

# العربية CNN

Entrevue avec Khadija El Bouhali de



## Entrevue avec Ismail Azzam, journaliste au Maghreb pour CNN Arabic – 15 mai 2017

Si vous avez visité l'Afrique du Nord, et que vous n'avez pas mangé ce fameux plat qu'est le « couscous », alors vous avez perdu votre temps! Ce plat aux ingrédients multiples n'est pas seulement délicieux, il a aussi de nombreux avantages pour la santé pour ce qu'il contient comme ingrédients : semoule, légumes, viande/poulet, etc. Pour que la préparation de ce plat ne soit pas le monopole du Maghreb, certains ont entrepris d'en faire la promotion ailleurs dans le monde. Parmi eux, la marocaine Khadija El Bouhali, ambassadrice du couscous au Canada, à tel point qu'on l'a surnommé là-bas, au cours des dernières années, « Madame Couscous ».

Khadija El Bouhali est propriétaire d'une entreprise qui fabrique une seule gamme de produit : des Couscous. En effet, chez COUSMOS, le couscous est décliné en diverses recettes pour satisfaire tous les goûts. Elle a même marié des saveurs canadiennes et marocaines pour séduire ses clients locaux. L'idée de créer cette entreprise lui est venue quand un jour Khadija a eu envie de manger du couscous et n'en a pas trouvé sur le marché québécois, là où elle demeure. Elle a alors décidé de créer sa propre ligne de couscous!

Khadija, qui est diplômée en sciences de la gestion, a mené son projet pas à pas, car elle ne connaissait pas les métiers de bouche. Parmi les clefs de sa réussite, sa passion pour les recettes marocaines de la célèbre Fatéma Hal, et les encouragements de son défunt père qui l'exhortait à lancer son projet et à s'y consacrer. Elle a par la suite obtenu de nombreuses distinctions, dont le prix « Saphira Award » (Saphira veut dire Ambassadrice) organisé par le Ministère Marocain des Affaires Étrangères et de l'Immigration, et qui récompense les réussites des marocaines dans le monde. Aujourd'hui, on trouve les produits de COUSMOS dans les rayons de nombreuses enseignes au Québec.

« J'ai choisi le couscous et non pas un autre plat marocain, parce que ce n'est pas seulement un plat. Le couscous symbolise pour moi le partage, la famille et mon pays d'origine... C'est le repas typique du vendredi qui permet de se retrouver en famille ou entre amis. Il est également ce qui représente le mieux l'Afrique du Nord » déclare Khadija à CNN arabe, ajoutant que les Canadiens ont réservé un accueil positif à ce plat qui leur permet de découvrir la cuisine marocaine, alors que les marocains du Canada y trouvent en quelque sorte un retour aux sources.

Khadija a d'abord ciblé avec ses plats une clientèle jeune recherchant une alimentation saine, équilibrée et ne disposant pas du temps nécessaire pour préparer ces plats. En effet, le couscous demande du temps en préparation. L'entreprise n'a pas ciblé une communauté culturelle donnée, mais bien monsieur et madame tout le monde, car Khadija ne voulait pas que son couscous soit réservé à une origine particulière, affirme-t-elle.

Bien que la cuisine marocaine soit l'une des plus connues dans le monde pour son excellence et sa diversité, la promotion de projets de ce type reste très limitée dans le monde. Selon Khadija : « La cuisine marocaine est connue pour la diversité de ses plats leur délicatesse et leur équilibre santé, mais il est vrai que sa préparation et sa commercialisation restent complexes et nécessitent de la créativité et du renouveau, mais je pense qu'elle gagne à être démocratisée et mise en valeur. »

Elle ajoute : « Malheureusement, les marocains ne font généralement pas la promotion de l'art de vivre marocain comme le font abondamment les Français, les Italiens et les Japonais, c'est pour cela que chez COUSMOS nous nous sommes donné comme mission de le faire connaître. Le couscous n'est qu'une première étape, nous voulons à l'avenir exporter tout l'art de vivre marocain et ainsi mieux faire connaître le Maroc. »

Une dizaine de personnes collaborent avec Khadija dans son entreprise. Elle ne dispose pas d'un restaurant. On peut cependant acheter ses produits dans la plupart des supermarchés. Les plats sont concoctés dans une usine dédiée à la production de produits alimentaires et sont distribués par des distributeurs partenaires.

L'aventure ne s'arrête pas là pour Khadija! Elle aspire à ce que ses plats soient disponibles dans tous les points de ventes au Canada et voudrait commercialiser d'autres plats et produits marocains, comme le tajine ainsi que des pâtisseries marocaines à travers tout le Canada et les États-Unis. ■