

PAMPAT 2

- **Projet d'accès aux marchés des produits agroalimentaires et de terroir - Tunisie**
- **Agence d'exécution : ONUDI**
- **Bailleur des fonds : Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse**
- **Budget : 3 740 000 EURO**
- **Durée : Janvier 2020- Juin 2026**
- **Contreparties principales : Ministère de l'Industrie, Ministère de l'Agriculture, Ministère de l'Économie**

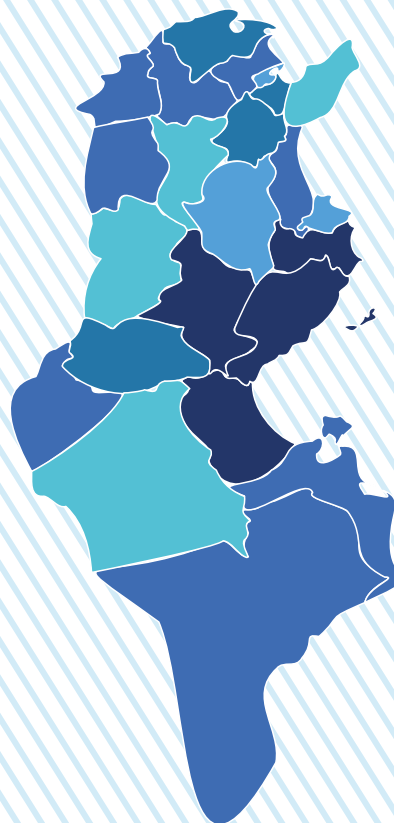
CONTEXTE

La phase 2 du Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et de Terroir (PAMPAT 2) représente la suite du projet PAMPAT 1 (2013-2019). L'évaluation finale indépendante du PAMPAT 1 a souligné le rôle pionnier que le projet a joué dans la mise en place de l'approche chaîne de valeur en Tunisie et dans la promotion du thème des produits de terroir, notamment grâce à la préparation du premier inventaire tunisien des produits du terroir. Le PAMPAT 2 ambitionne de renforcer l'importance stratégique et institutionnelle du sous-secteur des produits de terroir comme moteur de croissance économique.

OBJECTIF

Le projet PAMPAT 2 vise à promouvoir la valorisation et la commercialisation des produits de terroir tunisiens sur les marchés national et internationaux et à encourager le développement d'activités économiques annexes tel que le tourisme gastronomique.

La valorisation multisectorielle des produits de terroir offre des perspectives prometteuses en termes de création de valeur ajoutée, génération d'emplois, augmentation des investissements, autonomisation des femmes et réduction de l'exode rural.



APPROCHE

Afin de contribuer à l'institutionnalisation du sous-secteur des produits de terroir, l'ONUDI a soutenu les institutions tunisiennes pour le développement de la première Stratégie nationale de promotion des produits de terroir. Depuis, l'ONUDI appuie les représentants du secteur public et privé à mettre en œuvre la Stratégie dans les deux gouvernorats pilotes Nabeul et Kairouan et à valoriser différents produits phares : la rose, l'huile d'olive, la figue de barbarie, l'eau de fleur d'oranger et la harissa. Le PAMPAT 2 appuie les producteurs agroalimentaires et cosmétiques, les opérateurs touristiques et gastronomiques et les acteurs liés à la culture et à l'artisanat pour développer de nouveaux modèles d'affaires et des expériences touristiques et gastronomiques autour des produits de terroir phares.

Par ailleurs, l'ONUDI poursuit son appui pour l'organisation bisannuelle du Concours Tunisien des Produits de Terroir,

un événement d'envergure nationale qui cible toutes les catégories de produits agroalimentaires typiquement tunisiens.

En parallèle, le projet œuvre au développement des quatre filières nationales des figues de barbarie, grenades, tomates séchées et dérivés de dattes et adopte une approche holistique couvrant les différents maillons de la chaîne de valeur, de l'agriculteur aux marchés d'exportations.

L'ONUDI renforce l'organisation des chaînes de valeur (agroalimentaire et cosmétique), améliore la productivité, la conformité et la qualité, encourage la diversification, promeut les indications géographiques, soutient l'entrepreneuriat et facilite l'accès aux marchés. Le projet collabore également avec les structures publiques pour renforcer le cadre réglementaire et la promotion des produits.

AXES DU PROJET

I. INSTITUTIONNALISATION DU SOUS-SECTEUR DES PRODUITS DE TERROIR COMME VECTEUR DU DÉVELOPPEMENT LOCAL ET DU TOURISME ALTERNATIF :

- Développement de la 1^{ère} Stratégie Nationale de Valorisation et Promotion des Produits de Terroir (7 Ministères)
- Mise en œuvre de la stratégie nationale dans deux gouvernorats pilotes : tourisme gastronomique, marketing territorial et valorisation multisectorielle des produits de terroir
- Organisation bisannuelle du Concours Tunisien des Produits de Terroir

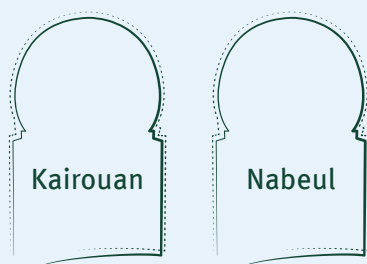
II. DÉVELOPPEMENT DE 4 CHÂÎNES DE VALEUR AGROALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES ET APPUI À L'ACCÈS AUX MARCHÉS :

- 4 filières nationales : figue de barbarie, grenades, tomates séchées, dérivés de dattes

AXES DU PROJET PAMPAT 2

I - Stratégie nationale de valorisation des produits de terroir

Mise en œuvre de la Stratégie
Tourisme et Marketing territorial



Concours Tunisien
des Produits du Terroir

II - Appui sectoriel

3 nouvelles filières



Dérivés
de Dattes



Tomates
séchées



Grenades



Figue de
Barbarie

Filière PAMPAT 1

RESULTATS ET IMPACT (2020-2024)



Stratégie tunisienne de valorisation et promotion des produits de terroir

La première Stratégie tunisienne de valorisation et promotion des produits de terroir a été lancée par le Ministre de l'Agriculture en 2022 suite à un long processus participatif public-privé animé par le projet PAMPAT. Elle vise à promouvoir le développement régional multisectoriel autour des produits de terroir et de positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande. Pour cette raison, le comité de

pilotage qui coordonne la mise en œuvre de la Stratégie sous le logo « Terroirs de nos Régions » est composé des 7 Ministères (Agriculture, Industrie, Economie, Tourisme, Culture, Commerce, Environnement) et de 3 organisations patronales.



Une première : Collaboration pluri-ministérielle pour promouvoir les produits de terroir au niveau productif, touristique, culturel et commercial.



Tourisme immersif et développement local autour des produits de terroir

Depuis 2022 le projet PAMPAT appuie les acteurs publics et privés à Kairouan et Nabeul à mettre en œuvre l'approche de valorisation multisectorielle des produits de terroir préconisée par la Stratégie. Grâce à la diversification de la gamme des produits et au lancement des nouvelles expériences immersives initiées par le projet PAMPAT, les touristes peuvent découvrir aujourd'hui les produits de terroir phares sous toutes leurs formes. Les restaurants, pâtisseries et glaceries offrent des nouvelles propositions gastronomiques autour des produits phares. Les entreprises agroalimentaires et cosmétiques organisent des ateliers pratiques de préparation des produits de terroir et proposent leurs produits à la vente comme articles cadeaux. Les hôtels et maisons d'hôtes intègrent les produits phares dans les menus et leurs concepts de décoration. Les écoles hôtelières collaborent avec les grands chefs cuisiniers pour mettre sous les projecteurs les produits phares. Les artisans créent des souvenirs artistiques inspirés des produits de terroir et les associations culturelles organisent des concours et festivals thématiques.

Le PAMPAT a également appliquée une démarche de marketing territorial et tourisme gastronomique similaire

à Testour, où il a appuyé un groupe d'opérateurs de différents secteurs à lancer la Route thématique de la Grenade sous le nom «Romana Tour à Testour ».

Grâce à la nouvelle approche, les produits de terroir sont en train de devenir des atouts touristiques et des moteurs du développement socioéconomique local bien au-delà du secteur agroalimentaire.



IMPACT SUR LE TOURISME DEPUIS 2022



- 260 bénéficiaires de différents secteurs (Kairouan, Nabeul et Testour)



- 54 opérateurs offrent de nouvelles expériences touristiques immersives



- 4500 touristes bénéficiant de la nouvelle offre touristique



- Collaboration avec le Ministère du Tourisme pour proposer l'offre touristique aux agences de voyages nationales et étrangères



Concours Tunisien des Produits de Terroir :

Le Concours Tunisien des Produits de Terroir est organisé depuis 2017 par l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles sous l'égide du Ministère de l'Agriculture et avec l'appui du projet PAMPAT. Le Concours qui sera à sa 5^{ème} édition en 2025 a eu un impact indéniable sur la dynamique de développement du secteur des produits du terroir et a jeté les bases pour l'élaboration de la stratégie tunisienne

de promotion des produits de terroir.

Le Concours tunisien est inspiré dans sa méthodologie du Concours Suisse des Produits du Terroir, qui a servi également de modèle pour la mise en place du Concours Marocain, du Concours Egyptien et du Concours Camerounais avec l'appui du PAMPAT et de la Fondation Rurale Interjurassienne.



www.concours-terroir.tn

2023 - 4^{ème} édition du Concours Tunisien des Produits de Terroir



- 879 produits de terroir en lice



- 260 médailles décernées



- Augmentation des ventes de produits médaillés : 30-50%



Développement de 4 chaînes de valeur agroalimentaires et cosmétiques nationales :



FIGUE DE BARBARIE :

La filière figue de barbarie, appuyée depuis 2013 par le PAMPAT 1, montre un grand dynamisme grâce au développement de l'entrepreneuriat et à la croissance de la gamme des produits cosmétiques de qualité certifiée. Le nombre d'entreprises est passé de 35 à 75 entre 2020 et 2025. Le Centre tunisien de promotion des exportations accorde désormais une importance stratégique à la filière et a commencé avec l'appui du PAMPAT à organiser des activités de promotion et matchmaking à l'international pour le secteur cosmétique. La Tunisie est devenue en 2021 le premier pays au monde à publier une norme technique pour l'huile de pépins de figue de barbarie.





DÉRIVÉS DE DATTES :

Le grand potentiel de valorisation des dattes dans l'agro-industrie a été longtemps négligé en Tunisie. Aujourd'hui de plus en plus d'entreprises investissent dans cette filière en plein essor. Au cours des 5 dernières années, le nombre d'entreprises a plus que doublé. L'appui du PAMPAT s'est focalisé sur l'appui aux entreprises pour la diversification des produits, le marketing et l'accès aux marchés. Une collaboration a été établie avec les structures publiques pour lancer un programme de promotion des dérivés de dattes et pour améliorer le cadre d'appui institutionnel et réglementaire, ce qui a contribué à faire **tripler** les exportations du secteur.



GRENADES :

L'appui du projet PAMPAT a permis de **quadrupler** le nombre d'entreprises actives dans la transformation des grenades. Les régions de Testour et Gabès qui auparavant étaient seulement connus pour la production agricole des pommes puniques sont en train de miser sur de nouveaux produits comme le jus pasteurisé, le vinaigre, la poudre d'écorces ou l'huile cosmétique de graines de grenade. Ces deux régions reçoivent également l'appui du projet PAMPAT pour développer des indications géographiques et pour améliorer la valorisation culturelle et touristique du produit phare, notamment à travers la Route de la Grenade à Testour.



TOMATES SÉCHÉES :

Les tomates séchées occupent le 3^{ème} rang parmi les produits les plus importants du secteur tunisien des conserves alimentaires. Les interventions du projet se sont focalisées sur la diversification des canaux de ventes et de la gamme des produits pour réduire la prédominance de la commercialisation des tomates séchées en vrac. 26 entreprises bénéficiaires ont lancé de nouveaux produits à base de tomates séchées et ont pu trouver de nouvelles débouchées dans le secteur HORECA et la grande distribution. Les activités de promotion internationale et d'organisation des B2B ont contribué à augmenter le chiffres d'affaires des entreprises de tomates séchées de **138%**.



IMPACT SUR LES 4 FILIÈRES DEPUIS 2020



- 240 entreprises bénéficiaires et plus de mille agriculteurs



- + 500 nouveaux produits lancés sur les marchés pour élargir la gamme



- + 2600 nouveaux emplois créés (90% pour les femmes)



- +165% d'augmentation des exportations



- 48 nouvelles entreprises créées avec l'appui du projet



- 7,8 millions Euro d'investissements réalisés par les entreprises

IMPACT DU PAMPAT 1

- **Inscription de la harissa au patrimoine immatériel de l'UNESCO**

Le projet PAMPAT (phases 1 et 2) a appuyé le Ministère des Affaires Culturelles, le Ministère de l'Industrie et la société civile pour inscrire le savoir-faire de la harissa tunisienne sur la liste du patrimoine mondial immatériel de l'UNESCO en décembre 2022. Il s'agit d'une reconnaissance internationale des traditions et du patrimoine culinaire tunisiens liées à la production de la harissa.



FOLLOW US:

