

ECONOMIE Un marché mondial de quoi aiguïser les appétits



SPECIAL

SIPSA
AGRO FOOD

14^e édition

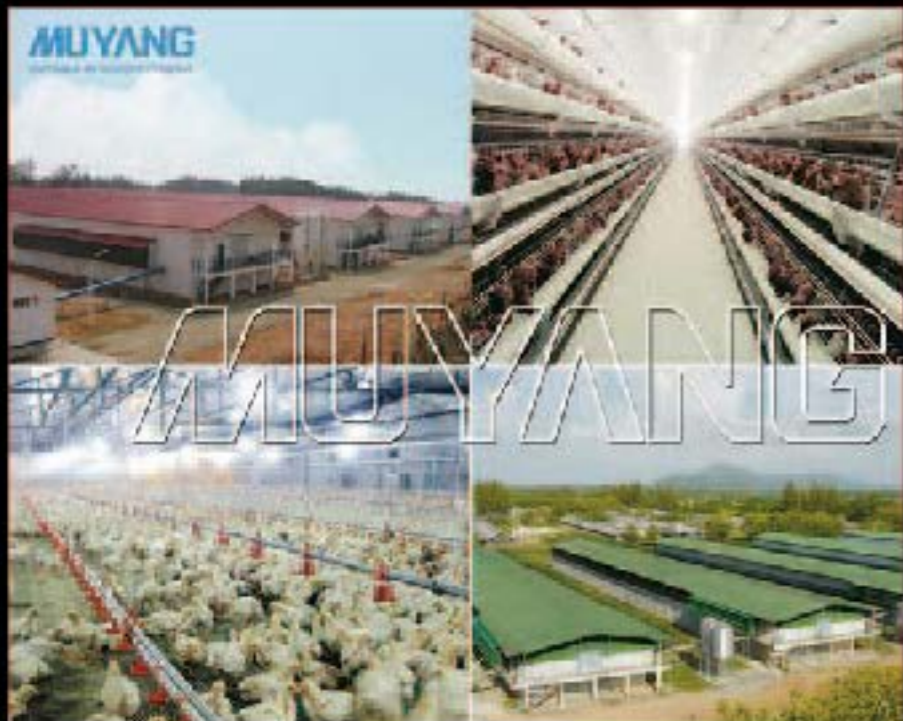
Salon International de l'Élevage, de l'Agroalimentaire et de l'Agroequipement

DU 15 AU 18 MAI 2014
PALAIS DES EXPOSITIONS PINS MARITIMES, SAFEX-ALGER-ALGERIE

INVITÉ



Interview du **Dr Amine BENSEMMANE** Président de la Fondation Filaha



MUYANG

▶ **CHARPENTES METALLIQUES**

▶ **ABATTOIRS AVICOLES**

▶ **BATIMENTS & EQUIPEMENTS D'ELEVAGE**

▶ **USINES DES ALIMENTS BETAIL & VOLAILLES**

▶ **SILOS DE STOCKAGE (CEREALES & FARINES)**

PRESE A GRANULE

Fiable et Hygiénique

Garantie de pellets de haute qualité avec une excellente performance



BROYEUR A MARTEAUX

Efficace et Stable

Machines de performance et niveau avéré depuis longtemps pour la préparation des composants alimentaires



MELANGEUR

Précision et Homogénéité

La solution optimale et flexible des mélanges et formules alimentaires



Site internet: www.muyang.com

Adresse : Cité 1016 logts, Bt 57, N°9 EL ACHOUR-ALGER

Mob : +213 (0) 557 377 432, +86 -15150802825 Email : yisihage2010@gmail.com (Ishak)

Mob: +213(0) 556 130 670 / Email: fetahmahri@yahoo.fr (Abdelfetah)

MUYANG
fourneaux de solutions industrielles



PROJET POULINA – TUNISIE



PROJET TURKIYENIN URETEK GUCU – TURQUIE



EDITORIAL

Avec un marché mondial de 728 millions de tonnes, le marché a de quoi aiguïser les appétits.

Avant même de marcher la première chose que tous les mammifères apprennent c'est boire.

Boire du lait dont les qualités pour la croissance ne sont plus à démontrer.

La preuve Yoplait s'est associé avec l'industriel laitier Marocain Société Laitière Central du Nord (SLCN) pour être distribuer au Maroc.

L'Algérie étant conscient de sa dépendance, (en effet elle importe beaucoup de vaches laitières 120.000 en 2013) elle a décidé de réagir en mettant en place le Programme quinquennal 2010-2014 qui prévoit de nombreuses subventions pour favoriser le développement du secteur laitier qui est considéré comme prioritaire. La proximité géographique et culturelle met ce marché à la portée des PME françaises.

Avec une population mondiale qui ne cesse de croître, l'élevage et la production animale est le défi du XXIe siècle pour produire mieux tout en sécurisant les différentes étapes qui amèneront l'animal sur la table du consommateur.

Elias Cherif



Economie

- 5. Un marché mondial de quoi aiguïser les appétits
- 6. Evolution de cheptel bovin en Algérie entre 2003 et 2013
- 9. Enquête : LA LAITERIE SOUMMAM
- 13. Le PNDA « PLAN NATIONAL DE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE »

Interview

- 21. Interview de Mr Samir YAICI, Directeur Général « EURL EAU MINERALE SAIDA »

Visite guidée

- 24. INALCA ALGERIE
- 26. TONIC INDUSTRIE

Invité du mois

- 31. Interview du Dr Amine BENSEMMANE PRÉSIDENT DE LA FONDATION FILAHA



Dossier

- 32. Spécial SIPSA
- 35. Les exposants du salon SIPSA AGROFOOD se présentent : LAITERIE SOUMMAM - FAMAG - REPI - SAFILAIT- SOUAMAA

Quiz

- 43. LAITERIE TELL
- 43. PHYTOCHIM
- 44. DELTA CONTROL

Où se rencontrent-ils

- 46. FIA
- 48. SIAL
- 50. SALONS EMBALLAGE ET MANUTENTION
- 52. AGRAL

Bilan des salons

- 54. MDD EXPO 2014

Un MARCHÉ MONDIAL de quoi AIGUISER LES APPÉTITS

Malgré l'existence d'autres pratiques fortement implantées, notamment celle de l'élevage d'ovins, de caprins et de camélidés, l'élevage de bovin occupe la première position, il assure d'une part une bonne partie de l'alimentation humaine par la production laitière et la production de la viande rouge d'autre part, il constitue une source de rentabilité pour les producteurs et les agriculteurs.



En Algérie, la production du lait et de la viande bovine n'arrive pas à couvrir la demande bien modeste du consommateur. De ce fait, l'Algérie demeure l'un des principaux importateurs mondiaux du lait et de la viande pour couvrir les besoins de la population. Cette situation est la résultante de nombreuses entraves écologiques, techniques et socioéconomiques qui limitent le développement de l'élevage bovin en Algérie. Ainsi, le développement du secteur exige au préalable de mettre en lumière

ces entraves pour pouvoir le relancer. Cela peut être possible par la mise en œuvre d'une approche multidimensionnelle en tenant compte des potentialités permises à l'exploitation, des niveaux de performances économiques et zootechniques des élevages et de la situation sociale des éleveurs d'où l'importance de la recherche sur les systèmes d'élevage notamment en région semi aride dans laquelle le bovin commence à prendre une ampleur nouvelle au sein de l'exploitation agricole.

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

Editeur :
Elias Cherif

Directeur de la publication :
Elias Cherif

Rédaction-Information :
F.Sheriff

Coordination internationale :
B.Farah

Information-Promotion :
I.Hakima / H.Mokdes / C.Rym /
B.Yasmine / M.Sihem

Maquette & mise en page :
Athmane YACEF
creaprestige.contact@gmail.com

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

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

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

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

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

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

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

EVOLUTION DU CHEPTEL BOVIN EN ALGÉRIE ENTRE 2003 ET 2013

Unité: tête

Années	ESPECE BOVINE								TOTAL 9= 3 à 8
	Vaches laitières			Génisses + 12 mois	Taureaux	Taurillons 12 à 18 mois	Veaux - 12 mois	Velles - 12 mois	
	B.L.M	BLA+BLL	TOTAL						
1	2	3	4	5	6	7	8		
2003	192 364	640 860	833 224	179 684	55 022	122 114	172 385	198 116	1 560 545
2004	199 165	645 335	844 500	194 780	58 790	131 760	180 630	203 240	1 613 700
2005	204 240	624 590	828 830	189 120	58 710	128 460	182 510	198 440	1 586 070
2006	207 740	639 900	847 640	193 960	55 730	128 310	182 770	199 480	1 607 890
2007	216 340	643 630	859 970	198 780	55 040	135 440	183 590	200 990	1 633 810
2008	214 485	639 038	853 523	201 033	59 322	137 298	187 759	201 795	1 640 730
2009	229 929	652 353	882 282	205 409	61 426	141 898	187 245	204 173	1 682 433
2010	239 776	675 624	915 400	212 323	62 263	141 817	202 097	213 800	1 747 700
2011	249 990	690 700	940 690	218 382	65 392	152 417	202 113	211 146	1 790 140
2012	267 139	698 958	966 097	220 627	63 476	150 852	216 220	226 658	1 843 930
2013	293 856	714 719	1 008 575	226 907	67 325	152 551	221 667	232 430	1 909 455

Légende : B L A = Bovin Laitier amélioré | B L M = Bovin Laitier Moderne | B L L = Bovin Laitier Local



Le cheptel bovin est passé de **1 560 545** têtes en 2003 à **1 909 455** têtes en 2013 soit une augmentation de **348 910** têtes.

Le nombre de vaches laitières en 2013 représente **1 008 575** têtes. D'après l'ONIL

« Office National Interprofessionnel du Lait », le consommateur algérien épuise près de 148 litres de lait par habitant et par an ce qui dépasserait largement les normes recommandées par l'OMS (90 L/habitant/an).

L'Algérie produit une quantité de 3,1 milliards de litres par an, contre un besoin de 5,5 milliards de litres, et la collecte ne représente que 25% des quantités produites soit 750 millions de litres, ce qui la mène à importer 40 000 tonnes par an de lait en poudre pour adulte et 15000 tonnes de lait infantile ce qui représente au total 8 milliards de dinars en 2013, **ce qui la situe en deuxième position mondiale pour l'importation de lait.**

COLLECTE DE LAIT POUR LA PÉRIODE DE 2009 À 2013

L'estimation précise que la production laitière par vache est difficile, car elle nécessite la mise en place d'un contrôle laitier. C'est pourquoi on se rapporte aux déclarations des éleveurs. Bien que ses données soient approximatives, elles laissent apparaître une nette différence des productions des vaches selon leur génotype. En effet, on remarque que les meilleures vaches productives sont les pies rouges et les pies noires, elles peuvent atteindre plus de **20 L/J/V** au printemps.

En outre, la production est également variable selon la saison et l'offre alimentaire soit en herbes ou en fourrages verts. Les meilleures productions sont enregistrées durant le printemps où les vaches reçoivent une alimentation en vert.

Les quantités de lait produites sont destinées en partie aux veaux, l'autre partie est destinée soit à l'autoconsommation soit à la commercialisation. Le lait commercialisé est livré par les collecteurs qui passent deux fois par jour aux usines pour l'industrie laitière, celle-ci représentent 165 laiteries (dont 150 privées et 15 filiales du groupe Giplait), ainsi qu'aux crémiers pour la vente directe aux consommateurs. La mise en place d'une filière laitière efficace, hygiénique et économique constitue un sérieux défi dans de nombreux pays en développement comme l'Algérie. Cette situation s'explique notamment par :



- les difficultés à établir un système viable de collecte et de transport du lait en raison des petites quantités de lait produites par exploitation et de l'éloignement des sites de production;
- la saisonnalité de la production laitière;
- les mauvaises infrastructures de transport;
- la technologie et les connaissances insuffisantes en termes de collecte et de transformation du lait;
- la mauvaise qualité du lait cru;
- les distances entre les sites de production, les unités de transformation et les consommateurs;
- les difficultés à établir des installations de refroidissement.



LES TYPES D'ELEVAGES IDENTIFIÉS

Le type A : l'élevage bovin laitier sans terre, ce sont pour la plupart des exploitations périurbaines, strictement familiales. Le recours à la location des superficies plus ou moins importantes est quasi généralisé.

Le type B : l'élevage bovin laitier de petite taille avec terre, la dotation en terre de ces exploitations semble être suffisante aux besoins de l'élevage.

Le type C : l'élevage bovin laitier de grande taille avec terre, la dotation en terre de ces exploitations semble ne pas suffire aux besoins de l'élevage. Ainsi la location des terres est importante et représente en moyenne plus de 50% des superficies cultivées annuellement.

Le type D : Elevage bovin laitier dans les grandes exploitations agricoles ou des gros propriétaires terriens.

LE PAYSAGE INDUSTRIEL LAITIER

La structure générale de l'industrie laitière fait apparaître la coexistence de trois formes d'entreprises :

• **les unités de production publiques organisées sous forme de groupe industriel de production du lait « GIPLAIT » :** Avant la décennie 90, la transformation et la commercialisation étaient monopolisées par les entreprises d'Etat à travers les offices régionaux qui ont une bonne couverture géographique. Ces entreprises ont été longtemps baignées dans un environnement protégé ;

• **les entreprises privées de taille moyenne qui** ont tendance à se développer grâce, notamment, aux partenariats réalisés avec les entreprises étrangères ;

• **les entreprises privées de petite taille qui** ont une assise régionale et qui se spécialisent dans la production d'un ou deux produits notamment le fromage.

Enquête : LA LAITERIE SOUMMAM



1^{ER} collecteur de lait en Algérie

Depuis 2009, Soummam s'est lancée dans un ambitieux programme de développement de la collecte de lait, et ce afin de :

- Participer activement au programme national de développement de la filière de lait frais ;
- Réduire les importations en poudre de lait ;
- Satisfaire le consommateur Algérien ;
- Garantir une qualité irréprochable pour ses produits.

Ce programme, nonobstant le fait qu'il nous permet de nous procurer du lait frais de qualité pour la fabrication de nos différents produits, remplit également une fonction sociétale utile et positive non négligeable. A long terme, il sera vecteur de vitalité, et favorisera l'essor de l'élevage et des cultures agricoles.



COLLECTE SOUMMAM EN CHIFFRES

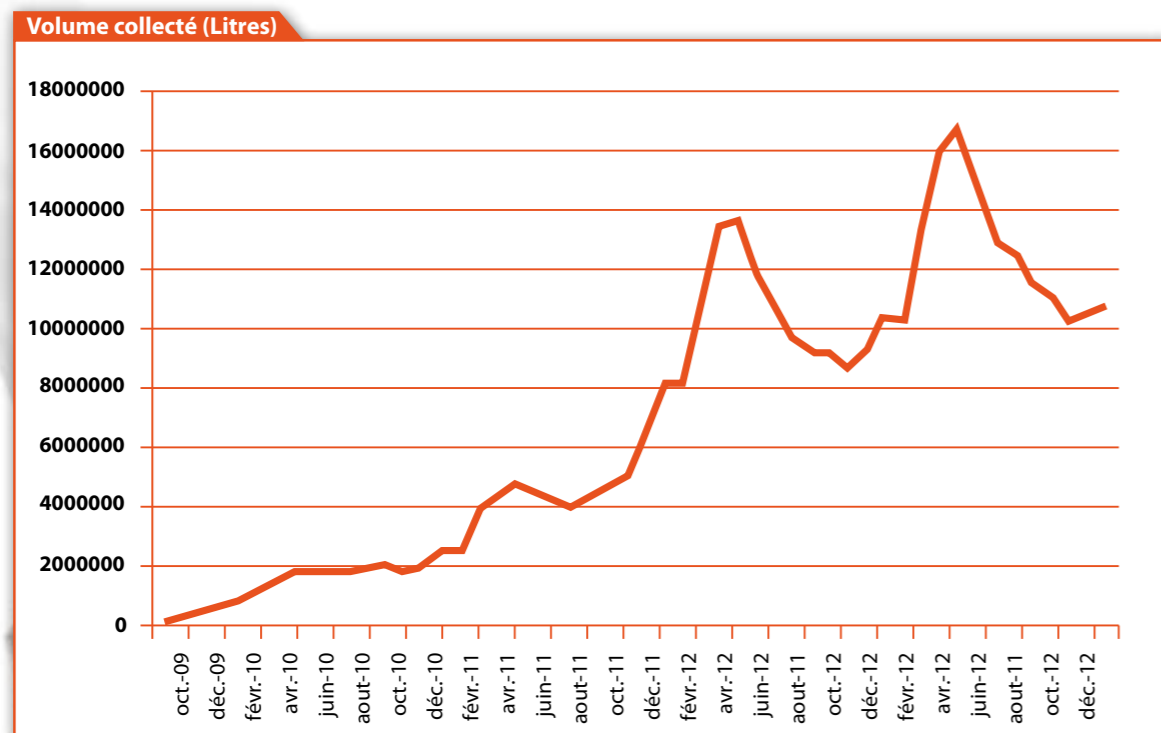
- **Couverture de la collecte :** répartition sur 25 wilayas (rayon de plus de 600 km).
- **Volume/jour :** 600 000 litres/jour.
- **Eleveurs partenaires de Soummam :** Plus de 4 200.
- **Vaches laitières :** plus de 40 000 vaches laitières dont plus de 6 500 financées par Soummam.
- **Centres de collecte :** 38 centres financés par Soummam.
- **Collecteurs :** 77 collecteurs partenaires de Soummam.



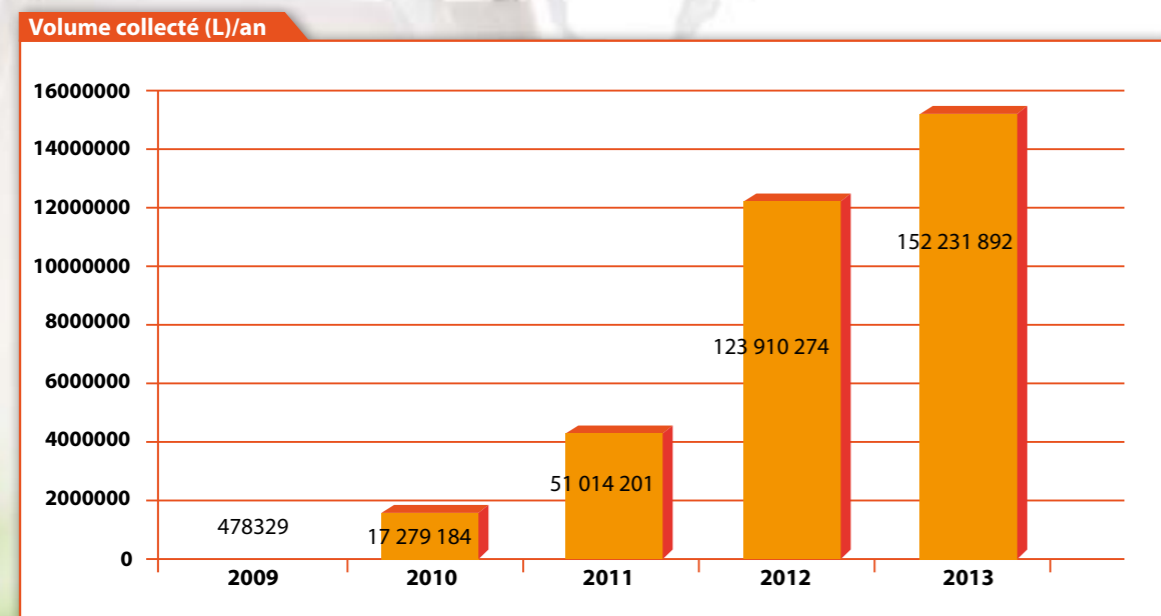
RÉPARTITION DES COLLECTEURS ET CENTRES DE COLLECTE

Wilaya	Nbre collecteur
BATNA	5
BEJAIA	6
BORDJ BOU ARRERIDJ	4
BOUIRA	6
BOUMERDES	1
CONSTANTINE	10
JIJEL	1
KHENCHELA	2
MEDEA	1
MILA	4
M'SILA	5
OUM EL BOUAGHI	2
RELIZANE	2
SETIF	4
SKIKDA	1
SOUK AHRAS	1
TIZI OUZOU	7
AIN EDEFLA	1

ÉVOLUTION VOLUME NATIONAL DE COLLECTE



ÉVOLUTION DU VOLUME COLLECTÉ PAR AN



AVANTAGES SOUMMAM POUR LES ÉLEVEURS



- Ouverture de 38 centres de collecte répartis sur 25 wilayas ;
- Aide à l'octroi de génisse laitière **plus de 7 000 génisses de race laitière déjà distribuées à des éleveurs partenaires soigneusement sélectionnés** ;
- Aide à l'octroi de matériel de traite et de réfrigération **plus de 1500 chariots à traire, 1500 cuves réfrigérantes et plus de 1000 seaux à lait en inox déjà distribués** ;
- Aide à l'alimentation des vaches, **génisse et veaux ensilage, enrubannage, lait d'allaitement** ;
- Aide aux produits d'hygiène de la traite et de la collecte ;
- Paiement des subventions de la production **12DA** et de la collecte **5DA** par avance **chaque fin du mois** ;
- Aide à l'acquisition des moyens de la collecte **plus de 150 camionnettes et cuve isotherme déjà distribués à des collecteurs partenaires de Soummam** ;
- Encouragement pour l'amélioration de la qualité du lait **prime à la protéine et matière grasse** ;
- Aide à l'assurance animal **un taux de réduction exceptionnel** ;
- Suivi de la santé des génisses et de la qualité du lait produit par une équipe pluridisciplinaire formée de professionnels dans leurs domaines **vétérinaire, biologistes, agronomes ...** ;
- Formation et assistance des éleveurs sur site à l'alimentation, hygiène et conduite d'élevage.

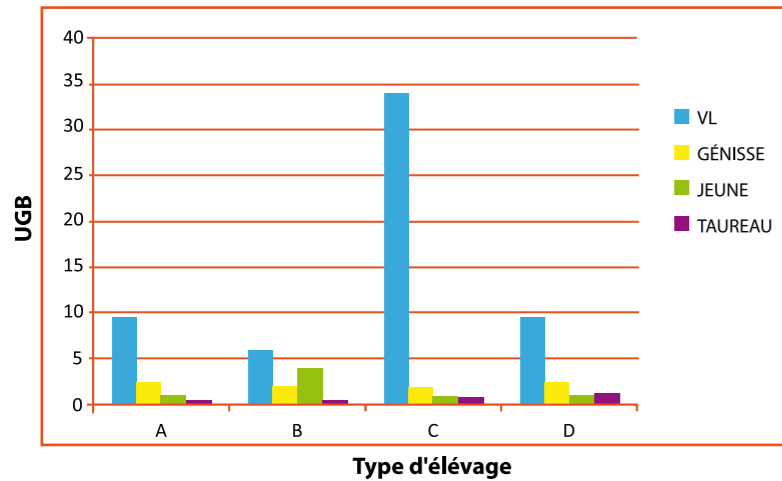
POLITIQUE DE COLLECTE

- 1er Collecteur de lait en Algérie ;
- Participer massivement dans le développement de la filière lait de vache algérien ;
- Plus de 4 200 éleveurs partenaires de Soummam ;
- Réduire les importations sous toutes les formes ;
 - Encourager la production de lait de vache algérien.
 - Encourager les cultures fourragères.
- Plus de 600 000 de litres/jours collectés et 1 000 000 Litres/jour prévue en 2015 ;
- Production à 100 % lait de vache algérien prévue fin 2016 ;
- Des programmes très riches d'appui aux éleveurs et collecteurs partenaires Soummam ;
- Plusieurs centaines d'emplois directs et indirects.

STRUCTURE DES TROUPEAUX LAITIERS

Le nombre des vaches laitières est dominant dans l'ensemble des élevages enquêtés, principalement dans le cas des gros élevages avec terre du type C où elles représentent plus de 90 % des troupeaux en UGB. Ce sont les élevages laitiers proprement dits.

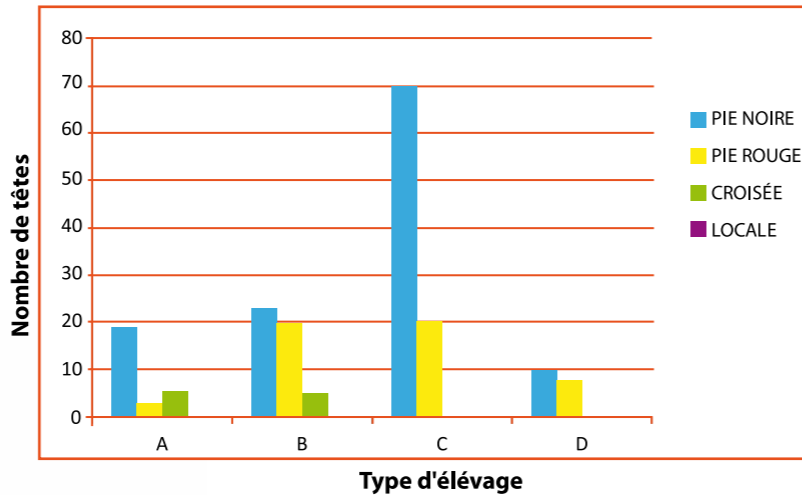




La composition raciale des élevages enquêtés, laisse apparaître une nette dominance des races améliorées.

Les races améliorées représentent plus de 95% du total des élevages, alors que les animaux du type croisé sont rares et représentent moins de 5% de l'effectif total et sont présents seulement dans quelques exploitations. Les élevages laitiers sont constitués principalement de race pie noire, ce sont en grande partie des animaux issus de l'importation de la race Prim' Holstein au cours de ces dernières années.

La proportion la plus faible en vaches laitières par rapport à l'effectif total est enregistrée chez les élevages du type B, en moyenne 6,6 UGB, soit moins de 50 % de l'effectif total. Ce sont des élevages de petite taille où l'importance des jeunes catégories plus de 33% des effectifs en UGB par troupeau, laisse apparaître une certaine mixité lait / viande. Ce sont surtout des éleveurs naisseurs bien intégrés au marché de vente des animaux sur pied.



L'engouement de ces éleveurs pour la race Holstein se justifie essentiellement par la préoccupation à augmenter leur capacité de production laitière.

Les éleveurs qui possèdent un effectif bovin assez important ont plus de matériel, car une production laitière relativement considérable exige l'utilisation de la traite mécanique pour gagner du temps et obtenir des rendements d'échelle croissants. La quasi-totalité des éleveurs pratiquent la céréaliculture de l'orge et du blé. Mais cette culture, ainsi que la production fourragère (sorgho, vesce, avoine), participe faiblement aux apports alimentaires des bovins laitiers. Les producteurs ont donc recours aux cultures et aux achats pour couvrir les besoins de leurs animaux. Les produits achetés sont principalement l'orge, le maïs, le foin, la paille et la farine de blé tendre. Une alimentation complémentaire est utilisée durant presque toute l'année.

Evolution de la production de lait durant la période de 1990 à 2013

Année	Lait	Année	Lait
1 990	11 352 000	2 002	15 934 080
1 991	11 929 920	2 003	16 615 200
1 992	12 683 280	2 004	19 762 800
1 993	10 485 120	2 005	21 589 440
1 994	10 908 240	2 006	23 158 080
1 995	10 836 000	2 007	22 547 611
1 996	11 352 000	2 008	22 907 387
1 997	10 836 000	2 009	24 708 144
1 998	12 384 000	2 010	27 171 642
1 999	16 086 094	2 011	30 206 217
2 000	16 342 649	2 012	31 870 124
2 001	16 896 007	2 013	34 758 451

Source : ministère de l'agriculture et du développement rural

Parmi les facteurs qui expliquent la stagnation de la production du lait, nous pouvons évoquer :

- l'insuffisance des infrastructures de collecte : sur tout le territoire ;
- le cout de revient est supérieur au prix administré fixé par l'état algérien ;
- la faible production fourragère et la cherté des aliments concentrés en raison de faible pluviométrie, et les surfaces irriguées sont réservées aux cultures maraîchères jugées plus rentables ;
- la marginalisation de la recherche scientifique et technique ;
- le caractère sectoriel de la politique laitière.

LE PNDA « PLAN NATIONAL DE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE »



Mis en œuvre depuis septembre 2000, ce plan a été lancé par le ministère de l'agriculture et du développement rural. Dans l'espoir d'aboutir à un développement durable, les objectifs du Plan National de Développement Agricole « PNDA » convergent principalement vers la restructuration du territoire agricole et le développement qualitatif et quantitatif de la production.

Le PNDA vise en priorité à :

- l'amélioration du niveau de sécurité alimentaire en visant l'accès des populations aux produits alimentaires nationaux, en quantités suffisantes et en qualités satisfaisantes. D'où une meilleure couverture des besoins de consommation par la production locale ;
- l'amélioration de la production agricole, en développant les capacités de production des intrants agricoles et du matériel de reproduction, ainsi qu'en valorisant les potentialités du pays et en maîtrisant davantage les contraintes naturelles ;
- la préservation voire la protection de l'environnement, et la valorisation des montagnes par des reboisements économiques et utiles. Des reboisements qui peuvent servir également à lutter contre la désertification ;
- la création d'emplois et l'amélioration du bien

- être de l'agriculteur ;
- l'adaptation des systèmes d'exploitation des sols, dans les régions arides et semi-arides ou soumises à l'aridité (celles autrefois réservées aux céréales malgré son inadaptation ou laissées en jachère, et qui constituent une véritable menace de dégradation) au profit des activités adaptées (telles l'arboriculture, l'élevage, etc.) ;
- l'extension de la surface agricole utile à travers la mise en valeur des terres par la concession ;
- la relance de l'investissement agricole.



Dans ce sens, le PNDA s'articule autour de l'incitation et du soutien aux exploitations agricoles, par une adhésion volontaire des agriculteurs pour le développement des productions adaptées aux caractéristiques et spécificités des zones agro-

écologiques, dans un but d'intensification optimale des cultures et d'intégration agro-industrielle par filière d'activité (céréales, lait, viandes rouges et blanches, arboriculture, etc.)

LA PLACE DE LA FILIÈRE LAIT DANS LE PNDA

Les objectifs arrêtés par ce plan sont le résultat d'une analyse détaillée de la situation de l'agriculture avec une prise en charge des insuffisances constatées au niveau des programmes issus des politiques antérieures. Ainsi, la filière lait a pu bénéficier d'un accroissement substantiel des aides prévues par le programme antérieur de réhabilitation et une amélioration du contenu et du suivi des actions prévues. Durant la mise en œuvre de ce plan,

de nouvelles données sont apparues au niveau économique et social. Avec la confirmation globale de l'ouverture du marché, la libre entreprise réelle venait de naître. L'agriculture, premier jalon de l'économie de marché, devrait connaître une mutation profonde notamment en matière de comportement vis-à-vis de l'entreprise publique et des partenaires sociaux.

SOMINOX FETE SES
30 ANS
DE CHALLENGE
STAND N° 27

كومينو كس
COMINOX
Sarl



Le partenaire de la collecte de lait en Algérie

EQUIPEMENTS POUR LE TRANSPORT ET LA COLLECTE DU LAIT CRU



Citerne Isotherme 1000L



Citerne Isotherme 3000L



Citerne Isotherme 10 000L

Caractéristiques techniques

- Citerne 500L sur plateau
- Citernes sur porteurs 1 000 à 20 000 L, adaptées à tous types de porteurs
- Système de pompage intégré
- Prise d'échantillons à chaque point de collecte
- Cuves isolées et compartimentées
- Boule de lavage



Cuve Isotherme 500L



Citerne Isotherme 4000L

EQUIPEMENTS POUR LA REFRIGERATION DU LAIT

La gamme de fabrication développée pour la réfrigération du lait (sur les sites d'élevage et pour les centres de collecte) est constituée de :

- Cuves horizontales (type fermé) de 1000 à 20 000 Litres, selon notre gamme de fabrication .



Caractéristiques techniques

Cuve double paroi fabriquée en acier inoxydable AISI 304L, équipée :

- D'un évaporateur à flux intégral,
- D'une isolation thermique en mousse polyuréthane,
- D'un équipement de réfrigération complet dont un compresseur de type hermétique avec une puissance adaptée au nombre de traites (02 traites ou 04 traites)
- D'un système de régulation de température avec affichage digital
- D'une agitation cyclique et programmable
- Cuves équipées d'un système CIP Intégré



- Cuves verticales (type ouvert) 300, 500 et 1000 Litres





Usine & Bureaux : RN N°24 Ain Taya ALGER
 Tel : +213 21 86 82 32 / 86 63 46 / 86 73 30
 Fax : +213 21 86 82 31
 Unité de production N°02 : Route de wilaya N°21
 Lot N°539 Rouiba, Alger
 Tel : +213 21 81 11 34 / 81 55 78
 Fax : +213 21 85 13 48
 Email : cominox@dz-cominox.com
www.dz-cominox.com



La production de viande :

Les animaux de sexe mâle à l'exception du taureau reproducteur, sont orientés vers la production de viande. Les éleveurs enquêtés gardent les veaux nés aux exploitations pour les engraisser avant la vente ou les vendent après le sevrage. Généralement, les animaux vendus sont constitués de taurillons engraisés ou maigres, de veaux, de génisses et de vaches à réforme. La vente est effectuée aux marchés et rarement au sein de l'exploitation et à des périodes distinctes d'une exploitation à une autre.

La filière des viandes rouges en Algérie, repose globalement sur les élevages bovins et ovins ainsi que, marginalement, sur des élevages camélins et caprins dont les niveaux de production restent modestes. De ce fait, la production de viandes rouges provient essentiellement des élevages extensifs ovins (56%) et bovins (34%) (Élevage

caprin, 8 %, et camelin, 2 %). Mais l'élevage bovin en Algérie n'arrive pas à satisfaire les besoins de la population en viande, de plus en plus croissants. Pour les trois trimestres de la campagne agricole 2012/2013 soit du mois d'octobre 2012 au mois de juin 2013, la production de viande rouge en général a atteint 3,4 millions de quintaux, dont 20% réalisés par les wilayas de Djelfa, Batna et El Bayadh, ce qui est nettement inférieur à la demande. En effet, les différents programmes de développement du secteur, initiés par les pouvoirs publics sont quasiment tous orientés vers la production laitière. Toutefois, l'élevage des bovins pour la production de viande a toujours existé en Algérie et ce en dépit de la « concurrence » de l'ovin, seul capable de valoriser les importantes étendues steppiques.

LES CONTRAINTES DE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉLEVAGE BOVIN

Le développement de l'élevage bovin en Algérie est influencé par de nombreuses contraintes qu'on peut citer :

L'insuffisance de fourrages : Les superficies consacrées aux cultures fourragères durant la dernière décennie sont évaluées en moyenne à 510 000 hectares, représentant ainsi 7% de la SAU, dont seule 18% est conduite en irriguée et exploitée en vert. Les superficies prairiales sont très réduites en Algérie **25 000ha en 2002** et largement

concentrées en montagne. Elles sont exploitées à double fin (pâturage et production de foin) et la période de vert est de 3 à 6 mois.



La mauvaise adaptation des races importées : L'introduction de ces vaches laitières ne s'est pas traduite par les rendements escomptés ; ils sont même à des niveaux très faibles. Les raisons de cet état peuvent se résumer, comme suit:

- Importation anarchique de divers pays ;
- Inadaptation aux conditions climatiques locale ;
- Non disponibilité de l'aliment adéquat (céréales, tourteaux) ;
- Réduction des quantités et hausse des prix de l'aliment vert, en raison des sécheresses successives ;
- Mauvaise maîtrise des techniques de conduite des cheptels ;
- Relâchement du suivi sanitaire ;
- Désorganisation du secteur de l'élevage laitier (maintes restructurations des exploitations agricoles étatiques) ;
- Absence de stratégie de développement du cheptel national ;
- Prix du lait peu incitatifs en comparaison avec

ceux de la viande ;

- Réduction du nombre de producteurs de lait, en raison de différentes contraintes.

La mauvaise conduite de la reproduction : Celle-ci est à l'origine de la baisse des performances de productions des troupeaux. En effet les anomalies observées dans les exploitations sont diverses (mauvaises détections des chaleurs, absence de politique de conduite etc..).

Les difficultés d'approvisionnement en aliments et la sécheresse ont été les facteurs déterminants de l'évolution du cheptel.

La faiblesse de technicité chez les éleveurs dans la maîtrise et la rigueur de la conduite du troupeau, de la rationalisation de l'alimentation et de l'exploitation des techniques de reproduction, fait que les progrès enregistrés restent limités.

S.a.r.l. Matélevage Services
Depuis 2006 en Algérie
Concessionnaire exclusif

Etude et devis gratuits
Montage et mise en service
Dépannage " 7 jours sur 7 "

" l'alimentation des animaux " : broyeur, stockage concentrés, mélangeuse, apilateur, Fabrique d'aliments

Le vrai " professionnel " en Algérie. visitez notre site:
www.matelevageservices.com

DeLaval

AGRITUBEL
Barrières, logettes cornadis, cases à veau

MARÉCHALLE - PESAGE
CONSTRUCTEUR
Pesage et contention

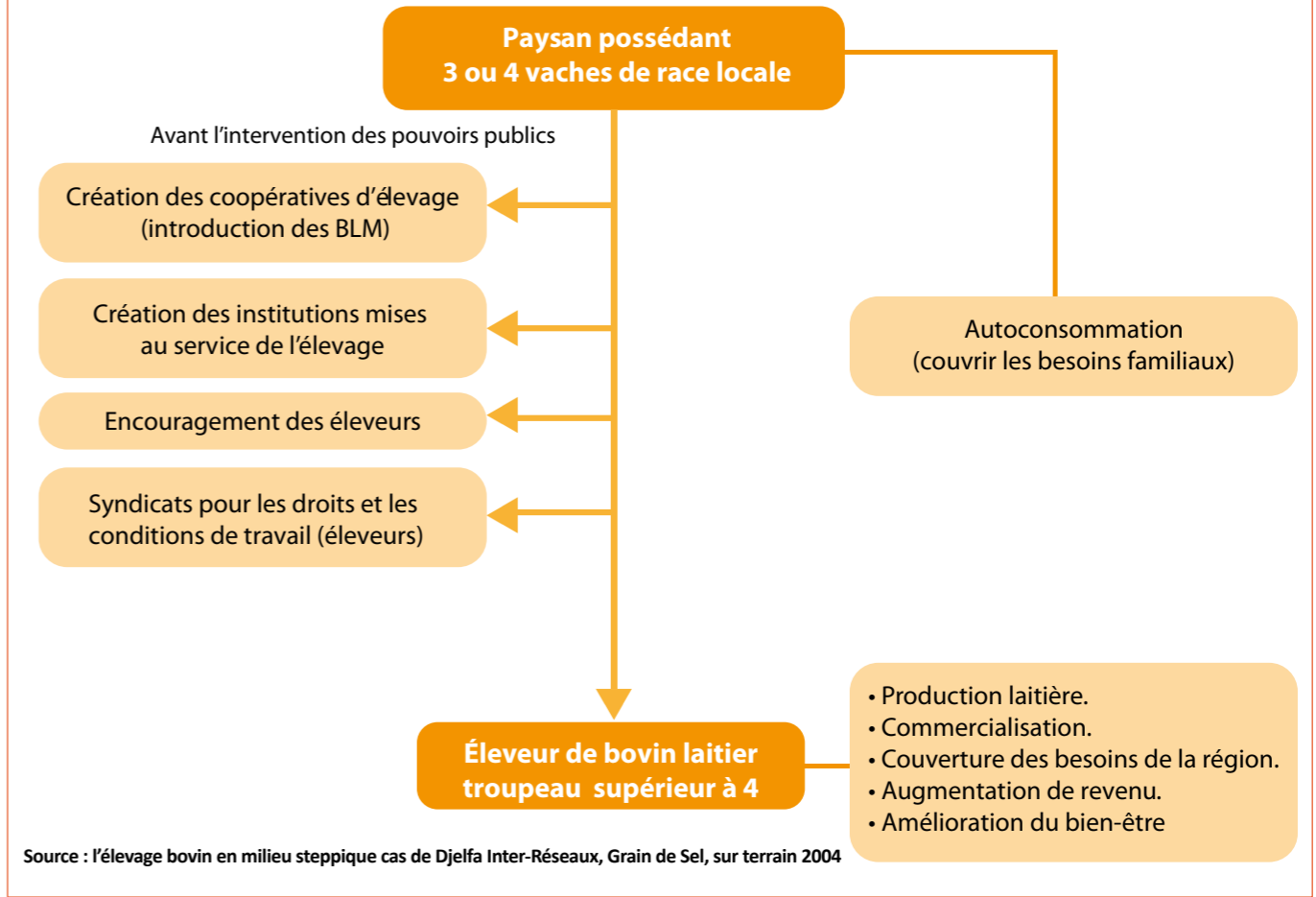
ACEMO
une technologie d'excellence

PICHON
Epannage, tonne à Eslier

Sarl Matélevage Services
Tél/fax: 0.34.35.16.17

Z.I. Taharacht 06200 - AKBOU W.BEJAÏA
E.mail: matelevage_n@yahoo.fr

IMPACT DES EFFORTS DES POUVOIRS PUBLICS SUR LES ACTIVITÉS DE L'ÉLEVAGE DE BOVINS LAITIERS



Le développement des entreprises de transformation du lait n'a pas permis de limiter la dépendance laitière de l'Algérie des fournisseurs étrangers. L'industrialisation de ce secteur a ouvert des débouchés aux entreprises étrangères fournissant les matières premières et l'équipement de production. Les orientations stratégiques des entreprises laitières s'inscrivent dans la recherche du profit immédiat sans se soucier de leur dépendance. Pour un produit aussi vital, la dépendance n'est pas permise, une politique d'encouragement de la production laitière s'avère plus que nécessaire. Cependant, les résultats des aides allouées par l'Etat au secteur laitier sont mitigés en raison de faibles ressources prévues pour ce programme et l'insuffisance de nombre de bénéficiaires. La mise

en place d'un élevage laitier nécessite que ces investissements soient sécurisés par une vision claire de l'avenir du marché. Le marché des produits laitiers fait souvent partie des marchés de produits agricoles les plus fortement réglementés. Dans les pays en développement tel que l'Algérie, les politiques sont généralement conçues pour réduire les importations de produits laitiers et promouvoir la production nationale, afin d'améliorer les moyens d'existence des ménages agricoles et réduire les dépenses d'importation. Néanmoins, il est probable qu'à l'avenir, de nombreux pays en développement ne seront pas auto-suffisants pour la production laitière et seront donc de plus en plus dépendants des importations de produits laitiers.





Sarl EFMPA

Rue B N°27 Oued Yaich BP 7C 9100 W. BLIDA

Tél./fax : 025 43 01 22 / Mob : 0771 32 71 90 - Tél. technique : 0550 61 45 37 / 0550 61 50 36

E-mail : efmplida@yahoo.fr - Site web : www.efmpa.com

M^r SAMIR YAICI, Directeur general de « EURL eau minerale SAIDA »

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

La Groupe industriel YAICI est une société familiale, implantée à Sétif depuis plusieurs décennies. Dans le cadre de l'opération de transfert, réalisée avec la société Groupe Boissons d'Algérie, au profit de notre Groupe, nous avons réussi à réhabiliter cette marque historique, si chère aux Algériens. Notre activité principale est la production d'eau minérale naturelle, produite sous cette marque prestigieuse, par notre société, sous la dénomination d'EURL « Eau minérale SAIDA ».

Depuis cette date, notre groupe a connu une croissance quasi exponentielle, tant par son volume de production, que par l'élargissement de sa gamme de produits, soit actuellement un (1) million de bouteilles d'eau minérale naturelle/jour contre 8 millions de cols/an avant sa privatisation, consacrant le transfert de cette marque à notre profit, pour passer à près de 150 000 000 de cols en 2013.

Sur le plan de l'élargissement de la gamme, pour répondre aux besoins des différents segments de marché, outre le format familial de 1,5 L, nous produisons aussi les petits formats en 0,5 L et le grand format, en bonbonne de 5 Litres. Nos ambitions sont centrées sur La satisfaction et le respect du client

qui sont des valeurs immuables dans notre culture d'entreprise, notamment avec la mise en place d'un système de management de la qualité, pour élever notre production aux standards les plus élevés de la profession.

Notre stratégie de développement consiste à nous diversifier par l'élargissement de notre gamme actuelle, en lançant très prochainement les boissons carbonatées, sous forme d'emballage, formats et parfums très variés.

Quel est votre part de marché ? Pensez vous que le marché algérien est intéressant par rapport à votre secteur d'activité ? Quels sont les marchés qui vous intéressent ? Pourquoi ?

Aujourd'hui, SAIDA est un acteur émergent dans la sous filière « eau minérale en Algérie », avec une part importante de marché, sans cesse croissante ; Sa visibilité s'accroît en s'imposant comme la première marque Historique du terroir, générique et évocatrice de l'eau minérale en Algérie.

Le marché Algérien se caractérise par l'évolution, sans cesse croissante de la consommation d'eau minérale, due à la transformation de nos habitudes de consommation, mais qui demeure bien en deçà, par rapport aux ratios de consommation, notamment du pourtour Méditerranéen.



●●●

C'est dans ce sens que nos parts de marché iront crescendo, pour répondre aux attentes du marché qui demeurent une préoccupation, en termes de couverture optimale du marché, grâce notamment au renforcement de notre réseau de distribution.

S'agissant de l'export, notre marché reste encore à conquérir sur ce plan, mais avec le lancement des nouveaux produits élargis aux sodas notamment, les marchés limitrophes sont porteurs et c'est dans ce sens que nous travaillons, pour élargir notre offre à des pays qui sont très demandeurs de la gamme des soft drinks.

Pouvez-vous nous parler des nouveaux projets et partenariats qui sont en cours ?

Notre entreprise se lancera « prochainement » dans la production de boissons de marques mondiales dans le cadre d'un contrat de franchise, signé avec la société japonaise « SUNTORY », n°3 mondial dans ce domaine ; cet important accord nous fera rentrer de plein pied dans l'univers des boissons de notoriété mondiale, avec Orangina entre autres.

En vertu de cette convention, un programme s'étalant sur deux ans a été élaboré par nos soins pour fabriquer une nouvelle gamme de différentes variétés de jus et boissons gazeuses, détenue par « SUNTORY » ; à ce titre nous lancerons, dans les prochains mois, la fabrication de boissons gazeuses, comme première étape et nous passerons progressivement à d'autres variétés de jus et de boissons carbonatées, conformément à l'autorisation d'exploitation.

Peut-on avoir une idée sur vos projets à l'horizon 2016 ?

Au jour d'aujourd'hui, notre préoccupation majeure, dans la production de boissons est de promouvoir la recherche développement dans le sens de l'amélioration continue de la qualité et de la diversification de notre gamme.

Le respect du consommateur est une constante dans le sens de l'application des codes d'usage, directives et autres recommandations relatives à la qualité. Le développement durable rend nécessaire notre mutation en respectant la santé du consommateur, et les tendances modernes de consommation ; c'est dans ce sens que nous nous sommes déjà inscrits dans le processus de modernisation, d'élargissement de notre gamme de produits, matérialisé, grâce à un



partenariat international et la mise à niveau de notre outil de production et de notre système de management des ressources et de la qualité.

Avez-vous quelque chose à rajouter ?

Nous travaillons dans un contexte d'économie ouvert, où la compétitivité et l'innovation jouent un rôle moteur dans une économie globalisée.

C'est dans ce sens que notre stratégie de croissance, dans le contexte actuel, nous a encouragé à aller vers le partenariat international et des produits de haute facture, favorisant et encourageant le transfert de savoir faire et surtout un positionnement compétitif sur le marché national et international, meilleur gage pour assurer la pérennité de notre entreprise.

La contribution d'EURL « Eau minérale SAIDA » au développement économique tant au niveau régional qu'au plan des impacts diffus de nos investissements, notamment doit être particulièrement soulignée :

- La création de plusieurs centaines d'emplois directs et indirects.
- La mise en place d'un management de la qualité par l'apport de technologies modernes ainsi que la réhabilitation d'une marque historique et chère aux Algériens.
- Un gain de compétitivité certain, dans un environnement économique ouvert et exacerbé par les nombreux accords de libre échange, avec la ZALE, l'UE et les pays voisins.



Mob : 0550.29.82.59/0661.75.84.73
0661.75.84.58

Blida Tél.Fax : 025.39.46.76

Boumerdes Tél./Fax : 024.88.52.25

E-Mail : reve2m@hotmail.fr

Zone d'Activités N°59 Bordj Menaiel - Boumerdes.

CRÉATION & AMÉNAGEMENT
D'ESPACES VERTS

INALCA VERS UNE INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE ALGÉRIENNE RESPONSABLE



Produit Panés

Ces 10 dernières années l'évolution des modes de consommation alimentaire en Algérie a vu le transfert progressif des préparations culinaires traditionnellement effectuées au domicile familial vers les industriels de l'agroalimentaire les dotant ainsi d'un devoir de sérieux vis-à-vis du consommateur et de respect de normes d'hygiène et de qualité.

Il y a encore dix ans le temps moyen quotidien passé en cuisine par une femme algérienne afin de préparer les repas de sa famille était d'environ 4 heures contre moins de 2 heures aujourd'hui. De surcroît la transmission de l'héritage culinaire de la mère vers la fille s'effectue moins fréquemment.

Cette situation est essentiellement due à la fragmentation des familles, les enfants s'éloignent de plus en plus tôt du foyer parental pour des raisons d'étude puis de travail. Les jeunes femmes



Préparation du poisson

qui restaient traditionnellement au foyer font également des études puis elles entrent dans la vie active où elles jouent d'ailleurs un rôle important. Beaucoup de familles sont également éclatées entre l'Algérie et l'Europe.

Cette ouverture sur la société européenne les a mis en contact avec une organisation sociétale plus individualiste, un mode de consommation alimentaire et d'organisation du temps libre nouveaux qu'elles souhaitent légitimement retrouver dans leur pays d'origine. La société de loisirs est née suivi par la mondialisation des goûts.

Cette évolution de la société algérienne, pourtant encore fortement ancrée dans sa culture et ses traditions, fait que les jeunes couples, de retour du travail au terme de quelques heures de voiture ou de transport en commun, aspirent à valoriser leur temps libre dans des tâches autres que ménagères.

Le temps consacré à la préparation des repas s'est trouvé raccourci. L'industrie alimentaire a naturellement pris la place de la cuisine ménagère en proposant des produits de substitution de plus en plus fortement élaborés allant du « préparé » au « prêt à consommer ». La part des repas pris hors foyer, surtout à la pause du déjeuner, a augmenté au profit de la restauration rapide de toute nature proposant des produits standardisés de qualité constante.

Malgré les fantastiques atouts et ressources du pays les productions agricoles sont déficitaires et la transformation alimentaire embryonnaire tant et si bien que le marché algérien est longtemps resté un marché de première nécessité et de prix absorbant tout ce qui était importé quelle qu'en soient l'origine et la qualité.

L'accessibilité aisée aux registres du commerce a permis à de nombreux entrepreneurs guidés par l'appât du gain et sans qualifications particulières d'investir les créneaux commerciaux à fort potentiel de l'importation et de la transformation alimentaire au détriment parfois de la qualité proposée aux consommateurs avides de produits nouveaux.



Vol au vent crevettes



Vol au vent épinards

Bien que le pouvoir d'achat des ménages reste encore faible, les consommateurs ont progressivement gagné en maturité – le prix n'est plus leur seul critère de choix, en exigence de qualité – le respect des normes d'hygiène et surtout en recherche de diversité – l'ouverture vers d'autres cultures culinaires. L'industrie agroalimentaire naissante dans le pays a répondu aux attentes des consommateurs par la mise en marché de produits finis adaptés aux fortes contraintes de prix posées par le faible pouvoir d'achat des algériens ainsi qu'à la légitime nécessité de rentabilité propre à toute entreprise.

Force est de constater que bon nombre de produits transformés présentés actuellement dans les linéaires de la distribution alimentaire algérienne sont de composition aléatoire, de qualité gustative médiocre et de faible valeur nutritionnelle.

Les industriels de l'agroalimentaire algérien doivent prendre conscience du fait que leur obligation de rentabilité tout à fait normale est compatible avec l'offre aux consommateurs de produits de qualité, il devient nécessaire de professionnaliser la filière.

INALCA ALGERIE, filiale algérienne du Groupe italien CREMONINI (3,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires), a décidé de relever le défi d'une industrie agroalimentaire responsable.

Spécialiste incontournable de la viande, du poisson et des légumes importés surgelés du monde entier puis stockés dans son entrepôt de 30.000 m³ à Corso près de Boumerdès ainsi que dans ses points de vente d'Annaba et d'Oran, **INALCA ALGERIE** se diversifie maintenant dans la transformation industrielle agroalimentaire (crabes farcis, poissons panés, burgers et saucisserie 100% viande, boureks, quiches, voles au vent, lasagnes et gratins viande,

poisson et légumes) et la création de magasins produits surgelés de type cash & carry avec livraison à domicile afin de proposer des produits finis élaborés de haute qualité gustative, nutritionnelle et hygiénique (maîtrise de la chaîne du froid jusqu'au domicile du client) pourtant commercialisés au prix actuel des produits bas de gamme présents sur le marché.

Cette charte déontologique qui veut que malgré son faible pouvoir d'achat le consommateur algérien a droit au respect le plus élémentaire est rendue possible par la combinaison de plusieurs facteurs : la puissance d'achat de la maison mère qui permet ainsi d'accéder à des matières premières de qualité au plus juste prix du fait des quantités traitées par le groupe (8 sociétés en Afrique et plus de 30 à travers le monde), la forte technicité des procédés mis en œuvre qui permet de lisser les coûts de production, la maîtrise des savoir-faire technologiques correspondants, la volonté de pratiquer des marges raisonnables et une vision commerciale à long terme.



Equipe de mise au point des produits

Michel Knockaert
Directeur Industrie, Recherche & Développement INALCA ALGERIE

TONIC INDUSTRIE



TONIC Industrie, créée en avril 2011, ayant pour origine la faillite de l'entreprise privée TONIC EMBALLAGE, fait partie du portefeuille de la SGP GEPHAC (Société de Gestion des Participations, chimie pharmacie). Son capital social d'un million de dinars, précédemment, a été porté trente milliards de dinars à l'issue d'une assemblée générale extraordinaire lors de sa reprise par les pouvoirs publics (passage du secteur privé au secteur public).

TONIC Industrie est une entreprise présidée par Mr Mustapha Merzouk, un spécialiste doté d'une expérience et une maîtrise avérée du secteur de l'emballage. Son groupe dirigeant s'est attelé à une analyse et un diagnostic en profondeur de la situation de ce géant du secteur qu'est TONIC Industrie avec ces 2 632 employés et ses différentes unités qui activent dans les métiers de l'emballage, la récupération et le recyclage du papier, la production de papier pour le carton ondulé ainsi que d'autres domaines de transformation (boîtes en carton ondulé, différents sacs, boîtes pliantes,...ect), a pris conscience que le défi à relever pour redresser la situation de cette entreprise est énorme.

Ne pas omettre de retenir que ce défi a concerné également l'ensemble des travailleurs et cadres de

cette entreprise qui, grâce à leur abnégation, leur sens de responsabilité et la préservation des acquis en matières d'investissements, ont contribué à la relance du processus de production et assuré la continuité.



Les activités de TONIC INDUSTRIE :

- Récupération et recyclage du vieux papier et carton.
- Fabrication de papier pour le carton ondulé et de papier tissus ou ouate.
- Différents travaux de refonte et de complexage de tous types de papier.
- Refonte de bobines de papier : découpes, rembobinage en plusieurs bobines selon la demande de laize et de longueur...
- Contre collage sur carton plat ou ondulé.
- Refonte et façonnage de bobines de papiers en format feuille.
- Arts graphiques : conception de maquettes graphiques pour les emballages.
- Réalisation de formes de découpes en tous genres pour tous les emballages en carton.
- Réalisation des films d'imposition pour l'impression offset, ainsi que des isolations de plaques en polymère.
- Impression offset jusqu'aux 06 couleurs (offset classique ou numérique pour l'édition et pour l'emballage en tout genre).
- Impression en héliogravure et flexo graphique sur tout support (étiquettes, emballage souple et plastique, sacherie, gobelets).
- Impression sur carton ondulé.
- Impression numérique en grands formats sur bâches et autocollants.
- Habillage véhicules, supports publicitaires et

signalisations, PLV.

- Fabrication d'emballages en papier et carton-standard et personnalisés : Impression et fabrication d'emballage en papiers et cartons pour tous secteur d'industrie (agro-alimentaire, pharmaceutique, électroménager, céramique, détergents ...ect)
- Boîtes et étuis en carton ondulé, carton compact et en papier.
- Caisses en carton ondulé, boîte à fromage, étiquette.
- Pots en polypropylène enveloppés de papiers pour l'agro-alimentaire (produits laitiers et glaces).
- Sacs en papiers, petites et moyennes contenances pour produits agro-alimentaires et autres, sacs shopping, emballage plastique souple (en bobines, mandrins toutes dimensions et diamètres).
- Impression et fabrication de différents types d'emballage destinés à la distribution (emballages alimentaires et sanitaires) :
 - Boîtes à pizza, boîtes à gâteaux et pâtisseries.
 - Gobelets à café et jus.
 - Papiers pour imprimantes et copieurs, enveloppes tout format et boîtes d'archives.
 - Sacs shopping, sacs croissant, sacs à pain, sacs pharmacie, sacs poulets rôtis, papiers pour viandes et charcuterie.
 - Produits ouate (papiers tissus) : essuie tout, papiers mouchoir, papiers hygiénique, serviettes de table.



Objectifs 2014 :

- Augmentation de la production physique globale par rapport à la prévision de l'année 2013 (augmentation de 62%).
- Augmentation de chiffre d'affaires 2014 par rapport à la prévision 2013 (augmentation de 42%).

JUFRE

قرقنيك و
مينيك



JUFRE DES JUS
FROIDEMENT TESTES



Boisson Gazeuse
FARHA

NOTRE
NOUVELLE
CANETTE



“للعمل يدفعنا الجودة يوحدنا”
“la passion nous anime, la qualité nous réunit”



14^e édition

Sous le Patronage de Monsieur le Ministre
de l'Agriculture et du Développement Rural

SIPSA[®] & AGROFOOD

المعرض الدولي للفلاحة

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

INTERNATIONAL AGRIBUSINESS SHOW

DU 15 AU 18 MAI 2014

PALAIS DES EXPOSITIONS PINS MARITIMES, SAFEX-ALGER-ALGERIE

**580 exposants
30 pays représentés**

www.sipsa-dz.net
mail@expovet-dz.net

Invité du mois

Tout savoir sur le salon SIPSA AGROFOOD

Interview du Dr AMINE BENSEMMANE PRÉSIDENT DE LA FONDATION FILAHA

Agroligne : Pouvez-vous nous présenter cette 14^{ème} édition du salon SIPSA AGROFOOD, qui se déroulera du 15 au 18 Mai 2014 à Alger ?

Dr Amine BENSEMMANE : Dans la continuité de l'édition 2013 dénommée **synergies fertiles** entre l'agriculture et l'Agro-industrie et dans le but de valoriser les produits agricoles algériens, 2014 s'inscrit dans cette politique de renouveau agricole et rural qui privilégie l'agro-industrie et aussi le développement rural et l'agriculture familiale.

Quelles seront les nouveautés de cette édition ? Sur quoi allez-vous mettre l'accent cette année ?

Cette année, la sécurité sanitaire des aliments revient en force avec le forum vétérinaire maghrébin où le produit agricole, que ce soit végétal ou animal a besoin d'une traçabilité. Nous sommes envahis par des produits agro-alimentaires venus d'horizons divers et que certains, pensent que l'Algérie est une poubelle. La sécurité sanitaire des aliments doit faire penser à cette traçabilité des produits et favoriser le produit algérien et faire connaître son origine, sa qualité et sa traçabilité.

D'un point de vue des exposants, quelle sera la participation algérienne et la participation étrangère ?

SIPSA AGROFOOD draine actuellement, plus de 30 pays. Dire que l'Algérie reste un pays très attractif pour l'agriculture et l'agro-industrie. Plus de 370 exposants étrangers seront



présents à cette nouvelle édition. La participation algérienne augmente chaque année. Elle est aussi très prometteuse du fait de nombreux partenariats établis et de joint-ventures dans ce secteur.

Votre salon vise une cible internationale professionnelle. Est-ce que le profil de vos visiteurs a évolué au fil des éditions ? Quelles sont vos attentes en termes de visitorat pour l'édition 2014 ?

Cette année le profil des visiteurs est toujours le même, très professionnel. Les visiteurs viennent chercher des partenariats avec des sociétés et surtout s'informer de nouvelles techniques et technologies dans le domaine de l'élevage et de l'agriculture végétale. Nos attentes ont ciblé environ 22 000 visiteurs professionnels sachant qu'en 2013 nous avons dépassé les 18.000 visiteurs.

A ce sujet, que pourriez-vous dire aux opérateurs algériens afin de

les inciter à venir visiter le salon SIPSA AGROFOOD ?

A nos opérateurs algériens, je leur dirai que c'est une chance que notre marché soit ouvert et encore presque vierge et nécessite beaucoup de partenariats et de joint-ventures pour exploiter cette richesse de notre agriculture, encore sous développée.

Quels sont les projets pour l'édition 2015 ?

Si la Safex nous permet d'avoir outre les halls initiaux, le pavillon central, nous pourrions multiplier les thématiques et accepter la demande croissante d'exposants que nous n'avons pas pu satisfaire, cette année.

Souhaitez-vous ajouter un mot ?

Le renouveau agricole et rural est une réalité concrète. Grâce à cette politique bien amorcée que nous commençons à percevoir à travers nos salons, les bienfaits et l'avancement de notre agriculture.

Rédaction : Fondation Filaha



SIPSA AGROFOOD 2014 événement majeur de la «**SYNERGIE FERTILE**» entre l'amont l'Agriculture et l'Aval « l'agroalimentaire ». Cet événement s'est fixé, avec la fondation FILAHA les objectifs suivants :

- de Jouer un véritable trait d'union entre les différents opérateurs économiques de l'amont et de l'aval du secteur agroalimentaire.
- de partager les progrès techniques et technologiques en adéquation avec le secteur agricole et celui de l'agro-industrie, qui est de plus en plus porté par l'innovation.

Cet événement qu'est le SIPSA à sa quatorzième année, véritable carrefour international des professionnels et de l'inter- profession connu et reconnu comme «**la dynamique d'une politique agricole ambitieuse déclenchée par le gouvernement et le président Abdelaziz Bouteflika en février 2008 à Biskra**».

La **Fondation FILAHA** y adhère et suit cette dynamique de renouveau agricole et du renouveau rural encadrée par des Forums de réflexion autour des thématiques et filières qui concernent les problèmes de l'heure, tels que l'intensification de la production (lait, viande, céréales) pour se substituer à l'importation et assurer la sécurité alimentaire de notre pays et aussi et la sécurité sanitaire de nos aliments.

Le concept de **AGROFOOD DIELNA**, est une autre valeur que défend et soutient la **fondation Filaha**.

Nous devons produire et valoriser nos productions agricoles, qu'ils soient des produits de terroir

ou issues de l'agro-industrie, défendre le **LABEL ALGERIE**, trop souvent dévalorisé est usurpé.

Les Forums **FIPLAIT**, pour le Lait, **FINOVIAND** pour la viande le Forum **FIFAVIC** pour l'aviculture qui assure a lui seul plus de 60 % de nos protéines animale. L'agence de valorisation des produits agricoles crée par la Fondation **FILAHA** s'attache à concevoir une juste valeur et intérêts des produits de terroir, aux bénéfices du monde rural.

Pourquoi ne pas les valoriser ? Nos voisins nous en donnent l'exemple !

Le Forum **AGRIAQUA** dans la thématique de l'eau et de l'Agriculture renforce cette idée que «l'eau est source de vie et en agriculture, elle est capitale pour mettre à profit tous les projets d'intensification de la production agricole».

Cette année le Forum **FIPLAIT** connaît une turbulence **médiatisé de ce produit** alimentaire précieux, nous l'avons mis à l'honneur en 2014 avec un thème « **UNE BATAILLE POUR REDUIRE NOTRE DEPENDANCE** ».

Notre conférence aujourd'hui sur cette filière s'attachera à développer le **RENOUVEAU Agricole et rural, avec un corollaire l'amélioration de la production nationale et son intégration industrielle, par nos intervenants : (dont ci-joint le programme)**

Je remercie nos Partenaires : **FCE, CEIMI, ALGEX, MADR** et la **CNA**; pour leur soutien.

Dr Amine Bensemmane
Président de la Fondation FILAHA innove

PROGRAMME DES FORUMS

La Fondation FILAHA INNOVE organise lors du 'SIPSA-AGROFOOD', 04 Forums, et vous permet ainsi, d'assister à des conférences scientifiques et technico commerciales portant sur les actualisations de 5 filières, dont ci-joint le programme préliminaire des conférences.

Jeudi 15 mai : Salle de conférences au Palais expositions – Safex- Hall I (près du hall S-la Saoura)

Matinée : Inauguration officielle et visite VIP du salon.

Après-midi : Thématique 1 : Les 1ères Rencontres Vétérinaires Maghrébines (RVM)

Vendredi 16 mai : Salle de conférences au Palais expositions – Safex- Hall I (près du hall S-la Saoura)

Matinée : Suite des (RVM)

Après-midi :Thématique 2 : Forum Finoviand (génétique viande et lait et caprins)

Samedi 17 mai : Salle de conférences au Palais expositions – Safex- Hall I (près du hall S-la Saoura)

Matinée : Thématique 3 : Forum Fiplait (lait et produits laitiers)

Après-midi : Thématique 4 : Forum Fifavic (aviculture)

Dimanche 18 mai : Salle de conférences au Palais expositions – Safex- Hall I (près du hall S-la Saoura)

Matinée : Thématique 5 : Forum Agriaqua (l'eau et l'agriculture)

Après-midi : Clôture des forums et remise des trophées et médailles

Lundi 19 et Mardi 20

Journées Grand Public et Visite de Jeunes Agriculteurs porteurs de projets de 12 wilayates Accès grand public **Uniquement à :**

- **l'Esplanade U** : machinisme - **Allée G** : machinisme - **Hall E** : Exposition des animaux (Parc animalier) avec la participation de la France, l'Autriche, et l'ITELV (Algérie) - Show autour de la valorisation des produits agricoles et du terroir (Les délices d'Algérie).

- **Dégustation des produits de terroir** : **Hall G.RDC et HALL E** (Ferme Laitière) - **Déjeuner à la Ferme « AGROFOOD - DIELNA**» produits laitiers, céréales, couscous et pâtes '**Lahlou**' pour tous (HALL E).

LIEU DES FORUMS

Salle de conférences - la SAOURA - Hall I, près du hall S- (voir Plan Global).

CONTACTS

Fondation FILAHA/ Forums Tél. : 0770909005

Sécurité Tél. : 0770967982 EXPOVET E-mail : mail@expovet-dz.net

FBF International

Import/Export

Fournisseur de matériel avicole



Silo



Système humidificateur



Broyeur de paille



Moto réducteur



Système ligne d'alimentation



Extracteur



Vis d'alimentation pour silo



Ligne d'abreuvement



Système chaîne plate d'alimentation



Générateur d'air chaud



Plumeuse



Eleveuse



Couveuse

Abreuvoirs



Abreuvoir premier âge



Cage de transport pour dinde



Abreuvoirs



Abreuvoirs

09, Quartier Amara, Chéraga - Alger
Tél.: +213 (0)21 36 62 21/36 01 99 Fax: +213 (0)21 36 77 84
Mob.: +213 (0)661 512 267 / (0)550 495 525
E-mail: sarl_fbf@yahoo.fr
Site web: www.fbf-international.com

Les exposants du salon SIPSA AGRO FOOD se présentent ...

LAITERIE SOUMMAM

N° de Stand
G 23, G 26 et E 25



Mr Lounis Hamitouche
Directeur Général

- La Sarl Laiterie Soummam est une entreprise algérienne créée par l'entrepreneur Mr Lounis Hamitouche en 1993, en association avec deux membres de sa famille. En 2011, l'entreprise était le premier producteur national de yaourt avec 42 % des parts de marché. Son siège se trouve à Taharacht (Akbou, wilaya de Béjaia).
- A sa création, la première usine employait 20 ouvriers et produisait 20 000 yaourts par jour. En 2000 : l'usine, baptisée alors Soummam, est installée dans la zone industrielle de Taharacht d'Akbou.
- En 2002 : une deuxième extension est entreprise sur un terrain mitoyen sous le nom de Soummam 2. Celle-ci entre en production un plus tard.
- En 2006 : une troisième extension est réalisée et donne naissance à Soummam 3.



Aujourd'hui, l'entreprise est partenaire avec le groupe français Lactalis, qui l'a choisie pour sa stratégie de pénétration du marché algérien. Les deux partenaires rachètent l'usine étatique de Beni Thamou à Blida, l'usine produit du fromage fondu et du camembert sous la marque Président.

La laiterie Soummam s'est fixé comme défi l'augmentation du volume de la collecte de lait et de la réduction des importations de la poudre de lait, et son credo est de satisfaire, la famille algérienne en lait et produits dérivés de qualité et lui garantir un large choix.

Sarl FAMAG
Le Professionnel du Machinisme Agricole

Tracteur SONALIKA 90 RX/ 4 RM
75 RX/ 2 RM
WORLD TRAC (12 Vitesses)

Tracteur SONALIKA DI 60 RX/2RM
Tracteur SONALIKA DI 75 RX/2RM
Tracteur SONALIKA DI 75 RX/4RM

Moissonneuse Batteuse
130 CV - 6 Cyl
Barre de Coupe 4,20 M

Siège & Unité de Production : Zone Industrielle. Sidi Bel Abbés. ALGERIE
Tél: +213 (0) 48.70.33.54/56 / +213 (0) 48.70.34.56 / Fax: +213(0) 48.70.35.57 / Mobile: +213(0) 5.60.01.54.38
Email: contact@famag.net Site Web: www.famag.net

Les exposants du salon SIPSA AGRO FOOD se présentent ...

FAMAG

N° de Stand
PATIO

**Le professionnel
du machinisme
agricole**



Omar TERRAH
Directeur Général de la Société

FAMAG est une société privée créée en 1996, située à la zone industrielle de Sidi Bel Abbés, au capital social de 1 500 000 000DA, ses principaux objectifs sont :

- Maintenir et perpétuer le métier de fabrication de matériel agricole en Algérie ;
- Devenir un full-liner et leader du machinisme agricole dans le Maghreb.

L'entreprise occupe une superficie de 40 000 m2 dont 14 000 m2 couverte, et emploie un effectif de 262 ouvriers directs et 270 indirects au niveau des 36 distributeurs constituant le réseau commercial de FAMAG. Ses principaux dirigeants sont des anciens cadres de la filière machinisme agricole.

Le projet a débuté par la commercialisation et la fabrication de pièces de rechange et l'importation des moissonneuses batteuses CLAAS (produits de haute qualité et prix élevés pour le marché algérien).

En 2005, elle change de partenaire, et passe de la moissonneuse batteuse CLAAS/Allemagne au tracteur SONALIKA/Inde. Au fil des années elle lance la ligne de fabrication des remorques citernes et matériels aratoires, puis tisse un réseau de distribution et service après vente composé de 36 agents agréés et plus de 40 show room, ce dernier emploie plus de 250 personnes.

Depuis 2009, FAMAG évolue d'une manière remarquable pour atteindre 4600 tracteurs, plus de 2300 citernes et remorques et 2000 outils vendus en 2013. Son chiffre d'affaires est passé de 270

Millions DA en 2008 à plus de 7 milliards de dinars en 2013, soit une croissance moyenne annuelle de 98% en 5 ans.

FAMAG devient le principal fournisseur de l'agriculture algérienne en matériels agricoles.

Sous la marque SONALIKA , nos produits sont :

- Tracteurs avec 20, 45, 50,75 et 90 chevaux;
- Matériel de traction remorque de 4 et 5tonnes;
- Citernes galvanisées pour eau potable et eau industrielle d'une capacité de 300 litres;
- Ramasseuse presse sous trois (3) models : Standard, Top et Professionnelle;
- Matériel aratoire : charrue à deux(2) et trois(3) socles, charrue à disque de 2,3 et 4 socles;
- Le Cover Croop : Porté de 8x16 et de 7x14,Trainé de 8x16 et 10x20 et Semi-Porté de 8x16,10x20 et 12x24;
- Faucheuse Giro andaineur;
- Moissonneuse batteuse de 4,20 m avec motorisation de six(6) cylindres.

REPI

REPI est une société spécialisée dans la fabrication, la fourniture et l'installation d'équipements et process (clé en main) pour les domaines de l'agroalimentaire et pharmaceutique. A ce titre, nous intervenons dans la fabrication de: cuves de plusieurs capacités : réfrigérées verticales ; cuves isothermiques; pasteurisateurs à plaque et tubulaire; tables, chariots, supports et socles, bardage décoratif; pièces spécifiques en INOX. Nous intervenons également dans : les travaux de tuyauterie et de tôle, les travaux d'instrumentation, le montage et la maintenance d'équipements agroalimentaires et pharmaceutiques et également dans l'extension de process déjà opérationnels (études sur-mesure à la demande du client). Notre mission principale est de fournir à nos clients des unités de production (clé en main). Toujours à leur écoute, nous élaborons ces unités en tenant compte de : l'assiette disponible pour la réalisation du projet, la situation géographique, l'eau, l'énergie électrique... etc. Par ailleurs nous assurons à nos clients la fourniture, le montage, la mise en marche, l'élaboration de produits finis ainsi que la formation

N° de Stand
G 16Mr Brahim TOUAHRI
Gérant

du personnel, tout en veillant à la satisfaction de ses besoins et attentes notamment dans la maîtrise des coûts et des délais.
www.repi.dz

REPI

**FOURNITURE ET MONTAGE INDUSTRIEL
PROCESS ET ENGINEERING
AGROALIMENTAIRE
ETUDES ET CONSEILS EN INVESTISSEMENT**

ETUDES

REALISATIONS

CONSEILS

**ASSISTANCE TECHNIQUE
MAINTENANCE
SUIVI**

**CUVES DE TOUTES DIMENSIONS
100L/5000L**

REPI LA FIERTE

DE L'INDUSTRIE ALGERIENNE



FA5000

Conditionneuse(ensacheuse)5000L/H



KH2500

Conditionneuse(ensacheuse)2500L/H

Rue 15 villa 49Beaulieu, Oued Smar, Alger, Algérie
Mob.: 00213(0)661 52 25 33/00213(0)770 80 52 05
Tel.: 00213(0)21 82 81 90 Fax: 00213(0) 21 52 43 72

Le service commercial:
Mob.: 00213(0) 775 22 06 38
Email: contact@repi.dz/ site web: www.repi.dz

Les exposants du salon SIPSA AGRO FOOD se présentent ...

SAFILAIT

N° de Stand
G 20 et G 21

SAFILAIT est une Sarl au capital de **80.000.000 DA**, créée en **2002** et gérée par **Mr. Med SEFARI**, en qualité de Directeur Général.

SAFILAIT compte plus de 150 personnes comme employés dans des postes fixes.

Spécialisée en Laits et Produits laitiers, elle transforme et produit plus de 100.000 litres par jour en tout lait.

Sa gamme riche et variée lui confère l'estime de ses consommateurs. On peut citer entre autres :

- Crème fraîche « Promesse de Paysanne » ;
- Crème de Camembert ;
- Crème des Princes ;
- Différents modèles de pâte molle de type Camembert et Brie ;
- Beurre Fermier ;
- Tout type de laitage en sachet.

Ses produits sont très prisés, car fabriqués à base de lait de vache, collecté par **30 collecteurs** et auprès de plus de **700 éleveurs** conventionnés.

Sa politique repose sur l'intégration du lait cru, avec un taux avoisinant **65 %** actuellement.

Avec le nouveau projet, laiterie SAFILAIT passe à une production de **300.000 L/J** en tout lait et ce courant l'année **2014**.

Le choix de s'implanter partout en Algérie grâce à la mise en place de moyens logistiques de notre réseau de distribution est stratégique pour plus d'une raison :

- Mettre les produits SAFILAIT rapidement à la disposition du consommateur
- Livrer le client où qu'il soit
- Garantir la qualité nécessaire de tous nos produits et nos services

SAFILAIT

*Des Produits
Sains & Savoureux*

www.safilait-dz.com
safilait@safilait.com



مطبرات سوامع CONSERVERIE SOUAMAA

100% طبيعي



أجود ما في الطبيعة

Siège & Usine

EL.EULMA - AIN BERDA (ANNABA)
Tél. : 038 87 84 81 - Fax : 038 87 84 80

Les exposants du salon SIPSA AGRO FOOD se présentent ...

SOUAMAA

N° de Stand
G 13

La Sarl **CONSERVERIE SOUAMAA** est une entreprise algérienne, installée à el Eulma, Ain el Barda, ANNABA, créée en Juillet 1998 et spécialisée dans les conserves, grâce à un équipement performant, l'entreprise produit 150 tonnes à 200 tonnes de concentré de tomate par jour, soit :

- **8500 tonnes par an** pour le double concentré de tomate ;
- **1500 tonnes par an** pour la harissa ;
- **1600 tonnes par an** pour la confiture d'abricot.

Le conditionnement est présenté comme suit :

- Boite métallique 1/2 de 400g ;
- Boite métallique 4/4 de 800g ;
- Boite métallique de 1.8 kg ;
- Boite 4oz 140grs.

Nos marques : **EL BAHDJA** et **EL BAHIA**.

Nous possédons un équipement pour conserver la tomate en fûts de 220kgs avec un brix de 36% dans des sacs aseptiques, ce qui permet à l'usine de tourner toute l'année.



Monsieur MISSAOUI DAHOUI
Président Directeur Général

Né en 1952 à ANNABA, commerçant à l'âge de 22 ans dans le domaine du charbon puis taxieur; commerçant en fruits, légumes et boucherie
En 1980 import-export quincaillerie et rond a béton.
En 1998 création de la SARL CONSERVERIE SOUAMAA.
Médaille d'honneur : organisation arabe de l'agriculture 27 sept 2011.



Notre conserverie couvre entre 15% et 18% du marché local grâce à nos points de vente à travers le territoire national : ANNABA – ALGER – SETIF – ORAN- BISKRA.

Notre production est en évolution continue, notre objectif est d'augmenter notre part de marché et contribuer massivement à l'économie nationale en exportant vers les pays voisins.

Notre participation au salon **SIPSA** va être dans le but de présenter nos produits tel que la Tomate, Harissa, et Confiture et d'être prêt du consommateur.

Nos projets à l'horizon 2016 sont :

- Le développement de la gamme de nos produits tels : que la tomate en Tetrapack, le jus de tomate et jus de fruits et la tomate concassée pour pizzeria ;
- Un projet d'une laiterie, fromagerie est en cours de réalisation.





C.A.S.P.M

Complexe Avicole POUSSINS & ALIMENTS DE BETAIL.



*Elevage, abattage
&
charcuterie*

Coté Autoroute Mers El Hadjadj - 31220 ORAN

Tél: 041 37 02 83 / Fax: 041 37 04 84

Mobile: 0560 060 070 / 073 / 076

E-mail: sarlcaspm@yahoo.fr

Quiz

LAITERIE TELL



L'EPE LAITERIE TELL Spa est une filiale du groupe GIPLAIT qui contient 19 sites de production à travers le territoire national. L'unité de production et le siège social sont situés à MEZLOUG dans la wilaya de SETIF, dont l'activité principale est la production et la commercialisation du lait et produits laitiers ainsi que la collecte du lait cru et son intégration dans le process de fabrication.

Les produits fabriqués sont : le lait de vache pasteurisé, crème fraîche, Raib, l'ben: lait fermenté et fromage.

La laiterie Tell de Sétif dispose d'un réseau de distribution du lait pasteurisé et des produits laitiers qui est réparti géographiquement sur les wilayas suivantes: Setif, B.B.A, Batna, Bejaia, Biskra, Mila, Boussada Et Oued Souf.

Pour la collecte du lait frais, la laiterie assure son approvisionnement en lait frais auprès de 52 collecteurs et plus de 1250 éleveurs bovins laitiers, possédants plus de 5200 vaches laitières.

Ses principaux objectifs sont :

La mise en place d'une stratégie durable pour développer et intensifier la production du lait local, sa collecte, et son utilisation pour la fabrication des dérivés.

Diminuer l'importation de poudre de lait, la création d'emplois et de revenus et pour assurer une sécurité alimentaire en protéines animales pour une population en plein essor démographique.

Réhabiliter le producteur laitier en tant qu'opérateur économique et l'accompagner dans une logique de gagnant / gagnant, dans un cadre de travail agréable tout en apportant appui et assistance, pour le développement des élevages afin d'atteindre des performances quantitatives et en qualitatives.

La mise en valeur du potentiel élevage, afin de répondre à des objectifs primordiaux constituant à l'heure actuelle un enjeu important pour le développement de la filière lait.

SNC PHYTOCHIM



La SNC PHYTOCHIM KERKOUR ET CIE, est une société algérienne privée spécialisée dans le domaine de l'hygiène, dont le capital social de 6 000.000,00 DA .

Son siège social se trouve à Ain El Kebira dans la wilaya de Sétif et son unité de production est située dans la commune d'Ain Arnat dans l'enceinte de la zone d'activité, du chef lieu de la wilaya. Créée en 1998, elle est gérée par Mr Kerkour Noureddine, et

cogérée par Mr Kerkour Ammar, elle emploie un effectif de 70 employés.

Ces fonctions principales sont : la fabrication de produits d'hygiène ainsi que les services aux collectivités et entreprises , tel que : le nettoyage et l'entretien, la création et entretien des espaces verts et l'hygiène publique.

La production de la SNC PHYTOCHIM se base essentiellement sur les produits d'hygiène aérosols, et l'usine dispose d'une capacité de production de deux millions de bombes aérosol par an, avec une augmentation prévisionnelle à quatre millions pour 2014 /2015. Elle compte également élargir sa gamme de produits en 2015, par la formulation de produits cosmétiques.

SARL DELTA CONTROL



Gérée par Mme Sonia KESSACI, **DELTA CONTROL** confectionne tous types de vérins de tous diamètres aux normes internationales **ISO**.

La marque déposée, le contrôle qualité de rigueur démarque **DELTA CONTROL** des autres entreprises concurrentes.



Afin de satisfaire l'aimable et fidele clientèle **DELTA CONTROL** à introduit des gammes de qualité et de sécurité.

Les compresseurs commercialisés sont garantis pendant une année, le démarrage et la mise en service sont effectués obligatoirement par nos équipes techniques. Un contrat de maintenance suivit de la fiche d'entretien et d'accompagnent de la machine sont fournis pour servir pendant toute sa durée de vie.

Les 15 ans d'activité de la **SARL DELTA CONTROL** dans son domaine ont permis a l'entreprise d'acquérir un savoir faire et de se placer leader Algérien de la fabrication et de la distribution de vérins et d'automatismes pneumatiques.

Les Talents italiens proposent des **Technologies d'avant-garde** pour le développement du packaging.

Les "excellence" **du savoir faire italien** de la créativité à l'imprimerie, vous supportent et vous distinguent.



les Talents Italiens

DESIGN,
TECHNOLOGIES
ET COMPÉTENCES
POUR VOTRE
PACKAGING



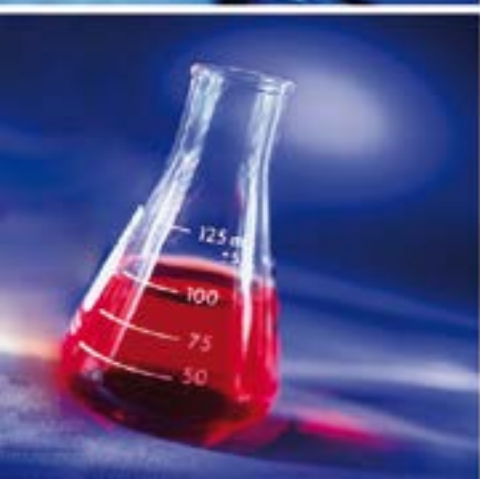
BRANDING AND CORPORATE IDENTITY
info@pavandesign.com

INCI-FLEX
PREPRESS SOLUTIONS FOR PACKAGING
info@inciflex.it

EUROINK
Encres pour la Flexographie et pour l'Héliogravure
info@euroink.it

AIRLAB
Equipement Médical et Laboratoire
Produit Chimique et Réactif

Cité Ain Allah Bt 406 C - Dely Brahim - Alger - ALGERIE
Tél / fax : +213 (0) 21 91 84 94 / 96 - +213 (0) 20 33 13 29 - +213 (0) 20 33 12 63
Mob : +213 (0) 770 36 24 17 - +213 (0) 661 36 24 17 - +213 (0) 661 96 35 66
E-mail : airlab2002@yahoo.fr



Organise

معرض 47th

الجزائري
الدولي
Algiers
International
Fair



ضيف الشرف
الولايات المتحدة الأمريكية

Guest of honor
United States of America
(USA)

May 28 to June 02, 2014
Exhibition Palace, Algiers



où se rencontrent-ils

LA SOCIÉTÉ ALGÉRIENNE DES FOIRES ET EXPORTATIONS



ACTEUR PRINCIPAL POUR L'ACCOMPAGNEMENT DES POUVOIRS PUBLICS DANS LA PROMOTION DES SECTEURS DE L'ÉCONOMIE NATIONALE.

PRESENTATION DE LA SOCIÉTÉ ALGÉRIENNE DES FOIRES ET EXPORTATIONS (SAFEX)

La Société Algérienne des Foires et Exportations (Safex- Spa) est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions ONAFEX, créé en 1971.

Le siège social est situé dans la commune de Mohammadia à Alger, dans l'enceinte du Palais des Expositions aux Pins Maritimes.

Son emplacement géographique idéal (il est situé à 3 Kms de l'Aéroport d'Alger et à 10 Kms du Centre Ville et du Port, en face de l'Hôtel International Hilton), ses infrastructures d'exposition spécialisées et ses multiples équipements d'accompagnement (restaurants, aires de jeux, banques, assurances, show-rooms, services de sécurité et de police, services de santé, parkings exposants et grand public, etc...), font du Palais des Expositions de la Safex un lieu de rencontres professionnelles et de détente unique en Algérie.

LES MISSIONS DE LA SAFEX SONT PRINCIPALEMENT

Organisation de Foires et Salons spécialisés à caractère, national, régional et international, Organisation des participations des entreprises exportatrices aux manifestations économiques à l'étranger,

Assistance aux opérateurs économiques en matière de : informations économiques et commerciales –réglementations sur le commerce extérieur –opportunités et mises en relations d'affaires–procédures à l'exportation – éditions de publications spécialisées – organisation de rencontres professionnelles, séminaires, conférences.- gestion et exploitation des infrastructures du Palais des Expositions.

LES MOYENS DE L'ENTREPRISE

Le Palais des Expositions s'étend sur une superficie globale de 68 hectares ; il abrite plusieurs pavillons

d'exposition et d'espaces d'exposition à l'air libre :
Surface d'expositions couverte.....40 960 m²
Surface d'exposition découverte.....25 000 m²

Plusieurs salles de conférences d'une capacité globale de près de 1 000 places.

Des parkings pour une capacité globale de 8 000 véhicules dont 6000 pour les visiteurs grand public et 2000 pour les exposants.

Des structures d'accompagnement : centre de soins d'urgence – Présence permanente d'équipes d'intervention (lutte contre l'incendie – sécurité et...) – centre de presse – cybercafé – etc....

Les foires et expositions étant le moyen idéal de promotion des produits et des services, elles constituent le « précurseur » de toute relance économique ; elles sont le meilleur moyen de montrer l'image de marque des entreprises, le niveau de leur développement ; d'exposer les innovations technologiques, d'établir des mises en relations d'affaires d'aboutir à des contrats commerciaux voire même de susciter des contacts pour la promotion et le développement des investissements.

C'est pour cela que nous assistons à une floraison de nouveaux organisateurs de salons spécialisés, nationaux et étrangers, qui viennent organiser leurs événements au Palais des Expositions, ce qui donne au site une dimension supplémentaire en sa qualité de lieu incontournable pour la promotion économique en général.

Bien plus, le développement fulgurant connu par l'industrie des foires et salons en Algérie ces dernières années, conséquemment donc, aux investissements colossaux consentis par l'Etat Algérien, source de dynamisme et de développement des entreprises, a poussé les pouvoirs publics à demander à la Safex de proposer une nouvelle stratégie de redéploiement de ses activités dans les grandes régions du pays aux fins de les faire bénéficier de moyens de promotion et de développement des potentialités géo-économiques qu'elles recèlent.

SIAL



Une distribution alimentaire en ébullition !



Le retail est confronté actuellement à un nombre important de défis : économiques, concurrentiels mais aussi opérationnels. SIAL Paris relève deux tendances *retail-oriented* qui illustrent parfaitement ces défis :



le drive



la zone marché



50 ans après sa création, le Salon International de l'Alimentation est devenu une marque, une expérience exceptionnelle unique dans le secteur de l'agroalimentaire mondial. Et SIAL Paris fait partie intégrante de la stratégie d'accompagnement des exposants développée par le réseau SIAL Group à travers ses 8 salons. Cette année encore, SIAL Paris est indiscutablement tourné vers le business avec 200 pays représentés. Grande distribution, centrale d'achat, hard discount, commerce de détail, toutes les enseignes sont au rendez-vous et se mobilisent de manière massive.



Les hypermarchés ont 50 ans et cela fait 50 ans que SIAL Paris est un concentré unique de décideurs nationaux et internationaux. Distribution et SIAL sont résolument intimement liés. SIAL Paris s'est imposé depuis longtemps comme un rendez-vous incontournable pour l'ensemble de la distribution mondiale. Ses motivations sont triples :

- **Du sourcing bien sûr :** le SIAL représente un vivier incroyable de fournisseurs et de produits qui viendront remplir les linéaires de nos distributeurs. Le succès d'une enseigne – et donc sa part de marché – se joue beaucoup sur l'attractivité de son offre. Les distributeurs sont donc particulièrement à l'affût des innovations qui viendront dynamiser les ventes et apporter de la différenciation.
- **Des données consommateurs :** les enseignes sont de plus en plus "Marketing Minded", "consumer driven" (autant de barbarismes !!!) et ne laissent plus aux industriels l'exclusivité de la relation consommateur ! Les distributeurs sont donc devenus tout aussi demandeurs en matière de tendances consommateurs et innovations afin de faire évoluer en conséquence leur offre alimentaire mais aussi de manière plus générale leur concept de distribution.
- **Des rencontres :** la distribution n'échappe pas à la règle du networking. Le SIAL et ses 150 000 participants reste le lieu privilégié de rencontres au sein de la filière agroalimentaire : rencontres économiques et politiques, en tout cas conviviales.

L'édition 2014 sera tout particulièrement l'occasion de découvrir l'offre alimentaire mondiale, elle sera marquée par des temps forts dédiés à la distribution alimentaire mais aussi par les nouveaux défis à relever à commencer par celui qui marque le début de l'ère de la nouvelle zone marché.

Plateau TV, World Tour by SIAL, Le Marché by SIAL et SIAL Innovation ont pour objectif d'aider la distribution à avoir un point de vue complet et cohérent. Une actualité dense à suivre au SIAL Paris 2014 !



Nicolas Trentesaux, Directeur de SIAL Group.

Où se rencontrent-ils

SIAL INNOVATION

Maillon final de la chaîne alimentaire, le secteur de la distribution, du commerce alimentaire et du négoce représente 54 % des visiteurs de SIAL Paris. Autant de professionnels qui viennent sourcer l'innovation et les tendances au coeur du salon. **Car l'innovation sert de levier à la consommation, c'est l'ADN du SIAL !** Au-delà d'être un carrefour de rencontre entre acheteurs et fournisseurs,

SIAL Paris apporte un aperçu de l'avenir et une réponse aux différents enjeux de la distribution. La dynamisation des linéaires est poussée par l'échantillonnage inédit de nouveaux produits présents sur l'espace SIAL Innovation.

2 800 exposants, soit près d'un exposant sur deux, proposent des MDD, parmi lesquelles une sélection présentée sur SIAL Innovation.

LE MARCHÉ BY SIAL

Les fruits et légumes sont omniprésents dans notre quotidien. SIAL Paris englobe tous les secteurs de la distribution et les produits frais y ont leur place. En partenariat avec **Interfel**, qui revient exposer sur le salon, **SIAL Paris fête ses 50 ans** en fraîcheur et met à l'honneur les zones marchés avec **Le Marché by SIAL**, programme de mise en valeur des fruits et légumes sur le salon en **3 dimensions**.

Le secteur des fruits et légumes sera mis en scène pour attirer les acheteurs de la filière et permettre aux producteurs de conquérir de nouveaux marchés. **La Cuisine by SIAL** avec notamment, une exposition photos et des démonstrations culinaires dédiées. Avec la participation du MOF **Frédéric Jaunault**. **Sial TV** sera aussi le théâtre d'émissions sur les grands enjeux et sujets d'actualité de la filière.

WORLD TOUR BY SIAL

World Tour by SIAL décrypte les tendances en terme de consommation des 28 principaux marchés du monde sur les 5 continents.

Cette cartographie de l'agroalimentaire mondiale, fait évoluer de fait, l'opération SIAL d'Or, qui devient World Tour by SIAL.

DES RDV EXPERTS SPÉCIFIQUES

Des **conférences** seront proposées avec des sujets ciblés : Les fruits et légumes ainsi que la **distribution** et

en particulier l'enjeu majeur de revaloriser l'approche produits frais.

AU PROGRAMME :

Quels seront les nouveaux formats de distribution de demain ?
Les limites du local : empreinte écologique, approvisionnement local : le local est-il une réponse à tout ?...

Des **Pôles experts** accueilleront visiteurs et exposants pour répondre à leurs demandes sur les différentes thématiques SIAL.

La recette du succès de SIAL Paris, c'est un accompagnement des marchés et de ses acteurs par la mise en valeur des tendances qui feront l'alimentation de demain...



17-20 NOV 2014
PARIS NORD VILLEPINTE FRANCE

emballage

VOTRE RENDEZ-VOUS CAPITAL
AVEC L'INNOVATION PACKAGING
AGRO-ALIMENTAIRE

AVEC

manutention
HANDLING EXHIBITION - PARIS



Découvrez les exposants, conférences, expos inédites et plateau TV des 4 métiers essentiels et complémentaires : **packaging, processing, printing & handling.**
En savoir plus : www.all4pack.fr

DEMANDEZ VOTRE BADGE GRATUIT
avec le code : **G12113**

all4pack
PACKAGING | PROCESSING | PRINTING | HANDLING

où se rencontrent-ils

SALONS EMBALLAGE ET MANUTENTION

Du 17 au 20 novembre 2014 à Paris Nord Villepinte

Le rendez-vous qui regroupe les professionnels des deux secteurs concernant d'un côté : les machines de process et de conditionnement, matières premières, consommables et films, machines d'identification, traçabilité, marquage, codage, machines d'emballages secondaires, tertiaires et d'expédition, transformation, impression d'emballages, étiquettes, emballages et contenants (carton, plastique, verre, métal, bois), de l'autre les Equipements & Systèmes, Intralogistique, et le Stockage.

- Avec 300 conférenciers français et internationaux de haut niveau pour découvrir et présenter les nouvelles tendances, et faire le point sur les enjeux de l'emballage et de l'intralogistique.
- Un plateau TV pour marquer les temps-forts de l'édition est prévu, toutes les émissions seront retransmises sur la webtv du salon sur YouTube.
- L'expo des futurs professionnels de l'emballage via les étudiants du Strate College
- Expo des 'DIELINE PACKAGE DESIGN AWARDS' pour exposer les lauréats de ce concours international de design packaging par The Dieline.com.

NOUVEAUTÉ EN 2014

Un workshop collaboratif se déroulera pendant les 4 jours du salon dont l'objectif est de faire travailler 6 binômes composés de 2 étudiants de nationalité différentes sur des problématiques préparées par le Comité Pack Experts.

Un groupement en phase avec les attentes et les mutations des secteurs de l'emballage et de la **Manutention** : Pendant 4 jours, Paris sera le lieu du rendez-vous capital de l'innovation pour les professionnels des 4 métiers du secteur : Packaging, Processing, Printing et Handling. Réunis dans les halls 4,5a et 6 de Paris Nord Villepinte.

EMBALLAGE 2014, grâce à son offre sectorisée-Agroalimentaire, Boissons & Liquides, Beauté, Santé, Multi-industries- permet une identification rapide des différents marchés utilisateurs d'emballages.

MANUTENTION 2014 se concentre sur l'intralogistique, les équipements et systèmes automatisés des entrepôts, dans le hall 5a, en adéquation parfaite avec l'offre « fin de ligne ». 100 000 visiteurs sont attendus dont 36% d'origine internationale (100 nationalités sont représentées)

Deux salons en totale synergie, aux mêmes dates,

Deux salons à ne pas manquer impérativement du 17 au 20 Novembre 2014 !



Véronique SESTRIÈRES
Directrice des Salons EMBALLAGE et MANUTENTION

dans les mêmes halls, qui capitalisent sur leurs atouts :

- Une sectorisation de l'offre par grands marchés d'application, pour faciliter la visite de vos clients.
- Un positionnement international, fédérateur des marchés de la zone EMEA.
- Une rencontre unique avec les plus grandes marques françaises : un rendez-vous avec le savoir-faire « made in France »

LES 8 BONNES RAISONS D'EXPOSER

- Vous associer à l'événement EMEA référent et bénéficier d'importantes retombées médias, rencontrer la presse spécialisée.
- Prospector, trouver de nouveaux clients, notamment à l'export.
- Présenter les innovations et nouveautés.
- Développer des partenariats pour accroître votre réseau, fidéliser vos clients.
- Miser sur 2 marques salons emblématiques, qui s'associent pour créer un rendez-vous unique.
- Augmenter votre notoriété et renfoncer l'image de votre entreprise.
- Mobiliser en interne, notamment vos réseaux de vente, autour d'un événement fédérateur.
- Un événement international à Paris, une des villes les plus attractives.



25 > 27
NOVEMBRE
2014
CENTRE DES CONVENTIONS
ORAN - ALGÉRIE

Salon International sur la Sécurité Alimentaire

- Agriculture - Machinisme agricole • Elevage
- Agro-alimentaire • Arboriculture - Horticulture •



➔ www.agral-dz.com

Contact : info@agral-dz.com
Tél. : 021 54 66 58

Partenaire média
AgroMigne

Organisateurs
SYMBIOSE
GREENORBIS

AGRAL'2014

Du 25 au 27 novembre 2014, Symbiose-Communication-Environnement vous invite à participer au Salon International sur la Sécurité Alimentaire, AGRAL, Durant 03 jours, cet événement, qui constitue le point de rencontre des secteurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire, réunira près de 150 exposants et près de 5000 visiteurs.

Un secteur en pleine mutation

- ◆ L'Algérie est le 1er importateur africain de denrées alimentaires avec 75% des ses besoins assurés par les importations.
- ◆ Le secteur « biens alimentaires » représentait en 2008, 20% de la valeur totale des importations.
- ◆ La valeur de la production agricole nationale est estimée à 2 211 milliards de dinars en 2012 contre 1 600 milliards de dinars en 2011.
- ◆ Pendant les 4 dernières années, la croissance moyenne annuelle réalisée par le secteur est évaluée à 13,75%. De l'ensemble de cette production, 42% sont l'œuvre des plaines et du littoral et 22,3% émanent des Hauts-Plateaux. Le Sud et les zones montagneuses ont contribué respectivement pour 18,3% et 16,5%.
- ◆ Le lait est produit à raison de 3 milliards de litres contre un objectif de 2,92 milliards de litres. La collecte est passée de 510 millions de litres en 2010-2011 à près de 688 millions de litres en 2011-2012.
- ◆ La filière oléicole, a enregistré une baisse par rapport à l'objectif de 4,62 millions de quintaux retenu initialement, la production enregistrée ayant légèrement dépassé 3 millions de quintaux.
- ◆ La filière maraîchère a donné lieu à des résultats dépassant l'objectif retenu, soit 83,5 millions de quintaux, la production réalisée pour 2012 étant de 104 millions de quintaux.
- ◆ Les résultats de l'évaluation des contrats de performances des wilayas dans le cadre du Renouveau agricole, arrêtés au troisième trimestre, indiquent que la production céréalière a enregistré, au cours de la campagne 2011-2012, 51,2 millions de quintaux, contre 42,45 millions de quintaux réalisés lors de la campagne précédente. Des performances qui dépassent l'objectif annuel retenu pour 2012, soit 46,7 millions de quintaux.
- ◆ La production algérienne de fruits est de l'ordre de 3.5 millions de tonnes et celle des légumes de plus de 9 millions de tonnes.
- ◆ L'agriculture contribue pour 13% au PIB de l'Algérie et emploie ¼ de la population active.
- ◆ Les viandes rouges représentent environ 20% en valeur de la production agricole et 10% pour les viandes blanches.
- ◆ Le parc machinisme agricole est estimé à 12 000 tracteurs et 10-12 000 moissonneuses-batteuses.
- ◆ La consommation algérienne moyenne de céréales est de 220 kg/an/ habitant.

Thèmes

Agriculture
Machinisme agricole



Elevage



Agro-alimentaire



Arboriculture
Horticulture



MDD EXPO 2014

LE SALON QUI VALORISE TOUTE LA CRÉATIVITÉ DES MDD !

L'eau dans les process de fabrication de lait et de boissons en Algérie : problématiques et solutions

L'eau est une matière vivante et elle rentre dans la composition de vos produits finis. Or, même si la qualité de vos produits se veut stable, la composition de l'eau, elle, peut varier d'un endroit à un autre ou selon la période de l'année.

En Algérie, la problématique de la qualité d'eau est complexe en raison d'une minéralisation élevée et parfois même d'une présence excessive de certains minéraux propice à la dégradation de vos installations.

Alors, comment maîtriser cette matière première afin qu'elle n'altère pas la qualité de vos productions ?

Quels traitements appliquer afin que l'eau d'alimentation de vos systèmes n'hypothèque pas la durée de vie de vos équipements ?

BWT PERMO, leader technologique dans le traitement de l'eau depuis 90 ans, vous propose de répondre à ces problématiques et **organise au mois de Mai un séminaire GRATUIT d'information technique sur les problématiques spécifiques à la qualité de l'eau en Algérie et les solutions techniques les plus appropriées.**



Contactez-nous :
BWT PERMO France 103, rue Charles Michels 93206 St. Denis Cedex
Email : permo.export@bwt.fr
Téléphone: 01 49 22 46 86



Les 8 et 9 avril 2014, près de 550 exposants ont mis en lumière leur savoir-faire à l'attention de 5 569 visiteurs professionnels sur 19 000 m² d'exposition. Ces derniers ont profité de nombreux événements dédiés aux marques de distributeurs. Parcours thématiques, Innovations Store, Espace Dégustation, Pack Store,... autant d'animations plébiscitées par les professionnels. Ainsi, à travers les dernières tendances internationales en MDD alimentaires et non-alimentaires, les acheteurs en GMS, CHR, Food Service,... ont pu saisir toutes les opportunités de business pour dénicher les futurs produits stars.





L'INNOVATIONS STORE, LE SUPERMARCHÉ PREMIUM DES NOUVEAUTÉS

Près de 180 innovations ont été réunies dans cet espace dédié à travers 3 univers. Les innovations présentées par les enseignes de distribution internationales « Retailer », ainsi que celles développées par les fabricants du salon « Manufacturer » et, côté non-alimentaire, les innovations des exposants « Home'Store ». Véritable source d'inspiration, cet espace de nouveautés a rencontré un fort succès auprès des professionnels. Quelques exemples des innovations présentées sur le salon : la boisson soja-café, la poudre de tomate, CAN & GO : la canette refermable qui garantit une parfaite étanchéité,...

FORTE AFFLUENCE À L'ESPACE DÉGUSTATION

Les apprentis de l'EPMTTH (École de Paris des Métiers de la Table, du Tourisme et de l'Hôtellerie) ont sublimé plus de 70 produits des exposants à différents moments de la journée. Exemples : crème pâtissière à chaud, crème de bergamote confite, homard blanchi, yaourt aux 3 ingrédients, ... La valorisation des boissons au bar de l'Espace Dégustation a été un excellent complément très apprécié des visiteurs. Exemples :

PROCHAIN RENDEZ-VOUS :

MDD EXPO 2015, LES 31 MARS ET 1ER AVRIL 2015 À PARIS PORTE DE VERSAILLES

Contact Presse : AB3C Bourlaye CISSÉ Tél. 01 53 30 74 00 bourlaye@ab3c.com

Contact GL events Exhibitions : Julie VOYER - Laure MENDES Tél : 05 53 36 78 78 julie.voyer@gl-events.com - laure.mendes@gl-events.com

ice coffee éco-responsable, pur jus de grenade bio,...

CARTON PLEIN POUR LE PACK STORE !

Ce voyage initiatique a dévoilé les nouveautés en matière d'emballages, formats, matière... Trois thématiques ont été développées et exposées sur l'espace Pack Store avec l'expertise de la rédaction d'Emballages Magazine : la communication, la fonctionnalité et l'environnement. Les visiteurs et exposants ont pu ainsi découvrir des exemples concrets illustrant ces tendances : des bouteilles propriétaires avec un graphisme plus « premium », une gourde au bouchon « magique », le développement durable,...

AFFAIRES CONCLUES POUR LES BUSINESS MEETINGS

Les Business Meetings, rendez-vous d'affaires sur-mesure planifiés sur deux jours, ont généré 168 rencontres ciblées. Dans des conditions optimales, distributeurs, restaurateurs donneurs d'ordres et fournisseurs ont pu mettre en place, voire concrétiser, des projets de collaboration et de développement.

DES VISITEURS SÉDUITS PAR LES CONFÉRENCES MDD EXPO

Les conférences ont été une occasion unique de s'informer auprès de nombreux experts et d'échanger sur des thèmes d'actualité autour des marques de distributeurs. 775 auditeurs ont pu apprendre et/ou enrichir leurs connaissances sur l'état des lieux des MDD, les marques régionales, panorama mondial de l'innovation dans les MDD, la marque employeur : comment attirer de nouveaux talents,...

Comptes rendus disponibles sur <http://www.mdd-expo.com/animations/comptes-rendus-conferences>

LES CHIFFRES-CLÉS MDD EXPO 2014

- 550 exposants dont 31 % internationaux
- 5569 visiteurs professionnels : PDG, Directeur, Gérant, Responsable des achats, Ingénieur,...
- 16 % de visiteurs étrangers : Belgique, Pays-Bas, Italie, Portugal, Allemagne, Suède, Russie,...
- 7 secteurs complémentaires en alimentaire et non alimentaire

LES 3 PRINCES

**IMPORT ET EXPORT EN AGRO-ALIMENTAIRE
PRODUCTEUR AGRICOLE**

**DÉPOSITAIRE DISTRIBUTEUR
DES PRODUITS DE LA CONSERVERIE**

IZDIHAR
ازدهار

Mayonnaise
ازدهار

Harissa
ازدهار

IZDIHAR
ازدهار
passata de Tomate

L'entreprise qui voit grand... Culturellement

44, Rue Taghaste Sainte Thérèse 23000 - Annaba . Algérie. Algeria
Tél.: 213 (0) 38.86.02.88 - Fax : +213 (0) 38.86.02.50
Site web : www.les3princes-dz.com

Agrôlign

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



3 bonnes raisons d'adhérer à Agrôlign pour seulement 7400 DZD H.T./an, bénéficiez :

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

Oui, Je souhaite adhérer au réseau Agrôlign pour 7400 DZD H.T

Société/Enseigne _____ Filière ou secteur d'activité de l'entreprise _____
 Nom/Prénom _____ Fonction _____
 Adresse _____
 Téléphone _____ Fax _____ Portable _____ Email _____
 RC : _____ RF : _____ ART : _____



GENERAL EMBALLAGE

INDUSTRIE DU CARTON ONDULE

*Partenaire
indéfectible*



Société par actions au capital de 2.000.000.000 DZD

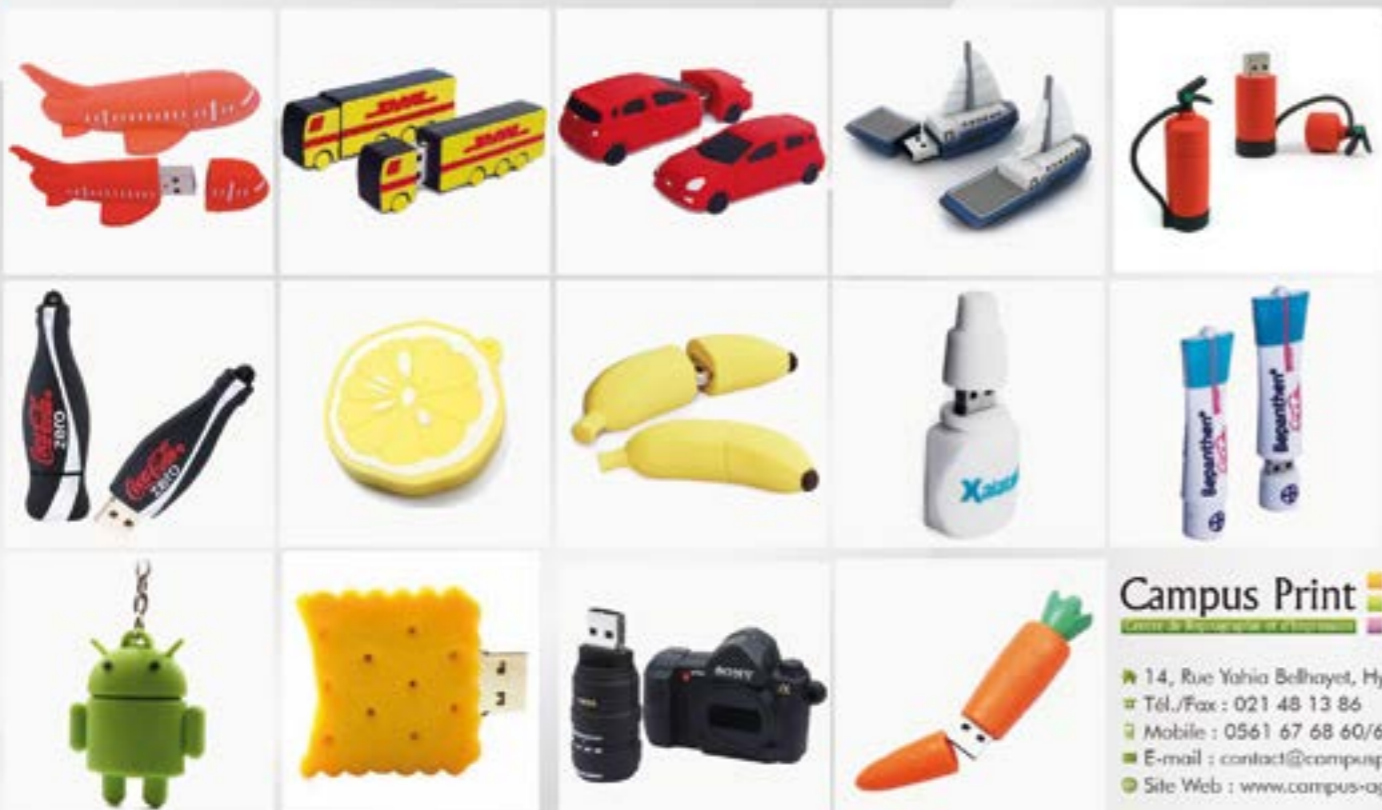
www.generalemballage.com

NOUVEAU

Clés USB Personnalisées

2GB, 4GB, 8GB, 16GB et 32GB

Personnalisez Vos Idées



Campus Print

14, Rue Yahia Bellahyet, Hydra, Alger
 Tél./Fax : 021 48 13 86
 Mobile : 0561 67 68 60/62/65
 E-mail : contact@compusprint.dz
 Site Web : www.compus-agency.com



A Récupération et Transformation du vieux Papier



B Fabrication de tous types d'emballages en papiers et cartons



C Impression et Art graphiques



D Travaux de refonte et complexage de tous types de papiers



E Prestations logistiques (Location d'engins de manutention et de BTP et transport)