

Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et de Terroir Bulletin d'information PAMPAT 2 Tunisie N°1 Janvier - Août 2020



# Sommaire:

Signature du PAMPAT 2 - Un nouvel élan pour les produits de terroir

Promotion des produits de terroir à l'international en partenariat avec SIPPO

Le Concours Tunisien des Produits de Terroir : un modèle à l'international

Les Produits de Terroir – un secteur stratégique en Tunisie

Partenariat avec l'IPI suisse pour la mise en place des indications géographiques

Les prémices d'un avenir prometteur pour la filière figue de Barbarie

Présentation des trois nouvelles filières du PAMPAT 2

La filière dérivés de dattes; Pour le développement de produits à forte valeur ajoutée

La filière tomates séchées s'oriente vers le marketing du «made in Tunisia »

La filière grenade : le superfood à la conquête des marchés

Les nouveautés des filières appuyées par le PAMPAT 1

Djebba le village des figues AOC se dote d'une nouvelle distinction à l'international

Vers la reconnaissance de la harissa tunisienne comme Patrimoine de l'Humanité

# **MOT DE BIENVENUE**

L'équipe du Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et du Terroir «PAMPAT 2» a le plaisir de vous présenter le premier 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 2 en Bref

# Objectif

Le projet vise à contribuer à la valorisation et commercialisation des produits de terroir à travers une approche filière (figue de barbarie, grenade, tomate séchée et dérivés de dattes) et à travers la mise en œuvre d'une stratégie nationale de promotion des produits de terroir.

# Durée

5 ans (Jan. 2020 - Déc 2024)

# **Budget total**

4.100.000 CHF (y compris 13% frais d'appui)

# Agence d'exécution

Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI)

#### Bailleur de fonds

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

# Contreparties principales

Ministère du Développement, Ministère de l'Industrie, Ministère de l'Agriculture

# SIGNATURE DU PAMPAT 2, UN NOUVEL ÉLAN POUR LES PRODUITS DE TERROIR

La phase 2 du Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et de Terroir (PAMPAT 2) a été lancée en janvier 2020 lors d'une cérémonie de signature de la convention du projet entre le Ministre du Développement, de l'Investissement et de la Coopération Internationale, Mohamed Ridha Chalghoum et l'Ambassadeur de Suisse en Tunisie, Etienne Thévoz.



Le PAMPAT 2 est financé par le Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO) et mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) en étroite collaboration avec le Ministère du Développement, le Ministère de l'Industrie et le Ministère de l'Agriculture. Le projet durera 5 ans et continuera à mettre sous les projecteurs les produits du terroir avec un budget de 4,1 millions de francs suisses.

Ce nouveau projet représente la suite du PAMPAT 1 qui a été mis en œuvre entre 2013 et 2019. L'approche du PAMPAT est axée sur le développement des chaînes de valeur agroindustrielles, la promotion des labels de qualité liés à l'origine ainsi que la communication et le marketing pour améliorer la commercialisation des produits de terroir au niveau national et international. Pendant la première phase, les activités se sont focalisées notamment sur la valorisation de la harissa avec Food Quality Label Tunisia, la figue de Djebba avec Appellation d'Origine Contrôlée et la figue de barbarie biologique ainsi que sur la mise en place bisannuelle du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

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 depuis l'agriculteur, en passant par les entreprises de transformation jusqu'aux marchés d'exportation. L'évaluation a également confirmé l'impact du PAMPAT 1 qui a dessiné les contours d'un nouveau secteur, celui des produits de terroir au niveau national, notamment grâce à la préparation du premier inventaire tunisien des produits du terroir.

Ainsi, le PAMPAT 2 vise à élargir, amplifier et consolider les axes de travail de la phase 1. Le projet poursuivra la promotion de la filière figue de barbarie et appuiera trois nouvelles filières, à savoir les dérivés de dattes, les tomates séchées et les grenades. Le cadre juridique pour le développement des indications géographiques sera renforcé et une stratégie nationale de promotion des produits du terroir sera développée et mise en œuvre dans deux régions pilote de la Tunisie. L'organisation bisannuelle du Concours Tunisien des Produits du Terroir se poursuivra également; cette expérience tunisienne servira de modèle pour répliquer la mise en place du Concours des Produits du Terroir à l'international.

A travers le PAMPAT 2, la coopération tuniso-suisse vise à mettre en place un programme de valorisation ambitieux pour les produits de terroir qui sont devenus désormais des synonymes de richesse naturelle, gastronomique, culturelle et surtout économique.

Site web : www.pampat.tn Facebook : pampat.tn

# Nos contreparties tunisiennes

Ministère du Développement – Coopération Internationale
Ministère de l'Industrie – DGIA
Ministère de l'Agriculture – DGPA
Centre de Promotion des Exportations - CEPEX
Agence de Promotion des Investissements Agricoles - APIA
Groupement des Industries des Conserves Alimentaires - GICA
Groupement Interprofessionnel des Fruits - GIFRUITS
Groupement Interprofessionnel des Dattes - GIDATTES

Institut de la Normalisation et de la Propriété Industrielle - INNORPI

Nos partenaires suisses

Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) de Suisse Swiss Import Promotion Programm - SIPPO Fondation Rurale Interjurasienne - FRIJ

Promotion des produits de terroir à l'international en partenariat avec SIPPO Pour assurer le succès commercial des produits de terroir il faut beaucoup plus qu'un bon produit. Une étroite collaboration publique-privée est nécessaire pour mettre en place un plan de marketing territorial. D'un autre côté, des connaissances et compétences spécifiques sont requises pour pouvoir prospecter les différents marchés cibles, établir des relations avec des clients potentiels et conclure des contrats de commercialisation durables.

Le PAMPAT 2 fournira de l'assistance aux producteurs ainsi qu'aux institutions d'appui tunisiennes pour mener à bien toutes les étapes nécessaires pour assurer un meilleur positionnement du produit de terroir sur les marchés. L'ONUDI collabore de façon étroite avec le Swiss Import Promotion Programm (SIPPO) mis en œuvre par Swisscontact pour promouvoir les produits de terroir à l'export. Dans le cadre de cette collaboration, des études des marchés étrangers couvrant les produits des quatre filières ainsi que des formations en ligne sur les thématiques de l'exportation ont été développées au cours de l'année 2020. L'organisation de voyages de prospection et la participation aux salons spécialisés à l'international reprendront dès que la situation sanitaire le permettra.

SIPPO www.sippo.tn



# LE CONCOURS TUNISIEN DES PRODUITS DE TERROIR: UN MODÈLE À L'INTERNATIONAL

Contrepartie principale : APIA



Le Concours Tunisien des Produits de Terroir sera déjà à sa troisième édition en 2021. Cet événement est organisé par l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) sous l'égide du Ministère de l'Agriculture et en collaboration avec le Ministère de l'Industrie, le Ministère du Tourisme et la Cité des Sciences de Tunis avec l'appui du PAMPAT.

Dès la première édition en 2017, le Concours a été considéré par les institutions tunisiennes comme un levier pour donner un nouvel élan aux produits typiques et leurs terroirs. 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 avec l'appui du PAMPAT et de la Fondation Rurale Interjurasienne FRI, le dépositaire du Concours.

Aujourd'hui le Concours tunisien est devenu à son tour un modèle à suivre. Des représentants de six pays, à savoir l'Afrique du Sud, le Ghana, l'Egypte, la Serbie, la Géorgie et l'Ukraine ont participé à la 2ème édition du Concours en juin 2019 pour s'inspirer de l'expérience tunisienne. Depuis, deux pays ont bien avancé dans la mise en place de leurs propres Concours avec l'appui du PAMPAT 2.

Ainsi l'Egypte et la Géorgie ont déjà élaboré dans une première phase leurs inventaires nationaux des produits de terroir qui englobent respectivement 426 et 96 produits. L'approche suivie ainsi que les critères de sélection pour identifier les produits régionaux ont été adaptés à leur propre contexte national en prenant comme base la méthodologie de l'inventaire tunisien des produits de terroir, préparé en 2016 dans le cadre du PAMPAT 1 et qui a recensé 220 produits typiques. Un expert tunisien a assuré la formation des contreparties égyptiennes dans l'application de l'approche.



En ce qui concerne la mise en place proprement dite du Concours des Produits de Terroir, le modèle tunisien a également suscité l'intérêt de l'Egypte et de la Géorgie. L'organisation du Concours tunisien s'est particulièrement caractérisée par une collaboration inter-institutionnelle au niveau national et régional, qui a permis d'assurer une forte appropriation ainsi qu'une large visibilité de l'événement. Les deux pays œuvrent à leur tour pour intégrer ces bonnes pratiques qui leur permettront de garantir la pérennisation de leurs concours.

La Tunisie a accumulé en peu de temps une grande expérience en matière de valorisation des produits de terroir et a su développer plusieurs cas de succès qui permettent désormais de montrer la voie à d'autres pays. Récemment, la Tunisie est devenu membre fondateur du Réseau International des Concours des Produits de Terroir avec la Suisse et le Maroc; une initiative qui contribuera davantage au rayonnement des

# produits de terroir tunisiens à l'international.

Site web du Concours tunisien : www.concours-terroir.tn

Site web du Réseau International des Concours : www.concours-terroir.org



LES PRODUITS
DE TERROIR,
UN SECTEUR
STRATÉGIQUE
EN TUNISIE

Contreparties principales : Ministère de l'Agriculture DGPA; APIA



Depuis quelques années les produits de terroir sont chaque fois plus à l'ordre de jour en Tunisie. Une prise de conscience en ce qui concerne le potentiel socioéconomique des denrées traditionnels est en train de s'opérer dans le secteur public et privé. Mais beaucoup reste à faire pour que ce sous-secteur naissant puisse se développer pleinement.

Dans ce contexte, le Ministère de l'Agriculture (DGPA) et l'APIA avec l'appui du projet PAMPAT 2 ont entamé les préparatifs pour mettre en place une stratégie nationale des produits de terroir. Les travaux ont commencé en 2020 avec la préparation d'un mapping des institutions impliquées dans la promotion des produits du terroir. Sur la base d'une enquête, une trentaine d'institutions du secteur public et privé ont pu être identifiées parmi lesquelles figurent différents Ministères, les groupements interprofessionnels du secteur agroalimentaire, les organismes de protection de la biodiversité, les structures de l'enseignement supérieur et de la recherche, les organismes de financement, les associations culturelles, les structures représentantes des consommateurs, les commerçants, les médias, les fédérations gastronomiques, etc.

Le mapping a permis de cerner les services d'appui déjà offerts par les différentes structures au profit des produits de terroir. L'offre d'assistance existante a pu être classée sous plusieurs rubriques notamment : la réglementation et la labellisation ; l'appui technique pour l'amélioration du produit, du packaging, de la qualité ; la promotion et la communication sur les produits de terroir ; la gastronomie ; l'agrotourisme et la culture; la commercialisation; la recherche; le financement. La majorité des structures s'est montrée ouverte à élargir l'appui destiné aux produits de terroir à de nouvelles prestations.

Les institutions interviewées ont également souligné quelques difficultés auxquelles fait face ce sous-secteur naissant parmi lesquelles on peut citer une communication sectorielle insuffisante, des chaînes de valeur autour des produits de terroir peu développées ainsi qu'un manque de moyens financiers et humains spécialisés pour l'appui au secteur.

Tous ces aspects devront être abordés dans le cadre de la préparation de la stratégie nationale des produits de terroir. Les premiers ateliers de réflexion participative autour de la stratégie seront lancés au cours de l'année 2020. Les axes de la stratégie nationale de produits de terroir seront orientées vers une concrétisation pratique. Avec l'appui du PAMPAT 2 la stratégie sera mise en œuvre dans deux régions pilote de la Tunisie. Elle vise à promouvoir le développement régional et la création d'opportunités d'emploi au milieu rural tout en positionnant la Tunisie comme une destination touristique gourmande.

Partenariat avec l'IPI suisse pour la mise en place des indications géographiques En Tunisie les labels pour les produits de terroir commencent à faire du chemin. Les autorités tunisiennes ont déployé beaucoup d'efforts pour valoriser les produits typiques et octroyer des signes distinctifs de qualité. Aujourd'hui en Tunisie 14 produits agroalimentaires sont protégés par des appellations d'origine contrôlée ou des indications de provenance. Néanmoins, la mise en œuvre de ces indications géographiques (IG) requiert des améliorations pour que le processus de labellisation des produits ait un véritable impact sur les conditions de vie des populations rurales. La mise en place pratique des IG constituera l'un des axes de travail de la stratégie nationale des produits de terroir.

Dans le cadre du PAMPAT 2, les premiers échanges ont été entamés en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture et le Gifruits pour aboutir dans les prochaines années à la labellisation de la Grenade de Testour et la figue de barbarie de Zelfen. Les activités d'appui en matière d'IG seront mises en œuvre par l'ONUDI en étroite collaboration avec l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) de Suisse. L'IPI offrira de l'assistance technique au Ministère de l'Agriculture (DGPA) et l'INNORPI pour améliorer le cadre juridique et institutionnel régissant l'enregistrement et la gestion des IG. Tous ces processus contribueront à donner un nouvel élan aux IG tunisiennes à l'international.

IPI www.ipi.ch

# LES PRÉMICES D'UN AVENIR PROMETTEUR POUR LA FILIÈRE FIGUE DE BARBARIE

Contreparties principales : Ministère de l'Agriculture DGPA; GIFRUITS; CEPEX



La figue de barbarie, longtemps considérée comme le fruit des pauvres, est aujourd'hui reconnue comme une source de développement socioéconomique. Le potentiel du hindi n'est plus à prouver en Tunisie. L'huile de pépins de figue de Barbarie bio, un produit dermatologique anti-âge, est considérée comme le fer de lance de la nouvelle cosmétique tunisienne.

Quand le projet PAMPAT 1 a commencé en 2013 cette filière peinait à se développer. Le secteur comptait seulement cinq entreprises de transformation, les produits issus de la figue de barbarie étaient méconnus et les attentes concernant cette filière était très limitées. L'objectif était donc de développer le secteur, lui donner de la visibilité et démontrer que le Sultan des fruits pouvait être une source de richesse.

Aujourd'hui, la filière compte déjà 35 opérateurs, la demande pour les produits issus de la figue de barbarie ne cesse d'augmenter et le secteur privé est organisé autour de l'Association Nationale de Développement du Cactus ANADEC. Ainsi les objectifs de développement de la filière sont devenus beaucoup plus ambitieux. La Tunisie œuvre aujourd'hui pour devenir un pays de référence en ce qui concerne cette filière. Le plan d'action participatif préparé en février 2020 pour la durée du PAMPAT 2 avec les représentants du secteur public et privé reflète cette volonté d'aller encore plus loin.

Plusieurs activités ont déjà été entamées par le projet PAMPAT 2. Ainsi, la Tunisie est le premier pays qui a initié le développement d' une norme nationale de l'huile de pépins de figue de barbarie. L'INNORPI conduit cette activité en étroite collaboration avec le Ministère de l'Agriculture et les sociétés cosmétiques tunisiennes. Le projet PAMPAT a également lancé des études cliniques pour prouver les effets de l'huile de pépins de figue de barbarie à usage cosmétique.

En parallèle, aux activités au niveau sectoriel, l'assistance se focalise également sur l'augmentation de la compétitivité des entreprises. Les sociétés de transformation ont profité de deux semaines de formation en ligne sur l'e-commerce et le marketing digital ainsi que d'une journée



sur la méthodologie d'identification des marchés les plus porteurs en collaboration avec le SIPPO et l'APIA. De l'autre côté, le PAMPAT a également mis en place un programme de sensibilisation et d'accompagnement des entreprises pour qu'elles puissent obtenir les différentes certifications requises par les marchés cosmétiques internationaux. Dans ce contexte, un partenariat a été établi avec le projet Tunisia Jobs financé par l'USAID pour appuyer plusieurs sociétés.

Au niveau de la production agricole, la priorité est également mise sur l'approche qualité et la différentiation. Ainsi, sur demande des producteurs kasserinois, le Ministère de l'Agriculture et le GIFRUITS avec l'appui du PAMPAT 2 viennent d'initier les procédures pour la protection de la figue de barbarie de Zelfen avec une indication géographique.

Aujourd'hui, tous les maillons de la chaîne présentent un grand dynamisme. Même pendant la crise sanitaire les entreprises de la filière ont rapidement su se réorienter et ont commencé à produire des gels hydroalcooliques et des savons antibactériens pour répondre aux besoins de la population. Autant de signaux qui laissent présager un futur radieux à ce secteur en pleine mutation.

Site web: www.anadectunisie.com

PRÉSENTATION
DES TROIS
NOUVELLES
FILIÈRES
FILIÈRES
DU PAMPAT 2
LA FILIÈRE DÉRIVÉS
DE DATTES; POUR
LE DÉVELOPPEMENT
DE PRODUITS
À FORTE
VALEUR AJOUTÉE



Pour mieux connaître la filière de dérivés de dattes, des ateliers de diagnostic ont été organisés à Tozeur, Nabeul et Tunis entre janvier et février 2020 en collaboration avec le Ministère de l'Industrie, le GIDATTES et le CEPEX. Différentes institutions d'appui et une vingtaine d'entreprises de transformation et de start-up ont participé à ces journées. Le processus de diagnostic a permis de confirmer que la filière dispose d'un grand potentiel de développement, qui reste pour l'instant sous-exploité.

# Contreparties principales : Ministère de l'Industrie DGIA; GIDATTES; CEPEX



En Tunisie la majorité des efforts de valorisation se concentre sur la chaîne de valeur de la datte fraîche et plus précisément sur la commercialisation de la variété «Deglet Ennour». La production de Deglet Ennour en Tunisie représente 30% de la production mondiale et 70% de la production nationale totale de dattes. Pour les dattes fraîches, une stratégie nationale a été développée et une série d'avantages sont octroyées aux producteurs. A ce jour, les dérivés de dattes ne sont pas considérés comme une activité économique à part entière. Mais cela est appelé à changer.

Les dérivés de dattes sont produits surtout à partir de l'écart de tri des dattes fraîches collectées qui représente aujourd'hui environ 30%. Avec le réchauffement climatique, la qualité des dattes tunisiennes est en train de changer, ce qui implique une augmentation de la matière première disponible pour la transformation. Les écarts de tri s'achètent à des prix très bas, mais après transformation la valeur peut se multiplier par cinq. La chaîne de valeur des dérivés de dattes peut ainsi constituer une activité très rentable. La période plus longue de conservation des dattes transformées offre également une plus grande flexibilité pour la commercialisation.

Le secteur privé est de plus en plus conscient des opportunités qui se présentent. En Tunisie il y a aujourd'hui une vingtaine d'entreprises et plusieurs start-up qui produisent les dérivés de dattes. La demande internationale pour ces produits est en train d'augmenter. Entre 2014 et 2018 la valeur des exportations de pâte de dattes a presque triplé, tandis que la valeur des exportations des dattes à usage industriel a plus que doublé sur la même période. Le fait qu'une grande partie des processus de transformation soit réalisée à l'étranger représente un manque à gagner important. Même si le principal produit de la filière reste la pâte de dattes, quelques sociétés sont déjà orientées vers l'innovation et produisent différents produits agroalimentaires, diététiques et même cosmétiques.



Pour pouvoir mieux orienter les efforts de promotion à l'international, le PAMPAT 2 a réalisé en collaboration avec le SIPPO et le CEPEX des études de marchés sur les opportunités à saisir. La France, l'Allemagne et les Etats Unis sont des marchés porteurs pour la pâte de dattes et la poudre de datte, tandis que le sirop de dattes peut être exporté aux EAU, le Canada et le Qatar.

Les résultats des études ont été présentés en juillet 2020 à l'occasion d'un atelier organisé au CEPEX qui a représenté le coup d'envoi pour le démarrage des activités d'appui à l'international de ce secteur prometteur.



Tous les acteurs de la filière aussi bien les structures d'appui que les opérateurs sont conscients du potentiel qu'offre la filière dérivés de dattes en Tunisie. Le projet PAMPAT vise à améliorer le positionnement des produits de la filière et les doter d'avantages concurrentiels aussi bien sur le marché local qu'à l'export.

LA FILIÈRE TOMATES SÉCHÉES S'ORIENTE VERS LE MARKETING DU «MADE IN TUNISIA»

Contreparties principales : Ministère de l'Industrie DGIA ;GICA



Les ateliers de diagnostic autour de la filière tomates séchées ont été réalisés au cours du mois de février 2020 à Tunis en présence d'une soixantaine de représentants des opérateurs ainsi que du secteur public. Ces ateliers ont été organisés par le projet PAMPAT en collaboration avec le Ministère de l'Industrie et le GICA.



Tel que révélé par le diagnostic, la filière occupe le 3ème rang parmi les produits les plus importants du secteur tunisien des conserves alimentaires, après le double concentré de tomates et la harissa. Aujourd'hui la filière est essentiellement orientée vers l'exportation, ce qui explique le fait qu'elle soit très dépendante de la demande internationale, de l'offre des pays concurrents et des prix fixés chaque année par les importateurs. Cette dépendance se voit accentuée vu que 80% de la production est exportée à un seul pays, à savoir l'Italie. En plus, les tomates séchées sont pratiquement toutes vendues en vrac. Après conditionnement à l'étranger, la valeur du produit peut augmenter jusqu'à 500%. Par conséquent, l'objectif doit être de développer des produits finis et de positionner la Tunisie comme producteur de préparations à base de tomates séchées de haute qualité.

En effet, la Tunisie dispose d'une longue tradition en la matière. Pendant longtemps, les tomates séchées faisaient partie des habitudes culinaires autochtones. Mais au cours des décennies les coutumes ont changé; la tomate séchée est aujourd'hui peu utilisée dans la cuisine.

Néanmoins, récemment avec l'augmentation de la demande pour les produits de terroir, la tomate séchée est en train de connaître un nouvel engouement.

20% de la production national est désormais destiné au marché local.

Les opportunités sur les marchés existent, mais elles ne pourront être saisies que si le secteur s'oriente vers la qualité, la diversification, le marketing et la recherche de nouveaux débouchées. Aujourd'hui le secteur est constitué par plus d'une vingtaine d'entreprises structurées et un grand nombre d'opérateurs du secteur informel, qui devront être encouragés à mieux s'organiser pour pouvoir augmenter la valeur ajoutée de leurs produits.



Les premières activités d'assistance aux entreprises ont déjà été lancées par le PAMPAT en étroite collaboration avec le Ministère de l'Industrie et le GICA. D'un côté, un règlement technique relatif aux tomates séchées est en cours de finalisation pour standardiser la qualité du produit tunisien. De l'autre côté, des activités de prospection du marché ont été initiées en collaboration avec le SIPPO. Ainsi des études de marchés ont été présentées aux entreprises dans le cadre d'un atelier organisé au siège du CEPEX en juin 2020. Les marchés les plus porteurs pour les tomates séchées conditionnées à l'huile d'olive sont le Royaume Uni, la France et l'Allemagne. Une formation en ligne sur la stratégie d'accès aux grandes chaînes de distribution européennes a également été organisée.

Pendant les ateliers, les opérateurs ont montré leur disposition à collaborer ensemble pour mettre en place un programme de promotion à l'international pour les «tomates séchées made in Tunisia ». Beaucoup d'efforts sont nécessaires pour développer des gammes de produits conditionnés afin de faire sortir les tomates séchées tunisiennes de l'anonymat.

LA FILIÈRE GRENADE : LE SUPERFOOD À LA CONQUÊTE DES MARCHÉS Au cours du mois de février et mars 2020 plusieurs ateliers de diagnostic de la filière grenade ont été organisés à Testour, Gabés et Tunis en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture et le GIFRUIT. Plusieurs représentants du secteur public et privé ont participé à l'échange d'idées. La filière grenade est considérée aujourd'hui comme un secteur stratégique. Ce «superfood » est chaque fois plus apprécié à l'international pour son pouvoir antioxydant et ses multiples bienfaits pour la santé.

La production de grenades est très ancienne en Tunisie et remonte, au moins, à l'époque phénicienne. Aujourd'hui la Tunisie est classé parmi les 10 premiers producteurs mondiaux des grenades et la production nationale est en train d'augmenter rapidement avec les nouvelles plantations qui s'étalent sur des centaines d'hectares. Le grenadier s'adapte très facilement à l'environnement et peut être cultivé même dans des zones agricoles difficiles. Plus d'un tiers de la production provient des oasis littorales de Gabés, suivi par le gouvernorat de Béja et Kairouan.

# Contreparties principales : Ministère de l'Agriculture DGPA ; GIFRUITS



Les exportations de grenades sont en train d'augmenter et ont plus que doublé au cours des quatre dernières années. Néanmoins, le taux d'exportation reste faible et représente moins de 10% de la production. En plus, les marchés d'exportation sont très peu diversifiées. La Lybie absorbe plus de 85% des exportations. Pour que la Tunisie puisse améliorer sa position à l'international la filière devra devenir plus compétitive au niveau de la productivité, la logistique, les standards de qualité et le marketing.



Dans ce contexte la certification bio et les indications géographiques peuvent jouer un rôle important comme outils de différenciation. Pour l'instant, la production bio couvre seulement 70 hectares en Tunisie et la seule indication de provenance de la filière, celle de la «Grenade de Gabes» n'est pas valorisée sur le marché. Les producteurs tunisiens ont aujourd'hui besoin d'appui pour profiter des avantages offerts par les labels.

Une autre voie de valorisation de la grenade tunisienne est celle de la transformation. Ce superfood est devenu un ingrédient prisé pour la préparation des jus, sirops, confitures et bien d'autres produits. L'huile de pépins de grenade ainsi que la poudre de grenade entrent également dans la composition de plusieurs compléments alimentaires et produits cosmétiques. Le nombre d'entreprises de transformation en Tunisie est pour l'instant très limité, mais il est appelé à augmenter au vue de la grande demande pour les produits issus de la grenade à l'international.

Pour sensibiliser les représentants de la filière aux opportunités de diversification, des ateliers ont été organisés en juin et juillet par le projet PAMPAT en collaboration avec la DGPA, le GIFRUITS et le CEPEX.



A cette occasion, les principaux résultats qui ressortent des études de marchés ont été présentés notamment les pays les plus porteurs et la démarche pour assurer l'accès à ces marchés. Les jus et les sirops de grenade tunisiens pourraient se positionner en Allemagne, Pays Bas, Royaume Uni et France, tandis que la grenade fraîche tunisienne pourrait trouver sa place sur le marché russe, anglais et néerlandais, sous condition qu'une approche qualité soit mise en place. Dans ce cadre, le projet PAMPAT 2 a déjà lancé les travaux pour appuyer les producteurs à enregistrer une appellation d'origine contrôlée pour la « grenade de Testour ». Si les différentes pistes de valorisation et diversification sont suivies de façon stratégiques et complémentaires, la filière grenade pourra certainement avoir un avenir prometteur.



LES NOUVEAUTÉS

DES FILIÈRES
APPUYÉES
PAR LE PAMPAT 1
DJEBBA LE VILLAGE
DES FIGUES AOC
SE DOTE D'UNE
NOUVELLE
DISTINCTION
À L'INTERNATIONAL

Contreparties principales : Ministère de l'Agriculture DGPA ; GIFRUITS Le petit village pittoresque de Djebba perché à 700 mètres de hauteur au pied de la montagne Goraa est désormais considéré comme une étape incontournable du circuit touristique de Dougga. Mais il n'y a pas encore si longtemps, le paysage féerique et les vues panoramiques spectaculaires ne semblaient pas être des atouts touristiques suffisamment attractifs, pour sortir la petite localité de son anonymat.



Les choses ont changé en 2014, quand les agriculteurs de Djebba se sont mis ensemble avec l'appui du projet PAMPAT, du Ministère de l'Agriculture et le GIFRUITS pour promouvoir le produit phare de la région : la fameuse figue de Djebba avec Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). Depuis des générations les agriculteurs de Djebba se transmettent un savoir-faire exceptionnel reposant sur des techniques de production respectueuses de l'environnement et un système d'irrigation ancestral.

Aujourd'hui la figue de Djebba AOC est bien positionnée sur les marchés et fait la fierté de toute la Tunisie.

La démarche de valorisation d'un produit de terroir à travers une AOC va bien au-delà de la simple labellisation. Derrière l'AOC se cache tout un esprit d'amélioration continue et la volonté de mettre en valeur les traditions pour construire l'avenir. C'est la vision défendue par l'Association Festival de la Figue de Djebba. Créée en 2018 avec l'appui du projet PAMPAT, cette structure locale est chargée par loi de la promotion et la gestion de l'AOC. En mettant en valeur l'AOC les activités de l'association ont permis de faire parler du village, améliorer sa visibilité et encourager le développement économique, culturel et écotouristique. Le festival de la figue de Djebba AOC qui s'est tenu du 14 au 16 août 2020 pour la 3ème fois est devenu l' évènement incontournable de l'été.



Par ailleurs, cette année les djebbaois ont pu fêter une autre grande réussite. Faisant suite à une demande de l'Association Festival Figues de Djebba et suite à une requête transmise officiellement par le Gouvernement tunisien en 2019, le site montagneux de Djebba a été finalement reconnu comme « Système Ingénieux du Patrimoine Agricole Mondiale » (SIPAM) par la FAO en juin 2020. La remarquable intégration entre agriculture, savoir-faire, paysage, écologie et biodiversité qu'on trouve spécifiquement à Djebba est désormais reconnue à l'international.

Cette nouvelle distinction fera de Djebba une destination agrotouristique encore plus prisée. De nouvelles perspectives de développement pointent à l'horizon pour cette région de montagne qui a su valoriser ses atouts agroécologiques et constituera certainement un modèle à suivre pour beaucoup d'autres régions de l'intérieur de la Tunisie.

Site web: www.aoc-figuedjebba.com

# LES NOUVEAUTÉS DES FILIÈRES APPUYÉES PAR LE PAMPAT 1 VERS LA RECONNAISSANCE DE LA HARISSA TUNISIENNE COMME PATRIMOINE DE L'HUMANITÉ

Contreparties principales : Ministère de l'Industrie DGIA; GICA Fin mars 2020 dans un contexte particulièrement difficile marqué par le COVID 19, la Tunisie a finalement déposé le dossier complet de candidature pour inscrire la harissa tunisienne sur la Liste Représentative du Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité auprès de l'UNESCO à Paris.

La démarche d'inscription a été initiée en 2018 avec l'appui du projet PAMPAT suite à une initiative interministérielle entre le Ministère des Affaires Culturelles et le Ministère de l'Industrie. Un travail exhaustif de recherche documentaire et de terrain a été réalisé à travers toute la Tunisie pour inventorier les différentes coutumes et traditions régionales liées à la production et consommation du produit phare national par excellence. La préparation du dossier a été assurée par l'Institut National du Patrimoine (INP) avec l'appui du GICA et du PAMPAT.



Ce dossier représente le troisième dossier national présenté par la Tunisie après la poterie de Sejnane et la pêche de chraifia à Kerkennah. La reconnaissance officielle de la harissa tunisienne comme Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité auprès de l'UNESCO est attendue pour 2021, une fois que les travaux d'évaluation de la demande seront clôturés.

Pour appuyer la démarche d'inscription un événement gastronomique médiatisé intitulé «La Harissa Tunisienne – un patrimoine riche en saveurs» a été organisé le 11 décembre 2019 avec le soutien de l'INP, du GICA et du PAMPAT.



Au programme de la manifestation qui s'est tenue à l'Institut Supérieur Professionnel du Tourisme de Sousse (ISPT) au Port El Kantaoui figurait un concours culinaire entre les élèves des différents établissements de formation touristique de la Tunisie, une conférence de presse et une expo-vente des différentes variétés de harissa tunisienne présentées par des producteurs venants de plusieurs régions de la Tunisie. Plusieurs représentants des structures régionales, des médias, des associations des professionnels de la cuisine ainsi que d'organisations impliquées dans la promotion de la harissa tunisienne étaient au rendez-vous.



Les élèves en concours ont rivalisé en ingéniosité pour mettre en avant la harissa tunisienne sous différentes formes dans des plats innovants. L'étudiant Firas Tébourski de l'Ecole Hôtelière de Monastir a pu décrocher le premier prix avec un menu composé de Osbane de Zembra et d'une compote de fenouil, tandis que lnes Guesmi, étudiante du ISPT El Kantaoui et gagnante du deuxième prix a su convaincre le jury avec une recette internationale revisitée: le Bœuf coréen avec harissa Food Quality Label.

Aujourd'hui que la harissa tunisienne est de plus en plus utilisée dans la cuisine internationale et s'exporte sur plus d'une quarantaine de marchés, la sauvegarde du produit phare agroalimentaire et sa reconnaissance en tant que produit du patrimoine culturel tunisien devient plus qu' impérative.

Site web: www.tunisian-harissa.tn



# Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et de Terroir

Bulletin d'information PAMPAT 2 Tunisie N°1 Janvier - Août 2020

# Pour plus d'informations et détails, veuillez contacter:

ONUDI - Agence d'Exécution

M. Fabio Russo, Chef du projet PAMPAT 2 au siège de l'ONUDI à Vienne f.russo@unido.org

Mme. Nuria Ackermann, Coordinatrice du projet PAMPAT 2 à Tunis n.ackermann@unido.org

Mme. Lémia Thabet, Experte Accès aux Marchés du projet PAMPAT 2 à Tunis l.chekir-thabet@unido.org

# Contreparties principales

M. Mohamed Fadhel Hassayoun, D G de la Coopération Bilatérale - Ministère du Développement mf.hassayoun@mdci.gov.tn

Mme. Hamida Belgaied, DG des Industries Alimentaires - Ministère de l'Industrie hamida.belgaid@tunisia.gov.tn

M. Abdelfattah Said, DG de la Production Agricole - Ministère de l'Agriculture saidabdelfateh@gmail.com

M. Abderrahmane Cheffai, DG APIA

dg.apia@apia.com.tn

M. Abdelmoumen Toukabri, Commissaire Général du Concours Tunisien des Produits du Terroir - APIA toukebri.abdelmoumen@apia.com.tn

M. Youssef Neji, DG du CEPEX

yneji@tunisiaexport.tn

M. Mohamed Ali Jendoubi, DG du GIFRUITS

m.jendoubi@gifruit.nat.tn

M. Jamel Jary, DG du GICA

dg.gica@gica.tn

M. Samir Ben Sliman, DG GIDATTES

Samir.bsliman@gmail.com

M. Riadh Soussi, DG INNORPI

soussiriadh@gmail.com

#### SECO - Bailleur de Fonds

### Mme. Anne de Chambrier

Responsable de programmes au Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Conféderation Suisse SECO Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche DEFR anne.dechambrier@seco.admin.ch

#### M. Patrik Zimmerli

(Ambassade de Suisse en Tunisie), Directeur de Coopération Suppléant patrik.zimmerli@eda.admin.ch

# Copyright © 2020 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



























