrontés aux conséquences du déficit pluviométrique, le Ministère de l'Agriculture a relevé le prix minimum garanti de 20 millimes à la fin août. Le prix du litre de lait réfrigéré a donc varié de 395 millimes à la ferme à 410 aux centres de transformation. Le lait non réfrigéré a été vendu entre 385 et 400 millimes.

- **Subvention du lait vendu sur le marché intérieur en Algérie**
Pour sa part, l'Algérie, premier consommateur de lait au Maghreb avec plus de 3 milliards de litres par an, l'un des premiers importateurs mondiaux, a continué à subventionner le lait, via l'entreprise publique Gilpait qui prend en charge la différence entre le prix à l'importation et le prix de vente fixé par l'Etat. La production algérienne est nettement en deçà de la consommation nationale (3,5 milliards de litres par an).

Source : www.lesafriques.com



Evolution des cours mondiaux du lait entier en poudre au cours des prochaines années selon les hypothèses retenues

Quelque soit l'hypothèse retenue, le trend haussier des cours mondiaux du lait entier en poudre devrait se poursuivre jusqu'en 2010.

Source : CMA/AOC (Conférence des Ministres de l'Agriculture de l'Afrique de l'Ouest et du Centre)

La crise du lait ressurgit déjà en Algérie

.....La crise du lait en Algérie ne semble pas connaître de fin malgré les engagements du gouvernement en faveur des transformateurs de lait Algériens.

Les producteurs de lait pasteurisé se sont réunis récemment en réunion extraordinaire pour tirer la sonnette d'alarme sur les difficultés financières engendrées par les problèmes résultant de la manière dont sont traitées les subventions en poudre de lait par l'ONIL (Office national interprofessionnel de lait).

Selon M. Ziani, représentant de la Fédération des producteurs de lait de la confédération des industriels et producteurs algériens (CIPA) interrogé à l'issue de la rencontre, les quotas en poudre de lait subventionnée destinée aux producteurs de lait en Algérie ne sont pas suffisants, ce qui



a poussé ces derniers à réduire de moitié la quantité de leur production, qui ne peut, s'alarme-t-on également, ne pas être sans impact sur le maintien des postes d'emploi. La réduction des effectifs est un spectre à ne pas écarter, s'inquiètent les producteurs par la même occasion.

Pour rappel, l'ONIL a contracté depuis le mois d'octobre dernier un programme d'importation de matière première. L'office a reçu les tonnages nécessaires lui permettant d'avoir, depuis décembre dernier, ses propres stocks en plus des stocks qu'il a récupérés de la société Milk Trade.

Cette société, qui était chargée d'importer la poudre pour les filiales publiques, a fait l'objet d'un transfert vers l'ONIL. Elle est, donc, devenue une entité incorporée à l'organisation interne de l'office. Alors que les besoins des laitières en matière première sont estimés 12 000 tonnes par mois en Algérie, l'ONIL ne leur fournit actuellement que 6 000 tonnes, dénoncent également les producteurs qui ne savent plus ou donner de la tête. Les échéances bancaires arrivent à terme alors que les subventions du gouvernement pour les mois de novembre et de décembre ne sont pas encore empochées.

Source : www.algerie-dz.com



Les Français boudent les produits laitiers

..... Les changements d'habitudes alimentaires et la hausse des prix du lait provoquent une baisse de la consommation des produits laitiers.

Les Français consomment de moins en moins de produits laitiers, explique une étude du ministère de l'Agriculture français. En 2007, leur consommation s'élève à 371 kilos par habitant et par an, en baisse de 7% par rapport à 1997. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce repli : « moins d'achats de produits laitiers, une préférence pour les produits allégés et des prix en hausse », souligne l'étude. Cette baisse de la consommation touche particulièrement le lait conditionné, (60 litres par personne et par an) en baisse de 20% et le beurre (8 kilos), en repli de 12%. A l'inverse, la consommation de yaourts progresse tout au long de cette période. Les Français en ont consommé 21 kilos en 2007, contre 10 kilos en 1997. Le fromage a lui aussi la cote. Entre 1980 et 2000, sa consommation a progressé de 30% pour stagner depuis à 23 kilos par personne.

“ Pour vendre, l'industrie laitière emploie alors les gros moyens, en consacrant pas moins de 12% de son chiffre d'affaires à la publicité, contre 8% pour l'ensemble du secteur de l'agro-alimentaire.

● Envie de « light »

Selon l'étude, les consommateurs « privilégient aujourd'hui les fabrications élaborées aux dépens des produits brut ». Un changement d'habitudes alimentaires qui profite « aux industriels qui mettent en avant des fabrications à forte valeur ajoutée, à vocation diététique voire médicale comme les alicaments ». Pour vendre, l'industrie laitière emploie alors les gros moyens, en consacrant pas moins de 12% de son chiffre d'affaires à la publicité, contre 8% pour l'ensemble du secteur de l'agro-alimentaire. La consommation de produits laitiers baisse également alors que les Français se tournent désormais davantage vers les produits laitiers allégés. Ainsi, « un kilogramme de fromage frais de vache de 1 à 20% de matières grasses nécessite moins de lait entier qu'un kilogramme de camembert ».

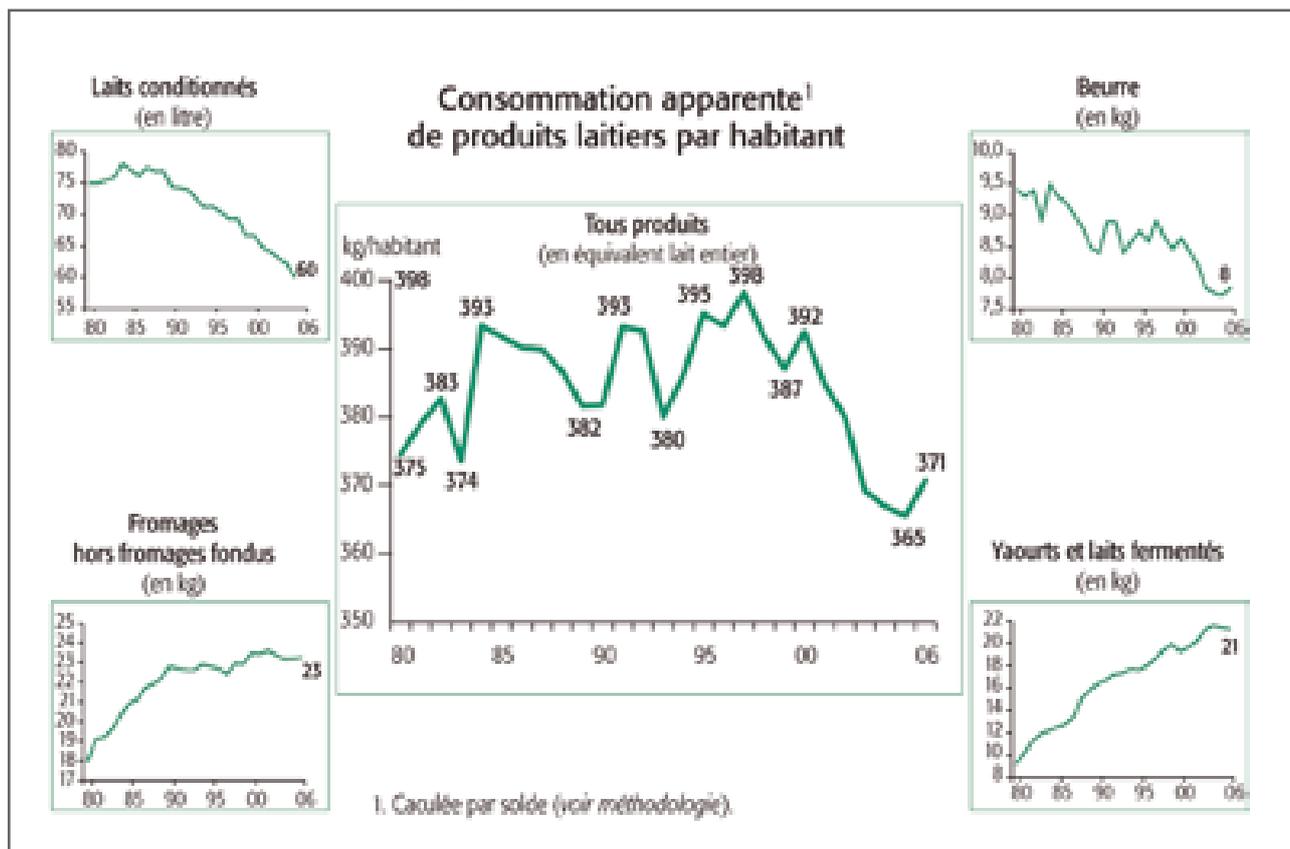


● Des prix en hausse

Les produits laitiers souffrent aussi de l'inflation. Selon l'Insee, l'indice des prix « lait, fromages, œufs » a progressé de 13% entre 1997 et 2006. Les prix du lait et de la crème ont eux augmenté de 14% et ceux des fromages et du beurre de 15%. Les yaourts et desserts lactés frais progressent de 6%. Sur l'ensemble de l'année 2007, les produits laitiers ont progressé de 5.1%, selon les chiffres de l'Insee.

Source : AGRESTE

► Ce que les français consomment...



Source : Agreste – Bilans lait

En 2007, Unilever glaces reprend

..... Après une année 2006 marquée par une bonne progression des ventes et une prise du leadership des MDD, le bilan de l'année 2007 s'annonce très différent pour Unilever, à plusieurs niveaux :

Tout d'abord, le marché a vu ses ventes fortement diminuer (marché GMS hors PFA à -8,9% en volume et à -7,1%*) à cause d'une météo particulièrement défavorable en pleine saison.

Ensuite, cette baisse du marché cache des évolutions très hétérogènes.

On ne note pas de vraies différences entre les glaces individuelles et les glaces à partager. En revanche, les segments ont des évolutions très contrastées.

Seuls les segments des spécialités Individuelles (+ 19,1 % en valeur*)*, des Pots (+ 8,8 % en valeur)* et de la Confiterie (+ 9,9 % en valeur)* progressent sur le marché. Ces chiffres sont souvent liés à l'arrivée de marques (Frusi, Ben&Jerry's) mais aussi au fort soutien de marques existantes (Masterfoods et Mystère d'Extrême)

Les segments qui évoluent moins bien que le marché sont essentiellement les bacs (avec une baisse des ventes de 10.9% en valeur). Mais aussi le segment des BGC qui subit une forte baisse (- 22% en valeur).



Enfin Unilever glaces reprend le leadership sur le marché avec 28,4%* de PDM valeur (+0,6 pts vs 2006) et 25,5% de PDM volume (+2,2 pts vs 2006)*. Pour la 1ère fois depuis 10 ans, Unilever renoue avec une croissance forte de ses parts de marché.

Les marques distributeurs et Nestlé sont les perdants de la saison avec une PDM valeur en baisse (respectivement -1,4 pts à 27.7% et -0,6 pts à 21,8%)*. Nestlé connaît des évolutions différentes selon ses marques avec une progression sur la marque Extrême (via, en partie, la migration de la marque Mystère en Extrême) et une baisse pour La Laitière.

Toujours en progression, Masterfoods (+1,2pt de PDM valeur)* et Häagen Dazs (+0,4 pt de PDM valeur)* restent challengers et confirment leur très bonne santé sur le marché avec respectivement 7,6% et 7,5% de PDM valeur.



* Sources données distributeur : Infoscan – Total France – CC à P13 2007 hors PFA

** Sources : panel consommateur TNS en CC à fin P9 2007

le leadership sur le marché de la glace en France !



Face aux préoccupations croissantes des français pour la santé, Unilever glaces a eu pour ambition de développer en 2007 de nouvelles offres et une communication répondant à ces attentes.

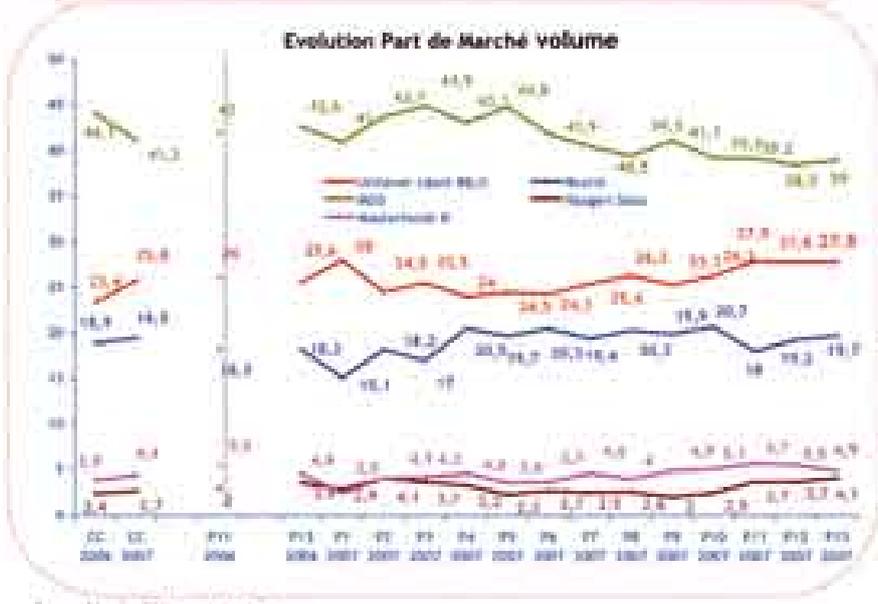
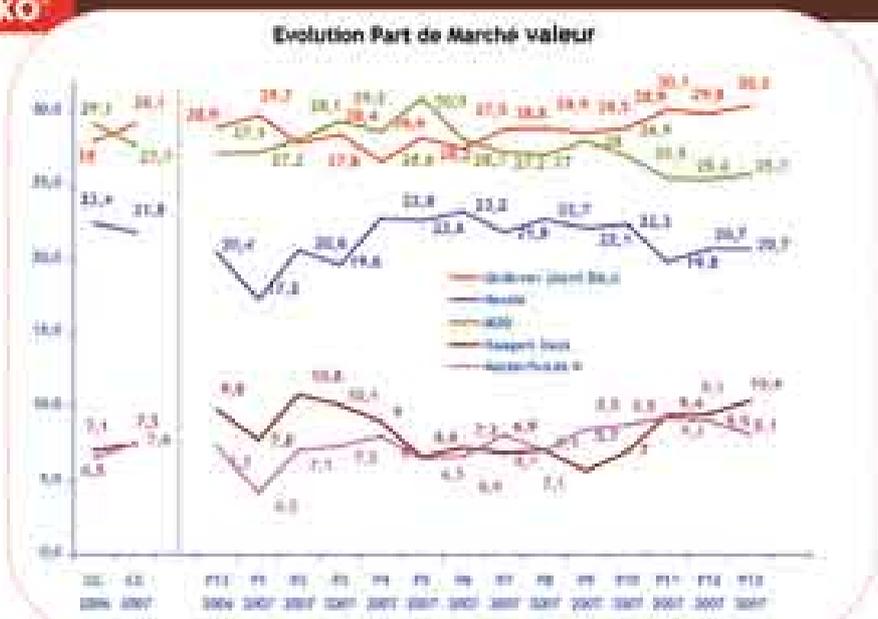
En effet, la glace, souvent perçue par les français comme un plaisir trop sucré, est consommée occasionnellement.

Afin d'augmenter cette fréquence de consommation, la réhabilitation de l'image de la glace s'imposait. L'année 2007 a donc été marquée par ce changement de stratégie qui a porté ses fruits.

.....
Exemple : lancement de Frusi

Cette nouveauté inscrite dans la stratégie vitalité d'Unilever est en effet une réussite : 7,1% de PDM valeur.

350 000 consommateurs de glace ont été séduits en 2007 par l'innovation Frusi (69% des acheteurs de Frusi n'achetaient pas de SI en 2006 et 50% n'achetaient pas Unilever). La gamme contribue ainsi à 46% de la croissance du segment.



Source: Mérieux, PDM valeur et volume



Djazagro

Algérie - Maghreb - Afrique

Le salon international des industries agroalimentaires
The international exhibition for the food processing



**14-17
AVRIL
2008
ALGER**

**6^e Salon
International**
RÉSERVÉ AUX PROFESSIONNELS

**6th International
Exhibition**

RESERVED TO PROFESSIONALS ONLY

www.djazagro.com

Palais des expositions Safex - Alger
Safex exhibition park - Algiers

Interview de M. Bertrand Laurent

Directeur du Salon Djazagro

Agroligne : Bonjour M. LAURENT, pourriez-vous nous parler des nouveautés sur le salon Djazagro 2008 ?

M. Bertrand Laurent : La première nouveauté concerne le changement du logo, du visuel et des couleurs, comme chacun pourra d'ailleurs le constater

Nous commençons aussi à être bien connu en Algérie, donc nous avons décidé d'élargir la promotion sur le Maghreb et l'Afrique subsaharienne. L'objectif est de communiquer un peu plus loin, vers la Tunisie, le Maroc, le Mali, la Mauritanie. Nous souhaitons ainsi faire de Djazagro, une référence pour toute l'Afrique du nord et l'Afrique subsaharienne dans un premier temps.

Dans un second temps, et dès l'année prochaine, nous entamerons des actions de promotion vers les pays arabes un peu plus lointains jusqu'aux Emirats Arabes Unis, pour développer ce salon au niveau régional et avec tous les pays voisins. Car il est plus facile pour les professionnels de ces pays d'aller visiter un salon à Alger, plutôt qu'en Europe.

Agroligne : Ces actions vont-elles emmener une participation étrangère plus importante ?

M. Bertrand Laurent : Comme la demande est plus importante au niveau des visiteurs, cette dimension internationale sera donc très visible dès 2008, d'un point de vue des visiteurs. Vu que c'est un salon essentiellement de fabricants (à l'exclusion des agents et distributeurs), de nombreux professionnels du Maroc, du Mali, de la Tunisie viendront en tant que visiteurs et utilisateurs d'équipements industriels.

Agroligne : Avez-vous de chiffres à nous donner concernant la participation des exposants ?

M. Bertrand Laurent : Nous serons sur les mêmes bases que l'année dernière (300 exposants en 2007). Proportionnellement, le pays étranger le plus représenté est la France, mais il y a toujours l'Italie, l'Espagne... Il y aura 17 ou 18 pays représentés, certains exposants viennent d'Ukraine, de Chine, de Turquie, de Belgique, du Danemark, d'Egypte...



Agroligne : Avez-vous quelque chose à rajouter ?

M. Bertrand Laurent : Oui l'autre nouveauté importante concerne la mise en place d'ateliers exposants gratuits pour les visiteurs, dans une annexe du pavillon central. L'exposant qui réserve un atelier dispose alors de 45 minutes pour présenter un thème précis et les solutions qu'il propose.

Agroligne : C'est le cas de la société PERMO ?

M. Bertrand Laurent : En effet, PERMO a réservé 2 ateliers, comme une dizaine d'autres sociétés. La société PERMO va parler quant à elle, de l'intérêt d'avoir une eau de bonne qualité dans les industries agroalimentaire, et en suite ils vont présenter leurs solutions.

Ces ateliers vont se faire devant un grand nombre de visiteurs, et en suite ceux qui veulent avoir des informations précises, adaptées à leur cas, pourront se rendre sur le stand de la société pour obtenir de plus ample informations. Il y a en Algérie, une soif d'information, de formation et d'échange de savoir-faire. Beaucoup de gens veulent lancer leurs sociétés mais ils ne sont pas très au fait des derniers points techniques, et ces ateliers vont permettre de les informer. Nous allons d'ailleurs beaucoup communiquer sur ces ateliers durant le salon par le biais notamment d'une sono, et de panneaux de signalisation.

BUHLER SORTEX

Solutions de triage optique.

Écran tactil interactif pour un réglage simple et rapide.

Diverses truses permettant d'optimiser la collecte.

Système d'aspiration à l'eau SmartClean pour un rendement élevé.

Carabène rotative par Buhler Sortex et technologie InCafe pour détecter défauts, produits et corps étrangers.

SORTEX Z+ pour le triage des céréales et des semences.

La SORTEX Z+ retire efficacement tous les types de contaminants dans les céréales et semences. Sa gamme réunit un vaste choix de modèles qui conviennent parfaitement aux capacités de traitement des petits et grands producteurs.

Buhler Sora
T. +39 051 40 80 81 00
sales@bu.com
www.buhlersortex.com

BUHLER

Bilan 2006 des échanges mondiaux d'équipements agroalimentaires

Source : Anne Perilhou - Département Agro Alimentaire - UBIFRANCE

Place de la France



Les équipements pour le conditionnement ne sont pas pris en compte dans le cadre de cette analyse (les nomenclatures douanières ne distinguent pas l'agroalimentaire des autres secteurs industriels).

Les échanges mondiaux d'équipements agroalimentaires

Les échanges mondiaux poursuivent leur croissance pour atteindre en 2006 un montant total de 10,28 milliards d'US \$, soit environ 7 milliards d'euros d'équipements exportés.

Ce marché est très concentré puisque près de 90% des exportations mondiales sont réalisées par 15 pays, parmi lesquels figurent 11 pays de l'Union européenne.

• Les exportations

L'Allemagne, 1er exportateur mondial d'équipements agroalimentaires pour l'année 2006, représente environ 20% du marché mondial.

Suivent l'Italie, les Pays-Bas, et la France.

Les exportations mondiales ont augmenté d'environ 20% entre 2004 et 2006. Les 2 premiers pays exportateurs ont des résultats stables depuis 2001.



L'Irlande, la Grèce, le Portugal, le Luxembourg, les Pays Baltes et Malte sont les plus faibles exportateurs de l'UE à 25. La Pologne et La République Tchèque les devancent, avec des parts de marché encore faibles (respectivement 1,9% et 0,8%) mais dont la tendance est à la hausse depuis 2002 pour la Pologne.

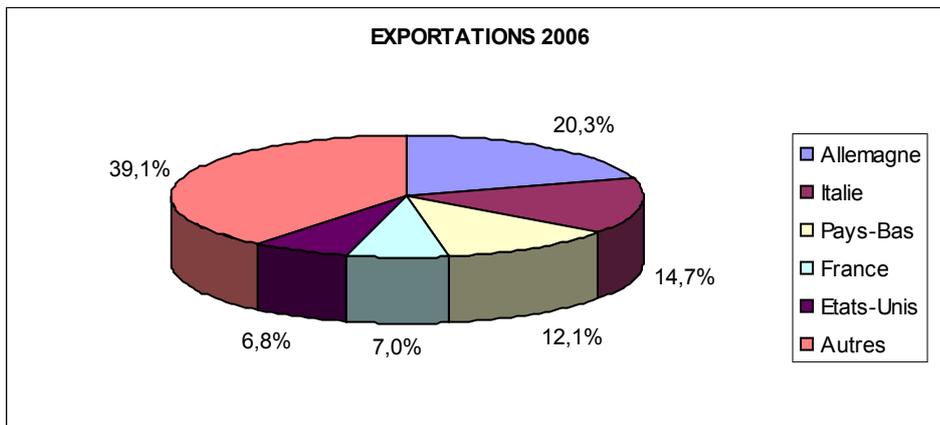
La Chine et la Pologne ont enregistré de fortes hausses de leurs exportations en valeur en 2006/2005 (respectivement + 90% et + 60%)

Le Brésil a plus que doublé ses exportations d'équipements en 2006/2005.



Les pays non européens, à l'exception des Etats-Unis, exportent peu.

A noter l'émergence de la Chine et du Japon qui n'occupent toutefois en 2006 que la 11^{ème} et la 14^{ème} place avec une part de marché respective de 2,2% et 1,6%.



• Les importations

Les Etats-Unis, 1er importateur mondial d'équipements agroalimentaires, suivis par la Russie, l'Espagne, la France et le Royaume Uni.

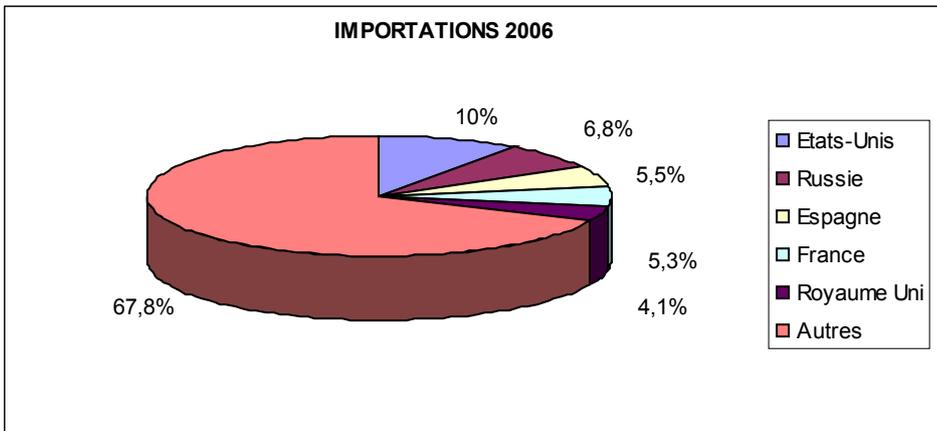
Le marché des importations d'équipements progresse régulièrement. La Russie devient pour la 1^{ère} fois en 5 ans le 2^{ème} importateur mondial d'équipements, avec une hausse de ses importations en valeur de plus de 70% en 2006/2005.

L'Espagne a développé également ses importations de plus de 20% entre 2006 et 2005.

L'Union européenne représente près de 45% des importations d'équipements agroalimentaires.

Les Etats-Unis sont les plus gros importateurs mondiaux, avec une part de marché qui augmente régulièrement depuis 3 ans (environ 10% des importations totales en 2006) ; ils devancent nettement les autres pays.

• Les exportations françaises



La France se situe à la 4ème place des pays exportateurs ; ces bons résultats sont notamment dus à la très bonne image des produits alimentaires français à l'étranger qui contribue à dynamiser les performances des équipementiers français.

Les exportations ont progressé de près de 40% entre 2003 et 2006.

.....La place de la France

La balance commerciale de la France est excédentaire en matière d'équipements agroalimentaires (taux de couverture de 164% en 2006).

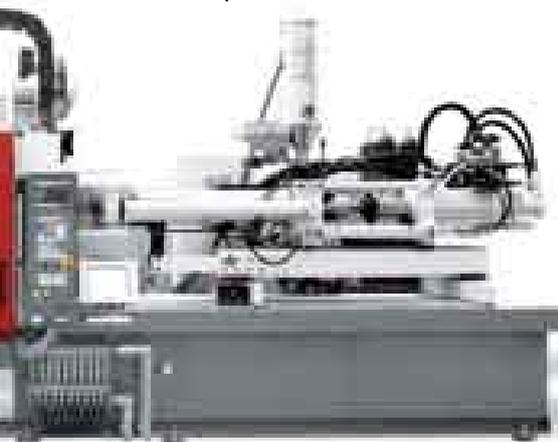
Les trois principales zones d'exportation de la France sont l'Union européenne (environ 42 % de nos exportations), les Etats-Unis, la Russie, la Turquie et l'Afrique du Nord (plus particulièrement l'Algérie) :

- L'Espagne et les Etats-Unis sont les premiers clients de la France, suivis de près par l'Allemagne puis par la Russie, la Turquie et l'Italie.

- l'Allemagne est notre 3ème client et notre 2ème fournisseur ; c'est un marché prioritaire et incontournable pour la profession.

- l'Algérie fait partie de nos 10 meilleurs clients (Maroc en régression en 2006/2005).

“ La France est le 4ème importateur mondial d'équipements agroalimentaires ”



• Les importations françaises

Le 1er fournisseur de la France est l'Union européenne qui représente environ 80% des importations en 2006.

L'Italie et l'Allemagne sont les principaux fournisseurs de la France depuis plusieurs années.

26% des importations proviennent de l'Italie ; viennent ensuite l'Allemagne (23,2%), dont la part de marché est en baisse depuis 2004 et les Pays-Bas.

La part de marché des importations en provenance des Etats Unis progresse depuis plusieurs années et a retrouvé en 2006 son niveau de 2001 (10%).

Nos importations en provenance de pays non européens autres que les Etats Unis sont très faibles (moins de 1%).





Les exportations à destination des nouveaux Etats membres poursuivent leur développement notamment en Pologne et en République Tchèque :



Nos exportations sur l'Asie représentent environ 6,5 %. Elles sont essentiellement destinées à la Thaïlande, au Japon, à l'Indonésie et à la Chine (baisse de nos exportations en Chine depuis 2004 avec des résultats très modestes).

- La Pologne est notre 1er client (2,4 % de part de marché) parmi les nouveaux Etats membres. Les exportations à destination de ce pays ont enregistré une progression en valeur de près de 150% en 2006/2004.

La Pologne est suivie par la République Tchèque (0,8% de part de marché

et exportations multipliées par 2 entre 2005 et 2006) ; résultats plus faibles et en baisse avec la Hongrie (0,4% de part de marché).

- L'élargissement de l'Union européenne à 27 pays a ouvert de nouveaux et nombreux marchés pour la France et les autres pays de l'UE à 15 ; la modernisation de leurs équipements, rendue nécessaire par l'obligation de leur conformité aux normes européennes, entraîne une très forte demande d'investissements de ces pays.

Les pays d'Europe de l'Est, y compris les 2 derniers pays ayant adhéré à l'UE, représentent un très fort potentiel pour les équipementiers français auxquels ils ne savent pas toujours répondre. La concurrence est forte sur ces marchés mais la France s'y impose de plus en plus, notamment en Ukraine où les exportations ont plus que doublé entre 2004 et 2006.

Bonne progression enregistrée également en Roumanie mais très faible présence de la France en Serbie, Croatie, Slovénie, Bulgarie ainsi que dans les pays Baltes.

La Russie, 4ème client de la France, représente l'essentiel des exportations françaises à destination de la CEI (5,9 % de notre part de marché en 2006) ; c'est un marché difficile mais néanmoins en constante progression (les exportations ont été multipliées par 5 entre 2002 et 2006).

Nos exportations sur l'Asie représentent environ 6,5 %. Elles sont essentiellement destinées à la Thaïlande, au Japon, à l'Indonésie et à la Chine (baisse de nos exportations en Chine depuis 2004 avec des résultats très modestes).

L'Inde est un marché à gros potentiel mais la France parvient difficilement à s'imposer face à la concurrence ; les performances réalisées sont toutefois en légère progression en 2006/2005.





“ *Enfin, les performances de la France en Afrique du Nord sont bonnes mais en régression au Maroc. 4,6% des exportations ont été réalisées en Algérie en 2006, 2,1% au Maroc et 1,3% en Tunisie, avec des résultats identiques à ceux de l’Egypte.* ”

Quant aux pays du pourtour méditerranéen, il ressort des statistiques actuellement disponibles que la Turquie est, sur cette zone, le marché avec lequel l’Union européenne a le plus d’échanges commerciaux en matière d’équipements agroalimentaires. Nos exportations ont enregistré une très forte hausse en 2006/2005 (multipliées

par 3,5). La France est peu présente dans les pays du Moyen Orient, l’essentiel des équipements exportés étant destinés à l’hôtellerie.

Enfin, les performances de la France en Afrique du Nord sont bonnes mais en régression au Maroc. 4,6% des exportations ont été réalisées en Algérie en 2006, 2,1% au Maroc et 1,3% en Tunisie, avec des résultats identiques à ceux de l’Egypte.

Les ventes d’équipements agroalimentaires sont insignifiantes en Afrique sub-saharienne (hors République Démocratique du Congo et Afrique du Sud qui représentent respectivement 1,6% et 0,9% de nos exportations), dans les pays d’Amérique latine (hors Mexique, Brésil et Chili- 0,9%, 0,7% et 0,6% -) ainsi que dans certains pays d’Extrême Orient (sauf Vietnam et Corée du Sud - 0,4% et 0,3%-).

Permo :

La reconstitution de lait



Malheureusement, les eaux souterraines disponibles dans le sous sol algérien sont la plupart du temps trop fortement minéralisées ou voir même saumâtres et salines.

Cette caractéristique de l'eau disponible a pour conséquences :

- Un dépassement de qualité sur de nombreux critères de potabilité,
- Un risque important de corrosion des équipements de process laitier même lorsqu'ils sont en acier dit « inoxydable »
- Une difficulté d'utilisation dans les centrales d'énergies (chaudière vapeurs, tours de refroidissement).

.....La filière Lait en Algérie

Le lait occupe en Algérie une place prépondérante dans la ration alimentaire de chacun. Il apporte la plus grosse part de protéines d'origine animale, loin devant la viande et les œufs.

La filière Lait algérienne fonctionne principalement sur la base de matières premières importées.

Il s'agit de poudre de lait et de matière grasse de lait anhydre qu'il faut ajouter à de l'eau potable pour « reconstituer » le lait. Celui-ci servira de base à la fabrication de divers produits laitiers (yaourt, crème dessert, fromage...)

Ce procédé technologique de réhydratation de poudre est depuis une vingtaine d'année le quotidien de l'industrie laitière algérienne qui est devenue un acteur clé de l'économie algérienne.

.....L'eau, matière première de la filière Lait

L'eau nécessaire à la reconstitution du lait doit au minimum répondre aux exigences réglementaires en terme de qualité microbiologique et qualité physico-chimique de l'eau destinée à la consommation humaine.

En réalité, les critères de qualité de l'eau à utiliser qu'exigent les industriels laitiers sont beaucoup plus sévères que ceux de l'eau potable.

L'eau souterraine obtenue par forage est la principale source d'eau des industries agro-alimentaires, grosses consommatrices d'eau potable.

Son utilisation en industrie laitière nécessite d'être potabilisée et partiellement déminéralisée.



en Algérie

.....Le traitement d'eau par osmose inverse

Une solution de traitement d'eau existe pour répondre aux exigences soulevées dans le paragraphe précédent. Il s'agit de la technique membranaire de l'osmose inverse. Cette technique consiste en une séparation physique des éléments minéraux et organiques présents dans l'eau. Son seuil de coupure est environ 5000 fois plus petit que le micromètre (à la frontière de l'atome !).

On peut presque considérer qu'il ne reste dans l'eau osmosée que la molécule d'eau H₂O.

Cette technologie membranaire est une technologie dite propre car elle ne nécessite pas l'utilisation de produits chimiques dangereux pour l'environnement.

L'eau osmosée est qualifiée d'« eau ultra-pure ». Elle est déjà le standard de qualité d'eaux utilisées par des industries très exigeantes telles que l'industrie pharmaceutique.

Cette technologie présente les avantages suivants :

- Eau garantie de qualité irréprochable, constante et ultra-pure
- Mise en œuvre et exploitation simplifiées et automatisées
- Fonctionnement continu 24h/24
- Technologie propre sans atteinte à l'environnement



sera présent au salon DJAZAGRO
du 14 au 17 avril 2008 - STAND D42
Et animera 2 conférences concernant
le traitement d'eau de process pour
les industries agroalimentaires

.....Permo

103 rue Charles Michels
93206 Saint-Denis – France
Tél. : +33.1.49.22.46.51
Fax : +33.1.49.22.45.30
E-mail : permo.export@bwt.fr
www.espacepermo.fr

PERMO,
une expérience
INTERNATIONALE
de 80 ans dans le
TRAITEMENT DES EAUX
Industrielles.

Filtration - Déferrisation
Adoucissement
Déméralisation
Osmose Inverse
Nano Filtration
Ultrafiltration
Microfiltration - Chloration
Ultra Violets - Ozone...



permo
TRAITEMENT DES EAUX

BWT FRANCE

PERMO - SERVICE EXPORT

Tél. : + 33 1 49 22 46 51 - Fax : + 33 1 49 22 45 30

e-mail : permo.export@bwt.fr

www.permo.fr

www.espacepermo.fr

103 rue Charles Michels - 93206 St Denis Cedex - FRANCE

مؤسسة ميناء بجاية



**ENTREPRISE
PORTUAIRE
DE BEJAIA**

13, avenue des Frères Amrani,
BP 14 - 06000 Béjaïa
Tél : 034 21 18 07 / 08 / 11
Fax : 034 20 14 88
E-mail : portbj@portdebejaia.dz



UN PORT MODERNE AU SERVICE DE SES CLIENTS



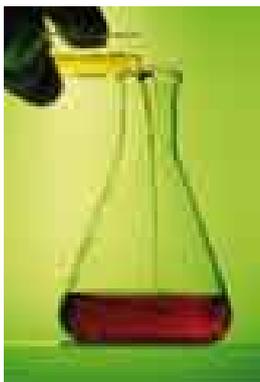
**Un leader
incontesté**

QUIZ...



Les entreprises vous **parlent d'elles**

L'Institut National de la Recherche Agronomique en Algérie



Notre agriculture au même titre que l'agriculture méditerranéenne qui constitue une composante essentielle de notre économie nationale est confrontée à de nombreux et sévères problèmes, ressources en eau et sécheresse, salinité, dégradation des sols et érosion, maladies émergentes et invasives animales ou végétales, gestion et préservation des ressources naturelles

développement rural alimentation nutrition etc... Ce sont autant d'obstacles au développement durable.

La Recherche est l'un des moyens pour d'abord bien comprendre ces phénomènes et d'apporter ensuite des réponses construites et appropriées. La loi sur la programmation de la recherche promulguée vers la fin des années 90, complétée par la politique nationale de développement de l'agriculture, et le programme de relance économique, mis en œuvre au début de cette décennie, ont offert des opportunités indéniables, remarquables, à la fois pour structurer convenablement les activités de notre institution, élargir le spectre des thématiques à prendre en charge, renforcer les équipes de recherche et les personnels technique et administratif de soutien à la recherche. Parmi les conséquences de toutes ces mesures, l'irruption au sein de notre institution d'une dynamique de recherche, de plus en plus multidisciplinaire, et correctement redéployée sur des thématiques et des espaces agraires plus au moins délaissés jusque-là.

Cette dynamique a pu engendrer des travaux de recherche de bonne facture, davantage axés sur les réalités et spécificités du pays, œuvrant à faire face à des problématiques réelles, de plus en plus en rapport direct avec la vie des populations rurales, bien qu'il faille reconnaître au passage que ces travaux sont conduits avec un minimum de moyens indispensables à l'accomplissement de telles missions.

L'INRA Algérie vient aussi d'organiser les premières asises de la recherche agronomique afin de mobiliser l'ensemble des acteurs et des partenaires du secteur de l'agriculture et du développement rural, pour sortir avec des propositions qui vont servir de base de travail pour définir une stratégie future de la recherche agronomique et rural en Algérie pour promouvoir le secteur. Cette rencontre scientifique de trois jours, a réuni 500 participants, composés essentiellement de chercheurs, d'experts spécialisés dans la recherche agronomique, de responsables de plusieurs instituts et centres universitaires, des professionnels du secteur de l'agriculture ainsi que des chercheurs étrangers, sous le haut patronage de Monsieur le Ministre de l'Agriculture et du Développement Rural, ce dernier a appelé à une évaluation "exhaustive" du Plan National de Développement Rural (PNDAR), soulignant la nécessité d'une meilleure prise en charge des problèmes de l'agriculture et du monde rural. Monsieur le Ministre a souligné que c'est en restant à l'écoute des préoccupations du monde rural, en renforçant ses capacités d'intervention et en favorisant la diffusion, la plus large possible, des acquis de la recherche que la communauté apportera sa contribution, la plus déterminante.



ATLAS revêtements spéciaux

Agence commerciale pour les sociétés RPM/BELGIUM N.V, ALTECO GmbH et MONILE France Sarl. Régions Rhône-Alpes, sud de la France et Maroc, et pays du Maghreb.

Nous sommes spécialisés dans les revêtements de sols industriels, les technologies d'étanchéité des sous fondations, les étanchéités en général.

Algérie

Dissolution de deux unités d'ENAJUC



Deux unités de transformation de produits agricoles ont été dissoutes par l'entreprise ENAJUC, comme ce fut déjà le cas

dans le passé pour d'autres unités du secteur public.

La première à Beni Haoua, à l'extrémité est du littoral, est depuis livrée à l'abandon, tandis que son matériel a été récupéré par l'unité de Relizane. L'autre unité quant à elle, implantée à la sortie Est de Chlef, sur une superficie de plus de 6 hectares, a été cédée à un groupe privé.



Source : www.elwatan.com

Quatre unités agroalimentaires proposées à la privatisation

La Société de gestion des participations de l'Etat SGP-CEGRO a proposé à la privatisation quatre unités agroalimentaires relevant des groupes industriels affiliés à son portefeuille.

Il s'agit de deux filiales, la première étant Les Moulins de Tizi-Ouzou, composée de la semoulerie de Baghlia produisant de 2.000 quintaux par jour de blé, et de la minoterie de Tadmaït produisant 7.200 q/j de blé.

Source : www.aps.dz

Deux entreprises de conditionnement et de torréfaction proposées à la privatisation

La société de gestion des participations de l'Etat conserves, jus et boissons SGP/COJUB a proposé à la privatisation deux entreprises de conditionnement et de torréfaction affiliées à son portefeuille, selon un avis d'appel d'offres national et international publié lundi par cette SGP. Cette privatisation porte sur la cession totale de l'entreprise de conditionnement et de torréfaction de l'est (ECT/Annaba) et celle de Relizane (ECTR) respectivement au capital social de 5 millions de DA et 2 millions de DA.

Source : www.aps.dz

Le projet du complexe des engrais phosphatés de Ferphos lancé fin 2008 à Guelma

Le projet du complexe de production des engrais phosphatés du groupe Ferphos sera lancé au plus tard fin 2008 à Guelma, a annoncé à Annaba, le PDG du Groupe, Lakhdar Mebarki. S'exprimant lors de la 4e conférence des cadres du groupe, il a précisé que le comité des participations de l'Etat (CPE) avait donné son accord le 3 février dernier pour la création d'une joint-venture entre le groupe Ferphos et le partenaire pakistanais Engro.

Source : www.aps.dz

L'ONIL appelé à respecter les quotas de distribution du lait en poudre

Les producteurs de lait privés ont appelé dimanche l'Office national interprofessionnel du lait (ONIL) à respecter les quotas de distribution du lait en poudre qui, selon eux, sont en deçà des besoins exprimés par les unités de production privées.

Réunis à Alger, les représentants des transformateurs et producteurs de lait en sachet, affiliés à la Fédération nationale de l'industrie agroalimentaire et de l'agriculture, ont demandé à être représentés au sein de l'ONIL afin «de participer au choix de la poudre importée et d'assurer plus de transparence dans la distribution des quotas de



cette matière première», a indiqué le président de la filière lait auprès de la Confédération des industriels et producteurs algériens (CIPA), Abdelouahab Ziani.

Source : www.aps.dz

Maroc

Le Maroc gros importateur de thé chinois



Le Maroc serait le premier importateur de thé chinois au monde selon les douanes chinoises.

Ainsi, selon les chiffres de l'Administration générale des Douanes chinoises, le Maroc

aurait importé en 2007 pour près de 120 millions de dollars de thé produit en Chine. Les exportations chinoises de thé ont atteint près de 290 000 tonnes en 2007. A noter que le thé, bien plus qu'une simple boisson d'agrément, représente en Chine une véritable institution. Il constitue autant un art qu'un fleuron de la gastronomie.



Source : www.algerie-dz.com

Le groupe Alj se diversifie

Le groupe Alj vient de créer deux sociétés. La première dénommée CM2D S.A. (Compagnie marocaine de développement durable) au capital de 4 millions de DH. Elle a essentiellement pour objet, au Maroc et dans tout autre pays, le développement durable dans les domaines de l'eau, l'énergie, l'agriculture, la sylviculture, le bâtiment et l'environnement.

La deuxième s'appelle CIOAM S.A. au capital de 2,5 millions de DH. Son objet social consiste à faciliter les relations et les opportunités d'affaires au Maroc et dans tout autre pays. L'administration est assurée par la société Stokvis Nord Afrique représentée par Chakib Ben El Khadir. Saïd Alj assurera la présidence avec Léon Lucide en tant que vice-président. Chakib Ben El Khadir sera également vice-président et directeur général.

Source : www.leconomiste.com

Koutoubia s'allie à Fridays

Le groupe Sapak-Koutoubia, spécialisé dans la charcuterie, l'abattage, la découpe de dinde et de poulet, vient de signer à Rabat un contrat de collaboration avec la chaîne américaine, Fridays. Cette dernière, qui vient d'ouvrir son premier restaurant à Rabat, est connue pour ses hamburgers et potatoes skins.

Source : www.leconomiste.com

Nouvel appel d'offres pour l'importation de blé tendre

L'Onic (Office national interprofessionnel des céréales et des légumineuses) a lancé vendredi 29 février, un nouvel

appel d'offres pour l'approvisionnement des minoteries industrielles fabriquant la farine nationale de blé tendre.

A cette date, il restait à l'Office 260.000 tonnes de blé à importer avant la fin de la campagne agricole, pour couvrir les besoins des minoteries. L'appel d'offres de vendredi dernier



porte sur une quantité globale de 136.000 tonnes. Après l'ouverture des plis, prévue le 18 mars, l'Onic devrait donc adresser un second appel d'offres pour importer le reliquat.

Source : www.leconomiste.com

Tunisie

La Tunisie se veut un pays exportateur de produits bio



L' introduction de la Tunisie dans la liste des pays exportateurs de produits biologiques conformes aux normes européennes suscite l'intérêt des structures commerciales européennes.

La loi européenne sur le commerce est en passe de connaître de nouveaux amendements portant sur l'accréditation des structures de contrôle et de certification par l'Union européenne (UE) comme condition sine qua non pour l'importation de produits biologiques. Cette loi, qui entrera en vigueur à partir du 1er janvier 2009, substituerait le permis d'importation auparavant exigé auprès des exportateurs de ces produits sur les marchés européens. En Tunisie, l'agriculture biologique fait, depuis 1999 (date de la promulgation de la loi numéro 30 relative au développement du secteur), l'objet de toutes les attentions. Ainsi le programme présidentiel « Pour la Tunisie de demain » préconise de doubler la production de l'agriculture biologique (200%) à l'horizon 2009 et d'en promouvoir l'exportation.



Source : www.infotunisie.com

Le tourisme œnologique gagne du terrain

Un nombre croissant de producteurs de vin tunisiens s'intéresse au tourisme œnologique en le considérant comme un moyen non seulement de promouvoir leurs vins, mais aussi un potentiel de création des liens commerciaux avec les clients européens et les détaillants de vin. Même si le tourisme œnologique est encore relativement nouveau en Tunisie, il attire de plus en plus de touristes désireux de visiter les caves de vin de Grombalia, Bouargoub, Tebourba, Mornag et Kélibia.

Un certain nombre d'agences de tourisme spécialisées dans ce « créneau » du tourisme, vendent déjà le vin dans des randonnées et mettent constamment à jour leur carte des vins des meilleurs sites à visiter, qu'ils soient anciens châteaux, de musées, de vin ou de nouveaux domaines offrant des dégustations.

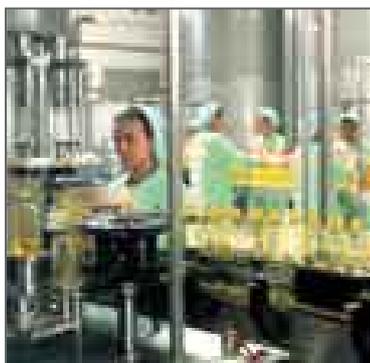
La Tunisie espère, dans ce cadre, devenir une célèbre destination de la Méditerranée du tourisme œnologique, de la même manière que la France qui attire 7 millions de touristes œnologiques par an, ce qui en fait la première destination de ce lucratif type de tourisme.

Source : www.investir-en-tunisie.net

Industries agroalimentaires : un secteur qui se porte bien

Actualisée au début du mois de janvier 2008 par UBI France et les missions économiques, une étude sur les produits alimentaires transformés vient d'être publiée récemment pour montrer que les industries agroalimentaires (IAA) représentent 3,5% du PIB de la Tunisie.

Elles comptent près de 5 500 entreprises, dont un millier de 10 salariés et plus, qui emploient au total 85 000 personnes. A partir de 1995, dans le cadre de la mise à niveau prévue par l'accord d'association avec l'UE, elles



Source : www.lapresse.tn

ont engagé un processus de modernisation, d'une part, pour mieux répondre aux attentes du consommateur tunisien dont le niveau de vie s'élève et, d'autre part, pour résister à la concurrence des produits importés.

France

Kaufler change de mains



Kaufler, concepteur et constructeur de machines pour des lignes de production de jambons, est implanté à Loudéac. Cette entreprise de 25 salariés affiche un chiffre d'affaires de 4,3 M€ réparti à 70 % pour la production de lignes de préparation de jambons, cuisson refroidissement compris, et à 30 % pour le tranchage et la dépose d'ingrédients sur des lignes de préparations agroalimentaires.

Les fondateurs de Kaufler, Yvon Corveller et Jean-Claude Champalaune, viennent de transmettre les clés de leur entreprise à deux actionnaires privés majoritaires, Jean-Yves Duault et Marc Banallec, 28 ans après avoir créé l'entreprise. À des investisseurs financiers, ils ont préféré céder leur société à des hommes qui ont une même approche technique du métier et l'ambition de développer l'activité locale.

Jean-Yves Duault était jusqu'alors responsable commercial Volailles chez Stork Food System et Marc Banallec, directeur technique chez Nijal, des entreprises équipementières de l'agroalimentaire.



Source : www.agrisalon.com

Arkema met en ligne son site www.scaleva.fr

Arkema, acteur de la chimie mondiale, annonçait en juin dernier le lancement de Scaleva™, une nouvelle solution respectueuse de l'environnement pour les formulations détergentes destinées à l'hygiène et au nettoyage dans l'industrie agroalimentaire. Le site www.scaleva.fr présente cette nouvelle solution, alternative à l'acide phosphorique, permettant aux industriels de réduire les rejets de phosphore dans les eaux usées.

Avec Scaleva™, acide organique pour les formulations nettoyantes, Arkema fournit une solution efficace en remplacement de l'acide phosphorique présent dans les formulations actuellement utilisées par les industriels de l'agroalimentaire. Biodégradable en station d'épuration en 28 jours, sans apport de composés de décomposition dangereux pour l'environnement, Scaleva™ permet aux industriels de diminuer le phosphore à la source, réduisant ainsi les coûts importants directs et indirects liés au traitement et à l'élimination du phosphore dans les eaux usées.

Au travers de son site www.scaleva.fr, Arkema met à la disposition de l'ensemble de la communauté des fabricants et utilisateurs de produits lessiviers à base d'acide phosphorique, une partie des résultats issus de ses études de recherche, ainsi que les performances techniques, économiques et environnementales de Scaleva™.

www.scaleva.fr

Soléou, un nouvel actionnaire, de nouvelles ambitions

Quelques mois après son rapprochement avec Agroazur, confiseur-aromatiseur d'olives fraîches, le Groupe Soléou, aromatiser-créateur de goût basé en plein cœur de la Provence, ouvre aujourd'hui son capital à Carli, un groupe familial basé à Imperia, au Nord de l'Italie, producteur et transformateur de l'une des plus belles huiles d'olives.

Le nouvel actionnaire majoritaire reprend les parts détenues par les partenaires financiers du Groupe Soléou / Agroazur : Initiative & Finance, Naxicap mais aussi celles de quelques personnes physiques. Dominique Amirault, le président de Soléou / Agroazur et Mathias Rüger, le directeur général, participent pleinement à cette nouvelle aventure, en qualité de dirigeants et d'actionnaires.

Née en 1965, Soleillou - devenue en 2006 Soléou (le soleil en provençal) - assemble les arômes et senteurs de la Nature, crée de nouveaux goûts authentiques à partir de matières premières naturelles, à commencer par les herbes de Provence, sur des supports aromatiques comme les huiles, les vinaigres, les sels, les moutardes, les olives..., mais diffuse aussi une gamme d'huiles « à goût » (noix, noisette...) et biologiques. En tant qu'aromatiseur du marché, Soléou est une marque spécialisée dans les assaisonnements et condiments qui « font chanter la cuisine ».



Plus d'infos : www.soleou.com et www.oliocarli.fr

Turquie

La société Tukas augmente sa production



Pour faire face à une demande de plus en plus forte de la Turquie ainsi que des pays consommateurs, la société Tukas, productrice de condiments, a annoncé qu'elle allait augmenter sa capacité de production à 10000 tonnes par an en investissant 5,9 millions de Livres Turques. Ce nouveau plan proposé par l'entreprise devrait lui permettre de rapporter 26,5 millions de LT en retour.



Source : news.bosphorenews.com

International

Le Groupe LC Packaging change de raison sociale et de logo



Depuis le 1er janvier 2008, Lamers & van Cleeff bv exerce l'ensemble de ses activités mondiales sous le nom LC Packaging, remplaçant ainsi d'autres marques comme LC Embalajes, LC Emballages et LC Verpackungen.

Le changement de nom du groupe, dont les principaux marchés de vente sont le secteur agricole (fruits et légumes) et le secteur industriel, met l'accent sur la mondialisation croissante de l'entreprise.

L'entreprise, fondée en 1923 et dont le siège social est situé à Nieuwerkerk aan de IJssel, aux Pays-Bas, a ouvert sa première succursale étrangère en 1981. Désormais, LC Packaging est active dans 8 pays : les Pays-Bas, le Royaume-Uni, la Belgique, la France, l'Espagne, la Hongrie, l'Allemagne et la Roumanie.

En 2007, les activités de l'entreprise ont généré un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros et comptait 150 collaborateurs.



Source : www.intelligencepost.com

L'IUT de BREST

vous propose sa **Licence professionnelle** **Métiers du conseil en élevage**

2 Spécialités : Production Laitière / Production Porcine

● **Débouchés**

Développer et compléter des compétences techniques en production laitière ou en production porcine tout en apportant une bonne connaissance du secteur d'activité au plan sociologique, réglementaire et économique. Développer et acquérir des compétences en conseil en élevage et en production laitière ou production porcine.

Les métiers visés sont ceux du conseil en production laitière :

- Techniciens conseil en production animale
- Techniciens de contrôle laitier et de laiterie
- Techniciens de suivi qualité
- Techniciens de groupements, de coopératives
- Techniciens en nutrition animale
- Conseillers en environnement agricole
- Technico-commerciaux
- Agriculteurs

Les employeurs sont les coopératives, les laiteries, les organismes de contrôle laitier, les entreprises d'agrofour-niture, les groupements de producteurs, les chambres d'agriculture, les services de l'Etat, les éleveurs...

● **Partenaires**

Partenaires institutionnels

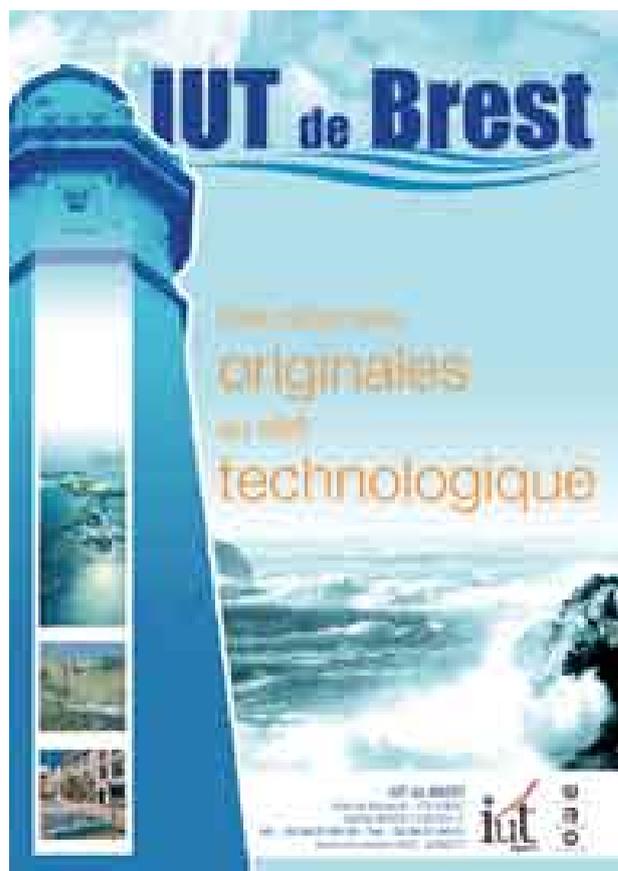
L'UBO, Institut Universitaire de Technologie de Brest (29), Département Génie Biologique : responsable de la formation, de l'accueil pour la première partie de la formation, de la délivrance du diplôme.

Le Centre de Formation Professionnelle et de Promotion Agricole (CFPPA) de Caulnes (22) : accueil pour la deuxième phase de formation, gestion du plateau technique dédié aux productions laitière et porcine...

Agrocampus Rennes (35), établissement cohabilité
L'Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers (49).

Principaux Partenaires professionnels

Fédération Nationale des Contrôles Laitiers, Fédération Nationale des Industries Laitières (FNIL), Fédération Nationale des Coopératives Laitières (FNCL), Coop de France Ouest, Organismes de Contrôles Laitiers Bretons et Pays de Loire, Laiteries, firmes de sélection porcine, fabricants d'aliments, distributeurs...



● **Admission**

Formation accessible aux professionnels et aux étudiants titulaires du :

- DUT Génie Biologique, BTS Agricole, DEUST, DEUG Sciences de la Vie ou L2 Biologie (ou diplômes équivalents) ou admis au titre de la VAE ou ayant acquis 120 crédits ECTS dans le domaine des formations citées, en France ou à l'étranger.

● **Statut**

- étudiant de formation initiale
- stagiaire de la formation professionnelle (contrat de professionnalisation, CIF...)

Sélection sur dossier puis sur entretien avec des tests de positionnement. ►►

● Nombre de places offertes

Compte tenu des capacités d'embauche du secteur concerné, le nombre de places offertes en formation initiale est de 20 à 30. Il s'y ajoute les stagiaires de formation continue.

● Organisation des études

La formation initiale se déroulera sur 38 semaines, entre le site de l'UBO et celui du CFPPA de Caulnes :

22 semaines pour l'enseignement, mise à niveau incluse (450 h)

4 semaines pour le projet tutoré (140 h)

12 semaines pour le stage (420 h minimum).

Afin d'harmoniser les cursus antérieurs et d'homogénéiser les groupes, la période de rentrée sera consacrée à des compléments théoriques et/ou pratiques.

La licence se compose de modules répartis en 7 unités d'enseignement, sur 2 semestres.

● Poursuites d'études

S'agissant d'une licence professionnelle, cette formation débouche sur la vie active.

● Coût

Frais d'inscription à l'Université en formation initiale ; frais de formation selon la réglementation en vigueur pour la formation continue.

Contact :

IUT de Brest

Rue de Kergoat

CS 93837 - 29238 BREST Cedex 3

Service Scolarité

scolarite@univ-brest.fr

Tél. : 02.98.01.60.53 / fax : 02.98.01.71.08

Téléchargez votre formulaire d'inscription 2008/2009

www.univ-brest.fr/IUT_BREST/lienLicencePro_elevageLait.php

Algérie

Un institut de pêche et d'aquaculture prochainement à Oran

Afin de promouvoir et d'encourager le professionnalisme dans le secteur de la pêche et des ressources halieutiques la wilaya d'Oran s'apprête à se doter d'un institut de pêche et d'aquaculture qui sera réceptionné en juin prochain pour être fonctionnel dès la rentrée scolaire 2008-2009.

Cet établissement de formation (ITPAO), dont la réalisation connaît un taux d'avancement jugé appréciable, a été promu à ce rang en remplacement de l'école de pêche projetée initialement par le ministère de tutelle. Sa capacité d'accueil sera de 600 places pédagogiques.

D'envergure régionale, l'ITPAO aura pour principales missions de former, au profit de la corporation des gens de la mer, des lieutenants de pêche, d'officiers mécaniciens et dans d'autres spécialités liées à l'exploitation des "grosses" embarcations dont le secteur s'est dernièrement renforcé.



Une oliveraie pour une **formation professionnelle** pratique de qualité

La Direction de l'Enseignement, de la Recherche et du Développement (DERD) du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime a inauguré le 21 février 2008, en partenariat avec le Projet ALEF et le Programme Agriculture et Agrobusiness Intégrés (AAI) de l'USAID, l'oliveraie de la ferme pédagogique de l'Institut des Techniciens Spécialisés en Horticulture de Meknès (ITSHM).



Cette oliveraie offrira un espace de formation pratique adapté aux besoins des stagiaires de la formation professionnelle agricole, et à ceux des professionnels qui disposeront ainsi de l'infrastructure nécessaire pour expérimenter les dernières innovations technologiques et organisationnelles dans le secteur oléicole. Les membres des Réseaux de Compétences (organismes pour le partenariat professionnels-formateurs) utiliseront aussi cet outil pour la formation continue des professionnels, des formateurs, des lauréats, des agents de développement des Directions Provinciales de l'Agriculture et des membres des Chambres d'Agriculture. Les lauréats de la formation professionnelle voulant monter leur propre entreprise profiteront de cet espace pour tester et évaluer un certain nombre d'idées de projets avant de s'installer en tant qu'entrepreneurs indépendants.

Après avoir eux-mêmes réalisé toutes les phases préparatoires de sous-solage, de piquetage, de trouaison et participé à l'installation du système d'irrigation au goutte à goutte, les stagiaires de l'ITSHM ont planté les jeunes plants d'oliviers de ce nouveau verger oléicole de 4 hectares sous la supervision de formateurs, de professionnels et de membres de l'équipe de direction. Ces activités ont constitué d'excellentes opportunités d'apprentissage et d'interaction entre tous les acteurs de la formation professionnelle agricole.

L'apprentissage pratique assuré dans le verger garantira une meilleure qualité et une plus grande pertinence de la formation professionnelle des lauréats de l'ITSHM et, à terme, une meilleure insertion dans le monde professionnel. Cette oliveraie constitue la première étape de la remise à niveau de la ferme pédagogique de l'ITSHM qui s'ouvrira prochainement sur d'autres filières de production, notamment les cultures maraîchères.

Selon Akka Oulahloub, Directeur de la Direction de l'Enseignement, de la Recherche et du Développement du Ministère de l'Agriculture, «cette initiative pilote à Meknès s'inscrit dans une démarche globale de remise à niveau des polygones pédagogiques. L'institut des Techniciens Spécialisés en Agriculture de Zraïb à Berkane (Oriental) a entamé une démarche similaire de création d'une oliveraie pédagogique. Et sur le même modèle, d'autres Etablissements de Formation Professionnelle Agricole vont suivre, notamment celui d'Ain Taoujdate qui entreprend d'offrir un espace de formation pratique sur l'élevage laitier, en collaboration étroite entre l'Etat et le secteur privé. Cette démarche est capitale pour assurer un enseignement de qualité dans nos établissements de formation professionnelle et pour garantir un meilleur avenir à nos lauréats.»

Source : www.menara.ma

SPÉCIAL DJAZAGRO 2008



Le salon international leader des industries agroalimentaires à Alger !

6^e Edition

Contact

Tel : 00 33 (0)1 49 09 61 53

Fax : 00 33 (0)1 49 09 64 10

Email : blairent@comexpo-paris.com

www.djazagro.com



ALGER

**14 - 17
AVRIL
2008**

- ▶ **PRÉSENTATION DE DJAZAGRO 2008 / LES ATOUTS DE L'ALGÉRIE**
- ▶▶ **LES ENTREPRISES PRÉSENTES SUR DJAZAGRO**
- ▶▶▶ **LES ENTREPRISES PRÉSENTES EN ALGÉRIE OU DANS LE MAGHREB**

► PRESENTATION DE DJAZAGRO 2008



Djazagro c'est 4 jours de business et de contacts professionnels dans un cadre privilégié

2 grands secteurs d'activité se regroupent à Djazagro

Les industries pour l'agroalimentaire et les boissons :

- Équipements
- Process
- Ingrédients
- Emballages
- Conditionnement
- Embouteillage

La boulangerie, la pâtisserie, la restauration :

- Équipements
- Machines
- Matières premières
- Produits

En 2008, Djazagro c'est aussi un développement vers les autres pays du Maghreb et d'Afrique Sub Saharienne !

Djazagro est réservé aux visiteurs professionnels.

Les visiteurs de DJAZAGRO sont des décideurs, des prescripteurs, des investisseurs, et des utilisateurs à la recherche de savoir-faire et de formation.

En 2007 DJAZAGRO a accueilli 8 719 visiteurs professionnels :

- Industriels des secteurs agroalimentaires (fruits et légumes, lait et produits laitiers, viandes, céréales, corps gras, plats cuisinés et conserves, confiseries, sauces, épices et condiments, boissons et liquides)
- Boulangers, pâtisseries, bars et restauration rapide, et restaurateurs et collectivités
- Investisseurs dans l'agroalimentaire, la boulangerie, la pâtisserie, la restauration et l'hôtellerie

LES ATOUTS DE L'ALGÉRIE

L'économie algérienne se développe rapidement

Une conjoncture pétrolière extrêmement favorable, une politique économique rigoureuse et une gestion active de la dette extérieure ont conforté la situation économique et financière du pays.

Par ailleurs, le pays est engagé dans un processus de libéralisation de l'économie.

La situation s'améliore

En 2006, la Coface a relevé la notation du risque pays à court terme (financement sur fonds propres) en faisant passer l'Algérie de B à A4, où figurent notamment le Maroc et la Tunisie.

La réforme du système bancaire est toujours à l'ordre du jour, et on assiste à l'arrivée en Algérie de nouvelles banques internationales.

Des ressources naturelles lui permettant de renouer avec la croissance et l'excédent commercial :

Le secteur des hydrocarbures constitue encore la base de l'économie du pays en assurant 52% des revenus budgétaires, 25% du PIB et 97% des recettes d'exportations.

L'Algérie dispose de la 5ème plus importante réserve de gaz naturel au niveau mondial.

Elle est en 14ème position au niveau des réserves pétrolières.

L'économie du pays demeure fortement dépendante des fluctuations du marché pétrolier et du cours du dollar, c'est pourquoi l'Algérie s'efforce de diversifier son économie par une politique d'encouragement de l'investissement étranger et domestique en dehors des hydrocarbures.

Un marché demandeur : hausse des importations d'équipements industriels

Les pays de l'Union Européenne restent les premiers clients et fournisseurs de l'Algérie puisqu'ils assurent 60 % des échanges.

La France reste le premier fournisseur de l'Algérie avec 22% des ventes.

La Chine est devenue le 3e fournisseur mi-2006.

L'Algérie fait progressivement son entrée dans l'économie mondiale

Démantèlement progressif des barrières douanières.

Adaptation de la réglementation commerciale en vue de son adhésion à l'OMC.

Réforme du système bancaire, du code de l'investissement et foncier industriel.

Ces ouvertures s'ajoutent à la décision de rejoindre la zone arabe de libre-échange.

► LES ENTREPRISES PRÉSENTES SUR DJAZAGRO

PERMO - Stand D42



... " Nous mettons en œuvre les principales techniques du traitement d'eau : techniques séparatives, échangeurs d'ions, techniques membranaires, techniques de désinfection, stérilisation " ...



d'osmoseurs, d'UV, de déminéralisateurs, de filtres, de produits chimiques, PERMO intervient également comme ensemble dans le cadre de projets clés en main, notamment dans les domaines agro-alimentaires - industries laitières (reconstitution de lait, produits laitiers et dérivés), industries des boissons (boissons gazeuses, brasseries, eaux minérales) - mais aussi pharmaceutiques et médicaux. Ainsi, PERMO conçoit et fabrique des unités de traitement d'eau, spécifiques à chaque besoin industriel.

Filiale du groupe BWT (Best Water Technology), depuis plus de 80 ans PERMO conçoit, assemble et met en route des installations de traitement de l'eau au point d'utilisation.

Présent au Maghreb, nous mettons à votre disposition des équipes techniques et des spécialistes en mesure de vous assister dans la définition et la mise en œuvre de la meilleure solution de traitement d'eau.

PERMO compte de nombreuses références (Nestlé, Danone, Sanofi-Aventis, Colgate-Palmolive, L'Oréal, GSK, General Motors).

Une conception sur-mesure, spécifique à chaque besoin industriel. En tant que fabricant d'adoucisseurs,

Pour nous contacter :

BWT France PERMO - Service Export
103 rue Charles Michels
93206 Saint-Denis - France
Tél. : +33.1.49.22.46.48
Fax : +33.1.49.22.45.30
E-mail : permo.export@bwt.fr

AROMATECH - Stand B47 bis.

Présent depuis de nombreuses années en Afrique du Nord via ses filiales en Tunisie et en Algérie, le Groupe Aromatech a renforcé sa présence commerciale sur le continent africain avec l'ouverture d'Aromatech Afrique en 2005.

Le salon Djazagro est l'occasion pour Aromatech de proposer sur son stand des dégustations de ses derniers développements d'arômes pour boissons, sirops, eaux aromatisées, thés glacés, yaourts, biscuits, confiserie, boissons pour sportifs...

Aromatech propose des arômes alimentaires sous diverses formes (liquides, poudre par simple mélange, encapsulation par atomisation et granulation) et pour tous types de législation (artificiels, nature identiques, naturels et biologiques). Elle possède les certifications Kashar, Halal et BIO.



Qui est Aromatech ?

Créé en 1987 dans le Sud de la France, le Groupe Aromatech est présent dans le monde entier : 6 filiales, en Tunisie, Turquie, Algérie, Chine, Thaïlande et USA, un réseau d'agents exclusifs et une présence commerciale dans une cinquantaine de pays.

Les produits du Groupe sont destinés à tous les secteurs d'application de l'industrie agroalimentaire : boissons alcoolisées et non alcoolisées, produits laitiers, confiserie, biscuiterie, boulangerie, produits diététiques et santé, alimentation animale, produits salés...

En complément de sa gamme d'arômes conventionnels, naturels, NI... Aromatech propose une gamme d'arômes sucrés et salés certifiés biologiques composée de plus de 500 références. Ces arômes sont certifiés par Ecocert (Europe et Japon), et/ou BCS (réglementation américaine NOP).

[SIDEL - Stand E49-E51]

Sidel participera au salon Djazagro, avec l'objectif de présenter ses derniers équipements et technologies pour le conditionnement des boissons.



Sidel conçoit, fabrique et commercialise des lignes complètes d'embouteillage dans trois grandes familles d'emballage: bouteille de verre, plastique et boîte-boisson métallique. Cette année, le Groupe sera présent à Djazagro avec l'intégralité de son offre regroupée sous une marque unique: Sidel. Une seule marque, c'est la garantie de critères de qualité élevés pour tous les équipements, d'un même engagement d'excellence apporté par un groupe d'envergure mondiale. Les marques historiques Simonazzi™ (remplissage, rinçage, pasteurisation, lavage, palettisation / dépalettisation, robots), Alfa™ (étiquetage) et Gebo™ (convoyage) disparaissent progressivement. La marque Cermex™ est conservée pour les marchés hors boissons.

Nouveautés

Sidel apporte aux industriels algériens un savoir-faire unique adapté à chaque segment: eau minérale et sodas, jus de fruit, produits laitiers, huile. Dans le domaine de l'eau, Sidel présentera des solutions d'allégement des bouteilles en PET: NoBottle™, une bouteille ultra légère, et sa technologie

Flex™, ainsi que le Combi, un équipement regroupant les fonctions de soufflage-bouchage-remplissage, idéal pour le conditionnement de bouteilles allégées. Pour les produits sensibles, la nouvelle remplisseuse à chaud Veloce, les solutions aseptiques et le système de décontamination à sec Predis™ seront à l'honneur.

Présence sur le marché algérien

La participation de Sidel à Djazagro reflète son intérêt pour le marché algérien, marché sur lequel le Groupe est très présent avec plusieurs dizaines de lignes complètes opérationnelles. Des groupes comme Cevital et Ifri possèdent uniquement des lignes Sidel.

Dans le domaine de l'eau minérale et des sodas, Sidel compte parmi ses clients Lala Khadidja (groupe Cevital), Les Eaux Minérales d'Ifri (société Ibrahim et Fils), Les Eaux Minérales d'El Golea, Sidi El Kebir (groupe Nestlé), Les Eaux Minérales de Djemila (groupe Yaïci), pour lequel Sidel a installé une ligne complète dans son usine de Sétif, et Les Eaux Minérales de Saida (groupe Yaïci) avec une ligne installée dans le courant de l'année. Au cœur

de ces nouvelles lignes, le Combi, équipement qui garantit un niveau d'hygiène supérieur à toutes les autres technologies.

Le Combi est également particulièrement adapté au marché des produits laitiers et équipe les lignes de conditionnement de Trèfle et bientôt Hodna. Danone et Générale Laitière Jugurta (groupe Yahiaoui) possèdent également des lignes Sidel.

Sidel est présent sur le marché de l'huile avec des clients tels que Cevital et Les huiles de Prolipos. Sidel a d'ailleurs accompagné Cevital dans le lancement d'une nouvelle bouteille d'huile de 5L avec poignée rapportée, en adaptant la souffleuse.

Enfin, Sidel installe en ce début d'année une ligne complète pour des boissons maltées chez Algérienne de Bavaroise (groupe Castel).

Le Groupe Sidel est l'un des principaux fournisseurs mondiaux d'équipements de conditionnement des boissons. Il emploie 5 500 personnes dans le monde et est une division de Tetra Laval.

▶▶▶ LES ENTREPRISES PRÉSENTES EN ALGÉRIE OU DANS LE MAGHREB

GRUPPO PIERALISI : Innovateurs par passion

GRUPPO
PIERALISI

40.000 machines et installations
Pieralisi dans le monde entier...

Le Groupe PIERALISI occupe une position de leader mondial avec 70% des installations huilières, une spécialisation acquise en plus d'un demi-siècle d'activité. Il a ensuite transféré son savoir-faire dans le domaine d'application des centrifugeuses, dans d'autres importants secteurs comme ceux de l'écologie (traitement des boues, épuration des eaux), de l'industrie sucrière, l'œnologie, les boissons et conserves, les secteurs laitier-fromager et chimico-pharmaceutique (biotechnologies, biodiesel).

... « Centrifugeuses verticales, extracteurs centrifuges horizontaux (décanteurs), séparateurs et clarificateurs, voilà les solutions technologiques que le Groupe Pieralisi propose avec la sécurité et la fiabilité associées à des produits d'avant-garde » ...



Un vaste groupement de sociétés

Le Groupe PIERALISI est un système intégré de sociétés de production, commerciales, financières et de services réparties stratégiquement dans le monde entier. Il convient d'y ajouter un système de filiales, d'agents et de concessionnaires, ainsi qu'un réseau très dense de centres d'assistance technique et de pièces détachées au bénéfice de la clientèle.

Le Groupe Pieralisi vient d'ouvrir une filiale en Tunisie pour mieux servir sa clientèle du Maghreb.

Info / contact :

PIERALISI TUNISIA s.a.r.l.
36 rue 8601 - La Charguia - 2035 Tunis
Tél. : +216 71 77 07 20 / Fax : +216 71 80 73 53

Info / Contact :

GRUPPO PIERALISI
ITALIE Via Don Battistoni, 1 - 60035 JESI (AN)
Tel : 0731 231.1 / Fax : 0731 231 239
info@pieralisi.com // www.pieralisi.com



**SOCIÉTÉ ALGÉRIENNE DE FOURNITURES
DE PIÈCES INDUSTRIELLES**

**ÉQUIPEMENTS PIÈCES DE RECHANGES
ET ACCESSOIRES DE MEUNERIE**
Spécialisée dans les secteurs des minoteries

Semouleries, Usines à pâtes, Aliments de bétail, Vente de différents produits à savoir :

- Toile à bluter pour tamis, Manches filtrantes, Tôles perforées (différents diamètres de trous)
- Vis transporteuse de blé, Brosses pour sasseur et à appareil à cylindre, Tapotins en coton, et en plastiques, Expulseurs, Machines à coudre pour sac de marque Fischbien, Godet en acier pour blé, et en plastique pour farine, Grille pour décortiqueuse ou brosse à blé, Surpresseur de marque Aerzen, Membranes pour filtre pneumatique, Voyant ou tube plexiglas (différents diamètres type Alimentaire)



Adresse : Diar errahma, résidence Moubarek, Birkhadem Alger :
Tél. / Fax : 21448812/21561592/661529960.
Bureau de liaison A3 EX Gambetta Sidi Bel Abes :
Tél. / Fax 48549717/771288776

Vous retrouverez le Groupe PIERALISI durant le 1er semestre 2008 sur de nombreuses foires et salons :

- SIAGRIM (Meknès) 23/28 avril 2008 - POLE OLEICOLE ET HUILES, STAND H17
- FOIRE INTERNATIONALE DE TRIPOLI (Libye) 2/12 avril 2008 - HALL 70, STAND 2
- ANATOLIVE (Istanbul, Turquie) 17/19 avril 2008 - HALL 9, STAND G9
- OLIVEX (Damas, Syrie) 17/20 avril 2008 - HALL 1, STAND C20
- IFAT (Munich, Allemagne) 5/9 mai 2008 - HALL A1, STAND 217/314



الهيئة الوطنية للإمتداد و المراقبة التقنية
NATIONAL COMPANY OF SURVEY AND TECHNICAL CONTROL
ENTREPRISE NATIONALE D'AGREAGE ET DE CONTROLE TECHNIQUE

PRESENTATION DE L'ENACT :

■ Sous tutelle de la SGP « PRODA », L'Entreprise Nationale d'Agréage et de Contrôle Technique, outre ses prestations de Contrôle Technique réglementaire de sécurité d'équipements et d'installations industriels, effectue des prestations d'Agréage aussi bien qu'à l'Embarquement (aux ports étrangers) qu'au Débarquement (ports nationaux) de tous les produits céréaliers (Blé dur, Blé tendre, Mais...) et ce, pour des interventions de contrôle qualitatif (Analyse physique, analyse chimique, analyse microbiologique, analyse isotopique) et de contrôle quantitatif (Draft Survey, pesage intégral et pont bascule).

Contact :

Direction Générale

Tél. : 021/20.34.00
 021/20.33.97
 Fax : 021/20.33.13

Unité Régionale d'Alger

Tél. : 021/63.83.10
 021/63.83.19
 021/64.43.52
 Fax : 021/63.84.89

Unité Régionale d'Oran

Tél. : 041/46.01.09
 041/46.73.63
 Fax : 041/46.73.74

Unité Régionale d'Annaba

Tél. : 038/86.75.99
 038/86.23.05
 Fax : 038/86.78.42

Unité Régionale de Béjaïa

Tél. : 034/20.14.14
 034/22.25.84

NOS DISTRIBUTEURS

LE GRAND COMPACT POUR LES PETITES ENVIRONNEMENTS.



LA MACHINE GOLD BRASSAGE DOUX OFFRE EXCELLENTE QUALITÉ CHIFFRE ET D'UNE FACILITÉ D'UTILISATION EN UN LIEU DE TRAVAIL.



IDEALE EN TOUTE SITUATION, FACILE D'UTILISATION.



GRACE A SON PETIT TAILLON, LA MACHINE BRASSAGE TRIPLE EST IDEALMENT PLACEE DANS LES PETITES ENVIRONNEMENTS.



GRACE A SA PETITE TAILLE, ELLE S'ADAPTE PARFAITEMENT A TOUTS LES ENVIRONNEMENTS.

NOS PRODUITS

LES CAFES



Mélange de café à l'arôme doux, fort et équilibré, et de la même composition et granulométrie.



Mélange de café à l'arôme doux, fort et équilibré, et de la même composition et granulométrie.



Mélange de café à l'arôme doux, fort et équilibré, et de la même composition et granulométrie.



Mélange de café à l'arôme doux, fort et équilibré, et de la même composition et granulométrie.



Mélange de café à l'arôme doux, fort et équilibré, et de la même composition et granulométrie.



VENTE ET DEPOT GRATUIT DE MACHINE

LAPAL

PRO

La Palette Algérienne

"Nous contribuons à préserver vos marchandises et votre productivité"

Notre entreprise fabrique des palettes et tous emballages et caisses en bois.

Production:

- Palettes standard, normalisées
- Palettes sur mesure (hors norme)
- Caissettes en bois
- Autres moyens de groupage en bois selon demande



Caisses emballage & services:

- Palettes (principalement dédié à l'agriculture ou à l'industrie)
- Emballages de machines et autres équipements
- Maintien de stocks de palettes ou emballages (garantie de disponibilité)



Lot 215, Hal Bonammer Rouba de Hammadi W Boumerdes
 Tél: +213 21 81 08 30 Fax: +213 21 81 04 17, Email: lapalpro@hotemail.com
 Département Vente contact: +213 70 99 90 71

NOREXPORT
 Zone Industrielle Bordj Menafel
 Boumerdès
 Cellulaire : +213 65 19 38 29

BORDJ FARINES
 Zone d'Activité N°3 Bordj menafel
 Tél. +213 24 88 52 00
 Fax +213 24 88 82 48
 Web www.bordj-farines.com

Tamaris Travel

Partenaire officiel d'A.I.L.S
 « Agency for International Language Study »

» Vous invite à découvrir le programme :

SÉJOURS LINGUISTIQUES 2008
 Adultes et Juniors
 Un grand choix d'écoles et de destinations

N'hésitez pas à nous contacter au :

28, bd Med V. Alger
 Tél. : +213 21 64 23 94
info@tamaristravel.com
www.ails.fr

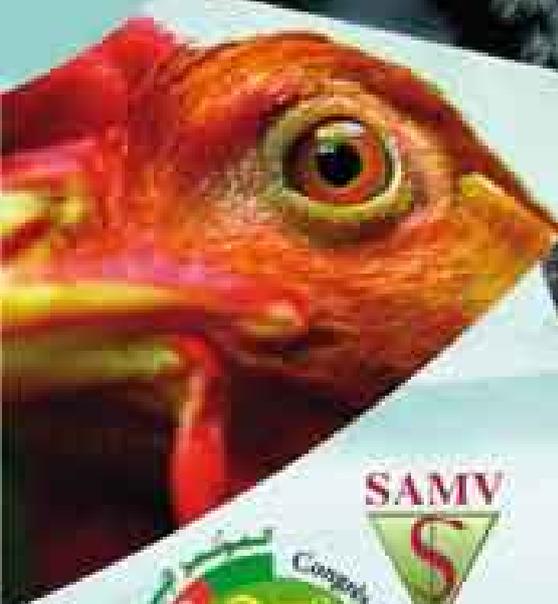
ExpoVet
The environment's answer to life

organise



SIPSA

Agri
SIME



المعرض الدولي
للإنتاج و العناية الفلاحي

من 14 إلى 17 ماي 2008 ببنام الهم
تقصر المعارض الصوبر البصرن الجزائر

8^e Salon International de l'Élevage et du Machinisme Agricole

DU 14 AU 17 MAI 2008

PAVILLONS A & C, PALAIS DES EXPOSITIONS
PINS MARITIMES ALGER

SAMV



SIPSA : Carrefour d'affaires international

► Le *Salon International de l'élevage et du machinisme agricole* qui regroupe la 8ème édition du Salon International des Productions et de la Santé Animales (SIPSA 2008) et la 5ème édition du Salon International du Machinisme et de l'Équipement Agricole (Agri'Sime 2008) se déroulera du 14 au 17 mai 2008 à Alger (Pavillons A & C, Palais des Expositions Pins Maritimes) sur une superficie couverte de 8000 m² et une superficie extérieure de 3500 m² réservée aux machines agricoles et équipements d'élevage.

Le Salon International de l'élevage et du Machinisme Agricole se présente comme étant l'un des salons les plus importants et les plus prestigieux de la région Sud méditerranéenne et vise à l'essor et au développement des productions animales et des technologies de la mécanisation de l'agriculture.

L'année 2008 sera exceptionnelle du fait que le SIPSA évoluera en synergie avec la tenue du 25ème Congrès Maghrébin Vétérinaire (UMAVET) et le 3ème Congrès Vétérinaire Africain (AVA).

Les statistiques relatives à l'évolution du SIPSA-Agri'Sime, montrent une nette augmentation de la participation active à l'exposition commerciale et une plus grande affluence des visiteurs qu'ils soient nationaux ou étrangers, avec une prédominance de titulaires à l'investissement dans le secteur agricole, confortant l'événement SIPSA-Agri'Sime dans sa position de salon incontournable dans la mise en relation d'affaires et le développement de projets de partenariat.

Un salon agricole plébiscité par le monde de l'élevage

En 2007, plus de 15.000 visiteurs ont participé à ce rendez-vous unique des professionnels des productions et santé animales au Maghreb. Cette fréquentation, en constante augmentation depuis 2001, démontre l'intérêt que les professionnels de l'élevage et de la santé animale portent à cette manifestation.

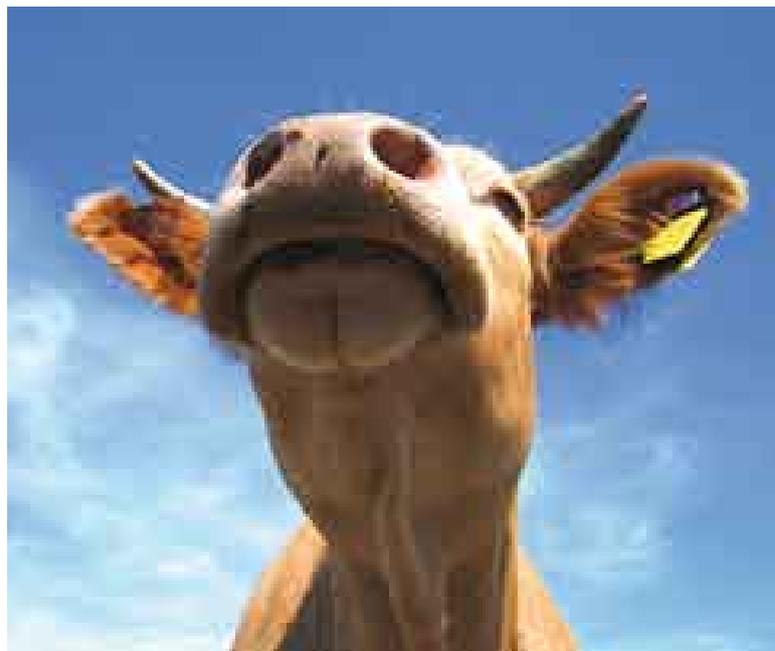
En 2008, les organisateurs comptent accueillir près de 20.000 visiteurs, avec une audience internationale et maghrebo-africaine.

Exposer au SIPSA- AGRI'Sime, la garantie du succès

En 2007, près de 220 entreprises, dont 40 nouvelles, ont participé à ce carrefour d'affaires professionnel. L'audience

internationale du salon a été confortée avec 124 exposants internationaux dont 60 exposants directs et 64 exposants indirects originaires d'une quinzaine de pays : France, Italie, Espagne, Tunisie, Allemagne, Hollande, Belgique, Suisse, Canada, Turquie, Chili, USA, Angleterre, Tchécoslovaquie, Danemark...

En 2008, il devrait rassembler plus de 350 exposants. L'audience internationale du salon sera également confortée avec près de 150 exposants internationaux originaires d'une vingtaine de pays.



► Plus d'informations :

E-mail : mail@expovet-dz.net
Site web : www.sipsa-dz.net

Les Journées Méditerranéennes de l'Industrie

2008
MARSEILLE
PARC CHANOT
17-18 JUIN

7500 m² d'exposition

Développez votre business
sur les marchés du Maghreb.
Participez aux J.M.I.,
convention d'affaires
et de partenariats,
dans le secteur de l'industrie !

Rabat

Alger

Tunis

**Les grands Donneurs d'Ordres
et partenaires du Maghreb
(Algérie, Maroc, Tunisie)
150 Industriels français**

- Un salon
- Un espace réseau
et partenariat industriel
- Des conférences

• *Des rendez-vous d'affaires programmés*

www.jmindustrie.com

MARSEILLE PROVENCE
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



UBIFRANCE
et ses
MISSIONS ÉCONOMIQUES

Union des
Industries
et Métiers de Provence
Cote d'Azur - Provence
Var - Alpes-Maritimes

cedem

Promotion
Industries
Division Salons

Pour tout renseignement concernant les J.M.I. : Estelle BRANDARIZ-DUFOSSÉ
Tél : 06 71 43 22 75 • E-mail : estelle@promotionindustries.fr

Marseille - Parc Chanot - 17 et 18 Juin

Les Journées Méditerranéennes de l'Industrie 2008

► **Développez votre business sur les marchés du Maghreb.** Participez aux J.M.I., convention d'affaires et de partenariats, dans le secteur de l'industrie !

Le Groupe Promotion Industries, en partenariat avec la Société CEDEM, organisent les Journées Méditerranéennes de l'Industrie. Un dispositif unique et efficace au service des entreprises françaises. Une rencontre entre de grands donneurs d'ordres Maghrébins qualifiés et des sociétés françaises désireuses de connaître de nouveaux partenaires, prospects et clients, ainsi que de s'informer sur l'environnement des affaires et les potentiels de débouchés sur l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

A qui s'adresse la manifestation ?

Aux entreprises françaises, intervenant dans le secteur de l'industrie, qui souhaitent :

- Initier et renforcer leur présence sur le Maghreb.
- Rencontrer de nouveaux prospects, clients et partenaires.
- Trouver des alliances commerciales, techniques et financières.
- S'informer sur l'environnement des affaires et les potentiels marchés du Maghreb.

150 Sociétés attendues. Les domaines d'activité de ces exposants :

- L'Industrie : maintenance, ingénierie, installation et montage d'usine, ensembles industriels, génie climatique et thermique, électricité, instrumentation, mesure, mécatronique, mécanique, outillage et fournitures, HSE, formation et conseil.
- L'Agro-industrie : équipements et procédés, machines spéciales.

Qui sont les visiteurs qualifiés ?

Des donneurs d'ordres industriels majeurs venant du Maghreb, et des partenaires techniques et commerciaux ayant des besoins et projets en adéquation avec l'offre des sociétés françaises.



Des donneurs d'ordres ciblés. Ces donneurs d'ordres interviennent dans les secteurs suivants :

- La pétrochimie, l'énergie, la sidérurgie, la métallurgie et la mécanique.
- Les cimenteries, la chimie et chimie fine.
- La maintenance et l'ingénierie industrielle.
- L'agro-industrie.

Les J.M.I. en quelques lignes :

- Ce sont 2 jours de rendez-vous d'affaires avec des donneurs d'ordres et partenaires maghrébins ayant des besoins et projets identifiés validés.
- Des programmes de rendez-vous ciblés, préparés à l'avance.
- Des stands fonctionnels pour les exposants.
- Des forums techniques sur le business au Maghreb.
- La possibilité de rencontrer les acteurs du dispositif public d'appui à l'international, mais aussi les banques, les assurances et les bailleurs de fonds internationaux.

► Pour tout renseignement concernant les J.M.I. :

Estelle BRANDARIZ-DUFOSSÉ

Tél. : 06 71 43 22 75

E-mail : estelle@promotionindustries.fr

Implantez vos projets
là où ça pousse...



Tadla
Azilal
Cœur du Maroc

Au cœur du Maroc, dans un cadre de vie champêtre exceptionnel, Tadla-Azilal est aujourd'hui le centre de toutes les opportunités économiques : longue tradition agricole, large périmètre irrigué, industrie agroalimentaire en expansion, abondantes ressources en eau, sites naturels propices à l'écotourisme, ressources humaines disponibles, faibles coûts de production... autant de bonnes raisons pour investir au Tadla-Azilal. Pour en savoir plus, contactez notre centre régional d'investissement au 212 (0) 23 48 20 72 ou visitez notre site internet : www.tadla-azilal.ma

Le Cœur du Maroc va vous étonner !



المركز الجهوي للاستثمار
Centre Régional d'investissement
جهة تادلة أزيلال

Tunisie

« Infomercati » pour ne plus naviguer à vue

..... Le marché européen - principalement la France, l'Italie, l'Allemagne et l'Espagne - absorbe l'essentiel des exportations des produits agroalimentaires tunisiens. C'est un débouché en très forte expansion mais volatil, entaché de fluctuations rapides et subites qui appellent un travail de veille sans répit et une connaissance détaillée et en temps réel de tout ce qui peut y arriver.

Les opérateurs tunisiens n'ont pas souvent l'opportunité ni les moyens d'être au fait comme il se doit des tendances du marché de l'agroalimentaire dans les quatre pays cités qui sont sujets à des bouleversements et des rebondissements de tous les instants.

C'est pour aider les exportateurs tunisiens à contourner de semblables et à repérer les tendances du marché sitôt apparues que le Centre de promotion des exportations a organisé un séminaire consacré à la présentation du système « Infomercati », un système d'informations en ligne, reliant les marchés de gros situés en Italie et dans quelques autres grandes villes en Espagne, en France et en Allemagne.

C'est le Directeur général de ce système, M Eugenio Casacci qui s'en est chargé en exposant les rouages de ce dispositif et l'intérêt qu'il y a pour les opérateurs tunisiens d'en prendre connaissance dans le détail et sous l'angle des techniques qui régissent les transactions qui s'y opèrent, affirmant que ce nouveau système offre aux investisseurs la possibilité d'avoir plus d'instruments et d'opportunités pour exporter sur le marché européen, et notamment, au niveau des produits agricoles.

Quatre prestations essentielles s'attachent à ce dispositif :

- D'abord, il propose un catalogue de produits avec une codification unifiée pour tous les produits exportables des branches concernées avec des descriptifs détaillés sur les variétés, les calibres, les normes qualitatives etc., permettant d'harmoniser l'échange de flux d'information entre les opérateurs de ce secteur.



- Ensuite, il fournit des informations actualisées sur les prix de vente en gros de produits agricoles dans les principaux marchés de gros, par source de provenance et pays d'origines ainsi que par variétés, calibres, qualité etc.

- Troisième service : la possibilité d'obtenir des compilations et études statistiques selon les besoins (chronologique, produit, variété, marché, source de provenance etc).



A l'instar de son homologue italien auquel il est relié par un réseau comprenant également des systèmes identiques en Allemagne et en Espagne, le SNM a un champ d'action portant principalement sur les produits frais : fruits et légumes, horticulture florale, produits carnés, produits de la pêche...

Il dispose d'un réseau d'enquêteurs conjoncturistes et d'experts « produits » répartis dans ses délégations régionales et centres

• Enfin « Infomercati » permet d'introduire des offres d'entreprises à l'exportation sur des marchés de gros qui peuvent être sélectionnés au préalable par l'opérateur et également d'avoir un feedback automatique sur les acheteurs intéressés.

Le système associe tous les marchés en gros qui vendent les produits frais, conserves et transformés, d'origine agricole et non agricole, qui sont destinés surtout à l'alimentation, et qui comprennent les viandes, les poissons, les légumes et les fruits, les produits de l'industrie agroalimentaire, les fleurs et les plantes d'origine nationale, intégrés dans les plans régionaux

L'Europe à portée de main

« Infomercati » fait partie de ce qu'on appelle les Systèmes d'Information sur les Marchés (SIM) dont la fonction est de collecter des informations sur les échanges et de rediffuser ces informations auprès des acteurs publics (Etat) et surtout privés (producteurs, commerçants, consommateurs).

Il faut savoir que « Infomercati » est la version italienne de ce qui existe en France autre débouché primordial des exportations agricoles et agroalimentaires tunisiennes, à savoir le Service des Nouvelles des Marchés (SNM), chargé, entre autres d'assurer la transparence des marchés des produits agricoles et alimentaires par la connaissance des prix et l'analyse de la conjoncture.

Les cotations diffusées par le SNM sont établies à tous les stades de commercialisation, de la production à la distribution.

locaux, situés au cœur des bassins de production, d'expédition et de consommation.

Les quatre systèmes fournissent, chaque jour, à tous les stades des différentes filières, les informations recueillies lesquelles sont recoupées, analysées et commentées. Elles sont diffusées en temps réel, par un réseau informatique disposant des moyens de communication les plus performants : internet, messagerie, télécopie, minitel, audiotel...

Ces informations à caractère économique se présentent principalement comme des baromètres de la tendance des marchés ou des produits, disponibles sous forme de messages quotidiens où les cotations sont analysées et commentées, des analyses approfondies sur le comportement d'un produit, disponibles sous forme de bilans de campagne, des historiques de cotations issus des bases de données., des indicateurs de marchés pour près d'une trentaine de produits. Ces indicateurs de marché officiels permettent, en comparant la campagne en cours moyenne des cinq campagnes précédentes, de qualifier l'état du marché par rapport à une situation de crise conjoncturelle.

Comme on peut le voir, il s'agit d'un dispositif dont les exportateurs tunisiens peuvent amplement tirer parti sans devoir passer par des supports, somme toute indirects, et ne disposant, forcément pas, de données et d'informations accessibles en temps réel et fiables.

Source : www.webmanagercenter.com

Lait :

Le nouveau traitement UHT haute cadence fonctionne directement à partir de lait cru

La technologie Tetra Lactenso Aseptic « One-Step » combine les fonctions d'écémage et de standardisation en ligne en partant directement de lait cru. Elle est déjà en test chez plusieurs industriels laitiers européens.



Tetra Pak lance un nouveau concept de traitement direct et indirect de lait UHT haute cadence. Baptisé Tetra Lactenso Aseptic, il permet le traitement de 2000 à 30 000 litres par heure. Fruits de l'expérience acquise sur la génération précédente Tetra Therm Lacta, ces solutions réduisent les consommations énergétiques, les pertes matières et rallongent les intervalles entre deux nettoyages.

L'élément clé du procédé « One-Step » réside dans le logiciel de contrôle des paramètres de température, de pression et de débit pour un conditionnement aseptique haute cadence.

● Écémage sur le lait cru

Au cœur de cette nouvelle technologie, la solution « One-Step » permet la fabrication de lait UHT haute cadence directement à partir de lait cru. Tout le traitement est réalisé sur un seul module : il n'y a plus les étapes de pasteurisation, de refroidissement et de stockage intermédiaire. Ce procédé ajouté au concept Tetra Lactenso Aseptic fonctionne à partir de 8000 litres par heure pour conserver de bonnes performances d'écémage. L'équipement est déjà en test chez plusieurs industriels en Europe pour la fabrication de lait UHT.

● Haute cadence

Le procédé One-Step garantit la stabilité de la force stérilisatrice et des différences de températures entre l'entrée et la sortie des chambreurs, deux éléments très importants dans le process UHT. « L'innovation consiste à conserver



un système stable avec un séparateur centrifuge qui génère des fluctuations de débit à chaque chasse, indique Pierre Grumbach, directeur commercial de Tetra Pak Processing. L'élément clé réside dans le logiciel de contrôle des paramètres de température, de pression et de débit pour un conditionnement aseptique haute cadence. »

● Réduire l'impact environnemental

La diminution des pertes produit est concomitante à la réduction de la charge des effluents. « Elle réduit par trois les pertes de produits sur les phases de lancement, de poussée et de drainage des installations de traitement, précise Pierre Grumbach. Elle limite donc ainsi la charge en DCO des effluents allant vers les stations d'épuration ». Les gains énergétiques sont quant à eux réduits d'environ 30 %.

● Jusqu'à 60 h sans nettoyage

Ces solutions permettent de produire plus longtemps (40 à 60 h) sans nettoyage intermédiaire et jusqu'à 200 h avec des nettoyages aseptiques intermédiaires. Enfin, le temps alloué au nettoyage est réduit par la mise en place du programme IntelliCIPTM qui adapte les paramètres de nettoyage à l'encrassement mesuré de l'appareil.

Source : www.editionsduboisbaudry.fr

L'Armoricaine Laitière innove avec

Perle d'Armor

Perle d'Armor est une boisson lactée à teneur naturellement accrue de 50 % en Oméga 3. Ces acides gras sont du « bon gras » essentiels au bon fonctionnement de nos défenses immunitaires, mais aussi à notre cerveau et à notre système cardio-vasculaire.

“ Une gourmandise naturellement stimulante pour les moteurs essentiels de notre organisme ”

Mais non contente de donner un carburant naturel à notre organisme, L'Armoricaine Laitière mise beaucoup sur ses choix stratégiques : la naturalité (Perle d'Armor utilise les fruits), la saveur (de longues recherches sur l'onctuosité et le goût) et surtout une teneur réduite en matières grasses et en sucres.

● Le choix du naturel

Pour comprendre il faut revenir aux sources. Si « Perle d'Armor » est née ici, ce n'est pas le hasard de la recherche, mais bien plutôt la conséquence d'une politique volontariste de L'Armoricaine Laitière. Cette coopérative basée à côté de Quintin (22) en Bretagne, a mis l'innovation et la valeur ajoutée au coeur de son développement. Mais elle a aussi entraîné ses fournisseurs, des agriculteurs locaux, dans une démarche volontariste de filière globale qui lie l'agriculteur, la coopérative et le territoire.

C'est dans cet esprit que L'Armoricaine Laitière a adhéré à l'association Bleu Blanc Coeur qui organise et contrôle la filière du lin. En effet, le lait produit par les vaches nourries avec du lin assure au consommateur un taux d'Oméga 3 sensiblement plus important qu'un lait classique. Or, ces acides gras sont essentiels au bon fonctionnement de notre organisme et ne sont pas produits par lui. Il faut donc les trouver dans la nourriture... mais les évolutions de l'alimentation font que nous n'en absorbons en réalité quotidiennement qu'à peine le tiers de nos besoins.

Contrairement à certaines pratiques industrielles qui consistent à ajouter de l'huile de poisson au lait pour l'enrichir en



Oméga 3, L'Armoricaine Laitière a fait le choix du naturel. 5 éleveurs fournisseurs de la coopérative ont donc rejoint la filière Bleu-Blanc-Coeur et nourrissent leurs vaches avec du lin. Le lait récolté est exclusivement réservé à L'Armoricaine Laitière pour la confection de Perle d'Armor.

● Juste ce qu'il faut de matières grasses et de sucres

Mais l'engagement de naturalité ne s'arrête pas là. Équilibré en matières grasses et en sucres, Perle d'Armor contient un tiers de sucre de moins que les autres yaourts à boire du marché, c'est une boisson particulièrement douce et onctueuse. Entre les producteurs choisissant d'ajouter des sucres (10 à 12 % de saccharose ou sirops divers) et les fabricants de produits allégés qui optent pour les édulcorants (type aspartame), L'Armoricaine Laitière a choisi la troisième voie, celle de la réduction de tous les sucres... ce qui destine Perle d'Armor davantage à un consommateur adulte.

● 2008, une année charnière

Depuis le début des années 60, L'Armoricaine Laitière prend un virage important à chaque décennie. Celle qui s'annonce s'amorcera en 2008 avec une dynamique de projets destinés à conserver l'indépendance de la coopérative. Avec à la clef, une politique de marque et de recherche de niches industrielles. Un programme pour lequel elle vient de s'équiper d'une seconde ligne de conditionnement.

Perle d'Armor, premier produit d'une gamme de la nutrition raisonnée

Logique ! Quand les vaches mangent des produits naturels de qualité, elles produisent forcément un lait naturellement riche en éléments qui renforcent les défenses et l'équilibre sanitaire de ceux qui le consomment. Si donc, on nourrit les vaches avec du lin (mais non, la plante ne sert pas seulement à fabriquer des tissus !), leur lait se charge en Oméga 3 et c'est tout bénéfique pour les utilisateurs ! Le constat est simple. Encore faut-il être suffisamment innovant pour créer le bon produit, savoureux, facile à utiliser et bien dosé pour répondre aux critères rigoureux de la législation comme aux exigences croissantes des consommateurs.

Les petits pots pour bébés se mettent également au **naturel**



Après quatre ans de recherche, Nestlé Nutrition lance une nouvelle gamme de petits pots pour bébés : **NaturNes**. A terme, l'objectif de la marque est que cette gamme remplace ses petits pots en verre classiques. Les pots NaturNes sont en effet conçus à partir d'ingrédients 100% naturels, sans conservateurs, colorants, arômes artificiels ou encore sel, sucres ou épaississants.



Depuis février, 23 recettes différentes de plats et de légumes sont disponibles dans les grandes surfaces, notamment des épinards, des carottes, des courgettes ou des petits pois. Puis en juin, ce sera le tour de 13 variétés de compotes de fruits et de 4 nouveaux plats, à base de poisson et de viande. D'ici l'été, 40 références feront donc leur entrée dans les rayons.

La particularité de NaturNes repose sur un mode de cuisson inédit, mis au point et breveté par le groupe Nestlé. Chaque ingrédient bénéficie d'une cuisson séparée, à la vapeur

douce, «juste le temps nécessaire». Jusqu'à présent, les ingrédients des petits pots cuisaient tous ensemble, à la même température et pendant la même durée. Résultat, ce produit est jugé « plus naturel » par les mamans, selon un test réalisé par Nielsen.

..... **En moyenne, les packs de deux plats complets sont vendus 2,29 euros.**

Source : www.i-dietetique.com

Nouveaux arômes santé au thé rouge « rooibos »



Aromatica a développé une gamme d'arômes naturels « bien être » issus du thé rouge rooibos. Fruité, riche en antioxydants mais pauvre en tanins, le rooibos convient aux consommateurs préférant les boissons peu astringentes.

Aromatica a conçu une nouvelle gamme d'arômes sur le concept « Santé/Bien être », en particulier pour des applications dans des boissons froides ou chaudes. Ces produits sont composés d'arômes de plantes et de fruits renfermant plusieurs substances antioxydantes comme des polyphénols. « Ils ont été développés à partir de plantes connues pour leurs vertus antioxydantes, précise Thomas Gallet, Responsable Export. C'est en particulier le cas des arômes à base de rooibos [thé rouge], plante originaire d'Afrique du Sud, peu concentrée en tanins, qui ne contient pas de caféine. Elle peut séduire des consommateurs préférant des thés ou des boissons peu astringentes. » D'autres saveurs fruitées composent cette gamme : litchi, agrumes, raisin blanc, fleur de cerisier, hibiscus, etc...

Le rooibos est une plante issue d'Afrique du sud. Il est aussi appelé « thé rouge » en raison de la couleur brun rougeâtre de la plante infusée.



En complément, Aromatica a développé de nombreuses gammes d'arômes salés :

- « **ethniques** » : Tex Mex, Couscous, 5 parfums (Asie), Cumin, Curry, 4 épices, Piment, Chili con carné, Moussaka,
- « **saucisses** » : Strasbourg, Frankfort, Coppa, Chorizo, Merguez,
- « **épice poudre** » : Ail, poivre, paprika, oignon, thym, laurier,
- « **champignon pour pâtés** » : Truffe blanche, Truffe noire, Morille, Cèpe,
- « **sauce** » : marchand de vin, coq au vin, carbonara, bolognaise, bœuf, bourguignon, beurre blanc, crevette, olive.

Toutes ces compositions aromatiques sont disponibles sous forme liquide. Avec l'aide de ses partenaires, l'entreprise propose aussi des conditionnements sous formes pulvérulentes.

L'équipe Recherche a aussi récemment développé des fourrages protéinés et poursuit ses développements sur les arômes naturels issus de l'agriculture biologique.

Source : www.editionsduboisbaudry.fr

Permo sera présent
-au salon-

DJAZAGRO

du 14 au 17 Avril 2008
STAND D42



L'eau à la mesure de votre entreprise

INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE



DÉCANTATION - CLARIFICATION
FILTRATION - MICROFILTRATION
ULTRAFILTRATION - NANOFILTRATION
OSMOSE INVERSE
ÉLECTRODÉIONISATION
ADOUCCISSEMENT - DÉCARBONATATION
DÉMINÉRALISATION - POTABILISATION
NEUTRALISATION - DÉCHLORATION
OXYDATION - DÉSINFECTION
STÉRILISATION - ULTRA VIOLETS
OZONE



BWT FRANCE - PERMO

Tél : + 33 1 49 22 46 51 - Fax : + 33 1 49 22 45 30

e-mail : permo.export@bwt.fr - www.espacepermo.fr

 **permo**
TRAITEMENT DES EAUX

NOUVEAU PANORAMA GENIUS UN BIJOU DE FAMILLE



Le nouveau « génie » de la production par lots ajoute à toutes les qualités et particularités techniques du modèle précédent de nouvelles caractéristiques qui en améliorent les performances.

- 1 **Afficheur plus grand** (1) muni d'automate programmable (PLC) de nouvelle génération offrant une meilleure visibilité et fonctionnalité (possibilité d'afficher les températures significatives et la traçabilité des lots).
- 2 **Bras mobile** (2) pour remplir automatiquement les cuves avec un système anti-goutte et vibreur pneumatique à chaque changement de malaxeur.
- 3 **Nouvelle configuration de la vitre** (panorama) éclairée au moyen de diodes électroluminescentes (3) pour voir parfaitement à l'intérieur du malaxeur et nouveau système de résistances anti-buée.
- 4 **Groupe broyeur** (4) monté à une hauteur permettant une plus grande amplitude de positionnement et facilitant l'entretien et l'inspection de tous les composants.

GRUPPO

PIERALISI

Via Don Battistol, 1 - 60035 JESI (AN) - Italy - Tel. +39-0731-231.1
Fax +39-0731-231.239 - www.pieralisi.com - info@pieralisi.com