

The background of the cover is a photograph of a vast agricultural field. In the foreground, a man wearing a wide-brimmed straw hat and a light-colored shirt is seen from the side, looking at a tablet computer. In the middle ground, a large center pivot irrigation system is visible, with its long metal arms extending across the field. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and casting long shadows. The overall scene depicts modern agriculture in a rural setting.

100MAD / 11€ / 12\$

Avril 2026 - N°170

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

AGROALIMENTAIRE
COMMENT LES INDUSTRIELS AGROALIMENTAIRES
MAROCAINS PROTÈGENT LEURS MARGES EN 2026 ?

AGRICULTURE
SIAM 2026 :
CARREFOUR DE L'AGRIBUSINESS MAROCAIN DURABLE
BAYER 2026 :
AU PLUS PRÈS DES RÉALITÉS TERRAIN

ECONOMIE
LE MAROC
PIVOT LOGISTIQUE ENTRE LES CONTINENTS

HORECA
UN DÉBUT D'ANNÉE RECORD POUR LE TOURISME
MAROCAIN.



Nabatlé

LE 1^{ER} LAIT VÉGÉTAL MAROCAIN
100%



DOUCEUR VÉGÉTALE,
PLAISIR NATUREL



**DIRECTEUR
DE PUBLICATION**

Alexandre Delalonde

RÉDACTRICE EN CHEF

Amina Benzekri

RÉDACTRICE

Rita Habchi

Rita.habchi@resagro.com

**DIRECTEUR ARTISTIQUE
CHEF DE PROJETS WEB**

Mohcine Belkaid

SERVICE COMMERCIAL

contact@resagro.com

(+212) 529 675 976

(+212) 672 22 76 10

(+212) 672 22 76 58

**CORRESPONDANTE
FRANCOPHONE**

Dominique Pereda

dpereda@resagro.com

pereda.resagro@gmail.com

**CORRESPONDANTE
ANGLOPHONE**

Fanny Poun

fanny@resagro.com

**CORRESPONDANTE
HISPANOPHONE**

Laetitia Saint-Maur

laetitia@resagro.com

**RESPONSABLE
DISTRIBUTION**

Morad Qerqouri



ÉDITO

**Le Maroc 2026, l'ambition d'un hub
souverain et durable**

Cher lecteurs,

Le Maroc ne se contente plus de suivre la marche du monde ; il imprime son propre rythme. En ce printemps 2026, le Royaume s'affirme comme un laboratoire de résilience, transformant chaque défi global en une opportunité stratégique. Qu'il s'agisse de redessiner les routes logistiques mondiales ou de réinventer notre souveraineté alimentaire par la technologie, l'ambition marocaine repose désormais sur l'alliance entre la vision politique et l'excellence opérationnelle.

Au cœur de cette dynamique, la souveraineté logistique s'impose comme notre premier rempart. Avec un record historique de 12 millions de conteneurs en 2025, Tanger Med dicte désormais les standards mondiaux d'efficacité. Mais l'ambition ne s'arrête pas au Détroit : de Nador West Med à l'émergence titanique de Dakhla Atlantique, c'est tout un maillage territorial qui se dessine pour connecter l'Europe à l'Afrique de l'Ouest.

Cette force de frappe trouve un écho direct dans notre agribusiness. Le SIAM 2026 à Meknès marque le passage d'une agriculture de survie à une ambition de souveraineté durable. Cette transition repose sur une alliance indispensable entre l'agriculteur et la technologie. À cet égard, l'approche de Bayer, illustrée lors de sa récente convention à Marrakech, affirme que l'innovation n'est plus un concept abstrait. Grâce à l'agriculture de précision et à des outils digitaux comme ResiYou, nos producteurs peuvent désormais anticiper les aléas climatiques pour répondre aux exigences mondiales les plus strictes.

Pourtant, cette marche vers le progrès exige une vigilance constante sur la compétitivité. Nos industriels agroalimentaires font face à une inflation structurelle des intrants qui fragilise leurs marges. La réponse ? Une modernisation accélérée. À l'image de Deli's, pionnier du surgelé qui déploie la première ligne de production automatique en Afrique du Nord, l'industrie marocaine mise sur l'excellence technologique et le "Made in Morocco" pour conquérir de nouveaux marchés régionaux d'ici 2030.

Parallèlement, cette attractivité marocaine rayonne au-delà de nos industries. Le secteur du tourisme confirme sa vitalité exceptionnelle avec un premier trimestre 2026 record, accueillant 4,3 millions de visiteurs. Cette performance, portée par une stratégie aérienne offensive, n'est pas qu'un chiffre : elle est la preuve que le Maroc est devenu une destination refuge, sûre et innovante, parfaitement en phase avec les objectifs ambitieux de 2030.

Entre innovation digitale, transition verte et résilience opérationnelle, le Maroc de 2026 s'impose comme le pivot indispensable entre les continents, prouvant que la technologie et l'expertise humaine sont les meilleurs alliés de notre avenir.

Compad, agence de communication BP 20028 Hay Essalam C.P - 20203
- Casablanca / Tél. : (+212) 5 29 675 976 / contact@resagro.com / www.
resagro.com / RC :185273 - IF: 1109149 / ISSN du périodique 2028 - 0157
/ Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009 / Dépôt légal : 0008/2009 / Tous
droits réservés.

Reproduction interdite sauf accord de l'éditeur.

SOMMAIRE



14

03
ÉDITO

06
PÉRISCOPE

12
INTERVIEW

«Deli's, le partenaire de réussite des professionnels des métiers de bouche au Maroc.»

14
ECONOMIE

Le Maroc pivot logistique entre les continents



20

20
AGRICULTURE

SIAM 2026 :
Carrefour de l'agribusiness marocain durable
Bayer 2026 :
Au plus près des réalités terrain

34
AGROALIMENTAIRE

Comment les industriels agroalimentaires marocains protègent leurs marges en 2026 ?

40
HORECA

Un début d'année record pour le tourisme marocain.

46
CONSO



34



40



BRINGING PHOSPHORUS TO LIFE

DU SOL À L'ÉLEVAGE, NOURRIR DURABLEMENT LA VIE



18^{ÈME} ÉDITION
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE AU MAROC
DU 20 AU 28 AVRIL 2026 - MEKNÈS



**LOVE BRAND MOROCCO 2026
KFC MAROC SACRÉE 2E MARQUE PRÉFÉRÉE DES MAROCAINS DANS LA
CATÉGORIE FAST FOOD & RESTAURANTS**



KFC Maroc célèbre une nouvelle distinction en se hissant à la 2e place des marques préférées des Marocains dans la catégorie Fast Food & Restaurants, selon le classement Love Brand Morocco 2026, dévoilé dans le cadre de Les Impériales Week 2026. Cette reconnaissance vient confirmer la place qu'occupe aujourd'hui l'enseigne dans le quotidien et les habitudes de consommation de nombreux Marocains.

À travers ce classement, KFC Maroc voit récompensée la relation de proximité qu'elle a su construire avec ses clients au fil des années. Dans un univers de restauration rapide particulièrement concurrentiel, cette distinction reflète la capacité de la marque à entretenir un lien fort avec le public, fondé sur la constance de l'expérience, l'accessibilité de son offre et la force de son identité. Cette distinction vient conforter l'ancrage progressif de la marque sur le marché marocain et souligne sa capacité à rester en phase avec les attentes d'un public toujours plus attentif à la qualité de l'expérience et à la proximité des enseignes qu'il fréquente.

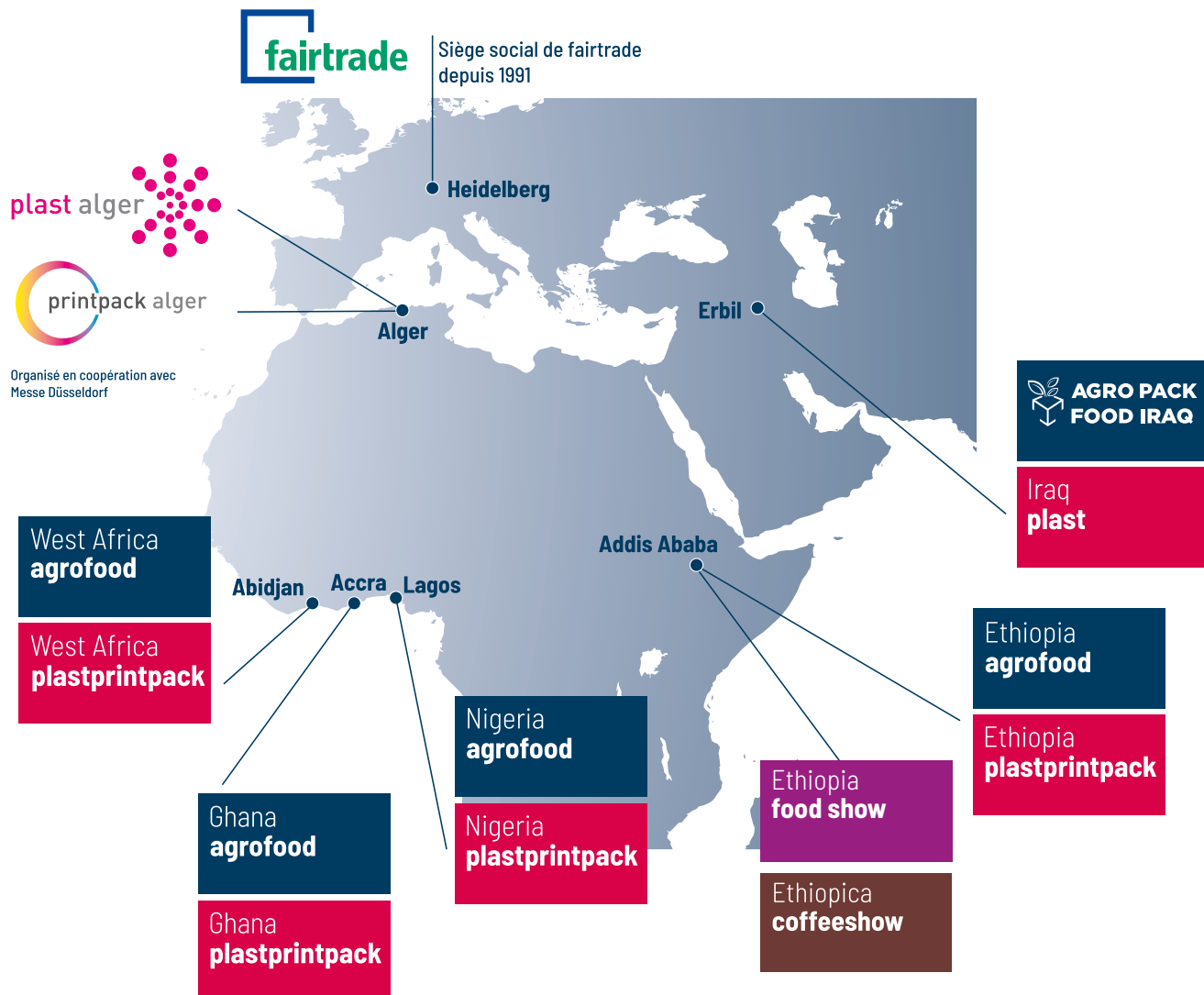
Présente au Maroc depuis 2001, KFC Maroc compte aujourd'hui 50 restaurants à travers le Royaume et plus de 1000 collaborateurs, fiers de porter les couleurs de l'enseigne. Numéro 2 en

termes de part de marché, KFC Maroc poursuit son développement en s'appuyant sur l'engagement de ses équipes et sur une ambition claire de renforcer durablement sa présence auprès des consommateurs marocains.

Au-delà du classement, cette reconnaissance traduit aussi la place particulière qu'occupe désormais KFC dans l'univers de consommation des Marocains. Être distinguée parmi les marques les plus appréciées du Royaume constitue un signal fort, qui vient conforter la pertinence de son positionnement et la solidité du lien qu'elle entretient avec son public.

Love Brand est un sondage réalisé par Imperium. Son objectif est de mettre à la disposition des agences, des annonceurs, des marques et des professionnels un baromètre actualisé chaque année des marques préférées et des célébrités les plus aimées par les Marocains. Les résultats de cette édition ont été établis à partir d'un échantillon de 3.600 personnes, selon la méthode des quotas, appareillés aux données du HCP. Les données ont été cumulées tout au long du déroulement de l'enquête de terrain, menée dans six villes — Casablanca, Rabat, Salé, Tanger, Fès et Marrakech — représentant 55 % de la population urbaine marocaine.

Développez votre activité - événements à venir !



Algérie 30 mars - 1er avril 2026
Alger
www.plastalger.com
www.printpackalger.com

Éthiopie 25 - 27 juin 2026
Addis Ababa
www.agrofood-ethiopia.com
www.ppp-ethiopia.com
www.ethiopicacoffee.com
www.ethiopiafoodshow.com

Afrique de l'Ouest 08 - 10 oct. 2026
Abidjan, Côte d'Ivoire
www.agrofood-westafrica.com
www.ppp-westafrica.com

Irak 23 - 26 nov. 2026
Erbil
www.iraq-agrofood.com
www.ppp-iraq.com

Nigéria 16 - 18 mars 2027
Lagos
www.agrofood-nigeria.com

Algérie 27 - 29 avril 2027
Alger
www.plastalger.com
www.printpackalger.com

Ghana Oct. 2027
Accra
www.agrofood-ghana.com
www.ppp-ghana.com



tous les salons



www.fairtrade-messe.de

AIGUEBELLE, ÉLUE PRODUIT DE L'ANNÉE 2026.

Aiguebelle confirme une nouvelle fois son statut de référence incontournable du chocolat au Maroc en annonçant que ses tablettes viennent d'être élues Produit de l'Année 2026, une distinction majeure qui récompense la préférence du public et la confiance durable des Marocains envers une marque historique présente dans leur quotidien depuis plus de 158 ans.

Cette reconnaissance vient consacrer une marque profondément ancrée dans la mémoire collective, qui a su traverser les générations tout en continuant à se renouveler avec exigence, créativité et ambition.

À travers cette distinction, Aiguebelle incarne pleinement sa nouvelle plateforme stratégique : Men Dima ou Mazal.

Men Dima, pour rappeler un héritage unique, un savoir-faire chocolatier historique et une relation affective forte avec les foyers marocains.

Ou Mazal, pour affirmer une dynamique tournée vers l'avenir, portée par l'innovation continue, l'excellence industrielle et la volonté permanente de mieux servir les attentes des consommateurs.

La vision éclairée d'un CEO attaché au patriotisme industriel marocain

« Être élu Produit de l'Année 2026 est une immense fierté pour l'ensemble de nos équipes. Cette distinction vient consacrer la confiance durable des Marocains envers une marque qui fait partie de leur histoire. Elle nous encourage à poursuivre, avec ambition et humilité, notre mission : faire rayonner un savoir-faire marocain d'excellence tout en innovant continuellement pour les générations futures. » Monsieur Berrada Sounni Amine, CEO de Aiguebelle

Plus qu'une récompense, cette élection confirme la capacité d'une grande marque marocaine à traverser les époques, à rester proche des gens et à continuer d'écrire son histoire avec modernité.



Une marque vivante, proche des attentes des Marocains

Forte de son héritage, la marque poursuit parallèlement une stratégie dynamique de développement, d'innovation et d'enrichissement de son portefeuille pour rester en phase avec les goûts, les usages et les envies du marché.

« Aiguebelle est une marque patrimoniale qui continue d'avancer avec son temps. Notre ambition est claire : renforcer encore le lien émotionnel avec les Marocains, continuer à innover et proposer des nouveautés toujours plus désirables, pensées pour répondre aux attentes d'aujourd'hui comme de demain. » Soukaina El Bouz, Directrice Marketing

Une excellence industrielle au service de la qualité

Derrière cette distinction se trouve également l'engagement quotidien des équipes industrielles de Aiguebelle, mobilisées autour des plus hauts standards de qualité, de sécurité alimentaire et de performance.

« Cette reconnaissance récompense aussi le travail rigoureux de nos équipes en production, qui œuvrent chaque jour avec passion et discipline pour garantir aux Marocains des produits de grande qualité, fabriqués selon les meilleurs standards internationaux. » DAMI YOUSSEF, Directeur Pôle Industriel.



West Africa Industrialisation,
Manufacturing & Trade
Summit & Exhibition

Landmark Centre | Lagos | Nigeria



Accelerating West Africa's Sustainable Industrial Revolution for Economic Prosperity

15+
Ministers

70+
Global Speakers

500+
Delegates

250+
Exhibiting Companies

2,500+
Attendees



**Get in touch to learn
more about participating
and attending**

Exhibition &
Sponsorship Sales

Tiwalade Toki

+234 701 686 2503

Speaker, Programme
& Partnership Enquiries

Wemimo Oyelana

+234 809 357 2101

info@westafricaimt.com

With Thanks to our 2026 Sponsors to Date

Diamond Sponsor



Platinum Sponsors



Gold Sponsors



Silver Sponsor



With Thanks to our 2026 Partners to Date



[YouTube](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#) [Twitter](#) #WestAfricaIMT | www.westafricaimt.com

Brought to you by
dmg::events
NIGERIA

ARADEI CAPITAL ET LABELVIE LANCENT UN PROGRAMME D'ENVERGURE POUR ÉQUIPER LEURS SITES EN CENTRALES SOLAIRES PHOTOVOLTAÏQUES



Aradei Capital et LabelVie annoncent le déploiement d'un programme stratégique d'installations solaires destiné à renforcer leur transition énergétique. À travers cette démarche, les deux groupes se positionnent comme des acteurs clés de la transformation énergétique du secteur commercial au Maroc, en intégrant des solutions innovantes et responsables dans leurs actifs.

La première phase du projet, en cours de réalisation, concerne neuf sites, soit environ 25.000 m² de toitures équipées, et une puissance installée de 5 MWc opérationnelle en 2026. À terme, le programme couvrira près de 60 actifs à travers le Royaume pour une puissance estimée à 20 MWc.

Ce plan ambitieux permettra de réduire significativement les émissions de CO₂ tout en optimisant la consommation énergétique des sites exploités par Aradei Capital et LabelVie.

Au-delà du déploiement sur toitures, les deux partenaires étudient également des solutions complémentaires telles que les ombrières photovoltaïques sur parkings, l'intégration de systèmes de stockage d'énergie et d'autres technologies d'efficacité énergétique à fort impact. Cette initiative s'inscrit dans une vision à long terme, alliant performance économique, responsabilité

environnementale et innovation, et confirme la volonté commune d'Aradei Capital et de LabelVie de placer la durabilité au centre de leur stratégie de croissance.

Mme Naoual Ben Amar, Directrice Générale du Groupe LabelVie, a déclaré : « Le lancement de ce projet commun marque une étape majeure dans notre engagement envers la durabilité et la responsabilité environnementale. En tant qu'acteur clé du commerce de détail au Maroc, nous nous engageons à promouvoir une transition énergétique ambitieuse et à renforcer notre résilience face aux défis climatiques. Cette ambition partagée avec Aradei Capital illustre parfaitement notre capacité à conjuguer innovation, performance économique et impact environnemental positif. Nous sommes fiers de contribuer à un avenir plus durable, tout en continuant à répondre aux attentes de nos clients et partenaires. »

« Ce projet stratégique à impact marque une étape clé dans notre démarche de développement durable Bricks For Impact. Notre ambition allie parfaitement innovation et responsabilité environnementale, et nous sommes fiers de collaborer avec notre partenaire historique LabelVie. » affirme M. Nasser Benjelloun, Directeur Général de Aradei Capital.

LA PÂTE À TARTINER FAMILIA ÉLUE PRODUIT DE L'ANNÉE 2026 AU MAROC

Lesieur Cristal annonce que la pâte à tartiner Familia, lancée il y a 18 mois, a été élue Produit de l'Année 2026 par les consommateurs marocains. Cette distinction, attribuée à l'issue d'une évaluation indépendante, vient saluer l'accueil positif réservé au produit depuis son lancement.

Marque 100 % marocaine, la pâte à tartiner Familia s'est progressivement installée dans un marché concurrentiel grâce à une proposition centrée sur un équilibre entre qualité, accessibilité et goût. Elle revendique notamment une recette sans huile de palme, sans conservateurs et à base d'huile de tournesol, en phase avec les attentes actuelles des consommateurs.

« Cette reconnaissance reflète avant tout la confiance des consommateurs et leur attachement à notre pâte à tartiner Familia qui allie plaisir et exigence. Elle nous encourage à poursuivre nos efforts pour proposer toujours des produits qui répondent parfaitement à leurs attentes », déclare Nisrine Bennani, Directrice adjointe du pôle Food de Lesieur Cristal.

L'obtention du label Produit de l'Année constitue ainsi un levier de visibilité supplémentaire pour la pâte à tartiner Familia, dans la poursuite de son développement sur le marché marocain.



*Assureur de l'agriculture
depuis 1963*

**À LA MAMDA, NOUS COMPRENONS
LES DÉFIS POSÉS PAR LES RISQUES
CLIMATIQUES.**

Nous apportons des solutions
d'assurance concrètes à **nos
sociétaires agriculteurs** et à
nos partenaires.

Avec **plus de 60 ans d'expertise**
à vos côtés, nous mobilisons nos
valeurs mutualistes et notre
savoir-faire pour **assurer vos
investissements** et vous
**permettre de préparer
l'avenir sereinement.**

MAMDA-MCMA.MA

«DELI'S, LE PARTENAIRE DE RÉUSSITE DES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS DE BOUCHE AU MAROC.»

Hicham Hamri

Directeur Général, Deli's Maroc



Deli's s'impose depuis plus de vingt ans comme le pionnier et leader de la Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie et Snacking surgelés au Maroc. Dans cet entretien, le DG Hicham Hamri retrace l'ascension d'une marque marocaine et expose sa vision : Devenir un leader régional de référence d'ici 2030.

DELI'S S'EST IMPOSÉ COMME UNE RÉFÉRENCE INCONTOURNABLE DU SURGÉLÉ AU MAROC. QUELS SONT LES PILIERS QUI ONT JALONNÉ VOTRE ASCENSION JUSQU'À CE LEADERSHIP ?

«Deli's se définit avant tout comme le partenaire de réussite des professionnels des métiers de bouche au Maroc. L'ascension de l'entreprise repose sur quatre fondamentaux : un esprit avant-gardiste assumé, une offre complète et pour tous

les standings, la combinaison entre savoir-faire artisanal et excellence industrielle, et une proximité client ancrée dans le terrain.»

LE SECTEUR HORECA (CAFÉS, HÔTELS, RESTAURANTS) EST EN PLEINE MUTATION. COMMENT DÉCHIFFREZ-VOUS LES ATTENTES ACTUELLES DES CHEFS ET DES PROFESSIONNELS MAROCAINS ?

«Les professionnels de l'HORECA ne cherchent plus un simple produit : ils veulent une solution complète. Derrière cette exigence se cachent des réalités concrètes — tension sur les profils qualifiés, pression sur les marges, clientèle plus diverse et plus exigeante, montée des impératifs de durabilité. La réponse de Deli's : une offre qui couvre l'intégralité du spectre, de l'accessible au haut de gamme prestige, et des produits qui sécurisent le service tout en réduisant les pertes.»

VOTRE PARTICIPATION À MAROCOTEL EST UN MOMENT FORT DE VOTRE CALENDRIER. QUEL MESSAGE STRATÉGIQUE PORTEZ-VOUS CETTE ANNÉE AUPRÈS DE L'ÉCOSYSTÈME DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION ?

«Cette participation à Marocotel n'est pas un simple exercice de visibilité. C'est la démonstration d'un changement de dimension : nouvelle usine de Mansouria, catalogue 2026 enrichi, puissance industrielle décuplée. Cette dynamique s'appuie sur plus de 200 millions de dirhams investis, deux sites de production totalisant 15 000 m², plus de 1 100 clients accompagnés au quotidien et une Green Factory certifiée EDGE Advanced. Deli's vient à Marocotel pour partager, convaincre et créer de

INTERVIEW

nouvelles opportunités, avec une entreprise qui allie désormais savoir-faire artisanal, innovation continue et engagement durable.»

L'INNOVATION SEMBLE ÊTRE UN FIL CONDUCTEUR CHEZ VOUS. COMMENT ELLE SE TRADUIT AU QUOTIDIEN ?

«Recettes, formats, procédés, usages : l'innovation chez Deli's opère sur tous les fronts simultanément. des mini viennoiseries pré-fourrées fruitées, un croissant bun multi-usages, une base mini-danish à garnir, une collection d'entremets et d'éclairs prêts à déguster, Harcha et msemen précuits prêts



à réchauffer — chaque lancement répond à une évolution réelle des moments de consommation. L'architecture de gamme permet de couvrir des besoins radicalement différents avec la même exigence de fond. Et l'outil industriel de Mansouria est là pour garantir que l'innovation s'accompagne de régularité accrue et de qualité supérieure.»



VOUS AVEZ RÉCEMMENT MIS EN PLACE UNE LIGNE DE PRODUCTION AUTOMATIQUE INNOVANTE, UNE PREMIÈRE AU MAROC ET EN AFRIQUE DU NORD. PARLEZ NOUS DE CETTE AVANCÉE. COMMENT CETTE LIGNE EST-ELLE UNE RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE POUR LE SECTEUR DU SURGELÉ AU MAROC ?

«C'est un tournant pour Deli's — et pour le secteur. La première ligne automatique de viennoiserie surgelée au Maroc et en Afrique du Nord, installée à Mansouria, intègre un système de surgélation en spirale et un autocontrôle en continu. Elle garantit que la fraîcheur, la texture et le goût sont verrouillés au moment précis où ils sont optimaux, pièce après pièce, lot après lot. La performance industrielle n'est pas ici synonyme de standardisation — elle est au service d'une exigence qualitative sans compromis.»

SI L'ON REGARDE VERS L'HORIZON 2030, QUELLE PLACE DELI'S AMBITIONNE-T-ELLE D'OCCUPER DANS LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES MAROCAINS ET DES PROFESSIONNELS ?

La montée en puissance industrielle ouvre des perspectives inédites. En profondeur, mieux servir les clients existants, avec plus de robustesse et de souplesse. En largeur, adresser de nouveaux segments et de nouveaux territoires.

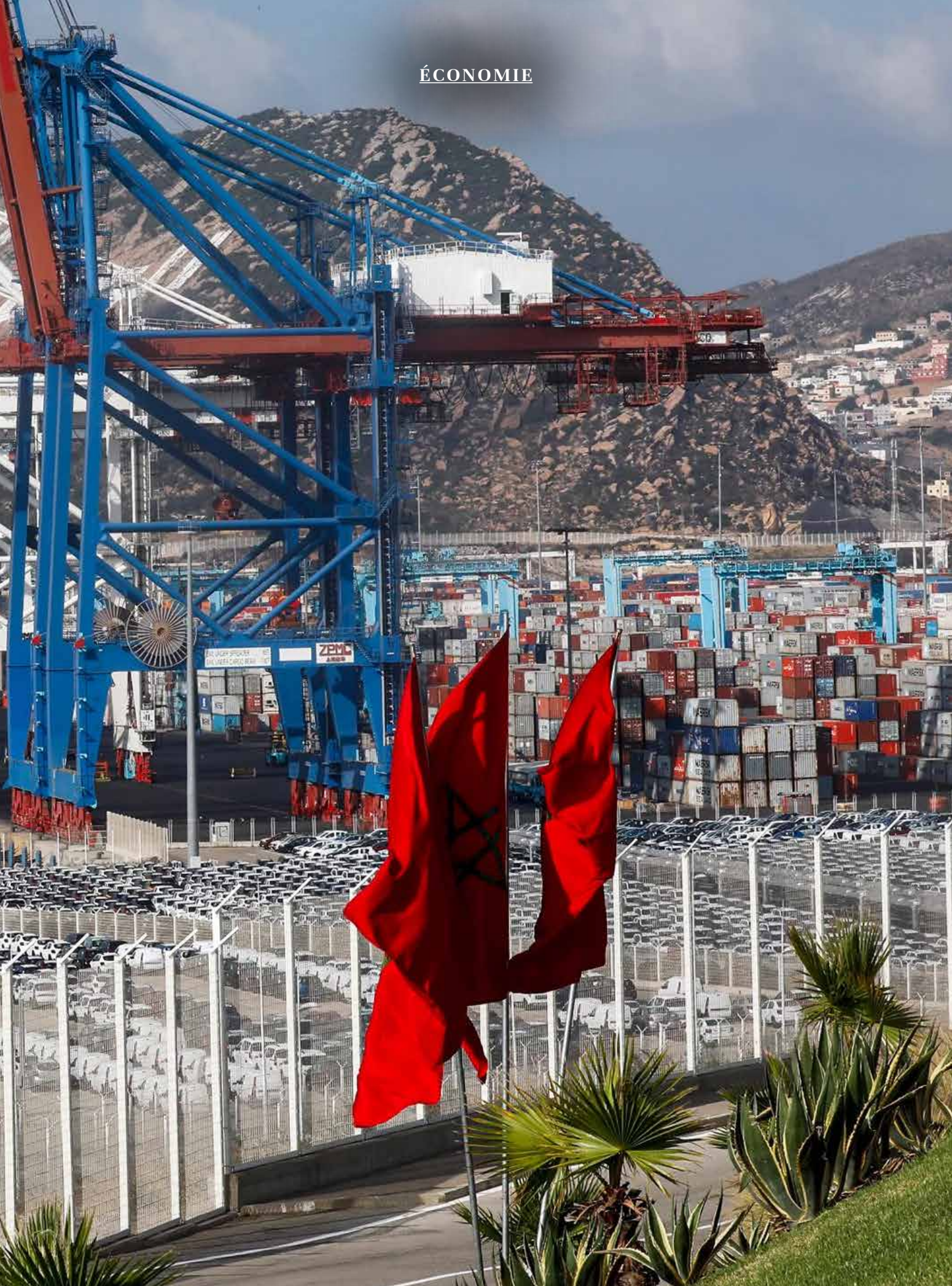
À l'horizon 2030, Deli's ambitionne de consolider son leadership national tout en s'imposant comme un acteur incontournable du BVPS surgelé à l'échelle régionale — Maghreb, Afrique subsaharienne, Moyen-Orient. En portant haut, à chaque étape, le Made in Morocco.

LE MAROC PIVOT LOGISTIQUE ENTRE LES CONTINENTS

À l'heure où les routes maritimes mondiales se redessinent sous la pression des tensions géopolitiques et des impératifs de décarbonation, le Maroc confirme son statut de hub incontournable au carrefour des continents.



ÉCONOMIE



ÉCONOMIE



Le paysage du commerce international traverse une zone de turbulences sans précédent qui force les grandes puissances économiques à repenser intégralement leurs modèles de distribution. Les crises successives en mer Rouge, l'instabilité chronique dans le détroit d'Ormuz et la volatilité structurelle des coûts de l'énergie ont mis en exergue la vulnérabilité des chaînes d'approvisionnement trop étendues et dépendantes de passages maritimes uniques. Dans ce désordre global, le Maroc a su transformer sa position géographique privilégiée en un actif stratégique de premier plan en proposant une alternative de sécurité et de fluidité. Le royaume ne se contente plus de border les mers, il en maîtrise désormais les flux et les technologies. Entre l'hégémonie de Tanger Med et l'émergence stratégique de nouveaux ports sur la façade atlantique, la stratégie nationale place le Maroc au cœur de la connectivité entre l'Europe et l'Afrique.

Lors du salon SIPOrts 2026, les experts internationaux et les décideurs politiques ont souligné que la résilience économique mondiale repose désormais sur la régionalisation des échanges et le développement de hubs de proximité capables de garantir une continuité de service malgré les chocs extérieurs. Le Royaume s'est ainsi imposé comme le garant d'un corridor logistique stable, agissant comme un pont naturel entre le marché unique européen et les économies émergentes du continent africain, tout en offrant une ouverture majeure sur le bassin atlantique pour les échanges transcontinentaux.

REDÉFINITION DES STANDARDS MONDIAUX

Le vaisseau amiral de la vision maritime marocaine continue de repousser les limites de la performance industrielle avec une régularité impressionnante. Avec un record historique de 12 millions de conteneurs traités

au cours de l'année 2025, le complexe portuaire de Tanger Med ne se contente plus d'occuper la première place en Afrique et en Méditerranée. Il intègre désormais le cercle extrêmement fermé des hubs capables d'influencer les routes maritimes globales et de dicter les standards d'efficacité portuaire à l'échelle internationale. Cette réussite repose sur une connectivité exceptionnelle avec plus de 180 ports mondiaux, mais surtout sur une intégration verticale réussie entre les terminaux portuaires et les zones franches industrielles environnantes. Cette union permet de réduire drastiquement les délais de transit et d'optimiser les coûts opérationnels pour les opérateurs logistiques. En 2026, la généralisation de la digitalisation intégrée et de l'intelligence artificielle pour la gestion des flux à quai permet à Tanger Med de maintenir une productivité record tout en absorbant une





croissance constante du trafic mondial, confirmant ainsi son rôle de moteur central de l'économie marocaine et de pivot indispensable pour le commerce euro-méditerranéen.

SIPORTS 2026 : CATALYSEUR DE L'INNOVATION ET DE LA SOUVERAINETÉ

La tenue du Salon International des Ports à El Jadida du 01 au 03 Avril 2026 a constitué un moment charnière pour l'affirmation de la souveraineté logistique du Royaume sur la scène internationale. En réunissant plus de 6000 professionnels, 300 exposants et des délégations officielles venues de quarante pays, cet événement a agi comme le Davos de la logistique portuaire. Les débats ont acté un changement de paradigme fondamental où le port n'est plus perçu comme une simple infrastructure de passage passive, mais comme un levier

de puissance géopolitique et technologique. Les discussions se sont particulièrement focalisées sur l'impératif de la décarbonation maritime, car le Maroc ambitionne de devenir un leader mondial du Green Bunkering en fournissant des carburants propres aux navires de nouvelle génération. L'intégration de solutions technologiques avancées pour créer des Smart Ports capables d'auto-réguler leurs consommations énergétiques a également été au centre des échanges. Cette vision marocaine, qui allie performance économique et durabilité environnementale, positionne le pays comme un modèle pour les nations maritimes du XXI^e siècle cherchant à concilier croissance du commerce et





respect des accords climatiques internationaux.

L'EXTENSION DE LA TOILE PORTUAIRE

L'ambition maritime du Maroc ne se limite pas au succès fulgurant du détroit de Gibraltar mais s'inscrit dans une stratégie de maillage territorial cohérent et ambitieux. Le projet Nador West Med est désormais en phase de devenir le grand hub énergétique et industriel de la

région de l'Orient, offrant une complémentarité stratégique indispensable à Tanger Med pour saturer la demande en Méditerranée. Parallèlement, le chantier titanesque du port Dakhla Atlantique redéfinit totalement la géographie économique du Sahara marocain en créant une porte d'entrée majeure pour l'Afrique de l'Ouest. Ce projet structurant vise à désenclaver les régions du Sud et à offrir une plateforme logistique de classe mondiale pour les échanges

vers le corridor atlantique et les pays du Sahel. Cette dynamique est renforcée par l'expansion internationale des champions nationaux comme Marsa Maroc, qui exporte désormais son savoir-faire opérationnel bien au-delà des frontières nationales. La gestion réussie de terminaux stratégiques dans des pays comme le Liberia témoigne de la capacité du Maroc à projeter son influence logistique sur l'ensemble du continent africain, consolidant ainsi son rôle de leader régional

ÉCONOMIE

et de moteur d'intégration économique Sud-Sud. Malgré ces succès incontestables, le Maroc doit encore relever des défis structurels majeurs pour transformer cet avantage logistique en un moteur de croissance inclusive et durable à long terme. L'un des enjeux principaux réside dans l'amélioration de la fluidité de l'hinterland, ce qui nécessite des investissements massifs et continus dans les infrastructures ferroviaires et routières pour connecter les ports aux zones de production intérieures. La réussite de cette intégration territoriale est indispensable pour que la puissance portuaire profite à l'ensemble du tissu industriel national. De plus, la transition vers une économie

logistique bas-carbone impose une adaptation rapide aux nouvelles normes environnementales européennes et internationales pour éviter toute perte de compétitivité. Le développement de hubs d'hydrogène vert et la modernisation des flottes de transport terrestre constituent les prochains chantiers prioritaires. En 2026, le Maroc se trouve à un tournant où il doit consolider son avance technologique tout en maîtrisant les coûts opérationnels internes pour garantir que sa plateforme logistique reste la plus attractive du bassin méditerranéen et atlantique pour les décennies à venir.



SIAM 2026 : CARREFOUR DE L'AGRIBUSINESS MAROCAIN DURABLE

Prévue à Meknès, l'édition 2026 du Salon International de l'Agriculture au Maroc marque un tournant décisif dans la politique agricole du Royaume. Entre retour de la pluviométrie et accélération de la stratégie Génération Green, l'événement se réinvente sur neuf jours pour transformer la résilience conjoncturelle en une souveraineté alimentaire structurelle et innovante.



AGRICULTURE



AGRICULTURE



Dans un contexte de reprise marqué par une pluviométrie salvatrice, SIAM 2026, cette édition exceptionnelle de neuf jours, se veut le catalyseur de la stratégie Génération Green. Elle marque le passage d'une agriculture de survie face au climat à une ambition de souveraineté alimentaire durable, où l'innovation technologique et la performance économique se conjuguent pour bâtir un agribusiness robuste et souverain. L'importance singulière de cette édition tient à la nature du moment qu'elle incarne. Si les précédentes éditions étaient dominées par l'urgence de la sécheresse, 2026 change de registre, il s'agit désormais de transformer une campagne agricole plus favorable en un levier structurel de

modernisation. Le SIAM 2026 fonctionne comme un espace de convergence entre la vision stratégique de l'État et les réalités du terrain, au moment où la stratégie Génération Green entre dans une phase opérationnelle décisive.

Placée sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, la 18ème édition du Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) ayant lieu du Lundi 20 au Mardi 28 avril 2026 à Meknès, sous le thème « Durabilité de la production animale et souveraineté alimentaire », s'inscrit dans une séquence particulièrement importante pour la stratégie Génération Green 2020-2030, qui constitue aujourd'hui la colonne vertébrale de la politique agricole nationale. Cette stratégie, qui a succédé

AGRICULTURE



au Plan Maroc Vert, ne repose pas uniquement sur l'augmentation de la production ou la performance des filières. Elle propose une vision plus large, où l'agriculture est pensée comme un levier de compétitivité, de cohésion sociale, d'emploi rural, de durabilité environnementale et de souveraineté alimentaire. Elle met l'accent sur l'humain, sur la jeunesse rurale, sur l'émergence d'une nouvelle classe moyenne agricole, sur l'innovation et sur la valorisation des territoires.

Le SIAM fonctionne comme un espace de convergence entre la vision stratégique de l'État et les réalités concrètes du terrain. Il permet de mesurer le chemin parcouru, de mettre en lumière les blocages persistants et d'ouvrir le débat sur les

ajustements nécessaires. L'édition 2026 prend donc une dimension particulière parce qu'elle arrive à un moment où Génération Green doit entrer dans une phase plus exigeante, plus opérationnelle et plus visible dans ses résultats.

FOCUS SUR LA PRODUCTION ANIMALE

Le choix du thème du SIAM 2026, centré sur la durabilité de la production animale, n'est d'ailleurs pas anodin. Ces dernières années, l'élevage a été l'un des segments les plus durement affectés par la succession des épisodes de sécheresse. La flambée du coût des aliments, la dégradation des parcours, la

AGRICULTURE

pression sur les petits éleveurs, la décapitalisation partielle de certains cheptels et la baisse de rentabilité ont mis en évidence la fragilité de cette filière pourtant essentielle à l'équilibre agricole et alimentaire du pays.

Le retour plus favorable des pluies change partiellement la donne. Les parcours naturels se reconstituent mieux, la disponibilité fourragère peut s'améliorer et la pression sur l'alimentation animale peut, dans certains cas, se réduire. Mais cette amélioration conjoncturelle ne règle pas tout. La vraie question reste celle de la durabilité économique du modèle d'élevage. Produire dans de meilleures conditions climatiques ne suffit pas si les filières restent structurellement vulnérables aux chocs, si les petits producteurs ne disposent pas de marges de résilience suffisantes ou si les mécanismes de valorisation ne permettent pas une juste rentabilité.

C'est précisément là que le SIAM 2026 est attendu. Il devrait remettre au centre plusieurs sujets particulièrement sensibles : la sécurisation de l'alimentation animale, l'amélioration génétique et la productivité des troupeaux, la santé et le bien-être animal, la traçabilité sanitaire, mais surtout la viabilité des petits et moyens éleveurs. Dans un contexte où la souveraineté alimentaire est redevenue une priorité à la fois politique et économique, l'élevage n'est plus simplement une filière parmi d'autres. Il redevient un sujet de stabilité des marchés, de sécurité d'approvisionnement et de cohésion territoriale.

Cette orientation permet de sortir d'une lecture purement technique de l'agriculture pour replacer certaines filières au cœur des équilibres nationaux. L'élevage, en particulier, joue un rôle déterminant dans la vie économique et sociale de nombreuses régions. Il structure des territoires, soutient des ménages ruraux, alimente plusieurs branches industrielles et participe directement à la sécurité alimentaire du pays. En faire l'un des axes majeurs de réflexion du SIAM 2026 revient à reconnaître que la modernisation agricole ne peut réussir sans une consolidation sérieuse de cette composante essentielle.

VITRINE DE LA TRANSFORMATION DE FOND ENGAGÉE

Cette édition prend également une importance particulière parce qu'elle intervient dans un contexte où la question climatique ne disparaît pas, même si les conditions de



AGRICULTURE



campagne sont plus favorables. L'amélioration pluviométrique observée ne doit pas conduire à une lecture trop optimiste de la situation. Même avec des barrages mieux remplis, le Maroc reste confronté à un stress hydrique structurel. L'agriculture nationale évolue dans un environnement où l'eau devient une ressource de plus en plus stratégique, rare et disputée. L'amélioration actuelle ne supprime donc en rien la nécessité de construire une agriculture plus sobre, plus pilotée et mieux alignée avec les disponibilités hydriques réelles.

C'est pourquoi les grands sujets techniques resteront au cœur des échanges. L'irrigation raisonnée, la sélection variétale, l'efficacité productive, le conseil agricole, l'optimisation des intrants et la diffusion de solutions plus intelligentes devront continuer à structurer les débats. Le défi n'est pas seulement de produire plus lorsque la saison est bonne. Il est surtout de mieux préparer les filières à absorber les futurs chocs climatiques, qui resteront une constante dans les années à venir. À ce niveau, le SIAM 2026 peut jouer un rôle clé en accélérant la diffusion des bonnes pratiques et en renforçant le dialogue entre recherche, innovation et exploitation réelle.

C'est ici que la stratégie Génération Green retrouve toute sa pertinence. En mettant l'accent sur une agriculture plus durable, plus performante et plus inclusive, elle cherche justement à dépasser les réponses ponctuelles pour construire une transformation de fond. Cette transformation passe par une montée en gamme des pratiques, par un meilleur encadrement des producteurs, par la valorisation des filières locales et par une intégration plus forte de l'innovation dans les exploitations. Le SIAM, en tant que plateforme de démonstration et de mise en relation, devient alors un accélérateur naturel de cette dynamique.

L'un des grands mérites de ce salon est précisément de rendre visibles les mutations qui, sur le terrain, avancent parfois de manière diffuse. Il met en lumière les technologies, les

AGRICULTURE



nouvelles approches agronomiques, les solutions de gestion intelligente de l'eau, les outils de suivi de production, les services numériques, les innovations en alimentation animale ou en santé du cheptel. Cette dimension est particulièrement importante dans le contexte actuel, où la performance agricole dépend de plus en plus de la capacité à combiner savoir-faire traditionnel et innovation appliquée.

Le SIAM 2026 devrait ainsi confirmer une autre tendance de fond : celle de l'émergence progressive d'une agriculture plus connectée, plus pilotée et plus orientée vers la donnée. Cette évolution ne concerne pas uniquement les grandes exploitations. Elle touche aussi, de manière croissante, les exploitations intermédiaires et certains modèles coopératifs. La digitalisation, la traçabilité, les outils de prévision et les dispositifs d'accompagnement technique deviennent progressivement des leviers de compétitivité, mais aussi de résilience.

L'ÉDITION DE LA MATURITÉ ET DE LA MODERNISATION INTELLIGENTE

Au-delà de la technologie, le salon reste également un espace majeur de valorisation économique. Il met en relation les producteurs, les transformateurs,

les coopératives, les industriels, les investisseurs, les régions et les partenaires internationaux. Il favorise les opportunités commerciales, les partenariats, les échanges d'expérience et la visibilité des territoires. Cette fonction économique est particulièrement importante à un moment où l'agriculture marocaine cherche à mieux intégrer la valeur ajoutée, à renforcer ses filières de transformation et à mieux articuler production primaire, agro-industrie et logistique.

L'autre grande dimension que cette édition devra porter est celle du capital humain. L'un des paris fondamentaux de Génération Green est de replacer l'humain au cœur de la stratégie agricole. Cela signifie soutenir l'entrepreneuriat rural, renforcer l'intégration des jeunes, améliorer la place des femmes dans les chaînes de valeur, accompagner les coopératives et rendre le monde rural plus attractif économiquement. Une agriculture performante ne peut pas se limiter à de bons rendements ou à de bons indicateurs d'export. Elle doit aussi créer des opportunités, stabiliser les territoires et rendre les campagnes plus viables.

Dans cette perspective, le SIAM 2026 a aussi une fonction symbolique forte. Il donne à voir une agriculture marocaine qui ne se réduit plus à ses vulnérabilités, mais qui cherche à se repositionner

AGRICULTURE



sur des bases plus solides. Il met en scène une nouvelle génération d'acteurs : jeunes porteurs de projets, startups AgriTech, coopératives féminines, producteurs engagés dans la qualité ou la transformation locale, investisseurs intéressés par les nouvelles chaînes de valeur. Cette diversité d'acteurs est le signe qu'un nouveau paysage agricole est en train de se dessiner.

C'est précisément ce qui rend cette édition plus importante que beaucoup d'autres. Elle ne se contente pas de prolonger les éditions précédentes. Elle ouvre une phase où l'agriculture marocaine n'est plus seulement appelée à résister, mais à se repositionner, à se moderniser plus intelligemment et à renforcer sa contribution à l'économie nationale. Les enjeux sont nombreux : sécuriser la production, mieux valoriser les filières, réduire les vulnérabilités, soutenir les petits producteurs, préserver les ressources et renforcer la souveraineté alimentaire.

UN MOMENT DE CLARIFICATION STRATÉGIQUE

L'événement offre au Maroc l'occasion de montrer que son agriculture peut transformer ses contraintes en leviers d'adaptation, d'innovation et de compétitivité. Il rappelle aussi que la souveraineté alimentaire ne se décrète pas. Elle se construit à travers des choix cohérents, des investissements ciblés, une gouvernance efficace et une meilleure articulation entre production, territoire, eau, marché et technologie.

Au fond, cette édition est importante parce qu'elle se situe à la croisée de plusieurs enjeux majeurs. Elle arrive après des années de tension hydrique, dans un contexte de reprise agricole relative, au milieu du parcours de Génération Green et dans une période où les questions alimentaires redeviennent centrales à l'échelle mondiale. Elle n'est donc pas une édition de routine. Elle est une édition de transition, de consolidation et de projection.

Si elle parvient à faire émerger des réponses concrètes sur la durabilité des filières, la modernisation des systèmes de production, la résilience des exploitations et l'inclusion du monde rural, alors elle pourra marquer un véritable tournant. Car au-delà de l'événement lui-même, ce qui se joue à Meknès dépasse le cadre d'un salon. Il s'agit, en réalité, de la capacité du Maroc à construire une agriculture plus robuste, plus souveraine, plus intelligente et plus durable pour les années à venir.



BAYER 2026 : AU PLUS PRÈS DES RÉALITÉS TERRAIN

La convention annuelle 2026 de Bayer s'est distinguée par une immersion concrète auprès d'exploitations agricoles locales. Cette approche a permis de mettre en lumière, de manière pragmatique, les enjeux techniques, économiques et réglementaires majeurs auxquels fait face le secteur agricole marocain et nord-africain dans son ensemble.

AGRICULTURE



AGRICULTURE



Organisée du 24 au 26 mars 2026 à Marrakech et dans ses régions avoisinantes, la convention annuelle de Bayer a réuni agriculteurs, partenaires et experts autour d'un objectif commun : mieux comprendre les dynamiques actuelles de l'agriculture nord-africaine et renforcer les réponses apportées aux réalités du terrain.

Dans un contexte marqué par une pression climatique de plus en plus imprévisible, des exigences renforcées sur les marchés à l'export et une adoption encore inégale des innovations technologiques, l'événement a permis de croiser les analyses stratégiques globales avec des retours d'expérience concrets et locaux. Pensé comme un parcours progressif, l'événement a alterné entre des temps d'analyse stratégique, des échanges d'expertise technique et une immersion opérationnelle de haut niveau. Après une première journée consacrée à l'alignement interne des équipes autour de la stratégie 2026, les participants ont pris part à des panels thématiques de haut vol avant de se rendre directement sur le terrain pour confronter les réflexions théoriques aux conditions réelles de production.

Cette approche s'inscrit dans une vision globale portée par Bayer, celle de concilier durablement performance agricole et sécurité alimentaire. Pour Amina L'kima, Directrice Générale de Bayer Maroc, cette convergence est l'essence même du groupe. Elle rappelle qu'en tant qu'entreprise des sciences de la vie, les deux cœurs de métier de Bayer, à savoir la santé et l'agriculture, convergent vers une mission unique et ambitieuse : « Santé pour tous, faim pour personne ». Une mission



AGRICULTURE



AGRICULTURE

ne pouvant se réaliser qu'en comprenant les défis quotidiens des producteurs.

L'INNOVATION ET LA DONNÉE AU SERVICE D'UNE RÉSILIENCE DURABLE

Avec sa stratégie 2026, Bayer mise sur une innovation agricole ancrée dans les réalités du terrain. Une orientation clairement affirmée lors des échanges, où l'idée d'une innovation co-construite avec les agriculteurs s'est imposée comme un principe central. « On ne vient pas sur le marché avec une solution toute faite. Il y a toute une préparation en amont, qui peut durer des années », souligne Amina L'kima. Cette approche repose sur des phases d'expérimentation longues en conditions réelles, menées en collaboration directe avec les producteurs. Cette philosophie de proximité, également défendue par Pierre Larrieu, directeur de Bayer dans l'Ouest Méditerranéen, vise à favoriser une adoption durable en intégrant la technologie dans les pratiques existantes plutôt qu'en tentant de les remplacer brutalement. Dans cette logique, des outils d'aide à la décision comme ResiYou illustrent concrètement la transition vers une agriculture de précision. En analysant les données de traitement, cet outil permet de formuler des recommandations précises sur les fréquences d'application et les délais avant récolte,

garantissant le respect strict des seuils de résidus, un point crucial pour la conformité réglementaire souligné par Souad Zerrad, Responsable des affaires réglementaires pour l'Afrique du Nord.

Toutefois, cette marche vers le progrès technologique n'est pas linéaire et met en évidence des disparités importantes entre les filières de production. La question climatique occupe ici une place centrale, particulièrement dans les zones bour où la dépendance étroite aux précipitations continue d'impacter lourdement les rendements céréaliers. Si les filières maraîchères et arboricoles irriguées se montrent plus réceptives aux outils de précision, elles n'en demeurent pas moins exposées à une intensification des risques sanitaires.

Les épisodes de pluies irrégulières favorisent le développement de maladies comme le botrytis, tandis que les variations brutales de température et les conditions de vent accentuent les stress abiotiques, fragilisant les cultures au moment le plus critique de leur cycle.

Le passage à une agriculture 4.0 soulève donc un double défi, à la fois économique et éducatif, où le retour sur investissement doit être immédiat et la souveraineté des données garantie pour l'agriculteur. L'objectif n'est pas de substituer l'agronome par l'algorithme, mais de le "réarmer" pour un conseil de terrain plus pointu, capable d'anticiper ces aléas.



AGRICULTURE



Cette maîtrise technologique devient d'autant plus vitale que la pression climatique s'accroît, imposant le recours à de nouveaux leviers de résilience comme les biostimulants, qui optimisent la vigueur des plantes là où des innovations plus lourdes, comme les drones, rencontrent encore des limites opérationnelles liées aux conditions météorologiques et à la précision des dosages.

CONFRONTER LA STRATÉGIE AUX RÉALITÉS DU TERRAIN

Dans le prolongement de ces réflexions, les participants ont été conduits au cœur des exploitations agricoles de la région de Marrakech. Cette immersion a permis de traduire concrètement les enjeux abordés en salle.

Deux sites ont illustré la diversité des systèmes agricoles. Une exploitation spécialisée en agrumes chez Divers Fruits, avec des parcelles de clémentines Afourer, et les Vergers du Soleil, où les participants ont visité des vignobles ainsi qu'une station de conditionnement. Deux filières différentes, mais confrontées à des enjeux communs dont la protection phytosanitaire, les exigences de qualité et l'adaptation aux marchés internationaux.

Sur le terrain, en soulignant que la technologie doit toujours s'accompagner d'une expertise humaine pour ajuster les traitements aux micro-variations du terrain, les agriculteurs ont

partagé des retours concrets sur les pratiques mises en place, notamment l'utilisation du produit Movento, développé par Bayer, pour la lutte préventive contre la cochenille, associé à des pratiques complémentaires, comme l'utilisation d'huiles pétrolières, dans une approche de protection intégrée.

Malgré un environnement globalement contraint, les agriculteurs rencontrés affichent un certain optimisme. Les pluies abondantes enregistrées cette année sont perçues comme un facteur favorable pour les campagnes à venir.

« Sur la région de Marrakech, on est sauvés par ces pluies abondantes pour des années à venir », nous confie Elhoussine Abbassi, gérant des Vergers du Soleil, évoquant également les perspectives positives liées à la stratégie nationale de gestion de l'eau.

La visite des exploitations a également permis de mesurer le niveau d'exigence imposé par les marchés à l'export incitant les producteurs marocains à adapter leurs pratiques pour répondre à des cahiers des charges stricts.

À travers cette convention immersive, une conviction se confirme. En combinant innovation, accompagnement terrain et adaptation aux contraintes réelles du secteur, la stratégie présentée par Bayer défend une approche progressive et collaborative, visant à maintenir la compétitivité des filières agricoles marocaines.

COMMENT LES INDUSTRIELS AGROALIMENTAIRES MAROCAINS PROTÈGENT LEURS MARGES EN 2026 ?

Depuis plusieurs années, l'industrie agroalimentaire marocaine évolue dans un environnement marqué par une inflation persistante des intrants, devenue en 2026 un phénomène structurel plutôt que conjoncturel.



PR
VIE
NET WT 50kg
BATCH 9080883

AGROALIMENTAIRE



AGROALIMENTAIRE



L'industrie agroalimentaire subit actuellement une pression systémique dont l'ampleur est confirmée par la progression soutenue des indices de prix à la production industrielle. Cette dynamique s'explique d'abord par la volatilité élevée des matières premières agricoles sur les marchés mondiaux, où les cours des céréales, des huiles végétales et du sucre restent impactés par la conjonction d'aléas climatiques

et de tensions géopolitiques persistantes. Au Maroc, cette vulnérabilité est accentuée par un déficit de production nationale dû à la sécheresse, imposant un recours massif aux importations à des tarifs élevés qui pèsent lourdement sur la balance commerciale du secteur. Cette dépendance extérieure se double d'une structure de coûts opérationnels rigide, au sein de laquelle les prix de l'énergie

maintiennent une charge constante sur les activités de transformation, de transport et de stockage. Par ailleurs, l'inflation des produits d'emballage tels que le plastique, le carton et le verre, dont la fabrication demeure tributaire des fluctuations des hydrocarbures, vient alourdir les prix de revient. Les hausses notables enregistrées par les indices officiels reflètent la transmission intégrale de ces coûts à travers l'ensemble de la chaîne de valeur, témoignant d'une mutation profonde des conditions de rentabilité pour les acteurs de l'agroalimentaire.

Face à cette inflation des coûts, la capacité des industriels à répercuter les hausses sur les prix de vente reste limitée. Le marché marocain est caractérisé par une forte sensibilité au prix, dans un contexte où le pouvoir d'achat des ménages demeure contraint. L'inflation alimentaire, qui a atteint des niveaux élevés



AGROALIMENTAIRE

ces dernières années, a déjà pesé sur la consommation, incitant distributeurs et autorités à surveiller étroitement l'évolution des prix. Dans ce contexte, les industriels se retrouvent dans une situation de tension, contraints d'absorber une partie des hausses de coûts pour éviter une contraction de la demande. La grande distribution, acteur clé de la chaîne, exerce également une pression importante lors des négociations commerciales, cherchant à limiter les augmentations tarifaires pour préserver la compétitivité des produits en rayon. Cette dynamique crée un effet de ciseau entre des coûts de production en hausse et des prix de vente difficilement ajustables, entraînant une érosion progressive des marges, particulièrement pour les segments les plus sensibles aux prix.

Entre compétitivité et rentabilité, des arbitrages permanents. Sur le marché domestique, la priorité reste souvent la conservation des parts de marché, ce qui limite les possibilités d'augmentation des prix. À l'international, la concurrence est tout aussi intense, notamment face à des producteurs bénéficiant de coûts de production plus faibles ou de subventions publiques. Cette double pression oblige les entreprises à affiner leurs stratégies. Certaines optent pour une montée en gamme, en développant des produits à plus



forte valeur ajoutée capables de supporter des prix plus élevés, tandis que d'autres privilégient des stratégies de volume, reposant sur des coûts optimisés et une production à grande échelle. Les choix d'approvisionnement font également l'objet d'arbitrages stratégiques, avec une recherche accrue de diversification des fournisseurs afin de réduire les risques liés à la volatilité des marchés. Toutefois, ces ajustements restent contraints par la disponibilité des matières premières et les exigences de qualité, notamment pour les produits destinés à l'export.

Pour faire face à cette pression durable sur les marges, les industriels misent de plus en plus sur l'optimisation de leurs processus de production et l'amélioration de la productivité devient un levier central pour compenser la hausse des coûts. Cela passe par une modernisation des équipements, une rationalisation des lignes de production et une réduction des pertes de matières premières. L'automatisation s'impose progressivement comme une réponse structurante. En intégrant des technologies plus avancées, les entreprises

AGROALIMENTAIRE



parviennent à améliorer la précision des opérations, à réduire les coûts de main-d'œuvre sur certaines tâches et à garantir une qualité constante. Cette transformation s'accompagne d'une digitalisation accrue des processus, notamment dans la gestion des stocks et des approvisionnements, permettant une meilleure anticipation des besoins et une réduction des coûts liés aux surplus ou aux ruptures. Si ces investissements nécessitent des ressources financières importantes, ils apparaissent comme indispensables pour renforcer la compétitivité à moyen terme.

Efficacité énergétique et rationalisation des coûts
Au-delà de l'outil industriel, la maîtrise des coûts passe également par une amélioration de l'efficacité énergétique. La hausse des prix de l'énergie a accéléré les initiatives visant à réduire la consommation et à

optimiser les processus énergivores. De nombreuses entreprises investissent dans des solutions telles que la récupération de chaleur, l'optimisation des systèmes de froid ou encore le recours aux énergies renouvelables, notamment le solaire, dont le potentiel est important au Maroc. Ces démarches permettent non seulement de réduire les coûts, mais aussi de répondre aux exigences croissantes en matière de durabilité. Par ailleurs, la rationalisation des emballages constitue un autre levier d'action. Les industriels travaillent à réduire le poids des emballages, à optimiser leur conception et à intégrer des matériaux alternatifs, afin de limiter l'impact des hausses de prix tout en répondant aux attentes environnementales des marchés.

La hausse des coûts des intrants ne se limite pas à une problématique sectorielle ; elle soulève des

AGROALIMENTAIRE



enjeux économiques plus larges. Elle contribue à l'inflation globale, affecte la compétitivité des entreprises et peut freiner les investissements si les marges restent durablement sous pression. Pour les industriels agroalimentaires, qui représentent une part significative du tissu industriel marocain, la capacité à s'adapter à ce nouvel environnement est déterminante. Les entreprises les plus structurées, capables d'investir dans la modernisation et l'innovation, disposent d'un avantage certain, tandis que les plus petites structures restent plus vulnérables. Cette situation pose la question de l'accompagnement du secteur, notamment en matière d'accès au financement, de soutien à l'investissement et de renforcement des compétences.

Dans un contexte où l'incertitude demeure élevée, la gestion de la hausse des coûts des intrants s'inscrit

dans une logique de transformation plus large des modèles économiques. Les industriels sont amenés à repenser leurs stratégies, en intégrant davantage de flexibilité, de diversification et d'innovation. La capacité à anticiper les évolutions des marchés, à optimiser les coûts et à créer de la valeur devient essentielle pour préserver les marges. Cette transformation, déjà engagée, devrait s'accélérer dans les années à venir, sous l'effet combiné des contraintes économiques, des exigences environnementales et des évolutions de la demande. En 2026, la protection des marges ne repose plus uniquement sur des ajustements ponctuels, mais sur une adaptation en profondeur des structures de production et des stratégies industrielles, condition nécessaire pour assurer la pérennité et la compétitivité du secteur agroalimentaire marocain.

A photograph of a traditional Moroccan courtyard. In the foreground, a rectangular pool of water reflects the surrounding architecture and plants. Several large, terracotta pots containing lush green plants are arranged around the pool. The background features ornate Moroccan architecture with intricate tilework, arches, and columns. The lighting is warm, suggesting an indoor or shaded outdoor setting.

HORECA

UN DÉBUT D'ANNÉE RECORD POUR LE TOURISME MAROCAIN.

Le tourisme marocain confirme sa vitalité en ce début d'année 2026. Entre janvier et mars, le Royaume enregistre une progression de 7 % de ses arrivées, portée par une stratégie aérienne offensive et une diversification de son offre. Entre performances record et défis structurels, analyse d'un secteur devenu le moteur de la résilience économique nationale, en route vers les objectifs ambitieux de 2030.

HORECA





Le secteur du tourisme marocain entame l'année 2026 dans une dynamique solide, confirmant la trajectoire positive observée depuis 2023 et les performances exceptionnelles de 2025. Selon les données officielles, le Royaume a accueilli 4,3 millions de touristes entre janvier et mars 2026, soit une progression de 7 % par rapport à la même période de l'année précédente. Cette première estimation traduit la résilience d'une industrie qui occupe désormais une place centrale dans l'économie

nationale et dans l'image du Maroc à l'international. Cette évolution est d'autant plus remarquable qu'elle intervient dans un contexte mondial contrasté, marqué par des tensions géopolitiques, des perturbations sur certaines routes aériennes et une concurrence accrue entre destinations. Malgré ces défis, les indicateurs du début de l'année montrent que le Maroc parvient à capitaliser sur les actions entreprises dans le cadre de la feuille de route 2023-2026 pour renforcer son attractivité. La

croissance observée au premier trimestre est robuste, notamment grâce aux performances du mois de mars, qui a enregistré près de 1,6 million de visiteurs, soit une augmentation de 18 % par rapport à mars 2025.

C'est dans cette logique que s'inscrit la déclaration de Fatim-Zahra Ammor, pour qui « ces chiffres confirment que la destination Maroc tient sa trajectoire ». En qualifiant mars 2026 de « signal fort », la ministre met en avant non seulement une performance conjoncturelle,

HORECA



mais aussi la consolidation d'une tendance de fond, appelée à se prolonger sur l'ensemble de l'année.

CONNECTIVITÉ ET DIVERSIFICATION, PILIERS D'UNE CROISSANCE SOLIDE

À l'origine de ce renforcement se trouvent plusieurs facteurs structurels. D'abord, le renforcement de la connectivité aérienne a permis d'accueillir davantage de vols directs depuis

les principaux marchés émetteurs, facilitant ainsi l'accès au territoire marocain. Cette stratégie, encouragée par le ministère du Tourisme, vise à diversifier les flux et à réduire la dépendance à quelques marchés traditionnels. Ensuite, la diversification des marchés émetteurs joue un rôle clé. Si les Européens restent une composante majeure des visiteurs, on observe une progression des arrivées en provenance d'autres régions, ce qui accroît la résilience du secteur face aux aléas régionaux.

L'amélioration de l'offre d'hébergement et d'animation touristique dans différentes régions du Royaume a également contribué à cette dynamique positive. Le renforcement des capacités hôtelières, la promotion d'expériences culturelles et thématiques, ainsi que l'adaptation des services aux attentes modernes des voyageurs ont permis de mieux capter la demande internationale. Cette tendance illustre une montée en gamme progressive du tourisme marocain, qui ne se contente plus



d'accueillir des flux importants, mais cherche à améliorer la qualité des séjours et à augmenter la dépense moyenne par visiteur. L'impact économique de cette évolution est significatif. En générant des millions d'arrivées sur les trois premiers mois de l'année, le tourisme stimule directement plusieurs secteurs connexes. L'hôtellerie, la restauration, les transports, mais aussi l'artisanat, les activités culturelles et les services tertiaires bénéficient d'un effet d'entraînement. Ce maillage d'activités se traduit par une dynamique de l'emploi, particulièrement dans les zones urbaines et balnéaires où l'activité touristique est la plus concentrée. À moyen terme, ce lien entre tourisme et développement local renforce la contribution du secteur à la croissance globale du pays.

L'évolution du premier trimestre 2026 est un témoin de la capacité du Maroc à maintenir son attractivité malgré un contexte

international incertain. Tous les indicateurs montrent que le Royaume parvient à attirer un flux soutenu de visiteurs grâce à une offre diversifiée, allant des grandes villes historiques aux stations balnéaires, en passant par l'écotourisme et le tourisme culturel. Cette capacité à séduire différents segments de clientèle confère au Maroc une image de destination polyvalente et compétitive, capable de répondre à des attentes variées.

UNE STRATÉGIE PROACTIVE AU CŒUR DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE

La progression enregistrée au premier trimestre n'est pas que la résultante de facteurs exogènes favorables. Elle est aussi la conséquence directe d'une stratégie touristique proactive et structurée. Depuis 2023, le gouvernement a mis en place une

feuille de route ambitieuse qui vise à renforcer l'infrastructure touristique, à diversifier les marchés émetteurs, à moderniser les services et à promouvoir une image plus forte du Maroc à l'international. Ces actions ont été complétées par des efforts accrus sur la qualité d'accueil, la formation des ressources humaines et l'intégration des nouvelles technologies dans la gestion touristique.

L'un des aspects les plus marquants de cette stratégie est la volonté d'élargir l'offre territoriale. Si les destinations comme Marrakech, Agadir ou Fès demeurent des pôles majeurs, de nouvelles zones émergent sur la carte touristique marocaine. Des projets innovants, des circuits thématiques et des investissements dans l'animation rurale et culturelle permettent d'attirer des visiteurs vers des expériences moins conventionnelles, ce qui contribue à une répartition plus équilibrée des flux sur le territoire national.

Une autre clé de cette dynamique réside dans la capacité du secteur à s'adapter aux évolutions des tendances de voyage. Les touristes d'aujourd'hui recherchent davantage d'authenticité, de durabilité et d'immersion. Sur ce plan, les destinations marocaines ont fait des progrès notables en valorisant leur patrimoine, en renforçant les offres d'écotourisme, en soutenant les initiatives locales et en intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement. Cette

HORECA

orientation répond à une demande mondiale croissante pour des expériences plus durables et plus significatives.

Cette trajectoire ascendante ne doit pas masquer les défis qui subsistent. Si le secteur touristique affiche une forte attractivité au premier trimestre, il reste confronté à des enjeux structurels importants. Parmi ceux-ci, l'adaptation des infrastructures aux flux croissants, la montée en gamme des services, la digitalisation complète de l'expérience client, et la gestion des pressions sur les ressources naturelles sont des priorités qui requièrent une attention continue. L'harmonisation de l'offre hôtelière avec les standards internationaux, tout en restant accessible à différents segments de clientèle, constitue également un défi majeur.

Sur le plan international, la compétition entre destinations touristiques reste vive. Les marchés émetteurs évoluent rapidement, les attentes des voyageurs changent et de nouvelles destinations montantes attirent l'attention. Dans ce contexte, le Maroc doit travailler à préserver son image de destination sûre, variée et ouverte, tout en intensifiant ses efforts de promotion sur des marchés émergents, notamment en Asie, au Moyen-Orient et en Amérique. La participation à des salons internationaux, la collaboration avec des tour-opérateurs globaux et la mise en avant de nouvelles expériences



culturelles et naturelles sont autant de leviers à exploiter pour consolider sa position.

L'évolution positive du premier trimestre 2026 augure bien des perspectives pour le reste de l'année. Si la tendance se maintient, le Maroc pourrait renforcer sa place parmi les destinations les plus attractives

à l'échelle mondiale, soutenant ainsi les objectifs intermédiaires de la feuille de route 2023-2026. Cette trajectoire peut également servir de base solide pour les ambitions à plus long terme formulées par le pays, notamment l'objectif d'atteindre 26 millions de visiteurs annuels d'ici 2030.

CONSO

La Moutarde Star au Miel

La marque Star surfe sur la tendance "Sucré-Salé" avec sa nouvelle Moutarde au Miel. Elle devient rapidement l'ingrédient magique pour les barbecues et les salades estivales. Elle n'est pas aussi piquante qu'une moutarde classique, ce qui la rend idéale pour les enfants et pour napper des tenders de poulet ou des légumes grillés.

Disponible en plusieurs formats aux grandes surfaces.



Jibal "Smarty" : La compote clean pour enfants

Pour les plus petits, Jibal lance Smarty, une gamme de compotes de fruits qui mise sur la transparence et la santé. Le design avec les animaux (Tigre, Chat, Lapin) rend le fruit plus attractif pour les enfants difficiles. C'est une source naturelle de Vitamine C. Sans sucre ajouté, sans conservateurs, et avec des "ingrédients simples".

En format de gourde de 100g.

Saveurs disponibles : Pomme & Poire - Pomme, Banane & Fraise - Pomme pure

Prix constaté : Environ 5 DH.

Disponible aux commerces de proximité



Le "Dubai Style" de BE Supreme

La tendance mondiale du "Dubai Chocolate" (pistache et knafeh) arrive en format pocket avec la barre Supreme.

Une texture qui tente de recréer ce mélange iconique chocolat-pistache. C'est le produit parfait pour ceux qui veulent goûter à la tendance sans dépenser beaucoup.

Prix : 2DH

Disponible aux grandes surfaces et commerces de proximité

Colaimo "Max Pro" : La force de 36g de protéines

Sans Sucre Ajouté et Sans Lactose, ce qui est un énorme avantage pour la digestion après l'effort. Faible en matières grasses seulement 0,2% à 0,3% M.G. Enrichi en vitamines B1, B3, B6, B9 et B12 Max Pro aide à réduire la fatigue avec 36g de protéines par brique de 500 ml, soit l'équivalent de 6 œufs ou d'un gros blanc de poulet.

Saveurs disponibles : Chocolat et Caramel.

Prix 15 DH pour 36g de protéines

Disponible aux commerces de proximité



Jibal "Protéine ON" : Le snack des sportifs

Jibal s'attaque au marché de la nutrition sportive avec une gourde protéinée ultra-pratique. Fini le shaker qui fuit dans le sac, place à la Protéine ON.

Avec 20g de protéines par gourde (180g). Elle utilise du WPC 80 (Concentré de protéine de lactosérum) et

contient naturellement des BCAA et des EAA pour la récupération musculaire.

Saveurs disponibles : Fraise (Pomme/Banane) et Mangue (Pomme/Banane).

Prix : 14.95dh

Disponible aux commerces de proximité



Jibal "Caresse" : Le dessert onctueux à emporter

Après la protéine et les fruits, Jibal s'attaque au segment du dessert lacté nomade. C'est l'équivalent d'une crème dessert mais dans un format beaucoup plus pratique pour les déplacements. Contrairement aux yaourts classiques, la gamme "Caresse" mise sur une onctuosité très fluide, facile à aspirer à la gourde.

Les saveurs disponibles :

Chocolat & Noisette

Prix : 6 DH à 7,50 DH l'unité (selon les points de vente).





CREDIT
AGRICOLE
DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE

PARTENAIRE OFFICIEL DU SIAM



Au Crédit Agricole du Maroc, nous accompagnons le développement du secteur agricole national et soutenons les filières animales, en tant que l'un des piliers essentiels de notre sécurité alimentaire.

À travers des solutions de financement adaptées, nous nous engageons aux côtés de l'ensemble des acteurs, à chaque étape de la chaîne de valeur, afin de renforcer la durabilité de la production de la valorisation et de la distribution afin de consolider la sécurité alimentaire de notre pays.



SALON INTERNATIONAL DE
L'AGRICULTURE AU MAROC

GAZ EN RÉSEAU



Un système intelligent d'approvisionnement continu qui surveille, anticipe et gère automatiquement vos besoins en gaz industriel, garantissant une performance durable.



ISO 9001:2015
ISO 14001:2015
ISO 45001:2018



www.tuv.com
ID 9105087027

0801 003 003