Sommaire:

LE PROJET PAMPAT

FIGUE DE DJEBBA AOC

- Les Figues de Djebba AOC continuent leur percée sur le marché national et international
- Les Figues de Djebba AOC dynamisent le développement rural
- Démarrage de la promotion du tourisme alternatif autour de la figue de Djebba AOC

HARISSA

- Participation de 7 entreprises de harissa labélisée à la Semaine Verte Internationale de Berlin
- Lancement de la campagne de promotion de la harissa avec « Food Quality Label» en Tunisie
- Harissa Errim : La SMSA TAHADI démarre l'exportation et se positionne comme modèle de réussite

FIGUE DE BARBARIE BIOLOGIQUE

- Démarrage du programme de promotion national «Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia »
- Augmentation du nombre d'opérateurs dans le secteur huile de figue de barbarie biologique grâce aux nouvelles start-ups
- La SMSA Zelfen se positionne comme opérateur biologique dans la filière

CONCOURS TUNISIEN DES PRODUITS DE TERROIR

- Une première en Tunisie : mise en place d'un inventaire tunisien des produits de terroir
- Le test à blanc du Concours Tunisien des Produits de Terroir : une grande réussite
- Le compte à rebours a commencé : lancement des inscriptions au premier concours tunisien des produits de terroir

ACTIVITES TRANSVERSALES

- Appui au Centre Technique de l'Agriculture Biologique pour offrir de nouvelles analyses
- Organisation d'un voyage d'étude en Toscane au profit des partenaires et bénéficiaires des projets PAMPAT

MOT DE BIENVENUE

L'équipe du **P**rojet d'**A**ccès aux **M**archés des **P**roduits **A**groalimentaires et du **T**erroir «**PAMPAT**» a le plaisir de vous présenter le quatrième numéro de son bulletin d'information. A travers cet outil de communication, nous souhaitons partager avec nos lectrices et lecteurs, les informations concernant la mise en œuvre du projet: ses enjeux, ses programmes, ses réalisations et les défis à relever.

Le PAMPAT en Bref

Objectif

Le projet vise à améliorer les conditions socio-économiques des opérateurs au sein des trois filières établies autour de produits phare tunisiens (Harissa, figue de Djebba, figuier de Barbarie à Kasserine) à travers la promotion des labels de qualité et de terroir

Durée

6 ans (Sept. 2013 - Sept 2019)

Budget total

4.972.000 CHF (y compris 13% frais d'appui)
~ 9.000.000 dinars tunisiens

Agence d'exécution

Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI)

Bailleur de fonds

Secrétariat d'Etat à l'économie de la Confédération Suisse – SECO

Contreparties principales

Ministère de l'Industrie, Ministère de l'Agriculture

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche DEFR
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

ONUDI
ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL

FILIERE FIGUE DE DJEBBA AOC

chef de file:
Direction Générale de la Production Agricole

Photos : Dégustation des figues de Djebba AOC de la société Fruits Medina au MG Ennasser à Tunis (à droite) ; Dégustation des figues de Djebba AOC au Carrefour La Marsa à Tunis (au milieu) ; Palettes de figues de Djebba AOC prêtes pour l'exportation à Dubaï de la société Sadira (à gauche)

Les Figues de Djebba AOC continuent leur percée sur le marché national et international

Les figues de Djebba sont devenues en 2012 le premier et seul fruit en Tunisie à avoir reçu une appellation d'origine contrôlée (AOC) par arrêté du Ministre de l'agriculture. Aujourd'hui la commercialisation des figues de Djebba AOC a pris de l'ampleur.

En 2014, les agriculteurs du village de Djebba dans le gouvernorat de Béjà ont créé la Société Mutuelle des Services Agricoles (SMSA) «Djebba Fruits» dans le but de vendre des figues AOC directement sur les marchés. Dès le départ, plusieurs défis ont dû être relevés. Mais aujourd'hui, la SMSA ainsi que ses 67 agriculteurs adhérents, disposent désormais de la seule unité de conditionnement à Djebba, ayant obtenu l'agréage technique à l'export, et d'un camion frigorifique qui assure le respect de la chaîne de froid jusqu'au point de vente final. Pour la SMSA, l'AOC offre une plus-value incontestable : en 2016 les figues AOC se vendaient jusqu'à 80% plus chères que les figues standard.

Durant la campagne 2017, plusieurs opérateurs ont commencé la commercialisation des figues labélisées, telle que la société «Fruits Medina» gérée par un djebbaois, et l'entreprise exportatrice tunisienne «Sadira» qui s'approvisionne auprès des agriculteurs de Djebba ayant adhéré à la démarche AOC. En Tunisie, les figues AOC sont disponibles sur le réseau national des supermarchés MG, à Carrefour et dans le point de vente du producteur au consommateur de l'Office des Terres Domaniales à Tunis. De plus, les figues AOC s'exportent également vers la France, le Canada et Dubaï.

L'AOC est un label officiel certifiant la conformité du fruit aux exigences spécifiques de qualité, d'origine, de savoir-faire et de traçabilité. L'Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle (INNORPI) a été désigné comme organisme chargé du contrôle de la figue de Djebba AOC.

Toutes les activités de valorisation de la figue de Djebba AOC sont développées avec l'appui du projet PAMPAT en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche et l'organisme public-privé GIFRUITS.

Les Figues de Djebba AOC dynamisent le développement rural

Photos : Production des produits les «Délices de Djebba » dans le local de la SMSA «Djebba Fruits » (à gauche et au milieu) ; Produits à base de figues de la marque «Délices de Djebba» (à droite)

La démarche de valorisation d'un produit de terroir à travers une appellation d'origine contrôlée (AOC) va bien au-delà de la simple labélisation. Derrière l'AOC se cache tout un esprit d'amélioration continue et la volonté de mettre en valeur les traditions pour construire l'avenir. L'expérience de Djebba est considérée par plusieurs institutions tunisiennes comme un modèle de réussite, qui montre la valeur du label AOC en tant que catalyseur du développement régional. La figue en tant que produit phare fait parler du village, améliore la visibilité et la notoriété de Djebba et attire de plus en plus de visiteurs.

Le dynamisme créé autour de la figue fraîche AOC a également encouragé le développement des produits transformés. Les femmes du village se sont unies pour valoriser la «Figue de Djebba» hors de la campagne agricole. Les recettes ancestrales transmises de mère en fille des friandises à base de figue ont été réinventées et adaptées aux besoins du marché. Avec l'appui du PAMPAT, les femmes ont commencé à produire des figues séchées, des confitures de figues et des chocolats fourrés aux figues. Les produits dérivés « Délices de Djebba » sont commercialisés par la SMSA «Djebba Fruits» et par le Groupement de Développement Agricole féminin « Kounouz Djebba » créé en 2016 et qui regroupe une vingtaine de femmes.

L'AOC a également permis de développer des activités culturelles à Djebba. Douze djebbaois ont créé en 2017 une association pour promouvoir l'AOC et relancer, après sept ans d'absence, un festival annuel au pied de la montagne Goraa. Du 22 au 31 juillet 2017, le village de Djebba était en fête à l'occasion de la 24ème édition de l'ancien festival de Thibar, renommé comme « Festival de la Figue de Djebba AOC ». Plusieurs artistes étaient au rendez-vous pour animer des spectacles de musique et de théâtre.

Démarrage de la promotion du tourisme alternatif autour de la figue de Djebba AOC

Photos : Le camion frigorifique de la SMSA «Djebba Fruits» (à gauche) ; participants à la journée de découverte de Djebba devant l'unité pilote de séchage solaire (au milieu) ; Dégustation des préparations par les membres du jury du concours des pâtisseries à base de figues (à droite)

Le village de Djebba attire beaucoup de randonneurs grâce à son emplacement pittoresque perché à 700 mètres de hauteur sur la montagne Goraa. La situation géographique de Djebba à seulement 30 kilomètres du très connu site archéologique romain Dougga, fait du village une destination à fort potentiel qui peut être intégrée dans les circuits touristiques du Nord-Ouest de la Tunisie. Outre le paysage féerique, l'unicité de la figue de Djebba offre un intérêt particulier pour les touristes alternatifs.

Pour faire connaître davantage le patrimoine local, une journée de découverte de la Figue de Djebba AOC a été organisée en août 2017 en étroite collaboration avec le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, le Ministère des Ressources Hydrauliques et de la Pêche et le GIFRUITS. Plus de 150 représentants d'institutions partenaires, de journalistes ainsi que d'opérateurs du tourisme ont participé à cet évènement.

La journée a démarré avec la visite d'un champ de figues, où plusieurs variétés de figues autochtones de Djebba ont pu être dégustées. Par la suite les invités ont pu visiter le local de transformation des produits de terroir du groupement de développement agricole féminin « Kounouz Djebba », la station de conditionnement agrée à l'export des figues de Djebba AOC de la SMSA « Djebba Fruits », ainsi que l'unité pilote de séchage solaire des figues.

Au programme également, l'organisation d'un concours de pâtisseries à base de figues préparées par les femmes de Djebba, ainsi que d'un cooking-show animé par un chef pâtissier pour la préparation de desserts à base de figues de Djebba. Le jury du concours était présidé par des chefs pâtissiers du Centre de Formation Touristique de Hammamet relevant du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Par ailleurs, l'expo-vente de produits de terroir au parc naturel de Djebba organisé durant un déjeuner au pied de la montagne Goraa, a permis de valoriser l'offre de produits de la région.

La journée a été marquée par une vaste couverture médiatique et a encouragé plusieurs opérateurs touristiques à planifier l'intégration du site touristique Djebba dans les circuits touristiques organisés.

FILIERE HARISSA–

chef de file:
Direction Générale des Industries Alimentaires

Photos : Stand commun des sept entreprises de harissa avec «Food Quality Label Tunisia » à la Semaine Verte Internationale de Berlin (à gauche) ; bloggeuses allemandes cuisinant des plats à base de harissa labélisée (à droite)

Participation de 7 entreprises de harissa labélisée à la Semaine Verte Internationale de Berlin

La harissa avec le « Food Quality Label Tunisia » a franchi un nouveau palier en 2017. Les quantités de harissa certifiée produites ont augmenté de 350% par rapport à l'année dernière. Aujourd'hui déjà huit marques de harissa sont

commercialisées avec le label: Sticap, Petit Paris/Comocap, Zgolli, Sicam, Jouda, Nablia, Fnare/Carthage Food et Pacna/Sodaco. Les entreprises adhérentes à l'initiative « Food Quality Label Tunisia » représentent plus d'un tiers de la production nationale de harissa. Sous le leadership du Groupement des Industries des Conserves Alimentaires (GICA) et avec l'appui du projet PAMPAT, les sociétés labélisées continuent leurs efforts pour promouvoir la harissa tunisienne de qualité supérieure sur les marchés internationaux.

Ainsi les sept entreprises certifiées ont participé ensemble dans un grand stand commun à la Semaine Verte Internationale qui s'est tenue du 20 au 29 janvier 2017 à Berlin en Allemagne avec l'appui de la Chambre de Commerce Tuniso-Allemande. La Semaine Verte représente un évènement gastronomique de grande envergure. Les 400 000 visiteurs ont dépensé près de 48 millions d'euros afin de gouter aux produits et plats de 66 pays. La harissa a été très appréciée par les consommateurs allemands, qui aiment de plus en plus la cuisine piquante. Le stand tunisien a été également visité par Monsieur le Ministre de l'Agriculture et Monsieur l'Ambassadeur de la Tunisie en Allemagne valorisant ainsi les efforts menés par le GICA et le projet PAMPAT pour le positionnement de la harissa labélisée sur les marchés internationaux. La harissa certifiée s'exporte aujourd'hui sur le marché européen et canadien.

En marge de la Semaine Verte un événement avec la participation de plus de dix journalistes et bloggeurs gastronomiques allemands a été organisé pour cuisiner ensemble des plats à base de harissa certifiée en suivant les instructions d'un chef cuisinier allemand. Les retombées médiatiques dans la presse allemande ne se sont pas fait attendre.

Lancement de la campagne de promotion de la harissa avec « Food Quality Label» en Tunisie

Photos : Journées de dégustation de la harissa avec «Food Quality Label Tunisia » au Carrefour La Marsa

Le « Food Quality Label Tunisia » a été lancé en 2014 par le Ministère chargé de l'Industrie pour protéger la harissa tunisienne en tant que produit de terroir, face aux imitations sur les marchés internationaux, et pour répondre aux exigences d'un nombre croissant de clients tunisiens et étrangers qui demandent des garanties sur l'origine, la composition du produit et la fraicheur des ingrédients.

Le label qualité répond aussi à un souci d'une meilleure organisation de la filière,

d'une rétribution équitable des agriculteurs tunisiens et d'une garantie de la sécurité alimentaire. La démarche « label » a encouragé les producteurs tunisiens de piments à l'application des critères de sélection et d'amélioration de la qualité de leur produit, justifiant des hausses allant jusqu'à 25%. Ce surcoût est répercuté sur le prix de vente au consommateur du produit fini dans les commerces.

Depuis avril 2017, la harissa de qualité supérieure labélisée «Food Quality Label Tunisia » n'est pas seulement exportée, mais est aussi disponible dans les rayons des grandes surfaces tunisiennes à côté de la harissa standard. Le label qui se trouve sur les boites de harissa tunisienne certifiée constitue une garantie de la recette traditionnelle, de la traçabilité, et de la qualité et de la fraicheur des ingrédients.

Pour faire découvrir aux consommateurs le goût de la nouvelle recette de harissa de qualité supérieure, quatre journées de dégustation ont été organisées à l'hypermarché Carrefour La Marsa en juillet 2017 par le projet PAMPAT et le Groupement des Industries des Conserves Alimentaires (GICA) en étroite collaboration avec les trois marques de harissa Zgolli, Petit Paris et Sticap. Durant les dégustations les consommateurs ont particulièrement apprécié le produit certifié.

Pour plus d'informations sur la harissa avec «Food Quality Label Tunisia», veuillez visiter le site web multilangues: www.tunisian-harissa.com

Harissa Errim: La SMSA TAHADI démarre l'exportation et se positionne comme modèle de réussite

Photos : Production et conditionnement de la harissa «Errim » (à gauche et au milieu) ; harissa «Errim » sur les rayons en Suisse (à droite)

La société mutuelle des services agricoles (SMSA) « Tahadi » sise à Menzel Mhiri dans le gouvernorat de Kairouan est la seule SMSA entièrement féminine en Tunisie. Les 164 femmes rurales de Tahadi se sont unies pour relever ensemble un défi (tahadi en arabe): conquérir les marchés avec des produits de terroir issus d'un savoir-faire traditionnel. La SMSA est entrée en production en 2015 avec la harissa traditionnelle à l'huile d'olive. La marque commerciale de la SMSA est «Errim», petite gazelle; la gazelle ayant toujours été un symbole de beauté féminine et d'authenticité en Tunisie.

Au début la SMSA a reçu l'appui du projet PAMPAT pour la gestion, production, marketing et commercialisation de sa recette spéciale de harissa. Les femmes ont d'abord commencé à vendre leurs produits sur les foires nationales et dans quelques épiceries fines. Mais peu à peu le portefeuille de clients s'est élargi. Aujourd'hui la harissa « Errim » se commercialise dans des superettes, des restaurants hauts de gamme ainsi que des magasins de souvenirs dans les zones touristiques.

En effet, les clients étrangers s'intéressent également à la harissa. En 2016, la première expédition de harissa « Errim » est partie en Suisse et

a été suivie par des ventes à des groupements d'achat solidaire en Italie. En janvier 2017 la harissa «Errim » a été commercialisée à la Semaine Verte Internationale à Berlin (Allemagne).

Le modèle de réussite de «Tahadi» se base sur des techniques de production à la fois traditionnelles et modernes. La préparation artisanale de la recette est intensive en main d'œuvre et permet de créer des emplois. Par ailleurs, la production de la harissa « Errim » se réalise dans le strict respect de toutes les normes de transformation.

Le local de production de la SMSA a désormais reçu l'agréage technique à l'export et les employées appliquent un manuel de procédures internes qui assure une gestion professionnelle de la SMSA. Ainsi, « Tahadi » reçoit souvent des visites d'autres groupes de femmes, qui souhaitent s'inspirer de ce modèle de réussite. Pour un meilleur positionnement sur le marché, aujourd'hui les femmes travaillent sur la diversification de leur offre ; elles ont déjà entamé la préparation d'épices, de salade « méchouia » tunisienne et de pâte d'ail.

FILIERE FIGUE DE BARBARIE BIOLOGIQUE

chef de file:
Direction Générale de l'Agriculture Biologique

Photos : Stand »Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia » au Salon Vivaness en Allemagne (à gauche) et au Beauty World à Dubai (au milieu) ; Présentation des produits par une esthéticienne sur le stand Beautyworld Dubai (à droite)

Démarrage du programme de promotion national «Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia »

La Direction Générale de l'Agriculture Biologique au Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche a lancé début 2017 le programme de promotion « Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia », qui vise à faire connaître l'huile de pépins de figue de barbarie biologique sur les marchés national et internationaux. 13 entreprises cosmétiques participent à cette initiative nationale, qui est appuyée par le projet PAMPAT. Cette démarche de promotion groupée sous un même logo est la seule de ce genre dans le secteur cosmétique tunisien et tire son inspiration des résultats obtenus par l'initiative collective de la harissa avec Food Quality Label.

Depuis le lancement du programme national, les activités de promotion groupée se multiplient. La concurrence parmi les 13 entreprises est laissée de côté pour privilégier la promotion de l'huile de figue de barbarie tunisienne sur les marchés. L'augmentation de la notoriété du produit certifié bio a des retombées positives sur toutes les entreprises adhérentes et représente ainsi une réussite partagée. Les sociétés d'huile de figue de barbarie ont participé ensemble, dans des stands communs, au salon des produits cosmétiques biologiques Vivaness à Nuremberg (Allemagne) en février, au salon MIT/Tunisia Spa à Tunis en avril et au salon Beautyworld Dubaï (Emirats Arabes Unis) en mai. L'huile de figue de barbarie biologique est un véritable élixir de beauté.

L'huile booste le renouvellement cellulaire et diminue les rides, cicatrices et tâches de vieillesse. En septembre 2017 le programme « Organic Cactus Seed Oil » fera escale au centre commercial Tunisia Mall à Tunis pour faire connaître les vertus de ce produit anti-âge aux consommateurs tunisiens.

En Tunisie, l'huile de figue de barbarie biologique représente une opportunité pour le développement rural. La majorité des champs de figuiers de barbarie se trouvent dans les régions de l'intérieur où les terres sablonneuses et le climat aride ne permettent pas la production agricole intensive sous régime pluvial. Pour plus d'informations sur l'initiative «Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia», veuillez visiter le site web multilangues: www.tunisianorganic-cactus.com

Augmentation du nombre d'opérateurs dans le secteur huile de figue de barbarie biologique grâce aux nouvelles start-ups

Photos : Présentoirs des six start-up au stand « Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia » au MIT/ Tunisia SPA (à gauche) ; huile de figue de barbarie biologique produit par une start-up (à droite).

Au démarrage du projet PAMPAT en 2013 en Tunisie, les entreprises qui produisaient l'huile de figue de barbarie biologique pouvaient presque être comptées sur les doigts de la main. Mais aujourd'hui une réelle prise de conscience est en train de s'opérer sur le potentiel de développement du marché de cet élixir anti-âge. Par conséquent, un nombre croissant de sociétés s'engage dans la production de l'huile de figue de barbarie biologique, un produit qui d'après les experts fera certainement parler de lui au cours des cinq prochaines années.

Une dizaine de nouveaux opérateurs commercialisent depuis quelques mois ce produit cosmétique haut de gamme. La Direction Générale de l'Agriculture Biologique avec l'appui du projet PAMPAT a signé des conventions d'appui technique et financier pour le marketing et l'accès aux marchés avec six start-ups gérées par de jeunes diplômés des gouvernorats de Kasserine et Monastir.

Durant la cérémonie de signature des conventions organisée en marge d'une conférence de presse pour le lancement de la « Semaine Bio 2017 », le Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Agriculture a compté les résultats de la promotion de la filière figue de barbarie biologique parmi les réussites du secteur bio. Il est à noter que pendant la saison de production, une start-up d'huile de figue de barbarie biologique offre en moyenne 30 postes d'emploi et contribue ainsi au développement rural.

Les six start-ups participent aux activités de promotion du programme national « Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia ». En plus, les nouvelles sociétés maintiennent un échange régulier entre elles et avec les entreprises leader du secteur sur les meilleures pratiques de production et de commercialisation en vue de prendre des raccourcis et aller plus vite de l'avant.

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs, Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

Ministry of Agriculture, Hydraulic Ressources and Fisheries

بيو تونس

UNITED NATIONS
INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

Image: Affiche publicitaire du programme " Organic Cactus Seed Oil - Origin Tunisia "

PAMPAT.TN

La SMSA Zelfen se positionne comme opérateur biologique dans la filière

Photos : Machine de traitement et nettoyage des figues de barbarie de la SMSA (à gauche); Opération de triage des figues de barbarie biologiques dans le local de la SMSA (au milieu) ; figues de barbarie biologiques sans épines emballées (à droite)

Le projet PAMPAT appuie depuis 2014 la société mutuelle des services agricoles (SMSA) Zelfen dans le gouvernorat de Kasserine, qui commercialise ses produits sous la marque « Hindina ». En 2016 la SMSA, qui regroupe 23 agriculteurs, a obtenu la certification biologique de l'organisme accrédité Ecocert pour 470 hectares de figuiers de barbarie ainsi que pour plusieurs produits dérivés issus du cactus. La SMSA commercialise des figues de barbarie biologiques de saison et d'arrière-saison grâce à l'introduction d'une nouvelle technique agronomique auprès de ses adhérents.

Par ailleurs, la société mutuelle produit également du sirop et de la confiture de figue de barbarie. Les deux produits à tartiner certifiés bio se préparent selon une recette ancestrale de Zelfen transmise de mère en fille. La production artisanale du robb et de la confiture permet de créer des opportunités de revenus pour plus d'une vingtaine de femmes de la région, qui se sont associées à la SMSA. L'objectif de la SMSA pour 2017 est d'élargir davantage l'offre de produits certifiés bio pour pouvoir approcher un plus grand nombre de clients sur le marché national et international. Afin d'être conforme aux exigences des marchés étrangers, la nouvelle unité de conditionnement de 650 mètres carrés de la SMSA Zelfen a obtenu cet été 2017 l'agréage technique à l'export.

Depuis son établissement la SMSA Zelfen montre un grand dynamisme. En 2016, la SMSA s'est vue décernée le premier prix au niveau national du Concours de l'Innovation Agricole organisé par l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles et la GIZ pour la machine de traitement et nettoyage des figues de barbarie biologiques. De nouvelles machines sont en cours d'acquisition pour produire de nouveaux produits issus de la figue de barbarie biologique. Les équipements pour la production de l'huile de figue de barbarie biologique sont déjà installés dans le local de la SMSA. Bientôt la SMSA Zelfen fera partie du programme national «Organic Cactus Seed Oil – Origin Tunisia ».

En parallèle à l'appui fourni à la SMSA Zelfen, le projet PAMPAT appuie presque 250 agriculteurs de la filière figue de barbarie dans le gouvernorat de Kasserine pour améliorer les pratiques de production, produire des figues de barbarie en arrière-saison et obtenir la certification biologique. Pendant le premier semestre de 2017 plus de 70 hectares ont été certifiés.

CONCOURS TUNISIEN DES PRODUITS DE TERROIR

chef de file:
Agence de Promotion des Investissements Agricoles

Photos : Atelier participatif régional à Tunis (à gauche) ; présentation de l'inventaire des produits de terroir en présence du Ministre de l'Agriculture et des deux secrétaires d'état à Tunis (à droite)

Une première en Tunisie : mise en place d'un inventaire tunisien des produits de terroir

La décision de lancer le premier concours des produits de terroir en Tunisie a été annoncée par l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) suite à la réussite du premier salon des produits de terroir « Saveurs de Tunisie » qui s'est déroulé à Hammamet en mai 2016 sous l'égide de l'APIA et avec l'appui du PAMPAT et d'autres institutions partenaires.

Le tout premier pas à l'organisation du concours des produits de terroir à l'échelle nationale a été la préparation de l'inventaire des produits de terroir tunisiens. Même si la Tunisie possède un patrimoine agricole et agroalimentaire très vaste, une liste consolidée de cette richesse n'avait jamais été élaborée jusqu'à présent.

Ainsi, avec l'appui du projet PAMPAT le Ministère de l'Agriculture des Ressources Hydrauliques et de la Pêche et le Ministère de l'Industrie et du Commerce se sont ralliés sous le leadership de l'APIA pour démarrer le processus d'identification des produits les plus représentatifs et uniques de la Tunisie.

Six ateliers participatifs régionaux dans le Sud, le Centre et le Nord de la Tunisie ont été organisés pour compiler et valider une liste du potentiel tunisien en matière du terroir en septembre et octobre 2016. Plus de 200 représentants du secteur public et privé ainsi que des chercheurs et experts indépendants ont contribué à la préparation de l'inventaire des produits typiques de tous les 24 gouvernorats du pays. Suite aux recherches initiales sur terrain, 415 produits potentiels ont été identifiés, dont la moitié a été retenue dans la liste finale après un tri rigoureux basé sur quatre critères : typicité, ancrage historique, ancrage physique au territoire et lien avec la culture locale.

L'inventaire de 220 produits de terroir a été présenté en présence du Ministre de l'Agriculture et de deux secrétaires d'Etat durant un séminaire national organisé en octobre 2016 en marge du salon SIAT à Tunis.

Le test à blanc du Concours Tunisien des Produits de Terroir : une grande réussite

Photos : Dégustation d'huile d'olive (à gauche) et d'olives de tables (au milieu) au test à blanc du concours ; Photo de groupe des dégustateurs participants au test à blanc (à droite)

Après la finalisation du premier inventaire des produits de terroir tunisien en octobre 2016, l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) s'est mis à l'œuvre pour organiser la première édition du concours tunisien des produits de terroir.

Une première étape de l'organisation s'est achevée avec le déroulement très satisfaisant du test à blanc en mai 2017 à la Cité des Sciences à Tunis afin de vérifier la procédure nécessaire pour la mise en place du premier concours.

L'APIA en collaboration avec la Direction Générale de la Production Agricole (DGPA), la Direction Générale de l'Agriculture Biologique (DGAB), la Direction Générale des Industries Agroalimentaires (DGIA), l'INNORPI et le Centre Technique de l'Agroalimentaire (CTAA) et l'appui du PAMPAT, ont assuré la réussite du test à blanc.

Grâce à un grand effort de collaboration entre les institutions concernées, plus de cent produits se sont inscrits pour participer au test à blanc et ont pu être acheminés vers Tunis à travers les Commissariats Régionaux de Développement Agricole (CRDA) des différents gouvernorats de la Tunisie.

Plus de 70 dégustateurs venus de toute la Tunisie ont participé à la dégustation. Chaque produit a été dégusté avec l'appui des schémas d'évaluation sensoriels par une table de dégustation constituée chacune par trois profils de jurés, notamment un spécialiste, un producteur et un consommateur.

Lors de cette journée, 101 produits appartenant à 4 catégories différentes à savoir olives et huiles d'olives, fruits et plantes aromatiques, miels et fromages et enfin la catégorie légumes ont été dégustés. Le but de la dégustation est de trouver un équilibre entre la dégustation sensorielle assurée par les spécialistes et le goût du consommateur qui reflète la demande du marché.

Après la réussite de ce test à blanc, les institutions organisatrices du concours se concentrent maintenant sur la préparation de l'événement officiel en novembre 2017.

Le compte à rebours a commencé : lancement des inscriptions au premier concours tunisien des produits de terroir

Photos : Déclaration du Ministre de l'Agriculture lors de la conférence de presse sur le lancement du concours tunisien des produits de terroir (à gauche) ; logo officiel du concours (à droite)

Le coup d'envoi de la première édition du Concours Tunisien des Produits de Terroir a été donné par Monsieur le Ministre de l'Agriculture, des Ressources Hydraulique et de la Pêche Samir Taïeb lors de la conférence de presse qui s'est tenue le 28 juillet 2017 à la Cité des Sciences à Tunis (CST). Le concours sera organisé par l'APIA en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche et le Ministère de l'Industrie et du Commerce avec l'appui du PAMPAT à la CST les 29 et 30 novembre prochains.

Plusieurs types de produits transformés, typiquement tunisiens, participeront au concours pour obtenir des médailles d'or, d'argent et de bronze. Les cinq macro-catégories proposées pour le concours sont les I) olives et huiles d'olive, II) fruits et plantes aromatiques, III) miels et fromages, IV) légumes et V) produits de la pêche. Un prix d'excellence sera remis au meilleur produit de chacune des cinq macro-catégories. Les résultats du concours seront annoncés lors d'une grande cérémonie de remise des médailles qui aura lieu le 8 décembre 2017. Un marché de vente ouvert au grand public sera organisé du 8 au 10 décembre 2017 à la Cité des Sciences de Tunis, où les consommateurs pourront découvrir les produits participants au concours.

Le déroulement du concours et sa méthodologie tire son inspiration de l'expérience suisse. En Suisse, la Fondation Rurale Interjurasienne (FRIJ) organise depuis 14 ans un concours des produits de terroir et un marché régional qui sont considérés comme des modèles de réussite. L'expérience suisse a déjà servi comme modèle pour la mise en place du concours marocain des produits de terroir, qui en est à sa deuxième édition cette année. Le concours marocain a été organisé avec l'appui du projet jumeau PAMPAT Maroc qui est également financé par le Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse et mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel.

L'organisation du concours tunisien vise à promouvoir l'image de marque des produits de terroir auprès des consommateurs tunisiens et étrangers, à encourager l'amélioration de la qualité selon les standards du marché et à valoriser le savoir-faire traditionnel des différentes régions tunisiennes.

Les inscriptions au concours sont ouvertes aux producteurs, groupements d'agriculteurs et entreprises de transformation tunisiennes jusqu'au 30 septembre 2017. Les dispositions du règlement du concours et les fiches d'inscription sont disponibles sur le site web de l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles *www.apia.com.tn* ou peuvent être sollicitées à: *concoursterroir@apia.com.tn*

ACTIVITES TRANSVERSALES

Photo : Nouveaux équipements acquis par le CTAB pour le renforcement de ses capacités analytiques.

Appui au Centre Technique de l'Agriculture Biologique pour offrir de nouvelles analyses

Forte de la reconnaissance européenne du système de certification biologique national, la Tunisie se positionne aujourd'hui parmi les premiers pays producteurs et exportateurs de produits biologiques en Afrique. 3200 opérateurs biologiques existent en Tunisie. Faute d'un organisme accrédité en Tunisie, les sociétés tunisiennes doivent à présent recourir à des laboratoires étrangers pour effectuer les analyses sur leurs produits pour pouvoir recevoir la certification biologique.

Pour pallier à cette contrainte, le projet PAMPAT est en train d'appuyer le Centre Technique de l'Agriculture Biologique (CTAB) pour compléter son offre et pouvoir ainsi offrir de nouvelles analyses physico-chimiques aux opérateurs tunisiens. Des équipements de laboratoire pour une valeur d'environ 355'000 dinars ont déjà été achetés et livrés au CTAB par le projet. De plus, un cycle de formation pour le personnel du laboratoire du CTAB a démarré en vue d'assurer le bon développement des analyses avec les nouveaux équipements.

L'assistance du PAMPAT au CTAB continuera jusqu'à la fin du projet ; l'objectif final étant l'accréditation du laboratoire pour le développement des nouvelles analyses physico-chimiques. En présence d'un laboratoire national accrédité, les producteurs tunisiens pourront réduire les coûts des analyses de leurs produits et par conséquent être plus compétitifs en termes de prix.

Organisation d'un voyage d'étude en Toscane au profit des partenaires et bénéficiaires des projets PAMPAT

Photo : Photo de groupe de la délégation tuniso-marocaine pendant le voyage d'étude en Italie

Durant ces dernières années les institutions publiques tunisiennes ont déployé beaucoup d'efforts pour promouvoir les labels de qualité liés à l'origine et pour positionner les produits de terroir en vue d'encourager le développement rural.

Pour améliorer davantage les compétences des institutions partenaires impliquées dans la promotion des labels, le projet a organisé en novembre 2016 un voyage d'étude en Toscane en Italie. Pendant six jours les contreparties principales du PAMPAT ont eu l'occasion de connaître de près des expériences très avancées dans le positionnement des produits de terroir.

Des représentants de la Direction Générale des Industries Alimentaires, de la Direction Générale de la Production Agricole, de la Direction Générale de l'Agriculture Biologique, de l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles, du Groupement des Industries des Conserves Alimentaires et du Groupement Interprofessionnel des Fruits ainsi qu'une délégation d'institutions marocaines ont participé à ce voyage d'étude qui a été organisé par le PAMPAT en étroite collaboration avec l'Université de Florence.

Les participants ont eu l'occasion de rencontrer différents producteurs, coopératives, consortiums et organismes italiens engagés dans la promotion de produits protégés par différents labels similaires aux appellations d'origine contrôlées tunisiennes.

A travers des visites aux consortiums de l'huile Toscano, du Marron de Mugello, du safran de San Giminiano ou encore du fromage Pecorino des Balze Volterrane, les participants ont pu apprécier différents modèles d'organisation collective et se familiariser avec les canaux de commercialisation exploités au niveau local et international. Ils ont également eu l'opportunité de connaitre des modèles de développement rural qui relie les produits de terroir au tourisme alternatif.

Parmi les idées émanant du voyage d'étude, les participants ont émis la recommandation d'œuvrer pour la création d'une structure dédiée à la gestion de labels pour les produits de terroir au sein du Ministère de l'Agriculture.

Prochainement

ANUGA (Cologne- Allemagne) du 7 au 11 octobre 2017.

SIAMAP (Foire du Kram) du 31 octobre au 05 Novembre 2017.

Tunisia Investment Forum TIF 2017 (Tunis), le 10 Novembre 2017.

Concours Tunisien des Produits du Terroir (Cité des sciences de Tunis) le 29 et 30 Novembre 2017.

Marché des produits du terroir (Cité des sciences de Tunis) du 8 au 10 Décembre 2017.

Pour plus d'informations et détails, veuillez contacter:

ONUDI – Agence d'Exécution

M. Fabio Russo (ONUDI),
Chef du projet PAMPAT au siège de l'ONUDI à Vienne (Autriche)
f.russo@unido.org

Mme. Nuria Ackermann
(ONUDI - Tunisie), Coordinatrice du projet PAMPAT
n.ackermann@unido.org

M. Marouane Chikhaoui
(ONUDI - Tunisie), Expert en monitoring et communication du projet PAMPAT
m.chikhaoui@unido.org

Contreparties principales

M. Noureddine Agrebi
(Ministère de l'Industrie - Filière Harissa), Directeur Général des Industries Alimentaires
agrebi.noureddine@gmail.com

Mme. Samia Maamer
(Ministère de l'Agriculture - Filière Figue de Barbarie), Directrice Générale de l'Agriculture Biologique
dgab@iresa.agrinet.tn

M. Ezzeddine Chalghaf
(Ministère de l'Agriculture - Filière Figue de Djebba), Directeur Général de la Production Agricole
chalghaf_e@yahoo.fr

SECO - Bailleur de Fonds

Mme. Anne de Chambrier
(Secrétariat d'Etat à l'économie de la Confédération suisse SECO), Responsable de programmes au Secrétariat d'Etat à l'économie SECO
Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche DEFR
anne.dechambrier@seco.admin.ch

M. Olivier Bovet
(Ambassade de Suisse en Tunisie), Directeur de Coopération Suppléant
olivier.bovet@eda.admin.ch

Copyright © 2017 UNIDO, Tous droits réservés.

Ce bulletin a été préparé par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), l'institution spécialisée des Nations Unies chargée de promouvoir et d'accélérer le développement industriel inclusif et durable (ISID) des pays en développement et des économies en transition. Pour plus d'informations sur l'ONUDI visite: **www.unido.org**
e-mail: **pampattunis@unido.org**

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche DEFR
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

ONUDI
ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL