

Agroalimentaire: L'offensive des salons français

• **Les Marocains, 1ers visiteurs d'Afrique au niveau des B to B**

• **Le Sial compte faire office de vitrine du «made in Maroc» à travers le monde**

APRÈS le forum de partenariat Maroc-France (tenu les 20 et 21 mai derniers à Casablanca), c'est au tour des plus grands salons français des filières agricole et agroalimentaire de faire le déplacement au Maroc.

Regroupés au sein de Promosalons et de l'Agence régionale de développement Paris-Ile-de-France, les foires et salons de l'Hexagone viennent présenter les dernières tendances et innovations du secteur. «La région Ile-de-France est en mesure de donner un coup de projecteur mondial sur les produits marocains exposés en France. Nous apportons la certitude d'une visibilité à l'échelle internationale pour l'exposant marocain», déclare Jean-Luc Mar-

got-Duclot, directeur de la prospection et promotion internationale de l'Agence de développement de Paris région. Pour Margot-Duclot, Paris et sa région ne se limitent pas au shopping et au tourisme, c'est aussi une place incontournable de business. «Contrairement aux clichés et idées reçues, Paris est la 2e ville mondiale au niveau de domiciliation de multination-

pays exposant en termes de surface, avec 80 opérateurs sur place et le 27e pays visiteur avec plus de 1.032 visiteurs. Ce salon qui s'est au fil des ans converti en une marque à part entière avec des déclinaisons aux Philippines, au Brésil, à Abu Dhabi, au Canada et en Chine... se vend en tant que rampe d'accès aux professionnels de l'agroalimentaire marocain vers des mar-

alimentation du Sial. Par ailleurs, les opérateurs marocains sont les 1ers visiteurs africains au niveau des B to B en France.

L'agroalimentaire, rappelons-le, constitue le premier secteur industriel français aussi bien en termes de chiffre d'affaires que d'emplois. Selon des chiffres de l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA), en 2013, les 11.852 entreprises du secteur ont réalisé un chiffre d'affaires de 160,5 milliards d'euros et employaient 492.727 personnes. Côté marocain, le secteur représente un chiffre d'affaires de 10 milliards d'euros, pour 150.000 emplois. L'activité est composée essentiellement de PME, en plus de multinationales. «Le secteur a tendance à se positionner sur le marché national, qui est pénalisé par un pouvoir d'achat assez faible. Il y a donc nécessité de s'internationaliser», explique Nathalie Barbe, directrice générale de la Fédération nationale de l'agroalimentaire (Fenagri). □

Amine ATER

Mutations

«**L'**INNOVATION est essentielle pour la bonne santé du marché», soutient la Fenagri. Pour Nathalie Barbe, directrice générale de la Fédération de l'agroalimentaire: «Entre le changement des habitudes alimentaires, l'heure continue, et encore le travail des femmes, le secteur se doit d'accompagner l'évolution que connaît le pays». Autre marche à suivre, celle de la traçabilité comme norme irrévocable dans le secteur et ce, pour mieux percer les marchés internationaux. □

nales et le 1er en Europe», tient à préciser Margot-Duclot.

Des représentants du Salon international de l'agriculture (Sial) ont aussi fait le déplacement, afin de sensibiliser les opérateurs nationaux quant à l'utilité d'être visible dans un événement de cette envergure. En 2012, le Maroc était le 19e

chés à forte valeur ajoutée et qui restent à défricher pour les opérateurs nationaux. «Le Sial Paris à lui seul permet à des exposants de toutes nationalités de faire découvrir et déguster leurs produits à 1% de la population française. Ce qui est loin d'être négligeable», précise Valérie Lobry, directrice générale de la division agriculture et