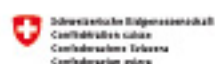


PAMPAT² Projet d'Accès aux Marchés
des Produits Agroalimentaires
et de Terroir

UN ACQUIS DURABLE POUR LES PRODUITS DU TERROIR TUNISIENS



Nos Partenaires



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



ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL



Ministère de l'Agriculture,
des Ressources Hydrauliques et de la Pêche



Ministère de l'Industrie,
des Mines et de l'Énergie



Cette brochure a été élaborée par le Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et de Terroir (PAMPAT), 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 collaboration avec le Ministère de l'Économie et de la Planification, le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche, le Ministère de l'Industrie, des Mines et de l'Énergie et l'Office National du Tourisme Tunisien.

Ce document a été établi sans avoir été revu par les services d'édition de l'ONU. Les appellations employées dans le présent document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, à la délimitation de leurs frontières, à leur système économique ou à leur degré de développement. Les désignations telles que « développé », « industrialisé » et « en développement » sont utilisées à des fins statistiques et n'expriment pas nécessairement un jugement sur le stade de développement atteint par un pays ou une région donnée dans le cadre du processus. La mention de noms de sociétés ou de marques commerciales ne constitue pas un aval de l'ONUDI. Les opinions, chiffres et estimations y figurant relèvent de la responsabilité des auteurs et ne doivent donc pas être considérés comme reflétant les opinions de l'ONUDI ou comme ayant été approuvés par elle.

I. PAMPAT 2 :

Vision, objectifs et approche

PAMPAT 2

- Projet d'accès aux marchés des produits agroalimentaires et de terroir – Tunisie
- Soutenu par le Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse
- Mis en œuvre par l'ONUDI
- Budget : 3 740 000 Euros
- Durée : janvier 2020 – juin 2026
- Partenaires institutionnels : Ministère de l'Industrie, Ministère de l'Agriculture, Ministère de l'Economie



De l'inventaire national à une stratégie durable

Le projet PAMPAT II (2020–2026) s'inscrit dans la continuité du PAMPAT I (2013–2019), qui a posé les bases d'une approche innovante par chaîne de valeur et permis la réalisation du premier Inventaire Tunisien des Produits du Terroir.

PAMPAT II a permis la structuration durable des produits du terroir à l'échelle nationale comme levier de croissance socio-économique.

PAMPAT I a permis de

Répertorier plus de 200 produits du terroir à travers la Tunisie, jetant ainsi les bases de l'actuelle Stratégie Nationale ;

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.



Le projet contribue activement à 11 Objectifs de Développement Durable :



AXES DU PROJET

1. Institutionnalisation du sous-secteur des produits du 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 du Terroir

2. Développement de 4 chaînes de valeur agroalimentaires et cosmétiques et appui à l'accès aux marchés :

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





Madame Ebe Muschlali
Chef de projet PAMPAT / ONUDI

« Le projet PAMPAT s'impose aujourd'hui comme une référence pour l'ONU. À travers une approche intégrée de valorisation des produits de terroir, il démontre que l'héritage local peut devenir un puissant levier d'innovation et d'autonomisation économique, notamment pour les femmes. Le prix international GEM 2026 (Gender Equality Mobilization Award), attribué à PAMPAT, vient ainsi consacrer la pertinence de ce modèle de développement durable. »



Madame Anne de Chambrier
Directrice Suppléante de la Coopération Internationale
Ambassade de Suisse en Tunisie

« L'équipe du projet PAMPAT travaille depuis des années avec engagement et passion pour le développement des filières de produits du terroir. Celles-ci sont majoritairement gérées par des femmes dans des régions décentralisées à qui le projet a pu offrir de véritables opportunités économiques. Le SECO et la coopération suisse sont fiers d'avoir financé et étroitement accompagné le projet PAMPAT dans ses différentes phases. »

II. PAMPAT 2 en Chiffres

4 Filières appuyées par le projet



Une nouvelle source de beauté



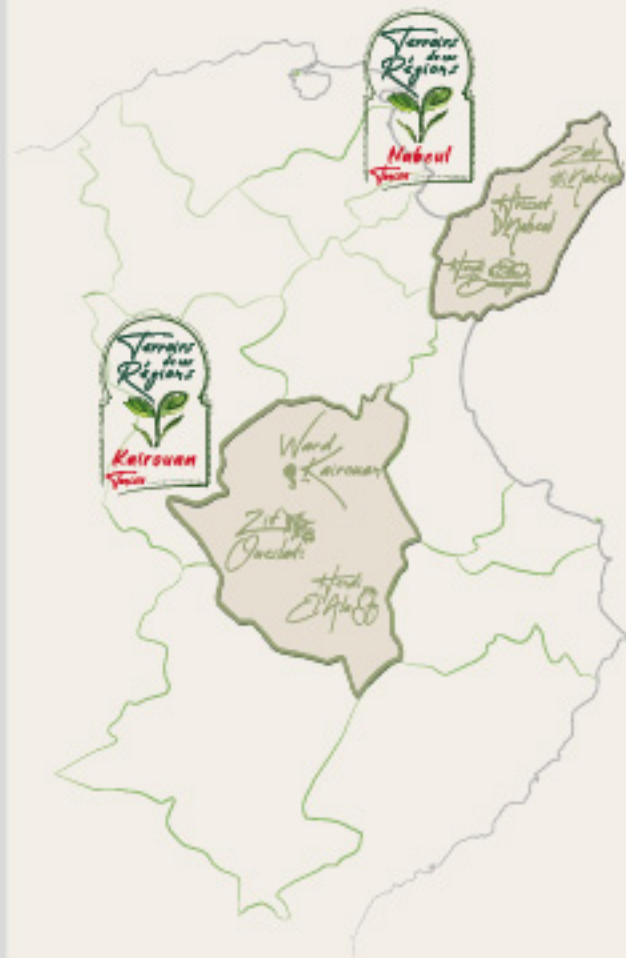
Les dattes tunisiennes se réinventent



Un concentré de Vitamines!



Toute la richesse d'un fruit



2 régions pilotes

totallement structurées avec des plans d'action opérationnels : Nabeul et Kairouan.

6 nouvelles régions

ciblées pour la réplication de la stratégie entre 2026 et 2030.

CHIFFRES CLÉS

58 nouvelles entreprises créées



631

bénéficiaires



1512 formés

dont **70%** femmes



+31 773 800 TND

d'investissements

dont **26%** réalisés par



566

nouveaux produits



176

nouveaux produits certifiés



CHIFFRES CLÉS



180
Entreprises
appuyées

3832 emplois créés

dont **3461** emplois pour



186 prestations touristiques
développées autour
des produits phares

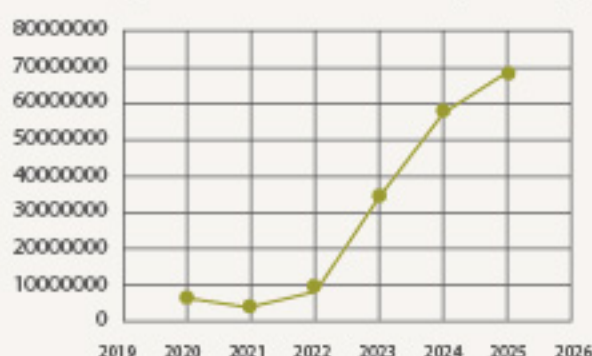
dont **92** à Nabeul,

63 à Kairouan et **31** à Testour



+ 189%
des ventes
(+67 995 687MDT)

Augmentation des ventes (4 filières)



Augmentation des exportations
(4 filières)



+ 198%
des exportations
(+60 023 804 MDT)



Reconnaissance Internationale

Le projet PAMPAT s'impose aujourd'hui comme une référence pour l'ONUDI. À travers une approche intégrée de valorisation des produits de terroir, il démontre que l'héritage local peut devenir un puissant levier d'innovation et d'autonomisation économique, notamment pour les femmes.

Le prix international GEM 2026 (Gender Equality Mobilization Award), attribué à PAMPAT, vient ainsi consacrer la pertinence de ce modèle de développement durable.



III. ZOOM

sur les 4 Filières de PAMPAT 2

Les 4 chaînes de valeur agroalimentaires et cosmétiques nationales développées dans le cadre de PAMPAT 2 :



Tomates séchées



Figue de barbarie



Grenade



Dérivés de dattes

Une approche par **chaînes de valeur** a permis de renforcer la qualité, la compétitivité, et le marketing territorial pour un meilleur accès de ces filières aux marchés nationaux et internationaux.



Madame Hamida Belgaied

Directrice Générale des Industries Agroalimentaires
Ministère de l'Industrie, des Mines et de l'Énergie

« PAMPAT a insufflé une dynamique industrielle nouvelle dans nos régions en transformant des filières traditionnelles en véritables secteurs d'innovation. En valorisant des produits de terroir tels que la figue de barbarie et les dérivés des dattes, il a permis l'émergence d'une génération de PME agroalimentaires innovantes, compétitives et orientées vers l'export. Cette démarche s'inscrit pleinement dans les axes stratégiques de la stratégie industrielle et d'innovation à l'horizon 2035 à savoir la diversification et montée en gamme des filières grâce à la création de produits à forte valeur ajoutée ; le renforcement de la compétitivité des PME par l'innovation et l'intégration de nouvelles technologies, le développement régional inclusif en mobilisant les ressources locales et en créant des opportunités d'emploi qualifié ainsi que l'ouverture sur les marchés internationaux en positionnant l'industrie tunisienne sur des segments exigeants et porteurs.

PAMPAT démontre que l'industrie tunisienne peut s'appuyer sur ses racines pour bâtir un modèle durable, innovant et compétitif, capable de répondre aux défis de demain et de contribuer activement à la réalisation de la vision 2035. »

1.

Les Dérivés de Dattes

Dans le cadre de PAMPAT II, la filière des dérivés de dattes s'est remarquablement structurée, révélant un fort potentiel de valorisation agro-industrielle.

Le projet a accompagné les entreprises dans la diversification des produits, le renforcement de la qualité et l'accès aux marchés, à travers des formations ciblées, des actions de marketing et une collaboration étroite avec les acteurs publics pour améliorer l'environnement du secteur..

Structuration du secteur

- **Partenariat renforcé** avec la DGIA et GIDATTES pour structurer la filière et améliorer le cadre réglementaire
- **Codes tarifaires spécifiques** introduits (pâte et poudre de datte), pour assurer le suivi des exportations
- **Système de suivi statistique** du secteur renforcé

Formations techniques ciblées

- **15 sessions de formation** sur les bonnes pratiques et le management de la qualité, et l'empreinte carbone
- **22 entreprises et 30 porteurs** de projets ont bénéficié de formations techniques ciblées pour la maîtrise de la production de différents produits agroalimentaires et cosmétiques

Qualité & certification

- **Norme nationale** élaborée pour la poudre de dattes
- **Certifications internationales** obtenues : FSSC 22000, ISO 22716 (cosmétiques)





- **Innovation produit** : de nouveaux usages développés, notamment en cosmétique à base d'huile de noyaux de dattes
- **3 Guides de bonnes pratiques** développés



Chiffres clés et impact socio-économiques (2020–2025) :



+198 % exportations



146 nouveaux produits lancés



78 produits certifiés



CA : **+10,4** millions TND générés



1050 emplois créés dont **908** femmes en position de gestion



Témoignage |



« Nous assistons à une véritable explosion de la filière depuis 2020 » témoigne **Monsieur Noureddine Saldi**, gérant de la société « Bio Origin Fruits ».

« La demande est grandissante sur nos produits et nous estimons que les exportations de dérivés de dattes tunisiennes vont encore tripler à l'horizon 2030. » précise encore **Monsieur Saldi**.

2.

Figue de Barbarie

La filière figue de barbarie se distingue par son dynamisme et sa capacité d'innovation. Depuis 2013, elle a bénéficié d'un soutien structurant de la part du projet qui a renforcé l'entreprenariat, diversifié les produits et ouvert de nouvelles opportunités sur les marchés nationaux et internationaux. Aujourd'hui, elle est reconnue comme un secteur stratégique pour la valorisation des produits tunisiens.

Dynamique de la filière

- Croissance du nombre d'entreprises de 5 à 75 entre en 2013 et 2025.
- Création d'une association pour le développement du cactus - ANADEC
- Création d'un **GIE pour la gestion de l'AOC "Hindi Thala"** (4 SMSA et 3 GDA) en décembre 2025.

Partenariats stratégiques, Innovation et structuration

- Collaboration publique-privé : DGPA, GIFRUIITS, ANADEC, AVFA, Swisscontact, CEPEX, DGIA
- **Elaboration d'un plan national stratégique public-privé 2026-2030 pour la reconstitution de la filière** qui comprend la replantation de cactus résistants à la cochenille (3 variétés enregistrées, 3 parcs à bois de 2,5 ha) et la lutte biologique
- Première **usine collaborative de vinaigre de figue de barbarie** opérationnelle avec 5 entreprises partenaires.
- Organisation d'un **concours dédié à l'innovation** dans la filière

Renforcement des capacités

- **15 entreprises** formées sur la spécialisation en comptabilité carbone
- **59 sessions** de formation sur différentes thématiques techniques et commerciales
- **23 activités** de promotion et de communication
- Développement d'un cursus de formation pour la filière figue de barbarie avec l'AVFA selon le modèle REA

Qualité & certification

- Norme technique pour l'**huile de pépins de figue de barbarie** publiée en 2021, une première mondiale
- **Première étude clinique** réalisée pour l'huile de pépins de figue de barbarie pour prouver ses vertus cosmétiques
- **63 nouveaux produits certifiés** entre 2020 et 2025
- **15 entreprises certifiées** selon la norme ISO 22716 relative aux bonnes pratiques de fabrication (BPF) des produits cosmétiques
- **4 guides de bonnes pratiques publiés** : huile de pépins, conduite culturale, développement agroindustriel, production agricole



Chiffres clés et impact socio-économiques (2020 - 2025)

**360 nouveaux emplois**

(+262 femmes, 75 femmes cheffes d'entreprises).

**230 nouveaux produits**Ventes **+186%** (+6 822 561 TND)Exportations: **+280%** (+5 425 422TND)

Une initiative lancée en 2025 par le GI Fruits avec l'appui du projet PAMPAT 2, dans le cadre de la valorisation de la figue de barbarie en Tunisie.

Ce **concours** dédié à l'émergence de solutions innovantes autour de la filière de la figue de barbarie, est ouvert aux entrepreneurs, start-ups et chercheurs, il valorise des projets à fort potentiel de transformation.

Les initiatives sélectionnées couvrent des innovations de produits, de procédés et d'usages, contribuant à renforcer la valeur ajoutée de la filière et à diversifier ses débouchés.



Témoignage |



Fatma Taamallah



« Grâce au projet PAMPAT, mon entreprise a pu renforcer sa présence sur les marchés internationaux à travers la participation à des salons professionnels et des rencontres BtoB en Europe. L'étude clinique réalisée dans le cadre du projet sur les propriétés anti-rides et anti-cernes de notre huile de pépins de figue de barbarie a renforcé notre crédibilité auprès des acheteurs étrangers et soutenu notre développement commercial. Le projet nous a également accompagnés dans le développement des ventes en ligne et l'obtention de la certification ISO 22716 relative aux bonnes pratiques de fabrication des produits cosmétiques.

Ces appuis nous ont permis d'accroître nos exportations, d'améliorer notre compétitivité et de créer davantage d'emplois, principalement pour les femmes. »

3. 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 Gabés qui auparavant étaient seulement connues 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. En effet, la filière grenade est devenue un levier majeur de marketing territorial en Tunisie.

Cette dynamique a renforcé la valeur ajoutée et créé une synergie entre agro-industrie et tourisme, notamment à travers la Route de la Grenade, illustrant une transition réussie vers une chaîne de valeur structurée, innovante et ancrée dans les territoires, au service du développement local.

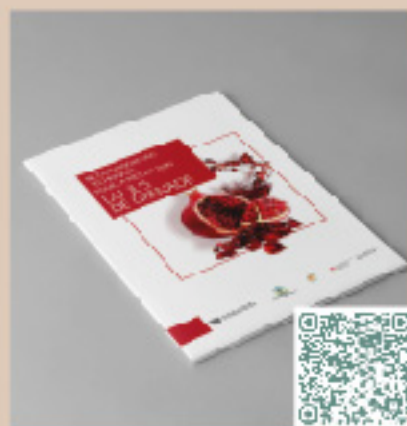


Dynamique et structuration de la filière

- Élaboration d'une **feuille de route nationale** pour la pérennisation de la filière
- Renforcement de la coordination entre acteurs publics et privés à travers des ateliers participatifs
- Élaboration du Cahier des charges **AOC Grenade de Testour**
- **Route touristique** «Romana Tour à Testour » opérationnelle
- Structuration de **nouvelles opportunités de marché pour les produits dérivés**

Qualité et montée en gamme

- Développement de produits dérivés : jus, sirop, confiture, gelée
- **18 nouveaux produits certifiés (2020–2025)**
- Appui à des **unités de transformation innovantes** (jus conditionné, nouveaux équipements)
- Élaboration de **guides de bonnes pratiques** pour accompagner la transformation et améliorer la qualité



Renforcement des capacités

- Plus de 23 formations et 283 Personnes formées sur les bonnes pratiques de transformation agroalimentaire et cosmétique

Performance économique & impact territorial (2020 -2025)



Nombre d'entreprises de transformation **quadruplé**



+257 % de croissance des ventes (+775 750 TND)



+189 % d'exportations (+682 400 TND)



+101 nouveaux produits développés



+ 4 774 300 TND d'investissements,
dont **+704 500 TND** portés par des femmes

La Route de la Grenade à Testour



Lancée en mai 2024, la Route de la Grenade de Testour « Romena Tour à Testour » a connu en 2025 une dynamique renforcée visant à accroître sa visibilité, sa cohésion interne et son attractivité touristique.

La route a permis de fédérer 8 membres issus de différents secteurs d'activité, comprenant 2 groupements de femmes transformatrices, une table d'hôtes, un centre de tyrolienne, une artisane spécialisée en broderie, un producteur de jus, un restaurant et une glacerie.

Les expériences immersives proposées incluent notamment des ateliers culinaires autour de plats traditionnels typiques de la région à base de dérivés de grenade (sirop, arilles séchées), des ateliers de transformation tels que la préparation de gelées et de confitures, des ateliers de broderie, ainsi que des activités de loisirs offrant un survol des vergers de grenadiers en tyrolienne.





L'appui du projet PAMPAT

-  Renforcement des capacités des membres pour développer une offre touristique autour de la grenade, améliorer la qualité des services et répondre à une demande croissante.
-  Accompagnement des membres en communication digitale et en mise en relation avec des agences de voyages et des plateformes spécialisées.
-  Valorisation de la route à l'échelle internationale en référençant la route sur le site de l'ONTT et dans la Guida Verde Touring Club.



Témoignage



Asma Rouissi



« Grâce au projet PAMPAT, nous avons développé de nouveaux produits et expériences autour de la grenade de Testour afin de valoriser notre patrimoine local et créer de nouvelles sources de revenus pour les femmes du groupement Bit El Mouna. Le projet nous a accompagné dans la création du circuit touristique "Romana Tour à Testour", qui réunit plusieurs acteurs locaux autour d'expériences immersives liées à la grenade.

Aujourd'hui, cette initiative contribue à dynamiser l'économie locale et à renforcer l'autonomisation économique des femmes à travers le tourisme alternatif. »



4.

Tomates Séchées

Sous l'impulsion de PAMPAT, la filière des tomates séchées a opéré un tournant stratégique majeur, passant d'une vente en vrac à une offre diversifiée à haute valeur ajoutée. Grâce aux actions de normalisation et à la modernisation des processus de séchage, elle accède aujourd'hui à des marchés internationaux exigeants. La Tunisie mise sur la qualité et la diversification de la gamme pour faire de ce produit un levier de rentabilité et de développement durable pour les communautés rurales.

Structuration de la filière

- Appui à la mise en œuvre de **plans d'action** pour la filière et à la levée de **barrières techniques et commerciales**
- Organisation et représentation structurée de **100 % des acteurs industriels accompagnés** par le projet





- **Création du Groupement Professionnel National (GPN)** au sein de la CONECT, fédérant les industriels de la filière à l'échelle nationale
- **Elaboration d'un référentiel qualité national** : règlement technique développé avec l'INSSPA ainsi qu'une fiche sensorielle définissant les caractéristiques organoleptiques de la Tomates séchée tunisienne

Qualité et montée en gamme

- Accompagnement technique des entreprises vers le passage du vrac au conditionné à forte valeur ajoutée
- Développement de nouveaux formats adaptés aux marchés épicerie fine et HORECA
- Publication de **3 guides de bonnes pratiques** (production, transformation, agréage), aujourd'hui considérés comme des référentiels sectoriels



Chiffres clés et impact socio-économique (2020 - 2025)



+ 1960 nouveaux emplois (+1843 femmes, 76 femmes managers)



+ 162% d'exportation (+32 637 922 TND)



+ 89 nouveaux produits lancés



+ 4 937 000 TND d'investissement,
dont **+348 000 TND** portés par des femmes



Témoignage



Madame Abir Chaabani
Responsable qualité



A travers le projet PAMPAT, nous avons pu développer notre gamme de produits pour mieux répondre à la demande des marchés internationaux. Nous avons également obtenu la certification selon la norme IFS food qui va nous ouvrir de nouvelles opportunités d'exportation.

Le Terroir Tunisien sur la Scène Mondiale



L'appui de PAMPAT a permis de renforcer la visibilité et l'accès des produits de terroir tunisiens aux marchés internationaux:

➤ Des marchés premium ciblés & une dynamique d'export structurée

Grâce à des missions de matchmaking ciblées et des rencontres B2B en Europe, notamment en Italie et en Scandinavie, les entreprises tunisiennes ont franchi un cap décisif dans leur internationalisation.

De Rome à l'Europe du Nord, cette dynamique a permis d'ouvrir de nouveaux débouchés et de concrétiser les premières exportations vers des marchés stratégiques européens.

➤ Des outils pour réussir à l'international

Le projet a élaboré des guides techniques et de bonnes pratiques (11 guides publiés en 2020) et des référentiels qualité et accompagnement à la certification, mis à disposition des entreprises.

>> De véritables « passeports » pour répondre aux exigences des marchés internationaux



Découvrez les autres guides d'accès aux marchés internationaux:



➤ Une présence renforcée dans des salons internationaux de renommée

Des participations à des événements de référence notamment sur des salons agroalimentaires et cosmétiques, des pavillons nationaux (ex : Cosmoprof Italie, Incosmetics) ainsi que d'autres événements professionnels en Europe.

Les institutions tunisiennes (CEPEX, GIDATTES, GICA...) prennent désormais le relais dans l'organisation et le financement des participations internationales, preuve d'une appropriation durable.



Madame Lémia Chekir Thabet
Coordinatrice Nationale du Projet PAMPAT - ONUDI

« Notre plus grande satisfaction est de voir ces produits qui franchissent les frontières et s'imposent sur des marchés internationaux compétitifs. Plus qu'un transfert de savoir-faire, nous ancrons une approche durable, fondée sur la qualité et l'autonomisation des producteurs. »

IV. LA STRATÉGIE NATIONALE DES PRODUITS DU TERROIR : de la vision à l'institutionnalisation

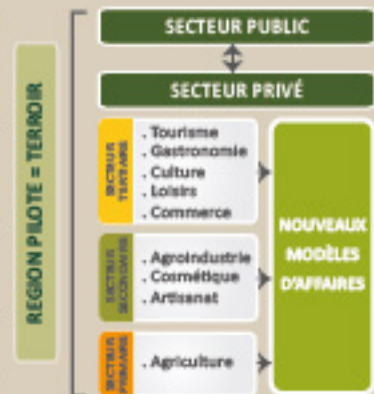
S'appuyant sur les acquis du PAMPAT I, PAMPAT II a accompagné la consolidation d'une démarche nationale structurée de valorisation des produits du terroir. Dès fin 2020, et avec l'appui technique et opérationnel du projet, le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche, à travers la DGPA et l'APIA, a engagé un processus multi-institutionnel ambitieux, fondé sur une gouvernance participative et la mobilisation coordonnée des acteurs publics et privés.

La Stratégie tunisienne de valorisation et de promotion des produits du terroir a été officiellement lancée en mai 2022 par le Ministère de l'Agriculture, marquant une étape clé dans l'institutionnalisation de ce secteur.

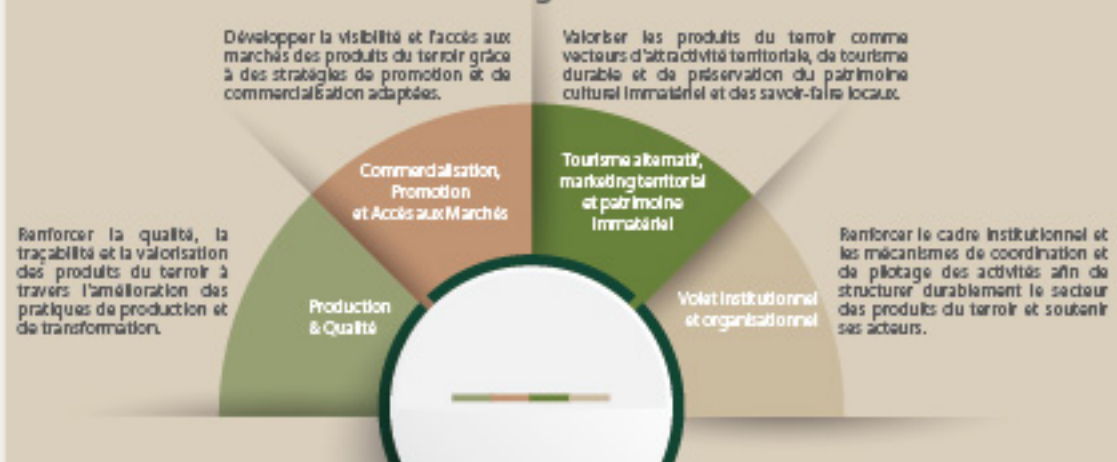
» Une gouvernance élargie et transversale

La stratégie a fédéré un large éventail d'acteurs publics et privés autour d'une vision commune :

Membres du Comité de Pilotage	Rôles
<ul style="list-style-type: none"> Ministère de l'Agriculture Ministère de l'Industrie 	<ul style="list-style-type: none"> Valorisation agroalimentaire des produits de terroir
<ul style="list-style-type: none"> Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Ministère des Affaires Culturelles Ministère de l'Environnement 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion touristique et gastronomique, valorisation du patrimoine culturel, artistique et écologique autour des produits de terroir
<ul style="list-style-type: none"> Ministère du Commerce Ministère de l'Économie 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion économique et commerciale des produits de terroir en Tunisie et à l'international
<ul style="list-style-type: none"> UTAP UTICA CONNECT 	<ul style="list-style-type: none"> Mobilisation du secteur privé pour la valorisation du patrimoine bio-culturel



» Axes fondamentaux de la stratégie assurant la viabilité du secteur





Témoignage



Madame Mahassen Gmati
Point focal du projet PAMPAT
DGPA, Ministère de l'Agriculture,
des Ressources Hydrauliques et de la Pêche

La mise en œuvre de la stratégie de valorisation et de promotion des produits du terroir dans deux régions pilotes nous a permis de tracer les grandes lignes d'un nouveau modèle de développement territorial autour des produits du terroir. La Tunisie ambitionne de dupliquer cette démarche dans de nouvelles régions de la Tunisie.

» Résultats structurants portés par PAMPAT II

- Structuration d'un cadre de pilotage durable et mise en place du premier système national de **monitoring du secteur**.
- Renforcement de la **collaboration multi-institutionnelle** dans la gouvernance du secteur et la mise en œuvre des axes de la stratégie.
- Développement de **nouveaux produits transformés** à partir des produits de terroir (produits agroalimentaires, cosmétiques et de l'artisanat).
- Mise en place de **Routes thématiques** et d'**expériences immersives** autour des produits du terroir par les acteurs locaux.
- Amélioration de l'**accès aux marchés** à l'échelle locale, nationale et internationale.

Mise en œuvre de la Stratégie dans deux régions pilotes

Depuis 2022, le projet PAMPAT a soutenu le déploiement de la Stratégie nationale de valorisation des produits de terroir dans les deux régions pilotes de Nabeul et Kairouan.

En mobilisant un large réseau d'acteurs publics et privés autour des produits du terroir de chaque région, le projet a permis de créer des connexions et des initiatives novatrices entre les secteurs de l'agriculture, agro-industrie, artisanat, gastronomie, tourisme, et culture.

Ce modèle pilote constitue aujourd'hui une base solide pour une extension à d'autres régions, avec une méthodologie structurée et des outils déjà opérationnels.



Source ONUDI

>> Axes d'intervention

Dans les régions de Nabeul et de Kairouan, le projet PAMPAT a contribué à la valorisation des produits du terroir et au renforcement de l'attractivité territoriale à travers une approche intégrée et inclusive.



À Nabeul, le projet a mis en avant trois produits phares de la région :

- La fleur de bigaradier (Zahr)
- La harissa de Nabeul
- La figue de barbarie de Bouargoub



À Kairouan, le projet a renforcé le lien entre patrimoine culturel et produits du terroir afin de valoriser l'attractivité du territoire, en mettant en lumière ces trois produits emblématiques de la région :

- La rose de Kairouan
- L'huile d'olive Oueslati
- La figue de barbarie d'El Ala





✓ RÉSULTATS CLÉS

526 formés

dont **60%**

femmes



239

nouveaux emplois

dont

65%



489



retombés
médias

+383



bénéficiaires
accompagnés



Acteurs locaux engagés & coordination public-privé améliorée

Près de **60** opérateurs du terroir (producteurs, artisans, entreprises, acteurs touristiques et institutions) mobilisés autour d'une dynamique territoriale intégrée, renforçant la coordination public-privé et les synergies locales.



Montée en valeur des produits

Qualité, commercialisation et visibilité renforcées grâce à l'accompagnement de **+383** bénéficiaires et à la formation de **526** acteurs, dont **60 %** de femmes.



Identité territoriale affirmée

Un positionnement basé sur le patrimoine local et la valorisation des savoir-faire territoriaux.



Écosystème territorial structuré

Renforcement des synergies et des collaborations entre les différents acteurs des filières locales, contribuant à la création de **239** nouveaux emplois, dont **65 %** occupés par des femmes.



Produits emblématiques bien valorisés

Mise en avant et diversification des produits des régions soutenues par **+1 784 900 TND** d'investissements, dont **50 %** réalisés par des femmes.



Expériences immersives & tourisme territorial

Développement d'activités autour des produits de terroir et création de synergies entre artisans et opérateurs touristiques pour enrichir l'offre expérientielle. **52** opérateurs proposent désormais **186** nouvelles expériences immersives. **498** retombées médias ont été générées.

Les routes thématiques et le tourisme durable



Le projet PAMPAT, en partenariat avec les acteurs institutionnels et privés régionaux, a développé une approche innovante de tourisme durable fondée sur des expériences immersives et une offre gastronomique valorisant les produits du terroir.

Chaque route propose une découverte sensorielle des produits phares.

Expériences autour des produits identitaires

Rencontre avec les acteurs locaux

Les visiteurs sont invités à rencontrer producteurs, artisans, restaurateurs et opérateurs touristiques engagés dans la valorisation du terroir.

Les itinéraires intègrent visites de vergers, ateliers de transformation, dégustations et expériences culinaires locales.

Parcours immersifs et authentiques

2 routes touristiques développées, offrant des expériences immersives à Nabeul et Kairouan au service de la valorisation des produits et savoir-faire du terroir.



Témoignage



Madame Zeineb Zouaoui
Directrice des Études - ONTT
Experte en tourisme culturel

Les touristes sont considérés aujourd'hui, comme des « Visiteurs ». Ils aspirent à s'imprégner de l'histoire du pays, de son patrimoine et de ses racines. Il s'agit de découvertes humaines, de vivre des expériences avec une immersion dans le patrimoine matériel et immatériel de la destination qu'ils visitent.

Grâce aux Routes Thématiques mises en place avec l'appui du programme PAMPAT, nous proposons aujourd'hui de valoriser une offre touristique durable et pérenne en plus d'une immersion au cœur du patrimoine vivant de nos régions en vue de rapprocher encore les visiteurs des acteurs locaux, artisans, producteurs, créateurs, de Nabeul et de Kairouan, où le terroir devient une véritable locomotive d'attractivité touristique, au-delà du tourisme balnéaire traditionnel ».

» La Route de l'huile d'Olive Oueslati à Kairouan - Oueslati Zit Tour

Dans les régions de Nabeul et de Kairouan, le projet PAMPAT a contribué à la valorisation des produits du terroir et au renforcement de l'attractivité territoriale à travers une approche intégrée et inclusive.



Lancée en décembre 2025 à Kairouan, la route touristique « Oueslati Zit'Tour » relie plusieurs sites dédiés à la production, à la transformation et à la valorisation de l'huile d'olive Oueslati, produit emblématique et symbole fort de l'identité locale.

Cet itinéraire propose aux visiteurs une découverte complète de la filière : oliveraies, domaines oléicoles, expériences culinaires, hébergements de charme et espaces culturels. L'objectif est double : valoriser un produit emblématique de l'identité locale et dynamiser l'activité touristique tout au long de l'année.

Oueslati Zit Tour fédère 10 acteurs locaux : 3 restaurants, 2 maisons d'hôtes, 1 gîte rural, 1 pâtisserie traditionnelle, 1 entreprise de cosmétique et 2 huileries assurant également le conditionnement de l'huile d'olive Oueslati).

 Oueslati Zit Tour



» La Route du Bigaradier à Nabeul - Zahr Nabeul Tour

Dans les régions de Nabeul et de Kairouan, le projet PAMPAT a contribué à la valorisation des produits du terroir et au renforcement de l'attractivité territoriale à travers une approche intégrée et inclusive.



La région de Nabeul dispose d'un fort potentiel agricole et culturel propice au développement du tourisme expérientiel. C'est dans ce cadre que s'inscrit Zahr Nabeul Tour, une route touristique dédiée à la fleur de bigaradier, emblème du patrimoine local.

Lancée en avril 2026, et portée par l'Association de la Sauvegarde de la Ville de Nabeul (ASVN), Zahr Nabeul Tour valorise les savoir-faire liés au bigaradier en reliant agriculture, artisanat, gastronomie et tourisme. Elle fédère 13 opérateurs locaux (3 maisons d'hôtes, 1 verger, 5 producteurs, 2 restaurants, 1 ferme pédagogique et 1 musée privé situé dans une maison traditionnelle).

Les activités proposées incluent des ateliers de distillation, de cosmétique naturelle au néroli, de transformation artisanale et des expériences gastronomiques autour des produits du bigaradier.

Les activités proposées incluent des ateliers de distillation, de cosmétique naturelle au néroli, de transformation artisanale et des expériences gastronomiques autour des produits du bigaradier.

 Zahr Nabeul Tour

>> Appui du projet

- Accompagnement des deux routes touristiques dans la structuration et le développement d'une offre de tourisme expérientiel autour des produits du terroir emblématiques des régions de Kairouan et de Nabeul.
- Renforcement des capacités des opérateurs locaux en matière d'accueil, de développement d'expériences immersives, de communication digitale et de promotion touristique.
- Appui à la mise en réseau des acteurs locaux et à l'intégration des routes dans les circuits touristiques et commerciaux afin d'améliorer leur visibilité et leur attractivité.
- Valorisation des savoir-faire, du patrimoine culturel et des produits identitaires à travers des actions de promotion aux niveaux national et international.



Appui au secteur de l'artisanat

Concours ARTITERROIR

Le projet PAMPAT a franchi un nouveau palier en impliquant de manière encore plus structurée les opérateurs du secteur de l'artisanat dans la valorisation des produits phares du terroir tunisien. À travers le concours ARTITERROIR, PAMPAT II a introduit une nouvelle dimension en reliant produits du terroir et artisanat afin de valoriser des créations inspirées des produits emblématiques, mêlant savoir-faire traditionnel et design contemporain.

Organisé en partenariat avec l'Office National de l'Artisanat (ONA) et le Hub Design de Nabeul, le concours a mis en avant des créations en céramique inspirées de produits phares tels que la fleur de bigaradier, la harissa et la figue de barbarie. Ces produits agroalimentaires emblématiques sont ainsi devenus une véritable source d'inspiration pour la création artisanale et la valorisation du territoire.

Après une première édition réussie à Nabeul en 2025, le concours a été reconduit en 2026 et étendu à Kairouan, notamment en appui aux secteurs agroalimentaire et cosmétique. Les lauréats ont eu l'opportunité de présenter leurs articles cadeaux en céramique sur des stands mis gratuitement à disposition par l'ONA, notamment lors du Salon de la Création Artisanale à Tunis, de la Foire régionale de l'artisanat de Nabeul, ainsi que lors de plusieurs autres expo-ventes.

Cette initiative contribue à renforcer l'attractivité des territoires à travers des objets artisanaux uniques, porteurs d'identité locale, tout en créant des passerelles entre artisanat, terroir, culture et tourisme.



Témoignage



Madame Sana Mansour Ezzine
Délégué Régional Adjoint de l'Artisanat Nabeul - ONA

« Avec l'initiative Artiterroir, PAMPAT a réussi à créer un véritable art de vivre tunisien qui lie nos produits de terroir tunisiens à des créations artisanales uniques. Aujourd'hui, nous ne vendons plus seulement un produit, mais une expérience culturelle complète, où chaque création artisanale reflète l'authenticité de nos régions.»

V. LE CONCOURS TUNISIEN DES PRODUITS DU TERROIR : Un gage de l'Excellence

Mis en place en 2017 par l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPAT, le Concours Tunisien des Produits du Terroir s'est progressivement institutionnalisé à travers cinq éditions, pour devenir un rendez-vous national de référence. Cet événement biennal vise à valoriser l'excellence des produits locaux et à renforcer leur compétitivité.

À travers la mise en place d'un cadre méthodologique inspiré des standards internationaux (modèle suisse) et l'accompagnement des producteurs, le projet PAMPAT a contribué à structurer, institutionnaliser et faire de ce concours un véritable levier de développement pour les filières du terroir.

Le concours met en avant une large diversité de produits (olives et huiles d'olive, fruits et plantes aromatiques, légumes, produits à base de céréales, produits d'origine animale), tout en promouvant le patrimoine culinaire tunisien.



Edition 2025 du Concours Tunisien des Produits du Terroir

539
produits
dégustés

165
médailles
décernées

30 à 50 %
augmentation des ventes
des produits
médillés



Témoignage



Madame Hanen Labidi Ben Ayed

Directeur du Partenariat et de l'Amélioration de la Qualité - APIA

Grâce à l'appui du projet PAMPAT, nos produits du terroir sont devenus de véritables vecteurs d'investissement durable, permettant aux producteurs de développer des projets innovants, structurés et à forte valeur ajoutée dans leurs territoires.

Le Concours Tunisien des Produits du Terroir a créé une dynamique exceptionnelle autour de l'excellence et de la qualité, et les résultats de cette 5^{ème} édition en confirment pleinement l'impact auprès des producteurs et des territoires.

Aujourd'hui, l'APIA transforme cette reconnaissance en opportunités concrètes d'accès au marché, d'investissement et de développement de filières de terroir durables, innovantes et compétitives.



Vers une dynamique durable des produits du terroir



Forte de son appropriation par les institutions nationales, la stratégie des produits du terroir est appelée à être étendue à de nouvelles régions tunisiennes, avec un objectif clair :

» Faire du terroir un levier durable de développement économique, territorial et touristique.

Cette extension s'inscrit dans une logique de réplication d'un modèle éprouvé, basé sur une :

- Approche filière intégrée (production, transformation, commercialisation)
- Connexion entre agriculture, agro-industrie, artisanat et tourisme
- Gouvernance multi-acteurs public-privé

En capitalisant sur les acquis de PAMPAT II, la Tunisie se dote progressivement d'un modèle de développement innovant, capable de valoriser ses ressources locales, de créer de la valeur et de l'emploi dans les territoires, et de renforcer son positionnement sur les marchés internationaux.





PAMPAT

UN ACQUIS DURABLE

POUR LES PRODUITS DU TERROIR
TUNISIENS

www.pampat.tn

