

Métiers de bouche

La filière monte en gamme

• L'écosystème en quête de standards internationaux

• Le Cremai, révélateur de tendances

L'ÉCOSYSTÈME des métiers de bouche est en pleine mutation. Restauration, boulangerie-pâtisserie, boucherie fine, catering, snacking, équipementiers cafés, hôtels, restaurants... Les métiers se professionnalisent tellement qu'ils sont en passe de devenir les relais d'une diplomatie parallèle, via la gastronomie. Aujourd'hui, le secteur est des plus attractifs et enregistre chaque année des records en termes d'implantation de nouveaux entrants. Restauration bio, bars à salades, plats élaborés, plats marinés, sushis, sous-vide, surgelés... S'y ajoute une dynamique sans précédent dans les implantations de franchises inter-



Tout le défi de la filière est de capitaliser sur les acquis, en revisitant le plat marocain avec des spécificités gastronomiques tout en valorisant le caractère identitaire (Ph. Cremai)

nationales (Burger King, Pomme de pain, Brioche Dorée, Chez Paul, Starbucks, Fau-

chon, Frédéric Cassel...) Cette dynamique s'est accompagnée non seulement par une montée en gamme dans les services mais aussi par la qualité de l'accueil et du produit. C'est la conséquence logique d'investissement dans la formation. Aujourd'hui, de plus en plus de jeunes optent pour des

sur ces acquis, pour un transfert de ce savoir-faire au profit de la gastronomie marocaine.

«La présence de l'identité marocaine pose un grand problème au niveau des métiers de bouche. Pour l'heure, l'on ne peut citer un seul restaurant digne de ce nom qui

Potentiel à l'export

POUR les professionnels des métiers de bouche, l'évolution de la filière est primordiale pour faciliter l'export. «Le tagine doit s'exporter mais différemment pour être adapté à une clientèle jeune qui ne peut pas attendre, ni manger à la main et qui recherche des repas pratiques, rapides tout en étant raffinés», précise la DGA du groupe Rahal. Cette réorientation est conditionnée par l'intégration de valeurs nutritionnelles. Le potentiel à l'export est tributaire du healthy food ou encore le slow food. L'idée est de dépasser le cliché des repas gras, qui nécessitent du temps pour être préparés puis digérés. □

cursor à l'international. Nombreux sont ceux qui occupent des postes importants dans des établissements prestigieux au Maroc et à l'étranger (Dubai, Paris, Londres, Washington DC, Doha, Madrid...). «L'objectif premier est d'identifier une pépinière de métiers à accompagner au niveau du financement, de la qualité et de la mise à niveau des ressources», souligne Kamal Rahal Essoulami, DG du groupe Rahal.

Les chefs marocains participent de plus en plus aux grandes compétitions. Pour l'heure, le Maroc reste le seul pays arabe et africain à participer au Bocuse d'Or. Les chefs marocains ont aussi réussi deux fois de suite à décrocher la prestigieuse Toque d'Or. C'est dans ce contexte de montée en gamme et de quête de standards internationaux que se tient le Carrefour international des professionnels de la restauration, des métiers de bouche et de l'alimentaire (Cremai). Un événement qui en est à sa 7ème édition (du 24 au 27 mars à Casablanca). Tout le défi aujourd'hui est de capitaliser

soit gastronomique en bonne et due forme et où l'on retrouve l'identité marocaine», soutient Soumia Mourid, DGA du groupe Rahal.

Le défi pour la profession est d'accentuer encore plus l'identité marocaine. Ce qui implique de revisiter les plats avec une présentation différente au-delà des classiques. «Faire sortir le fast-food des recettes traditionnelles est d'ailleurs l'une des tendances qui émerge. Présenter un tagine sous forme de boudin ou en sandwich sont des solutions pratiques avec un taux d'attente d'une minute, une sorte de McDonald's à la marocaine tout en gardant la fraîcheur», explique la DGA. L'objectif est de dépasser les clichés de manière à ce que la cuisine marocaine ne se limite plus aux couscous et tagines. □

A.At



Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com