

Agroalimentaire/Salon CFIA

La filière en quête de standards

- Les industriels marocains investissent l'activité process & procédés

- La branche packaging toujours à la traîne

Avec 5% de croissance par an, l'industrie agroalimentaire est en plein essor. La filière représente 30% de la production industrielle nationale. C'est dans ce contexte favorable que le Carrefour des fournisseurs de l'industrie agroalimentaire (CFIA Maroc) vient accompagner le domaine des technologies et techniques agroalimentaires. Avec 200 exposants, l'évènement expose des solutions concrètes aux enjeux du secteur: productivité, sécurité alimentaire, qualification professionnelle, traçabilité... Le Carrefour se veut une vitrine de trois sous-secteurs: ingrédients & produits ali-



Le salon a été configuré comme une sorte de pack complet pour les professionnels du secteur, de l'ingrédient aux équipements en passant par l'emballage et l'hygiène (Ph. Jarfi)

mentaires intermédiaires, équipements & procédés ou encore emballages & conditionnements. «Le salon présente un pack

complet pour les professionnels du secteur, de l'ingrédient aux équipements en passant par l'emballage et l'hygiène», explique Hicham Bennis, commissaire du salon et directeur du pôle Salons & événementiel de la CFCIM.

Pour cette édition, les organisateurs tablent sur 4.000 visiteurs. Un objectif qui est loin d'être atteint lors de la 2e journée de l'évènement. «Plus que la quantité, c'est la qualité des visiteurs qui est importante dans ce genre d'évènement professionnel axé business», tient à préciser le commissaire du salon.

L'édition 2014 de CFIA a pour particularité le positionnement d'équipementiers marocains venus présenter leurs produits et solutions. C'est le cas, notamment de Etiprim. Une entreprise basée à Casablanca (Bouskoura) qui est spécialisée dans la fabrication des convoyeurs et des solutions de convoyage sur mesure.

Une firme qui a des références dans la fabrication de machines étiqueteuses, remplisseuses, boucheuses, sleeveuses et autres machines spéciales. L'entreprise propose aussi des solutions d'automatisation industrielle et de robotisation. Autre entreprise qui promeut le made in Maroc: Aseriti. Une société qui développe un argumentaire sur le «100% marocain» à travers des activités pointues comme l'assistance technique et la maintenance, ou encore un bureau d'études et d'ingénierie, un atelier de fabrication équipé pour réaliser tous types de machines ainsi qu'une centrale d'achats. L'activité de l'entreprise s'étend hors du pays, au Cameroun, en Tunisie, en Mauritanie ou encore en Algérie.

Côté packaging, qui reste la branche la moins développée, l'offre marocaine est assez timide. Ce sont plutôt des concepts majoritairement étrangers (entreprises françaises, espagnoles, tunisiennes, russes...) qui font le forcing. Sur ce segment, l'entreprise Pacte se démarque. Ce spécialiste de solutions de packaging, marquage et de traçabilité, expose un procédé novateur d'étiquetage-codage pour PME-PMI. «C'est un bon rapport qualité-prix pour les PME-PMI d'une quinzaine de salariés. Sa valeur ajoutée réside dans les possibilités de customisation selon l'activité», résume Franck Dardennes, directeur commercial de la filiale du holding Aixor. □

A. At