

Salon DJAZAGRO – communication externe

La huitième édition du salon **DJAZAGRO** qui s'est déroulée à Alger du 12 au 15 avril 2010 a fermé ses portes dans un climat d'affaires très prometteur pour **ORKILA** et ses partenaires pour l'industrie agro-alimentaire.

Avec environ trente-cinq millions d'habitants et venant à bout de ses dettes extérieures, continuant progressivement son entrée dans l'économie mondiale, l'Algérie enregistre un taux de croissance en nette progression, estimé à 5% pour la période 2010-2011. L'industrie agro-alimentaire est le secteur le plus porteur en Algérie où 45% des dépenses des ménages sont affectées à ce dernier. La nouvelle stratégie de l'état depuis Août 2009 d'avantager la production locale par des crédits bancaires vient à l'aide des petits entrepreneurs pour envisager des projets de production et ceci est d'autant plus accentué dans le cadre de l'industrie agro-alimentaire et de la pêche.

Alors qu'en 2008 les importations de ladite industrie avaient augmenté de 55%, en 2009 elles ont enregistré une baisse de 25%, dues aux mesures draconiennes mises en place en Juillet 2009, par le gouvernement pour limiter l'importation ce dont souffre la plupart des importateurs et producteurs. Cette orientation, adoptée par les autorités algériennes devrait également contribuer à éliminer les entreprises peu organisées pour laisser place à des importateurs structurés, solides et fiables.



Avec sa participation pour la troisième année consécutive à ce salon de référence pour l'industrie Agro-alimentaire au Maghreb, **ORKILA** et ses partenaires intensifient les actions de promotion, de communication et d'information avec une gamme élargie en ingrédients novateurs conçus pour mieux équilibrer la composition nutritionnelle et santé des produits alimentaires et boissons sans compromettre le plaisir du goût, offrant tous les supports nécessaires aux producteurs pour valoriser leurs projets de fabrication.

On a enregistré une augmentation importante des visites de plus de 50% par rapport à 2009 dont 85% sont essentiellement des techniciens à la recherche de solutions pour améliorer la qualité de leur produit, ainsi qu'une forte mobilisation des gens du monde de la recherche, académique et industriel. Des nouvelles perspectives prennent forme, notamment pour l'industrie des produits laitiers, de la sauce ketchup et mayonnaise, de la biscuiterie, des desserts laitiers et les boissons. En tant que 1ers consommateurs de sucre par habitant, et déjà plus de 2 millions de diabétiques, les industriels sont conscient de l'importance de se préparer pour mettre sur le marché des produits allégés en sucre, meilleurs pour la santé, mais gardant un bon goût sucré.



La presse, avec ses magazines spécialisés, notamment RIA a sollicité à plusieurs reprises des informations relatives à **ORKILA** et à ses partenaires. Ces retombées médiatiques devraient leur permettre de bénéficier d'une large visibilité dans différentes provinces proches et éloignées d'Alger..

De ce fait, le salon **DJAZAGRO** est de plus en plus « attendu » par les professionnels algériens et il devient un salon « incontournable » pour les industriels et professionnels du secteur agroalimentaire. Basé sur ces résultats encourageants et dans la perspective d'un élargissement de ce marché, **ORKILA** et ses partenaires envisagent leur participation au salon en 2011.