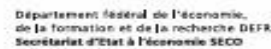
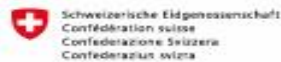


REVUE DE PRESSE

OCTOBRE –NOVEMBRE 2024



ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL



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



الأخبار : أخبار وطنية



ندوة صحفية حول الاستراتيجية الوطنية للنهوض

بالمنتجات المحلية والترويج لها

انظمت أمس الخميس بقصر المعارض بالكرم ندوة صحفية لتقديم تفاصيل الاستراتيجية الوطنية الأولى من نوعها للنهوض بالمنتج المحلي والترويج له، وذلك تحت إشراف كل من الإدارة العامة للإنتاج الفلاحي بوزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري (DGPA) ووكالة النهوض بالاستثمارات الفلاحية (APIA) وبحضور من مشرع الوصول إلى أسواق المنتجات الفلاحية والمنتجات المحلية في تونس PAMBAT الذي تشهده منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) وصولاً ختية الدولة للشؤون الاقتصادية في الاتحاد السوسيسري (SECO) وذلك على هامش النسخة 15 من الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي والتكنولوجيا (SIAT 2024).

وقد حضر الندوة الصحفية كل من المديرية العامة لوكالة النهوض بالاستثمارات الفلاحية (APIA) وممثلين عن الإدارة العامة للإنتاج الفلاحي بوزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري (DGPA) ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) وممثلين عن السفارة السوسيسرية. وبحري حاليا تنفيذ الاستراتيجية التي وضعت بفضل التعاون بين القطاعين العام والخاص والذي يشمل قطاع وزارات وهي الفلاحة والسياحة والصناعة والشؤون الثقافية والاقتصاد والتجارة والبيئة وأرباب العمل في القطاع الخاص وهي: الاتحاد من أجل آسيا والمحيط الهادئ، والاتحاد الأوروبي للتعاون الدولي، كنفدرالية مؤسسات المواطنين التونسية (CONNECT) وذلك في إطار لجنة توجيهية متعددة الوظائف تعتمدهم بالمناطق النموذجية في كل من ولايتي القيروان وتبلي.

وقد شهد الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي والتكنولوجيا SIAT، تواجد 6 مشغلين من كل منطقة في الجناح المخصص للاستراتيجية لتقديم منتجاتهم المحلية وخدماتهم الجديدة التي تم تطويرها. كما ضم الصالون أيضا المنتجين الخمس الذين فازوا بجائزة التميز في النسخة الأخيرة من مسابقة المنتجات المحلية التي تنظمها وكالة النهوض بالاستثمارات الفلاحية (APIA) كل سنتين والتي تكافح من خلالها أفضل المنتجات المحلية في مختلف مناطق بلادنا وذلك لإعطاء نموذج حي لتأثير هذه المسابقة على الترويج لمنتجاتهم.



شقيير: انتفاع 250 صاحب مشروع ببرنامج أممي للنفاذ لأسواق محلية ودولية

13.11.2024/10/31



أوضحت منسقة برنامج نفاذ المنتجات الغذائية والمحلية للأسواق (FAMFAT) لمياء شقيير ثابت في تصريح لموزاييك الخميس 11 أكتوبر 2024 أن هذا البرنامج تنفذه منظمة الأمم المتحدة بتمويل سويسري لفترة ممتدة من 2013 إلى 2026 في تونس ويهدف للتعريف بالمنتجات المحلية التونسية بالتعاون مع شركاتهم من وزارة الفلاحة ووكالة النهوض بالاستثمار الفلاحي ضمن إستراتيجية وطنية تم إنجازها من أجل تلمين والنهوض بالمنتجات المحلية .

البرنامج خلق ديناميكية تجارية واقتصادية بولاية نابل والقيروان

وأبرزت شقيير أن البرنامج شمل في مرحلة أولى منطقتين نموذجيتين وهما ولاية نابل والقيروان وتم تلمين المنتجات الخاصة بالجهتين منها الزهر والهريسة والتين الشوكي في بوعرقوب من ولاية نابل ومنتجات الورد وزيت الزيتون والصلاني والتين الشوكي بالعلا من ولاية القيروان مشيرة إلى انتفاع 250 منتجا بهذا البرنامج .

وبينت أن البرنامج يقوم على 3 أهداف أولها هي تلمين المنتجات وتلوبيعها وجعلها تتماشى مع متطلبات الأسواق ومطابقتها للمواصفات وحصولها على شهادات المطابقة العالمية ومن ناحية ثانية مساعدة أصحاب هذه المنتجات على النفاذ للأسواق المحلية والدولية وثالثا جعل هذه المنتجات محجرة اقتصادي يضمن إدخال ديناميكية سياحية واقتصادية بكل جهة وكل المنظومة الاقتصادية بكل جهة .

وأبرزت أن الهدف مستقبلا هو تعميم هذه التجارب النموذجية في كل الولايات في شراكة بين القطاعين العام والخاص ضمن لجنة مكونة من ممثلي عن عدة وزارات وهيئات ووكالات مهنية حسب تمريحتها على هامش المشاركة في المصالون الدولي للفلاحة والآلات الفلاحية والسيد البحري 2024 بقصر المعارض بالكرم.

هنا السطاني



Radio Jeunes Tunisie (Page officielle) 📌

Média contrôlé par l'État dans le pays suivant : Tunisie · 1 h · 🌐

#خمس_لجوم

#عواطف_الورشي

السيدة #لمياء_ثابت مسؤولة في ال Pampat للحدith عن الاستراتيجية الوطنية لتثمين المنتوجات المحلية La valoración des produits du terroir وادماجها في #المسالك_السياحية.



السيدة لمياء ثابت مسؤولة في ال Pampat للحدith عن
الاستراتيجية الوطنية لتثمين المنتوجات المحلية La
valoración des produits du terroir وادماجها في
المسالك السياحية

إذاعة
الشباب
بودكاست



SIAT 2024 : LES PRODUITS DU TERROIR TUNISIEN, VÉRITABLES VECTEURS DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Economie / 06 octobre 2024, 17:30



En marge de la 15e édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 05 octobre 2024 au Palais des Expositions du Karam, pour présenter la première stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir, et ce, par la Direction générale de la production agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche (DGPA) (Agence de Promotion des Investissements agricoles (APIA) avec l'appui du projet PRMPRI mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Coopération Suisse (SECS).

La stratégie, qui a été développée grâce au partenariat public-privé de sept ministères (Agriculture, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Intérieur) et les partenaires du secteur privé (ITAP, UNICA, CDMC) regroupés au sein d'un comité de pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo «Terroirs de nos régions».

Au SIAT 2024, six opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise encore sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine local des produits du terroir tunisien, selon une approche multimediascale.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA/APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PRMPRI (ONUDI/SECS), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : les roses, Miel d'olive Chénoua et la figue de barbarie d'El Au pour Kairouan ; la harissa, la fleur d'orange et la figue de barbarie de Bouargoub pour Nabeul.

Valorisation des produits du terroir : Une stratégie nationale tunisienne

Par La Presse Publié le 01/11/2024



Les produits du terroir tunisien prennent une place de plus en plus importante dans l'économie nationale, jouant un rôle clé dans le développement local. À l'occasion de la 15^e édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (Siat 2024), une conférence de presse s'est tenue le 31 octobre au Palais des Expositions du Kram pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terrain.

Cette initiative est menée par la Direction Générale de la Production Agricole (Dgpa) du ministère de l'Agriculture et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (Apia), avec l'appui du projet Pampat, mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (Onudi) et financé par le Secrétariat d'État à l'Économie «Susa» (Seco). L'objectif est d'optimiser les richesses agroalimentaires tunisiennes, en associant les produits régionaux aux dynamiques économiques et touristiques du pays.

Cette stratégie est le fruit d'une collaboration entre sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Environnement) et les acteurs privés tunisiens, notamment Utap, Udca et Conect. Ensemble, ces parties prenantes ont mis en place un Comité de Pilotage multisectoriel qui supervise actuellement le déploiement de la stratégie dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul, sous le label «Terroirs de nos Régions». Au Siat, douze opérateurs de ces régions ont ainsi pu présenter leurs produits et services développés autour des produits du terroir, mettant en avant le potentiel économique de cette démarche.

La stratégie de valorisation ne se limite pas à la simple commercialisation des produits régionaux, mais vise aussi à enrichir l'expérience des consommateurs. Pour répondre à l'engouement croissant envers des produits du terroir, la Tunisie ambitionne de créer un tourisme immersif, où les visiteurs, locaux et internationaux, pourront découvrir le patrimoine culinaire et artisanal tunisien à travers une approche sensorielle complexe. Lancée en mai 2022, cette stratégie nationale met en lumière l'importance de la tradition et des savoir-faire locaux, visant à faire de la Tunisie une destination de choix pour les amateurs de gastronomie authentique et de traditions culturelles.

Le plan d'action qui structure cette stratégie s'articule autour de quatre axes essentiels. D'abord, il encourage la production et la valorisation des produits du terroir, avec un accent particulier pour la qualité et la diversité de l'offre. Ensuite, il facilite leur commercialisation en allégeant l'accès au marché. En troisième lieu, le plan se concentre sur le marketing territorial et le patrimoine, pour promouvoir la richesse inséparable liée à ces produits et développer le tourisme régional autour de cette thématique. Enfin, la gouvernance et la structuration de ce sous-secteur sont renforcées pour assurer une gestion plus efficace et durable du secteur des produits du terroir.

Dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul, où la stratégie est déployée depuis deux ans, trois produits phares ont été sélectionnés, dans l'attente de passer, à Kairouan, à l'agneau de la mer, de l'huile d'olive Doukati et de la figue de barbarie d'El Ala ; à Nabeul, ce sont le harissa, le fleur d'orange et la figue de barbarie de Bourgoûb qui sont mises en avant. Plus de 200 opérateurs, parmi lesquels des producteurs, des hôteliers, des maisons d'hôtes, des restaurants et des agences de voyages, participent activement à cette initiative. Ensemble, ils travaillent à valoriser les produits emblématiques de leurs régions, contribuant ainsi à dynamiser l'économie locale et à diversifier l'offre touristique.

Parmi les témoignages marquants lors de la conférence de presse, Sara Ezine, représentante du Hub Design de Nabeul, a souligné l'importance de l'artisanat pour renforcer l'identité régionale et enrichir l'offre liée aux produits du terroir. Soheila Laouani, fondatrice de la marque Dahia Comédique à Kairouan, a de son côté évoqué la dynamique nouvelle instaurée dans la région grâce à cette stratégie. Sakou Elbi, fondatrice de l'initiative à permis de créer des liens entre producteurs locaux et professionnels du tourisme, ouvrant la voie à une offre enrichie et tournée vers l'expérience client.



Le chef Mounir El Anem, présent pour l'occasion, a sublîmé les produits phares des régions pilotes à travers des recettes inédites, soulignant leur rôle central dans la cuisine tunisienne. Pour lui, ces produits authentiques apportent une touche unique et sont aujourd'hui des ingrédients essentiels dans l'élaboration de plats savoureux et typiques.

Avec cette première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terrain, la Tunisie ouvre la voie à un modèle de développement inclusif et durable, où les produits du terroir deviennent des vecteurs de croissance économique et culturelle. Ce projet ambitieux permet aux artisans, producteurs et professionnels de divers horizons de travailler ensemble pour donner un nouveau souffle à l'économie régionale, tout en offrant au pays une place de choix sur la carte du tourisme gastronomique et culturel.



LA PREMIÈRE STRATÉGIE TUNISIENNE DES PRODUITS DE TERROIR

PAMPAT : PRÉSENTATION DE LA PREMIÈRE STRATÉGIE NATIONALE DE VALORISATION ET DE PROMOTION DES PRODUITS DU TERROIR

Communiqué · 2 semaines ago · Accueil, Dernières actualités, Étranges · Leave a comment · 142 Views

Facebook · Twitter · Google+ · StumbleUpon · LinkedIn · Pinterest

En marge de la 15^{ème} édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT), qui se tiendra du 30 octobre au 2 novembre 2024 au Palais des Expositions du Kram, une conférence de presse sera organisée le jeudi 31 octobre pour présenter, sur un stand de 60 m², la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir mise en œuvre par le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche et l'Agence de Promotion des Investissements Agricole (APIA), avec l'appui du projet PAMPATION/UDJ/SECO.

Lancée officiellement en mai 2022 par le Ministre de l'Agriculture, cette première Stratégie vise à promouvoir un nouveau modèle de développement régional qui s'articule autour des produits de terroir et de positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Dans le même cadre, plusieurs activités et initiatives, notamment les événements culturels et les expériences touristiques qui ont été développées dans les régions pilotes de Nabeul et Kairouan en collaboration avec les différents acteurs de chaque région, seront présentées.

Ce stand sera également l'occasion de mettre en avant les producteurs médaillés « Excellence » de la quatrième édition du Concours Tunisien des Produits du Terroir.



- 7 ministères et 3 organisations unis pour un seul LABEL : « Terroirs de nos régions »

Lancé en 2016, dans le cadre du Programme PAMPAT 1, soutenu par l'ONU et financé par le Secrétariat d'Etat à l'Economie Suisse, le ministère de l'Agriculture a arrêté un premier inventaire national des produits de terroir englobant 220 produits. PAMPAT 2 se poursuivra jusqu'au mois de juin 2026.

Y.G.A



ministère de l'Agriculture - Tunisie | produits de terroir



C'est ce que fait aussi? Mme. Thabet veut dire profiter que ces deux régions ont été affectées pour booster la dynamique de la stratégie de traitement en valeur trois produits phares. Pour l'instant, le choix s'est porté sur le harissa, le miel de l'arrière et le fige de barbares, et pour l'avenir, il y a le fige de barbares. Dès à présent pour la promotion de l'huile d'olive et des figes...



Comment se a procédé? La stratégie d'abord, elle est en fait l'accompagnement des entrepreneurs qui produisent ces produits phares afin qu'ils puissent...



Pour une destination gourmande... C'est un projet qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisien...



C'est un projet qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisien... C'est un projet qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisien...

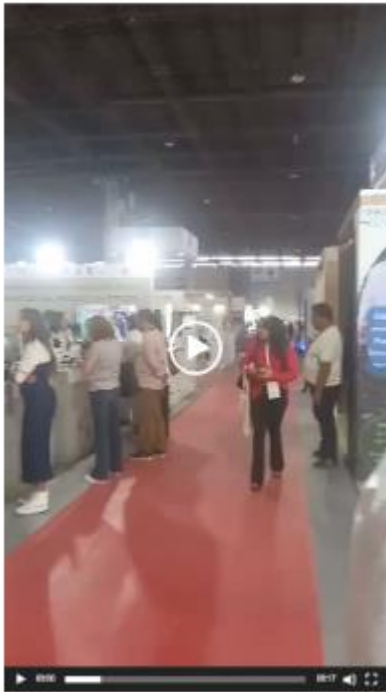


Terza, le success Story... Nous sommes devant le stand de production de l'huile d'olive baptisée « Terza », le packaging est tellement raffiné qu'on aurait pu penser qu'il s'agit d'un coffret de parfum...



Nous avons participé à des concours et avons décroché une médaille d'or en six pays de trois continents, en Grande Bretagne, aux États Unis, au Canada et au Japon. Nous faisons de l'huile d'olive aromatisée au romarin, au basilic et à la menthe et effrons nos huiles en coffrets dans les boutiques qui produisent la Tunisie et les entreprises tunisiennes. Car nous ne vendons pas notre huile en vrac pour que des étrangers l'utilisent, ils préfèrent la vendre, l'acheter...

Comment avoir une huile aromatisée... C'est un projet qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisien...



Historique... C'est un projet qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisien...



Il s'agit d'un projet qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisien...

PAMPAT : Présentation de la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir

Publié le 25 Octobre, 2024 - 10:11

Facebook Twitter Google+



En marge de la 15^{ème} édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT), qui se tiendra du 30 octobre au 2 novembre 2024 au Palais des Expositions du Kram, une conférence de presse sera organisée le jeudi 31 octobre pour présenter, sur un stand de 80 m², la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir mise en œuvre par le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche et l'Agence de Promotion des Investissements Agricole (APIA), avec l'appui du projet PAMPAT (ONUDI/SECO).

Lancée officiellement en mai 2022 par le Ministre de l'Agriculture, cette première Stratégie vise à promouvoir un nouveau modèle de développement régional qui s'articule autour des produits de terroir et de positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Dans le même cadre, plusieurs activités et initiatives, notamment les événements culturels et les expériences touristiques qui ont été développées dans les régions pilotes de Nabeul et Kairouan en collaboration avec les différents acteurs de chaque région, seront présentées.

Ce stand sera également l'occasion de mettre en avant les producteurs médaillés « Excellence » de la quatrième édition du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

Résultats de la stratégie nationale de promotion des produits du terroir

BY UNIVERS NEWS — 03 novembre 2024 13:00 — À la une, ÉCONOMIE

Partager sur Facebook

Partager sur Twitter



TUNIS — UNIVERSNEWS (SEP) — En marge de la 15^{ème} édition du salon international de l'investissement agricole et de la technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée, ce jeudi 31 octobre 2024 au Palais des expositions du Kram, pour présenter les résultats de la première stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir. Elle a été initiée par la direction générale de la production agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la pêche (DGPA) et l'APIA avec l'appui du projet PAMPAT, mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse (SECO).

La stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privée de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Environnement) et les patrons du secteur privé (UTAP, UTICA, CONECT) regroupés au sein d'un comité de pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo «Terroirs de nos Régions».

La stratégie tunisienne de valorisation et de promotion des produits de terroir a été mise en œuvre depuis juin 2022 dans les régions pilotes en Tunisie, sous l'impulsion du ministère de l'Agriculture avec l'appui du projet PAMPAT 2. La méthodologie suivie d'appuie sur une approche territoriale public-privée, qui consiste à promouvoir la valorisation et la commercialisation de l'ensemble des biens et services territoriaux autour des denrées ancestrales phares.

Ainsi, dans les régions pilotes appuyées, les opérateurs du secteur primaire (agriculture) et secondaire (agro-industrie, cosmétique, artisanat) et tertiaire (tourisme, gastronomie, culture, loisirs, commerce) reçoivent de l'assistance sur un même pied d'égalité pour développer ensemble de nouveaux modèles d'affaires autour des produits de terroir agroalimentaires phares.

Dans chaque région ciblée, les produits de terroir phares représentent les éléments clés qui permettent de renforcer l'identité locale et le sentiment d'appartenance à la communauté et de fédérer ainsi tous les acteurs publics-privés autour d'une même dynamique de développement local et de marketing territorial.

Dans le gouvernorat de Kairouan, suite à un processus participatif public-privé, trois produits de terroir phares ont été sélectionnés pour être valorisés à partir de 2022. Il s'agit de la rose de Kairouan, l'huile d'olives Oueslati et la figue de barbarie d'El Ala. Ces trois produits sont en train d'être promus grâce à l'engagement de plusieurs institutions publiques locales relevant de plusieurs ministères.

A Nabeul, trois produits ont été également sélectionnés pour être valorisés. Il s'agit de la fleur d'orange de Nabeul ou Z'har en arabe, l'harissa de Nabeul et la figue de barbarie tardive de Bourgoub.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent, déjà, plus de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épiceries fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Le plan d'action national qui fait partie de la stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir se concentre sur quatre principaux axes, à savoir la production agricole et la valorisation des produits du terroir, la commercialisation des produits du terroir, le marketing territorial, le patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir mais aussi la gouvernance et la structuration du sous-secteur des produits du terroir.



SIAT 2024 / PAMPAT : Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national

Publié le 3 Octobre 2024 - 16:27

Facebook | Twitter | Google+



En marge de la 11ème édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions de Tunis, afin de présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrologiques et de la Pêche (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPAT mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Rural (OMD) et financé par le Soudan et l'Etat à l'Initiative de la Confédération Suisse (SCCO).

La Stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration pluripartite de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Commerce, Commerce et Développement) et les partenaires du secteur privé (UTAT, UTICA, CONNECT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multistakeholder est articulée en base d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous la bannière de nos Régions.

Sur le salon SIAT, 6 opérateurs de chaque région sont actuellement présents au stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits du terroir.

Les 3 participants ayant obtenu un prix d'innovation lors de la dernière édition de Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ont été récompensés les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour illustrer de l'appui de ce soutien pour la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été introduite par la présence de la Direction générale de l'APIA, les représentants de la DGPA, de l'OMD, de l'Initiative Suisse. C'est d'abord une opportunité pour rencontrer nos dirigeants, les membres des institutions du Comité de pilotage de la Stratégie nationale, et pour participer aux séances de consultations prévues par le chef Mourad El Anem.



Une approche novatrice du développement local et de croissance multisecteurielle dans les régions de la région

Devenir l'habitat croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrée de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui, l'ambition est d'être plus loin avec proposer des expériences immersives où les clients touchent et dégustent peuvent découvrir le patrimoine de nos produits du terroir tunisien, avec une approche multisecteurielle.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA/APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et promouvoir la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
- Commercialisation des produits du terroir ;
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
- Gouvernance et attractivité des zones rurales des produits du terroir

De ce fait, la Stratégie propose des orientations pour garantir explorer tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui se font sentir de la vente de produits traditionnels. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emploi et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes tels que l'agro-tourisme, les festivals culturels, le gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.



La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PAMPAT (ONU/ISSCO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la rose, l'huile d'olive Cuscuta et la figue de barbarie d'El Ala pour Kairouan ; la harissa, le jus d'orange et la figue de barbarie de Soussoub pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions impliquées par moins de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôteliers, des gâteaux, des maisons d'hôtes, des restaurateurs, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épaves fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduits vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.

En effet, selon Maria Ezzein, représentante du Hub design de Nabeul, partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribue au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Docteur Leouani, représentante de la marque Ouhis Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir. "Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des traditions", a-t-elle.



Le Chef Mourad El Anem a apporté sa touche à l'événement en présentant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites. " Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats ", a affirmé le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de dévoiler toutes ses potentialités grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de générer un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour le développement Rural.



SIAT 2024 – Valorisation des Produits du Terroir Tunisien : Une Stratégie Nationale pour un Développement Économique Durable

Communiqué de Presse

À l'occasion de la 19^e édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a eu lieu au Palais des Espallans du Kram pour annoncer la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir Tunisien. Cette stratégie, élaborée par la Direction Générale de la Production Agricole (DGPA) du ministère de l'Agriculture, avec le soutien de l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) et du projet PAMPAT, financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse (SECS) et mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI), marque une étape clé dans la transformation de l'économie tunisienne vers une dynamique inclusive axée sur le terroir.

La Stratégie, fruit d'une collaboration entre sept ministères et des fédérations patronales telles que l'UTAP, l'UTICA et la CONECC, vise à instaurer un modèle de développement durable, valorisant les ressources régionales de la Tunisie. Les régions de Kairouan et Nabeul, choisies comme territoires pilotes, bénéficient déjà des retombées de ce projet qui, sous l'insigne « Terroirs de nos Régions », s'inscrit dans une démarche multifactorielle, impliquant agriculteurs, artisans, et acteurs touristiques pour une revitalisation intégrée de l'économie locale.

Une Synergie entre Public et Privé pour Dynamiser le Terroir

La Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir repose sur un plan d'action structuré autour de quatre axes principaux : la production agricole, la commercialisation, le marketing territorial et le gouvernance. Cette approche globale dépasse le simple aspect économique des produits agricoles pour s'inscrire dans une vision élargie où la culture et la patrimoine tunisien jouent un rôle central.

La conférence de presse tenue à SIAT a vu la participation de nombreux acteurs de la filière, dont la Directrice générale de l'APIA, des représentants de la DGPA, de l'ONUDI, ainsi que de l'Ambassade de Suisse. En outre, cinq producteurs, primés lors du Concours des Produits du Terroir, ont présenté leurs produits phares, témoignant de l'impact de cette stratégie sur la valorisation et la visibilité des produits régionaux.



Les Régions Pilotes : Kairouan et Nabeul en Première Ligne

La mise en œuvre de la Stratégie dans les régions de Kairouan et Nabeul illustre parfaitement l'approche novatrice de ce projet. Ces régions sont sélectionnées en tant que pilotes, avec une attention particulière portée à trois produits emblématiques : la rose, l'huile d'olive Ouedlat et la figue de barbarie d'El Ala pour Kairouan ; la harissa, la fleur d'oranger et la figue de barbarie de Bouagrout pour Nabeul. Ce choix stratégique vise à structurer les filières locales et à offrir des perspectives économiques aux nombreux opérateurs impliqués, qu'il s'agisse de producteurs, d'artisans ou de restaurateurs.

À Kairouan, la marque Bahla Cosmétique, fondée par Bochra Laouani, est un exemple d'initiative dynamisée par cette stratégie. Selon elle, l'innovation des produits du terroir a permis de renforcer les liens entre producteurs et acteurs touristiques, offrant aux visiteurs une expérience plus immersive. À Nabeul, dans Estria, reprenant le Hub Design, souligne quant à elle l'importance de l'artisanat dans la valorisation des produits du terroir, contribuant à définir l'identité régionale.

Une Vision Innovante pour le Tourisme et l'Économie Locale

La Stratégie entend non seulement promouvoir les produits du terroir mais aussi transformer l'expérience du visiteur à travers des offres innovantes où gastronomie, traditions et découverte culturelles se rencontrent. Mourid El Arini, chef réputé, a souligné les produits phares de Nabeul et Kairouan lors du SIAT avec des créations originales qui mettent en avant la richesse des ingrédients locaux, montrant ainsi la polyvalence et l'attrait de ces produits dans la cuisine contemporaine.

Un Nouveau Modèle de Développement Inclusif pour la Tunisie

En se concentrant sur la création d'emplois et de nouvelles opportunités économiques autour des produits du terroir, cette stratégie cherche à faire de la Tunisie une destination gourmande et culturelle, tout en répondant aux besoins croissants des consommateurs pour des produits authentiques et locaux. La mise en œuvre de la stratégie dans les deux régions pilotes a permis de créer un modèle de gouvernance innovant qui pourrait être reproduit dans d'autres régions du pays, élargissant ainsi les perspectives d'un développement durable pour l'ensemble du territoire.

En résumé, La Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir Tunisien marque une avancée majeure vers un développement économique inclusif, axé sur le potentiel unique des produits régionaux. En intégrant les spécificités culturelles et gastronomiques tunisiennes dans une démarche économique globale, elle permet non seulement d'attirer les touristes mais aussi de renforcer la cohésion sociale et économique autour d'une identité partagée. En misant sur ce modèle, la Tunisie se positionne en première d'un développement durable et innovant, tirant parti de la richesse de ses terroirs pour un avenir prospère.



ECOMONDO
The green technology expo.

NOVEMBRE 5-8, 2024
PARC DES EXPOSITIONS DE RIMINI, Italie
Organisé par ITALIANEXHIBITION GROUP

REAGIONE-NOBIS

Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir



Les produits du terroir tunisien, moteurs de développement économique local et national.

En marge de la 15ème édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse s'est tenue le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram. Cette rencontre a été l'occasion pour la Direction Générale de la Production Agricole (DGPA) au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche, en collaboration avec l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), de dévoiler la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir. Cette initiative bénéficie du soutien du projet PAMPAT, mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse (SECO).

Fruit d'une collaboration public-privé réunissant sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Environnement) et des organisations du secteur privé (UTAR, UTICA, CONNECT), la Stratégie a été développée par un Comité de Pilotage multi-institutionnel. Elle est actuellement mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le label « Terroirs de nos Régions ».

Au Salon SIAT, six opérateurs de chaque région occupent le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et services basés sur les produits du terroir. De plus, cinq producteurs primés pour l'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir, organisé tous les deux ans par l'APIA, sont également présents. Ils témoignent de l'impact de cette distinction dans la promotion de leurs produits à travers les différentes régions de Tunisie.

La conférence de presse a été honorée par la présence de la Directrice générale de l'APIA, des représentants de la DGPA, de l'ONUDI et de l'Ambassade de Suisse. Cet événement a offert une occasion privilégiée de rencontrer les exposants, les membres des institutions du Comité de pilotage de la Stratégie nationale, et de participer à des séances de dégustation animées par le chef Mourir El Aram.

Une approche innovante pour le développement local et la croissance multisectorielle en Tunisie

Face à l'intérêt grandissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise sur la valorisation de son riche patrimoine agricole. Aujourd'hui, l'ambition est d'aller encore plus loin en proposant des expériences immersives, permettant aux clients locaux et étrangers de découvrir, de manière multisensorielle, l'univers des produits du terroir tunisien et le patrimoine qui les entoure.

Dans ce cadre, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a officiellement lancé, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir. Cette initiative vise à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et à positionner la Tunisie comme une destination touristique gastronomique, riche en traditions et coutumes.



Le plan d'action national, qui s'inscrit dans cette stratégie, se concentre sur quatre axes principaux :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir
- Commercialisation des produits du terroir
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir
- Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir

Ainsi, la stratégie propose des orientations visant à exploiter pleinement le potentiel de croissance des produits du terroir, allant bien au-delà de la simple vente de denrées traditionnelles. L'objectif ultime de cette valorisation est la création d'emplois et de revenus, notamment à travers le développement d'activités économiques connexes, telles que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat, et la transformation de nouveaux produits à partir des spécialités de chaque région.

SIAT 2024 / PAMPAT: Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir.

© Publié le 03 Nov 2024



Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national, font l'objet de la 5ème édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT) 2024, une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions de Kairouan, pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydriques et de la Pêche (DGP/ARH) l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPAT (dans le cadre du projet de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et financé par la Secrétaire d'Etat à l'Économie de la Coopération Suisse (SECO).

La Stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privé de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Formation, Commerce et Promotion) et les partenaires du secteur privé (UNEP, UTECA, CONECT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo «Terroirs de nos Régions».

Sur le salon SIAT, 6 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 3 producteurs ayant obtenu au 1er et 2ème tour de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA sont les deux sites qui représentent les meilleurs produits de terroir à travers les différentes régions de Tunisie: sont également présents pour illustrer de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été suivie par la présence de la Direction générale de l'APIA, les représentants de la DGP, de l'ONUDI, de l'Association Suisse... Ce événement a été une opportunité pour rencontrer nos représentants membres des institutions du Comité de Pilotage de la Stratégie nationale, et pour participer aux ateliers de discussion animés par le chef-Monieur H. Azzou.

Investissement agricole par le salon national en 2024



Une approche innovante du développement local et du tourisme multiculturel dans les régions de la Tunisie. Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de ses patrimoines agroalimentaires. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives en excellentes lieux et d'organiser des ateliers pour promouvoir les produits de terroirs, selon une approche multiculturelle.

Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
Commercialisation des produits du terroir ;
Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.

De ce fait, la Stratégie propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PAMPAT (ONUDI/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la rose, l'huile d'olive Ouedslai et la figue de barbarie d'El Ala pour Kairouan ; la harissa, l'huile d'orange et la figue de barbarie de Bourgouba pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent pas moins de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épiceries fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles. Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduit vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.

En effet, selon Madame Sara Ezziine, représentante du Hub design de Nabeul partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribue au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Madame Bechra Laouari, représentante de la marque Bahja Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir: « Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires », nous dit-elle »

Le Chef-Monieur El AEM a apporté sa touche à l'événement en salissant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites: « Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats », affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de dévêler toutes ses potentialités grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour la destination Tunisie.



ACTUALITE | LORLOFF MAG | 31 octobre 2024

Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir

par [Sahel Jorhel](#)



Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national

En marge de la 15^{ème} édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche (DGPA), l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPA (mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONU/DI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse (SECO).

La Stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privée de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Environnement) et les patrons du secteur privé (UTAP, UTICA, CONECIT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo « Terroirs de nos Régions ».

Sur le salon SIAT, 6 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 5 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ans qui récompense les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été réalisée par la présence de la Directrice générale de l'APIA, les représentants de la DGPA, de l'ONU/DI, de l'Ambassade Suisse, Commerce et Environnement) et les patrons du secteur privé (UTAP, UTICA, CONECIT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage de la Stratégie nationale, et pour participer aux séances de dégustation animées par le Chef Mourir El Arem.

Une approche novatrice du développement local et de croissance multisectorielle dans les régions de la Tunisie

Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine lié aux produits du terroir tunisien, selon une approche multisectorielle.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
- Commercialisation des produits du terroir ;
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
- Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.

De ce fait, la Stratégie propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PAMPA (ONU/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la rose, l'huile d'olive Ouelati et la figue de barbarie d'El Ala pour Kairouan ; la harissa, le fleur d'oranger et la figue de barbarie de Bouargoub pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent pas moins de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épiceries fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns, parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduit vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.

En effet, selon Madame Sama Elzine, représentante du Hub design de Nabeul, partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribuera au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Madame Bachra Lamsari, représentante de la marque Bahja Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir. « Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires », nous dit-elle.

Le Chef Mourir El Arem a apporté sa touche à l'événement en soulignant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites. « Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats », affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de développer toutes ses potentialités grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour la destination Tunisie.

Actualité

Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir

05/11/2024

Partager



Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique et national

Inauguration de la 11ème édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAI 2024), une conférence de presse a été organisée le 21 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première **Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir**, et ce, par le Directeur Général de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydriques et de la Pêche (DGPA) l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPAT en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONU/DI) et financé par le Secrétariat d'Etat à l'Économie de la Confédération Suisse (SECO).

La stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privé de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Environnement) et les partenaires du secteur privé (UNEP, UNICA, LEONEL) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous la supervision des régisseurs.

Sur le salon SIAI, les représentants de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 5 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ans qui regroupent les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours sur la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été présidée par le Directeur Général de l'APIA, les représentants de la DGPA, de l'ONUDI, de l'Ambassade Suisse. Cet événement a été une opportunité pour rencontrer les ministres/membres des institutions du Comité de pilotage de la stratégie nationale, et pour participer aux ateliers de délibération animés par le chef Mounir El Aïem.

Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine lié aux produits du terroir tunisien, selon une approche multisensorielle.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première **Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir**, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Le plan d'action national qui fait partie de la **Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir** se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
- Commercialisation des produits du terroir ;
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
- Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.

De ce fait, la **Stratégie** propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La **Stratégie** est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PAMPAT (ONU/DI/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : le rose, l'huile d'olive Queslati et la figue de barbarie d'El Ala pour Kairouan ; le henné, le jus d'orange et la figue de barbarie de Bouargoub pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent pas moins de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épiceries fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Les visiteurs du SIAI auront l'opportunité de rencontrer quelques uns parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduits vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.

En effet, selon Madame Sama Ezzme, représentante du Hub design de Nabeul, partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribue au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Madame Bochra Laouari, représentante de la marque Bahia Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir. « Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires, nous dit-elle »

Le Chef Mounir El Aïem a apporté sa touche à l'événement en sublimant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites. « Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats » affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de dévoiler toutes ses potentialités grâce à la première **Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir**, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour la destination Tunisie.



STRATÉGIE NATIONALE DE VALORISATION ET DE PROMOTION DES PRODUITS DU TERROIR

Communiqué 4 jours ago Accueil, Dernières actualités, Secteurs, Tourisme Leave a comment 33 Views

Facebook Twitter Google+ StumbleUpon LinkedIn Pinterest

Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national

En marge de la 15^{ème} édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet RAMPAT mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONU/DI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

Une approche novatrice du développement local et de croissance multisectorielle dans les régions de la Tunisie

Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine lié aux produits du terroir tunisien, selon une approche multisensorielle.

Sur le salon SIAT, 6 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 5 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ans qui récompense les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.



Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
- Commercialisation des produits du terroir ;
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
- Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.

De ce fait, la Stratégie propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet RAMPAT (ONU/DI/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la rose, l'huile d'olive Queslati et la figue de barbarie d'Ala pour Kairouan ; la harissa, la fleur d'oranger et la figue de barbarie de Bouarguou pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent pas moins de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi les bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épicerie fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns, parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduit vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.



En effet, selon Madame Sana Ezziine, représentante du Hub design de Nabeul, partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribuera au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Madame Bochra Leouani, représentante de la marque Bahja Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir. « Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires, nous dit-elle ».

Le Chef Mounir El AREM a apporté sa touche à l'événement en sublimant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites. « Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats » affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de dévoiler toutes ses potentialités grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour la destination Tunisie.



La Tunisie se dote d'une stratégie de valorisation et de promotion des produits du terroir



Au palais des expositions du Kram, lors de la 15^e édition du Salon International de l'investissement agricole et de la technologie (SIAT 2024), la première « Stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir tunisien » a été présentée lors d'une conférence.

Conçue par la Direction générale de la production agricole (DGPA) du ministère de l'Agriculture, en collaboration avec l'Agence de promotion des investissements agricoles (APIA) et le projet **PAMPAT**, et financée par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération suisse (SECO) et mise en place par l'Organisation des Nations unies pour le développement industriel (ONUDI), cette stratégie constitue une étape essentielle dans la transition de l'économie tunisienne vers une dynamique inclusive axée sur le terroir.

Sept ministères ont participé à son élaboration ainsi que plusieurs fédérations patronales – UTAP, UTICA et la CONECT. Elle a pour objectif de mettre en place un modèle de développement durable qui met en valeur les ressources régionales de la Tunisie.

Ainsi, les territoires de Kairouan et de Nabeul, sélectionnés comme zones pilotes, profitent déjà des résultats de ce projet qui, sous le nom de « Terroirs de nos Régions », s'inscrit dans une approche multisectorielle, impliquant des agriculteurs, des artisans et des acteurs touristiques, dans le but de stimuler l'économie locale de manière intégrée.

Un équilibre entre le secteur public et privé afin de dynamiser le terroir

Les quatre axes principaux de la Stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir sont la production agricole, la commercialisation, le marketing territorial et la gouvernance.

Plusieurs acteurs de la filière agricole ont participé à la conférence de presse organisée au SIAT 2024.

Par ailleurs, et à cette occasion de cette conférence, les cinq fabricants récompensés lors du Concours des produits du terroir ont exposé leurs produits, démontrant ainsi l'effet de cette stratégie sur la mise en valeur et la valorisation.

En outre, des réunions entre entreprises seront organisées afin de favoriser la mise en place de projets mixtes.

Farouk Ben Lakhel

SDG17

Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du...

17 mai 2024

Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national

En marge de la 15^{ème} édition du **Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024)**, une conférence de presse a été organisée le 21 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet RAMBAT mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONU/DI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

La stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privée de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Economie, Commerce et Environnement) et les patrons du secteur privé (UTAR, UTICA, CONECT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo «Terroirs de nos Régions».



Sur le salon SIAT, 5 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 5 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ans qui récompense les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

Sur le salon SIAT, 5 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 5 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ans qui récompense les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été rehaussée par la présence de la Directrice générale de l'APIA, les représentants de la DGPA, de l'ONU/DI, de l'Ambassade Suisse. Cet événement a été une opportunité pour rencontrer ces exposants, les membres des institutions du Comité de pilotage de la Stratégie nationale, et pour participer aux séances de dégustation animées par le chef Mourir El Arem.



Une approche novatrice du développement local et de croissance multisectorielle dans les régions de la Tunisie

Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine lié aux produits du terroir tunisien, selon une approche multisectorielle.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

1. Promotion agricole et valorisation des produits du terroir

(renforcement des produits du terroir)

Marketing territorial, patrimoine immatériel lié aux produits du terroir, tourisme et structure de tous acteurs des produits du terroir

De ce fait, la Stratégie propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que : l'agrotourisme, la gastronomie culturelle, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet RAMBAT (ONU/DI/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la noix, l'huile d'olive, l'agrest et la figue de barbarie à El Na pour Kairouan ; la harissa, l'ail, l'orange et la figue de barbarie de Sousse pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les initiatives soutiennent pas moins de 200 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi des initiatives, on trouve des producteurs de produits de terroir, des restaurants, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des boîtes à thé, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduits vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.

En effet, selon Madame Sara Ezzine, représentante du Hub design de Nabeul partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribue au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Majlène Rocher Lavozi, représentante de la marque Bahia Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir. Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires, nous dit-elle.

Le Chef Mourir El Arem a apporté sa touche d'affinement en sélectionnant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes traditionnelles. Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats, affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de décoller toutes ses potentialités grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour la destination Tunisie.



Promotion des produits du terroir tunisien : mise en place d'une stratégie nationale

31 octobre 2024 **Mets-Chefs** : harissa de nabeul, ouadi, PANPAT, produits du terroir tunisien, Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie, SIAT 2024

Promotion des produits du terroir tunisien : mise en place d'une stratégie nationale

La première stratégie nationale de valorisation et de promotion des Produits du Terroir Tunisien en Tunisie a été lancée pour promouvoir le patrimoine agroalimentaire et encourager un modèle de développement local inclusif.



Présentée lors du salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), cette initiative vise à dynamiser les régions à travers des produits emblématiques de leurs terroirs.

Coordonnée par la Direction Générale de la Production Agricole (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), avec le soutien de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et le financement de la Confédération Suisse (SECO), la stratégie se déploie d'abord dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le label « Terroirs de nos Régions ». Ce projet bénéficie de la collaboration de sept ministères et de nombreux acteurs privés et institutionnels.

Coordonnée par la Direction Générale de la Production Agricole (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), avec le soutien de l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et le financement de la Confédération Suisse (SECO), la stratégie se déploie d'abord dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le label « Terroirs de nos Régions ». Ce projet bénéficie de la collaboration de sept ministères et de nombreux acteurs privés et institutionnels.

Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir,
- commercialisation des produits du terroir,
- marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir,
- gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.

En associant les acteurs locaux, notamment des producteurs, agriculteurs, restaurateurs, et associations culturelles, elle favorise le développement d'activités économiques connexes telles que l'agrotourisme, les festivals et la gastronomie.

Des produits phares, comme la harissa de Nabeul ou l'huile d'olive Oueslati de Kairouan, sont valorisés pour attirer les consommateurs locaux et internationaux. Ce positionnement vise à renforcer l'identité des régions et à stimuler la croissance économique locale.

Le Chef Mounir El AREM a apporté sa touche à l'événement en sublimant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites. «Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats.», affirme le Chef.

La Stratégie Nationale de Promotion des Produits du Terroir s'affirme comme un pilier du développement régional et un levier pour positionner la Tunisie comme une destination touristique incontournable pour les amoureux des produits authentiques et du patrimoine culturel.

Tekiano avec Communiqué

Economie

Tunisie : Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir

03/10/2024 09:15

En marge de la 15^{ème} édition du salon international de l'investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole du ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrologiques et de la Pêche (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPA mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (CNUDI) et financé par le Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

La stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privée de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Economie, Commerce et Environnement) et les patrons du secteur privé (UTAR, UTICA, CCMCCT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo «Terroirs de nos Régions».

Sur le salon SIAT, 8 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.



Les 8 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA, tous les deux ans qui récompense les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été rehaussée par la présence de la Directrice générale de l'APIA, les représentants de la DGPA, de l'ONUSS, de l'Ambassade Suisse. Cet événement a été une opportunité pour rencontrer des spécialistes membres des institutions du Comité de pilotage de la Stratégie nationale, et pour participer aux séances de dégustation animées par le chef Mourid El Aïem, une approche novatrice du développement local et de croissance multisectorielle dans les régions de la Tunisie.

Devant l'engouement croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine lié aux produits du terroir tunisien, selon une approche multisectorielle. En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Le plan d'action national qui fait partie de la stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
- Commercialisation des produits du terroir ;
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
- Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.



De ce fait, la stratégie propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul, avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PAMPA (CNUDI/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la rose, l'huile d'olive Oueslati et la figue de Barbarie d'El Ala pour Kairouan ; la harissa, la fleur d'orange et la figue de Barbarie de Bourgois pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent plus de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épiceries fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.



Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns, parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduits vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits de terroir de leur région.

En effet, selon Madame Sara Ezine, représentante du Hub design de Nabeul, partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est une démarche stratégique qui contribuera au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Madame Rachid Louadi, représentante de la marque Bacha Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir.

"Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires", nous dit-elle.

Le Chef Mourid El Aïem a apporté sa touche d'innovation en sublissant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites "les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats", affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de décoller toute sa potentialité grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les

ONUDI Tunisie - Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir : Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national

06 novembre 2024

- En marge de la 15ème édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première [Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir](#), et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPAT (ONUDI-SECO).



Lancement de la première stratégie tunisienne pour valoriser les produits du terroir : Un levier pour le développement régional

31-10-2024



Dans le cadre de la 15^{ème} édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT), la Tunisie a dévoilé les résultats de sa première stratégie nationale pour les produits du terroir, initiée par le ministère de l'Agriculture et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA). Cette initiative, soutenue par le Projet d'accès aux marchés de produits agroalimentaires et de terroir (PAMPAT 2), marque une avancée notable vers une meilleure reconnaissance des produits locaux, souvent méconnus malgré leur potentiel pour les secteurs du tourisme, de l'artisanat et de la gastronomie.

Une stratégie ambitieuse pour un secteur en croissance

L'objectif central de cette stratégie est de définir et structurer le secteur des produits du terroir en Tunisie. Selon Mme Lamia Thabet, experte en accès aux marchés pour le projet PAMPAT, environ 220 produits du terroir ont été identifiés à travers le pays, représentant un levier important de développement économique pour les régions. Deux régions pilotes, Nabeul et Kairouan, ont été sélectionnées pour illustrer cette dynamique, en mettant en valeur trois produits phares : pour Nabeul, l'harissa, les eaux florales et la figue de barbarie, et pour Kairouan, l'huile d'olive, les eaux florales et la figue de barbarie.

Un accompagnement technique et un soutien aux entrepreneurs

Le projet PAMPAT a accompagné les entrepreneurs locaux en leur offrant une assistance technique, des formations et un encadrement personnalisé, permettant ainsi aux petites entreprises d'accéder tant aux marchés locaux qu'internationaux. Hanene Labidi-Ben Ayed, représentante du ministère de l'Agriculture, souligne que ce projet mobilise sept ministères, dont ceux de l'industrie, du commerce, de l'environnement et de la culture. Elle ajoute : « La plupart des entreprises participantes ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 30 %, ce qui traduit un impact financier significatif. » Cette dynamique a également permis de créer des emplois dans des régions souvent éloignées, incitant d'autres entrepreneurs à se tourner vers ce secteur prometteur.

Un engouement croissant pour les produits locaux

Outre les retombées économiques, la stratégie a aussi renforcé l'intérêt des consommateurs pour les produits du terroir. « Les Tunisiens se tournent de plus en plus vers ces produits », observe Mme Labidi-Ben Ayed, une tendance qui s'est accentuée avec la crise du Covid-19, période durant laquelle la demande pour les produits naturels et bio a grimpé.

Témoignage d'une success-story : L'entreprise ZEMNIA

Parmi les exemples de réussite qui sont venus exposer au SIAT, l'entreprise ZEMNIA, dirigée par Rania Mansour et son mari à Nabeul, incarne l'évolution des produits du terroir en Tunisie. Spécialisée dans la production d'eaux florales et de harissa, ZEMNIA a également développé une gamme de confitures d'agrumes, de fraises de Korba ou encore de grenades de Béni Khalled, en fonction des saisons. Plusieurs fois primée lors de concours pour son travail, Rania Mansour témoigne : « Le projet m'a permis de me former dans tous les aspects techniques, notamment le marketing, pour développer mon entreprise. » Elle observe que la demande pour les produits du terroir est en plein essor, portée par l'intérêt croissant pour les produits naturels.

Avec cette nouvelle stratégie, la Tunisie mise sur le renforcement de sa position dans le secteur des produits du terroir, cherchant à dynamiser l'économie régionale tout en répondant aux attentes d'un public toujours plus soucieux de la qualité et de l'authenticité des produits.

Stratégie Nationale De Valorisation Et De Promotion Des Produits Du Terroir

Sur 2024-11-01 09:26

ARTICLES PRINCIPAUX



Les produits du terroir tunisien, véritables vecteurs du développement économique local et national

En marge de la 15^{ème} édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2024), une conférence de presse a été organisée le 31 octobre 2024 au Palais des Expositions du Kram, pour présenter la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, et ce, par la Direction Générale de la Production Agricole au ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche (DGPA) et l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) avec l'appui du projet PAMPAT mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) et financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse (SECO).

La Stratégie, qui a été développée grâce à la collaboration public-privée de sept ministères (Agriculture, Tourisme, Industrie, Affaires Culturelles, Économie, Commerce et Environnement) et les patronats du secteur privé (UTAP, UTICA, CONECT) regroupés au sein d'un Comité de Pilotage multi-institutionnel est actuellement en train d'être mise en œuvre dans les régions pilotes de Kairouan et Nabeul sous le logo « Terroirs de nos Régions ».

Sur le salon SIAT, 6 opérateurs de chaque région sont actuellement présents sur le stand dédié à la Stratégie pour présenter leurs nouvelles offres de produits et de services développés autour des produits de terroir.

Les 5 producteurs ayant obtenu un prix d'excellence lors de la dernière édition du Concours des Produits du Terroir organisé par l'APIA tous les deux ans qui récompense les meilleurs produits du terroir à travers les différentes régions de Tunisie sont également présents pour témoigner de l'impact de ce concours pour la promotion de leurs produits.

La conférence de presse a été rehaussée par la présence de la Directrice générale de l'APIA, les représentants de la DGPA, de l'ONUDI, de l'Ambassade Suisse. Cet événement a été une opportunité pour rencontrer ces exposants, les membres des institutions du Comité de pilotage de la Stratégie nationale, et pour participer aux séances de dégustation animées par le chef Mounir El Arem.

Une approche novatrice du développement local et de croissance multisectorielle dans les régions de la Tunisie

Devant l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits du terroir, la Tunisie mise chaque fois plus sur la valorisation intégrale de son patrimoine agroalimentaire. Aujourd'hui l'ambition est d'aller plus loin et de proposer des expériences immersives où les clients locaux et étrangers peuvent découvrir le patrimoine lié aux produits du terroir tunisien, selon une approche multisensorielle.

En ce sens, le ministère de l'Agriculture (DGPA-APIA) a lancé officiellement, en mai 2022, la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, visant à promouvoir le développement régional autour des produits du terroir et positionner la Tunisie en tant que destination touristique gourmande, riche en traditions et coutumes.

Le plan d'action national qui fait partie de la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir se concentre sur quatre axes-clés :

- Production agricole et valorisation des produits du terroir ;
- Commercialisation des produits du terroir ;
- Marketing territorial, patrimoine immatériel et tourisme autour des produits du terroir ;
- Gouvernance et structuration du sous-secteur des produits du terroir.

De ce fait, la Stratégie propose des orientations pour pouvoir exploiter tout le potentiel de croissance qui émane des produits du terroir et qui va bien au-delà de la vente de denrées traditionnelles. Le but ultime de la valorisation des produits du terroir est la création d'emplois et des revenus, qui découlent notamment de la création d'activités économiques annexes, tels que l'agrotourisme, les festivals culturels, la gastronomie, l'artisanat et le développement de nouveaux produits transformés à partir des produits phares de chaque région.

La mise en œuvre de la Stratégie dans les deux régions pilotes : Kairouan et Nabeul

La Stratégie est mise en œuvre depuis 2022 dans deux régions pilotes en Tunisie, à savoir Kairouan et Nabeul. Avec la participation de tous les acteurs locaux et avec l'appui du projet PAMPAT (ONU/SECO), trois produits phares ont été sélectionnés dans chaque région pilote : la rose, l'huile d'olive Oueslali et la figue de barbarie d'El Ala pour Kairouan ; la harissa, l'afeur d'orange et la figue de barbarie de Bouargoub pour Nabeul.

Dans ces deux régions, les institutions soutiennent pas moins de 250 opérateurs, qui cherchent à valoriser ensemble les trois produits de terroir phares de leurs régions. Parmi ces bénéficiaires, on trouve des producteurs de produits de terroir, des agriculteurs, des hôtels, des gîtes, des maisons d'hôtes, des restaurants, des tables d'hôtes, des pâtisseries, des glaciers, des épicerie fines, des agences de voyages ainsi que des associations culturelles.

Les visiteurs du SIAT auront l'opportunité de rencontrer quelques uns parmi eux et découvrir le parcours qui les a conduit vers le renouvellement et la diversification de leur offre en valorisant les produits du terroir de leur région.

En effet, selon Madame Sana Ezzine, représentante du Hub design de Nabeul, partenaire de l'intervention dans la région pilote, la valorisation des produits du terroir à travers l'artisanat est un axe stratégique de la démarche qui contribuera au renforcement de l'identité de la région et à la création d'une offre spécifique.

De son côté, Madame Bochra Laouani, représentante de la marque Bahia Cosmétique et basée à Kairouan témoigne de la nouvelle dynamique qui s'est mise en place dans la région grâce à cette approche qui a permis de mettre en contact les acteurs touristiques avec les producteurs de produits du terroir. « Aujourd'hui, nous offrons plus qu'un produit, nous partageons des expériences et des histoires, nous dit-elle »

Le Chef Mounir El Arem a apporté sa touche à l'événement en sublimant les différents produits phares de Nabeul et Kairouan à travers des recettes inédites. « Les produits du terroir sont devenus nos ingrédients phares qui apportent une touche d'originalité dans nos plats » affirme le Chef.

En conclusion, le secteur des produits du terroir tunisien est en phase de dévoiler toutes ses potentialités grâce à la première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, qui ambitionne aujourd'hui de généraliser un nouveau modèle de développement local inclusif, où tous les acteurs ont un rôle à jouer pour engendrer de nouvelles perspectives pour la destination Tunisie.

PAMPAT : La foire aux saveurs locales !

11 novembre 2024 Par : Ali DRISS

Labelliser les produits du terroir est une initiative de développement régional. Et, une entreprise de bon goût.



Comme à l'accoutumée PAMPAT*, ce projet tuniso suisse, se loge dans le SIAT (Salon de l'investissement agricole et alimentaire Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie) lequel s'est tenu au parc du Kram. Le programme, qui en est à sa deuxième composante PAMPAT 2, semble tenir son régime de croisière. Et, les résultats sont probants au vu de la multitude d'exposants au SIAT. Un écosystème d'appui aux produits du terroir s'est-il enfin matérialisé au niveau des régions ? Sera-t-il viable à l'avenir ?

A la force du poignet

Il régnait une ambiance de kermesse au stand PAMPAT. Les exposants étaient bien en verve exposant aux visiteurs les détails de leur parcours. Et, par conséquent de leur réussite. Les récits des jeunes promoteurs sont enthousiastes et instructifs touchant aux péripéties de faisabilité des projets.

Faire aboutir un projet, sortir sur le marché, faire son branding local, pour plus de notoriété marchande et enfin espérer aller à l'international, est bien grisant ! Et comme on comprend la joie de ces jeunes promoteurs créatifs. De véritables battants. Ils ont creusé leur sillon à la force du poignet. Et c'est autant de reconnaissance à la vision des initiateurs du programme.

EN CONTINU

PAMPAT : La foire aux saveurs locales !

La littérature tunisienne à l'honneur au Sa
d'Alger

Conseil national des régions et des district
Les députés réclament plus d'argent

Combien vaut votre blé ? Nouveaux prix fi
céréales en Tunisie

Budget 2025 : Le gouvernement mise sur
infrastructures pour relancer l'économie

A LA UNE



PAMPAT : La foire aux
locales !



CHRONIQUE : Hittistes
Tunisair



Classement internation
Tunisie en IA : Un class
n'honore pas notre pay
compétences

PAMPAT : La foire aux saveurs locales !

11 NOVEMBRE 2024 10H24 0703

Labelliser les produits du terroir est une initiative de développement régional. Et, une entreprise de bon goût.



Comme à l'accoutumée **PAMPAT***, ce projet tuniso suisse, se loge dans le SIAT (Salon de l'investissement agricole et alimentaire Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie) lequel s'est tenu au parc du Kram. Le programme, qui en est à sa deuxième composante PAMPAT 2, semble tenir son régime de croisière. Et, les résultats sont probants au vu de la multitude d'exposants au SIAT. Un écosystème d'appui aux produits du terroir s'est-il enfin matérialisé au niveau des régions ? Sera-t-il viable à l'avenir ?

A la force du poignet

Il régnait une ambiance de kermesse au stand PAMPAT. Les exposants étaient bien en verve exposant aux visiteurs les détails de leur parcours. Et, par conséquent de leur réussite. Les récits des jeunes promoteurs sont enthousiastes et instructifs touchant aux péripéties de faisabilité des projets.

Faire aboutir un projet, sortir sur le marché, faire son branding local, pour plus de notoriété marchande et enfin espérer aller à l'international, est bien grisant ! Et comme on comprend la joie de ces jeunes promoteurs créatifs. De véritables battants. Ils ont creusé leur sillon à la force du poignet. Et c'est autant de reconnaissance à la vision des initiateurs du programme.

Du Bon cru local

A la vérité certains produits sont de pure tradition. D'autres relèvent de la création bien inspirée. La figue de barbarie vient de la nuit des temps et le fruit nous est bien familier. Pareil pour l'harissa ou le parfum de fleur d'oranger. Mais la cosmétique à base d'huile de graines de barbarie, c'est de la R&D.

Pareil pour le travail de relooking du packaging des produits. C'est une créativité proprement louable. Les flasques de 10 cl en assortiment de trois dans un coffret en osier est sans doute une œuvre d'un marketing incisif. Le conditionnement en dosettes, c'est vendeur.

Toutefois les prix sont conséquents et ce en l'absence d'intermédiaires. D'un certain point de vue, c'est rassurant. Tout le temps qu'il y a de la marge, il y a du cash flow. Cela veut dire que la rentabilité suit, ouvrant la voie à un éventuel réinvestissement de croissance ou de diversification.



EN CONTINU

SAVOIRAT : La foire aux saveurs locales !

La littérature tunisienne à l'honneur au Salon de Lire d'Alger

Conseil national des régions et des districts - CNRD : Les députés réclament plus d'argent

Centres quel votre bébé ? Nouvelles prix basés pour les séjours en Tunisie

Budget 2025 : le gouvernement mise sur les infrastructures pour relancer l'économie



Pareil pour le travail de relooking du packaging des produits. C'est une créativité proprement louable. Les flasques de 10 cl en assortiment de trois dans un coffret en osier est sans doute une œuvre d'un marketing incisif. Le conditionnement en dosettes, c'est vendeur.

Toutefois les prix sont conséquents et ce en l'absence d'intermédiaires. D'un certain point de vue, c'est rassurant. Tout le temps qu'il y a de la marge, il y a du cash flow. Cela veut dire que la rentabilité suit, ouvrant la voie à un éventuel réinvestissement de croissance ou de diversification.

Kairouan, Nabeul deux métropoles pilotes

Au vu du standing des exposants on sent que PAMPAT a bien décollé. Pour autant toutes les régions étaient-elles au même niveau ? La réponse ne fait pas de doute. A chaque région son coefficient de dynamisme, en fonction des éléments naturels. Une région comme Djebba s'est donné un nouveau départ dans la vie grâce à la récolte d'un fruit insoupçonné, la figue de barbarie Bio.

Les initiateurs du programme soutiennent avec force conviction que chaque région peut se trouver son filon. Rappelons qu'un catalogue national a recensé 220 produits du terroir pour les 24 gouvernorats. A chaque région son potentiel. Et pour donner un coup de boost à la dynamique d'ensemble PAMPAT a mis au point un stimulus d'émulation.

Nabeul et Kairouan seront deux villes pilotes et leur schéma d'expansion pourrait être sinon dupliqué du moins implémenté. Nabeul a sa voie toute tracée. Et Kairouan se voit dotée d'une vocation de capitale de la rose avec une surface de 1500 ha dotés à la culture des roses .Ce faisant PAMPAT change d'échelle et acquiert une stature de vecteur de développement régional.

Ali DRISS

*PAMPAT : Programme d'accès aux marchés des Produits Agricoles et du Terroir.

لهذا شهر ثابت لمنطقة مشروع PAMPAT: تهدف إلى تسويق المنتجات في جيبتي نابل والقروان محليا وعالميا

عرف مشروع PAMPAT الفعالي في الأسواق للمنطقة الداخلية والمنطقة في تونس انطلاقا من قبل المنظمة الدولية للتجارة العالمية للتجارة الزراعية والنمو من التجارة الدولية في السنوات الأخيرة لهذا المشروع فقد انخرق في مرحلة أولى من مرفقة المنتجات المحلية والعمليّة المنسوجة على ثلاثين رسمة للمنتج على حرارين تنمية والقيمة التوسمية دون أن تنسى المنطقة التونسية للمنطقة المحلية المنسوجة من المشروع السويسري والتي انطلقت في 2017 بدعم من المرحلة الثانية PAMPAT2 في تعزيز مشاركة النساء مساهمات المشاريع في الدورة التكوينية وفي المرفقة والإعلاميّة عسلا عن مشاركتهم في المسابقات والمعرض. في هذا الإطار وعلى عكس تقليد معرض الفلاحة الدولي (منذ 2004) لثقة الترويج بالاشتراك في الفلاحة (Agris) صرحت منطقة المشروع PAMPAT أهمية لهذا الشهر كمنصة الإستراتيجية للمشروع التي على أساس منحوتة محلية في منطقتي مونتجني وهذا أو لا منطقة نابل من خلال الترويج على الزهر والقيمة والبيئي وثالثا منطقة القروان من خلال الترويج البيئي في منطقة العنلا وصالات منطقة المشروع أن الهدف الأساسي هو إعطاء قيمة مضافة للمنطقة المحلية والإعلاميّة بهم فضلا عن الترويج ودعم الوصول إلى الأسواق الوطنية والعالمية.





حنان عبيدي بن عياد: استراتيجيات هادفة لـ PAMPAT تضمن الجودة والتسويق

صرحت السيدة حنان عبيدي بن عياد، مديرة التجارة و الجودة بوكالة الترويج بالاشتراكات الفلاحية على هامش انعقاد المعرض الدولي للفلاحة #SIAT 2024 الذي تنظمته #APIA ان الاستراتيجية الرامية لتسويق المنتجات المحلية منقطة القروان و دائل كتعمرة بتوجيه لتسويق المنتجات المحلية بالمحيط. وبيد ان الاستراتيجية تمت باعدادها وزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري بالتعاون مع مشروع #PAMPAT وراهن على مراقبة المنتجات المحلية والتشجيع على الانتاج و الجودة من أجل ضمان فرص تسويقية في الاسواق العالمية. وشارت عبيدي ان معرض للبيات 2024 للفلاحة الدولي في دورته 15 براهن على التكنولوجيا والتقنيات المصنوعة في ظل الثغرات ويحمل شعار الانتشار والتجديد من أجل انتشار صمام ومستدام.

ونتيجة لذلك، تقترح الاستراتيجية مبادئ توجيهية لاستغلال إمكانات النمو الكاملة التي تتبع من المنتجات المحلية والتي تتجاوز بكثير بيع المنتجات التقليدية. الهدف العام لتعزيز المنتجات المحلية هو خلق فرص شغل وهجاء دخل محترم للمنتجين في قطاعات مختلفة، من خلال إلهام أنشطة اقتصادية مسانعة، مثل السياحة الفلاحية والمهرجانات الثقافية وفن الطهي والحرف اليدوية وتطوير منتجات جديدة تركز على المنتجات الخاصة بكل منطقة من بلدنا.

تنفيذ الاستراتيجية في المنطقتين النموذجيتين: القيروان ولابل

وقد تم تنفيذ الاستراتيجية منذ سنة 2022 في منطقتين نموذجيتين في تونس، بولاية القيروان و لابل، وبمشاركة جميع الأطراف المتداخلة وبدعم من مشروع الوصول إلى أسواق المنتجات الفلاحية والمنتجات المحلية في تونس (PAMPAT (ONUDI/SECO، حيث تم اختيار 3 منتجات رئيسية في كل منطقة نموذجية مثل: البورد وزيت الزيتون والخبز العادي من العلاء في ولاية القيروان، الهريسة وزهر البرقال والتين الحوي من بوعرقوب بولاية لابل.

وتدعم المؤسسات المتداخلة في هذا المشروع بهاتين المنطقتين ما لا يقل عن 250 مهنياً، يسعون إلى الترويج للمنتجات المحلية الرئيسية الثلاثة لمناطقهم. ومن بين هؤلاء المستفيدين منتجو المنتجات المحلية والفلاحين والتجار ودور الضيافة والمطاعم ومحلات الحلويات ومحلات الملابس والأحذية والملابس وكالات السفر والجمعيات الثقافية.

وستتاح الفرصة لزوار الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي والتكنولوجيا SIAT للقاء بعضهم واكتشاف المسار الذي قادهم إلى تجديد وترويج عروضهم من خلال الترويج للمنتجات المحلية لولايتهم.

و في هذا الإطار قالت السيدة سناء الزين، ممثلة مركز لابل للتصميم، ومنتفعة من مشروع PAMPAT: "إن الترويج للمنتجات المحلية من خلال الصناعة التقليدية هو محور استراتيجي للمساهمة في تعزيز هوية المنطقة وخلق عروض ذات خصوصية".

من جهتها، أكدت السيدة بشرى علوي، ممثلة العلامة التجارية "بهيبة" لمستحضرات التجميل والمقنعة في ولاية القيروان، على الديناميكية الجديدة التي تعيشها المنطقة بفضل هذا التوجه الجديد الذي يربط بين الفاعلين السياحيين ومنتجي المنتجات المحلية، و أضافت قائلة: " اليوم، نحن نقدم عديد المنتجات، و نشترك الخبرات والقصص في ما بيننا".

وقد أضفى حضور الطباخ التونسي منير العارم لمستى على الحدث من خلال تقديم مختلف المنتجات المحلية لولايتي لابل والقيروان من خلال وصفات مبتكرة، و صرح العارم قائلاً: لقد أصبحت المنتجات المحلية ضمن مكوناتنا الرئيسية التي تصفي لمسة من الأمانة على أطباقنا".

وختاماً، إن قطاع المنتجات المحلية التونسي يصدد الكفف عن جميع مميزات بفضل الاستراتيجية الوطنية الأولى للتهنؤ بالمنتجات المحلية والترويج لها، والتي تهدف اليوم إلى تعميم نموذج جديد للتنمية المعاملة، حيث تلصّب جميع الجهات الفاعلة دوراً في خلق أفاق جديدة للجهة التونسية.

ويجري حالياً تنفيذ الاستراتيجية، التي وضعت بفضل التعاون بين القطاعين العام والخاص والذي شمل سبع وزارات وهي: الفلاحة، والسياحة، والصناعة، والشؤون الثقافية، والاقتصاد، والتجارة، والبيئة، وأرباب العمل في القطاع الخاص وهم: الاتحاد من أجل آسيا والمحيط الهادئ، والاتحاد الأوروبي بالتعاون الدولي، كنفدرالية مؤسسات المواطنة التونسية (CONNECT) وذلك في إطار لجنة توجيهية متعددة الأطراف، تهتم بالمناطق النموذجية في كل من ولايتي القيروان ولابل.

وقد شهد الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي والتكنولوجيا SIAT، تواجد 6 مهنيين من كل منطقة في الجناح المخصص للاستراتيجية لتقديم منتجاتهم المحلية وخدماتهم الجديدة التي تم تطويرها.

كما هم الصالون أيضاً المنتجين الخمس الذين فازوا بجائزة التميز في النسخة الأخيرة من مسابقة المنتجات المحلية التي تنظمها وكالة التهنؤ بالاستثمارات الفلاحية (APIA) كل سنتين والتي تكافئ من خلالها أفضل المنتجات المحلية في مختلف مناطق بلدنا وذلك لإعطاء نموذج حي لتأثير هذه المسابقة على الترويج لمنتجاتهم.

وكان هذا الحدث فرصة للقاء العارفين بأعضاء اللجنة التوجيهية لهذه الاستراتيجية الوطنية، والمشاركة في حصص التذوق التي يؤمنها الطباخ منير العارم.

مقاربة مبتكرة للتنمية المحلية والنمو متعدد القطاعات في المناطق التونسية

في مواجهة الاهتمام المتزايد بالمستهلكين بالمنتجات المحلية، تركز تونس بجدية على التطوير الكامل لترحائها الغذائي الفلاحي. واليوم هذا التمهني يقودنا إلى أبعد من ذلك من خلال تقديم تجارب جديدة يمكن من خلالها للحرفاء المحليين والأجانب اكتشاف التراث المرتبط بالمنتجات المحلية التونسية.

ووفقاً لهذا التمهني أطلقت وزارة الفلاحة رصياً، في شهر ماي من سنة 2022، أول استراتيجية وطنية للتهنؤ بالمنتجات المحلية و الترويج لها، حيث تهدف إلى تعزيز التنمية الجهوية من خلال المنتجات المحلية وجعل تونس مقصداً سياحياً للراغبين في اكتشاف كل ما هو جديد من عادات وتقاليد.

وتركز خطة العمل الوطنية، التي تشكل جزءاً من الاستراتيجية الوطنية للتهنؤ بالمنتجات المحلية و الترويج لها، على أربعة محاور رئيسية:

- الإنتاج الفلاحي والترويج للمنتجات المحلية

- تسويق المنتجات المحلية

- تسويق التراث اللامادي والسياحة من خلال المنتجات المحلية

- حوكمة وهيكلية قطاع المنتجات المحلية

SIAT 2024 / PAMPAT : الاستراتيجية الوطنية للتهنؤ بالمنتجات المحلية والترويج لها



تخلعت يوم الخميس 31 أكتوبر 2024 بغمر المعارض بالكرم، ندوة صحفية لتقديم تفاصيل الاستراتيجية الوطنية الأولى من نوعها للتهنؤ بالمنتج المحلي والترويج له، وذلك تحت إشراف كل من الإدارة العامة للإنتاج الفلاحي بوزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري (DGPA) ووكالة التهنؤ بالاستثمارات الفلاحية (APIA) وبدعم من مشروع الوصول إلى أسواق المنتجات الفلاحية والمنتجات المحلية في تونس PAMPAT الذي تنفذه منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) وتموله كتابة الدولة للشؤون الاقتصادية في الاتحاد السويسري (SECO). وذلك على هامش النسخة 15 من الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي والتكنولوجيا (SIAT 2024).

وقد حرم الندوة المحققة كل من المديرية العامة لوكالة التهنؤ بالاستثمارات الفلاحية (APIA)، وعميلين عن الإدارة العامة للإنتاج الفلاحي بوزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري (DGPA) ومن منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) و ممثلين عن المشاركة السويسرية.



https://ar.mondenews.net/%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%b1%d8%a7%d8%aa%d9%8a%d8%ac%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d9%88%d8%b7%d9%86%d9%8a%d8%a9-%d9%84%d9%84%d9%86%d9%87%d9%88%d8%b6-%d8%a8%d8%a7%d9%84%d9%85/?fbclid=IwY2xjawGWu0NleHRuA2FlbQlxMQABHavh2P_yucw_2D34OK9IWKUM5wcn4tfxk9DJ5jVlKM1igPK16HsgI4iyAw_aem_eLl9KZGScPd0LHK1RkBFg

وتعد ذلك نجاحاً استراتيجياً يبرز توجيهه الاستراتيجي لإكساب النمو الكاملة التي تلوح من المنتجات المحلية والتي تتطور كل يوم مع المنتجات التقليدية، الهدف تطوير كبرى المنتجات المحلية هو خلق فرص شغل وبعثان داخل منطقتي المستثمرين في قطاعات مختلفة، من خلال إنشاء أنشطة اقتصادية مساندة مثل السياحة الترفيهية والمنتجات الفاخرة والضيافة والرفاهية وتطوير صناعات مساندة تركز على المنتجات الفاخرة مثل سلة من بلاد.



تعداد الاستراتيجية في المنطقتين السعوديتين الغربية والشرقية

وقد تم توقيع الاستراتيجية منذ سنة 2022 في منطقتين سعوديتين في تونس، الجزائر، العراق، لبنان، ومصر، حيث تم توفير الوصول إلى أسواق المنتجات الغذائية والمنتجات المحلية في تونس (FAMNAT/ONAD/SECO) حيث تم استضافة منتجات إقليمية في كل منطقة سعودية مثل: الجوز، زيت الزيتون، الحمص، والخبز العربي من القطر في ولاية القيروان، البرصة، بزرغ، الرغاب، والخبز الطويل من جغرافيا جافة مثل:

وتدعم المؤسسات المحلية في هذا المشروع بتأمين المستلزمات من خلال 250 مستشاراً سعودياً في الترويج والخدمات المحلية الرئيسية الثلاثة لمنطقتهم. ومن بين هؤلاء المستشارين منسوبي المنتجات المحلية والعلاقات والتمويل والتسويق والمنظم ومعدات التغليف ومنتجات التغليف والأجهزة المحلية، وكذلك الأسفلت والمنشآت الفاخرة.

وستتاح الفرصة لوزراء الميناء الدولي للمستثمر الألماني والتكنولوجيا (S&T) لقاء مستشاري والتسويق التجاري الذين قد قدموا في العديد من مشاريع الترويج للخدمات المحلية لولاهاهم.

وفي هذا الإطار قامت الشركة مساء الربع، محفلة من أجل الترويج، ومنتجتها من منتجات (PAMFAR) من الترويج للخدمات المحلية من خلال السياحة الترفيهية، هو محور استراتيجي المساندة في تعزيز هوية المنطقة وخلق فرص ذات خصوصية:

من جهة أخرى، كتبت الشركة مشروع ترويجي، محفلة الفاخرة التجارية "فخمة" لاستثمارات التجميل والطبقة في ولاية القيروان على التامة المحلية المتعددة التي تضمنها المنطقة خلال هذا التوجه المتعدد الذي بدأه من القطاع السياحي المتمثل في المنتجات المحلية، والمنتجات الفاخرة، والمنتجات الفاخرة، التي تقدم خدمة المنتجات، وتتشارك الشركات والقسم من ما "بها".

وقد انشأ مشروع القطاع الترويجي مع وزير الزراعة على الحدث من خلال تقديم مختلف المنتجات المحلية لولاهاهم، مثل: الخبز العربي، من خلال وصفات مبتكرة، وترويج العرمة الفاخرة، لقد استهدفت المنتجات ضمن مبادرات الترويج التي تضمنت من الأعمال على التوالي:

وخاصةً إن قطاع المنتجات المحلية الترويجي يهدف إلى تحقيق أقصى استفادة ممكنة من المنتجات المحلية الفاخرة، حيث تقدم منتج المنتجات الفاخرة عبر ما خلقه كقوة ترويجية تونسية.



ويجدر هنا أيضاً تذكير الاستراتيجية التي وضعتها جبهة التعاون بين القطاعين العام والخاص، والتي تشمل مسج وارات وهي: الطاقة، والسياحة، والتمويل، والتسويق، والاقتصاد، والتسويق، وإيادات العمل في القطاع الخاص وهو: التعاون من أجل أمننا والمطبخ، والهناج، والاتحاد الأوروبي للتعاون الدولي، لتوفير إكساب المؤسسات الوطنية التونسية (DONES) وذلك في إطار لجنة توجيهية مستقلة المؤلفين، لنمو المناطق المحيطة في كل من ولاية القيروان ولبنان.

وقد شهد المساندين الدولي للمستثمر الألماني والتكنولوجيا (S&T) تواجد 8 مستشارين من كل منطقة في المنتج المحلي للاستراتيجية لتقديم منتجاتهم المحلية وخدماتهم الجديدة التي تم توفيرها.

كما يجرى الميناء، كما المستثمر الألماني، لولا مبادرة الترويج في المنطقة الأخرى من منطقة المنتجات المحلية التي تضمها ولاية القيروان كالمستشارين القاسية (PAMFAR) كل مستشارين ولكن تلتزم من خلالها العمل المنتجات المحلية في مختلف مناطقها، وذلك لإتاحة مساندة من خلال هذه المساندة على الترويج لمختلفها.

ويأتي هذا الحدث فرصة لقاء الخبراء بامتداد اللجنة التوجيهية لهذه الاستراتيجية الوطنية، والمشاركة في مستوى الترويج التي تضمنها القطاع من الميناء.

مبادرة مبتكرة لدعم المحلية والتمويل متعدد القطاعات في المناطق التونسية

في مواجئة الاعتماد المتزايد للمستهلكين بالمنتجات المحلية، تركز تونس بجدية على تطوير الكامل لترويجها الذي تضمن: واليوم هذا العنصر يهدف إلى إلهام من ذلك، من خلال تقديم نماذج متميزة من خلالها لترويج المنتجات والأصناف للقطاع الترويجي للقطاع الترويجي للمنتجات المحلية التونسية.

ويهدف هذا التوجه إلى تعزيز الثقافة، ووزارة الثقافة رسمياً في شهر مايو من سنة 2022 أول استراتيجية وطنية للترويج بالمنتجات المحلية والترويج لها، حيث تهدف إلى تعزيز التنمية الحيوية من خلال المنتجات المحلية وسبل تونس مستهدفاً مساندة الترويج في القطاع كل ما هو جديد من عادات ومنتجات.

وتركز خطة العمل الوطنية التي تتناول هذا من الاستراتيجية الوطنية للقطاع، والمنتجات المحلية والترويج لها، على أربعة محاور رئيسية:

- إنتاج القاسي والترويج للخدمات المحلية
- تسويق المنتجات المحلية
- تسويق التراث الثقافي والسياحة من خلال المنتجات المحلية
- حوكمة وحماية قطاع المنتجات المحلية

ملاحظات

الاستراتيجية الوطنية للترويج للهوض بالمنتجات المحلية والترويج لها

2024-10-21 10:51

Website Home Twitter Facebook



المنتج المحلي التونسي دافع قوي لتنمية الاقتصاد المحلي والوطني

تمت يوم الخميس 11 أكتوبر 2024 بصر الجزائر بالقرم، الدورة الثانية لتقييم تدابير الاستراتيجية الوطنية الأولى من توجيهها للترويج بالمنتج المحلي والترويج له، وذلك تحت إشراف كل من وزارة التجارة العامة للقطاع الصناعي ووزارة الثقافة والموارد المائية والصيد البحري (DGR) ووزارة الهوض والمنتجات الغذائية (AFSA) بدعم من مشروع الوصول إلى أسواق المنتجات الغذائية والمنتجات المحلية في تونس (PAMFAR) الذي تقيمه منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) وشركة كاتالوجا للترويج الاقتصادي في القطاع الترويجي (SECO) وذلك على مستوى المنطقة 10 من الميناء الدولي للمستثمر الألماني والتكنولوجيا (S&T) 2024

وقد حضر الدورة المستشارة كل من المدير العامة لولاية الهوض، الاستشارية القاسية (AFSA) ومستشاري من الإدارة العامة لإنتاج القاسي، وزارة الثقافة والموارد المائية والصيد البحري (DGR) ومنسوبي المنطقة الأخرى المتعددة لتنمية المنطقة (UNIDO) ومستشاري من السفارة السويسرية.



تخلت يوم الخميس 31 أكتوبر 2024 بصرى العمال من بالقر، تروية مسجعة لتقوية المصنوع الاستراتيجي الوطنية الأولى من تروية التوبوش بالمنتج المحلي والترويج له، وذلك تحت ترافق كل من الإدارة العامة للتأجير القلاهي بوزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري (DGPA) ووكالة التوبوش بالاستشارات الفلاحية (APFA). بدعم من مشروع الوصول إلى أسواق المنتجات الفلاحية والمنتجات المحلية في تونس PAMPAT التي تلتها منظمة الأمم المتحدة للتربية العلمية (UNIDO) ومقره كندا التربة للتعاون الاقتصادية في الامتداد البريسيري (SECO)، وذلك حتى عائل السنة 15 من الصالون الدولي للاستثمار القلاهي والتكولوجيا (SIAT 2024).

وقد حضر الفعالية المسخفة كل من المديرة العامة لوكالة التوبوش بالاستشارات الفلاحية (APFA)، وممثل عن الإدارة العامة للتأجير القلاهي بوزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري (DGPA) بر عن منظمة الأمم المتحدة للتربية العلمية (UNIDO) وممثل عن السفارة السويسرية.

ويجري حاليا لقاء الاستماع التي وضعت بفضل التعاون من القطاع العام والخاص والتي تشمل سبع وزارات من: الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري والتعاون والتنمية، والتجارة، والبيئة، وأرباب العمل في القطاع الخاص ومع: الامتداد من أجل آسيا والسيط الهادي، والامتداد الأوروبي للتعاون الدولي، كالتجارة، وبنسبنا الوطنية التروية (CONNECT) وذلك في إطار لجنة توجيهية منسقة الوطاعة، لتمام بالمناطق التوبوشية في كل من والبي القروان وخل.

وقد شيد الصالون الدولي للاستثمار القلاهي والتكولوجيا SIAT، فرامد 6 مسخف من كل منطقة في القطاع المنسجس للاستراتيجية لتقديم منتجايم المحلية وعملهم الفعالية التي تم تطويرها.

كما قدم الصالون لعرض المنتج المنس للين قاروا باعتزلة التوبوش في التسعة الأخيرة من مسخفة المنتجات المحلية التي لتمامها وكالة التوبوش بالاستشارات الفلاحية (APFA) كل مسخف والتي تتفق من خلالها أفضل المنتجات المحلية في مسخف مناطق بلاتنا وذلك لإعطاء نموذج من كالتز هذه المسخفة على الترويج لمنتجهم.

وبالن هذا الحدث فرصة لقاء العارضين باعضاء اللجنة التوجيهية لاهم الاستراتيجية الوطنية، والمشاركة في مجلس التوافق التي يمولها القطاع الخاص العام.

مقاربا مسخفا لتربية المسخفة والفسر منسجس للقطاعات في المنطق التروية

في سواجية الاضام التروية المنسجسجس بالمنتجات المحلية، تركز تونس مدينة على التطوير الكامل التروية القلاهي القلاهي، واليوم هذا التشي فرتنا إلى أبعاد من ذلك من خلال تقديم تعارب مهادة يمكن من خلالها التعرف على المحلي والاحاف التشف التروية الفرطمة بالمنتجات المحلية الوطنية.

ووفالها التشي لفتات وزارة الفلاحة زسجدا، في شهر ماي من سنة 2022- أول استراتيجي وطنية للتوبوش بالمنتجات المحلية والترويج لها، حيث تجهد في تعزيز التبية المصوبة من خلال المنتجات المحلية ومثل تونس خلسها سياندا التروية في التشف كل ما هو جديد من عادات و تقاليد. وترتكز خطة العمل الوطنية التي تتشكل مرزا من الاستراتيجية الوطنية للتوبوش بالمنتجات المحلية والترويج لها، على أربعة محاور رئيسية:

- الإنتاج القلاهي والترويج للمنتجات المحلية
 - تسويق المنتجات المحلية
 - تسويق التراث الحادي والسياسة من خلال المنتجات المحلية
 - حوكمة وبيئة لقطاع المنتجات المحلية
- وتتبعيا لذلك، تفرح الاستراتيجية مصادير توجيية لاستغلال إمكانات التروية القلاهي التي تتبع من المنتجات المحلية والتي تتناول بتلر جميع المنتجات التقليدية. الهدف العام لتعزيز المنتجات المحلية هو خلق فرص عمل وخدمات لاهل محطرة المنسجس في قطاعات مسخفة من خلال إنشاء أنشطة اقتصادية مساندة مثل السياحة الفلاحية، والصناعات التقليدية، والحرف اليدوية، وتطوير منتجات جديدة تركز على المنتجات الخاصة بكل منطقة من مناطق.

تعد الاستراتيجية في المنطق التونسيين: القروان ونابل

وقد تم تنفيذ الاستراتيجية منذ سنة 2022 في منطقين تونسيين في تونس، بولاية القروان ونابل، وبمشاركة جميع الأطراف المسخفة وبدعم من مشروع الوصول إلى أسواق المنتجات الفلاحية والمنتجات المحلية في تونس PAMPAT (ONUDI/SECO)، حيث تم اختيار 3 منتجات رئيسية في كل منطقة تونسية مثل: الفورد وزيت الزيتون الوسلاتي والنش التروية من العلاء في ولاية القروان؛ الفريسة وزهر البرتقال والنش التروية من بوعرفوب بولاية نابل.

و بدعم المؤسسات الداعمة في هذا المشروع يهاتن المنطقين ما لا يقل عن 250 مسخفا، يسعون إلى الترويج للمنتجات المحلية الرئيسية الثلاثة لمنطقهم. ومن بين هؤلاء المنسجسجس منسجس المنتجات المحلية والقلاص والنزل ودور الضيافة والمطاعم والعلويات ومعدات المنتجات والأطعمة المحلية ووكالات السفر والمصحات التقليدية.

و ستاح الفرصة لزوار الصالون الدولي للاستثمار القلاهي والتكولوجيا SIAT لقاء، بعضهم واكتشاف المسار الذي تقدمه إلى تعيدته وترويج عرضهم من خلال الترويج للمنتجات المحلية للوايتهم.

وفي هذا الإطار قلت السيدة سناء الزين، مسخفة مرزك نابل للتصميم، ومنتجة من مشروع PAMPAT: "إن الترويج للمنتجات المحلية من خلال الصناعة التقليدية هو محور استراتيجي للتصاها في تعزيز هوية المنطقة وخلق عروض ذات خصوصية".

من جهتها، كتبت السيدة بشرى لعواي، مسخفة العلامة التجارية "بيبة" لمنسجسجس التجميل والقبعة في ولاية القروان، على البينايكية الجديدة التي تعيها المنطقة بفضل هذا التوجه الجديد الذي ربط بين القاطنين السامسين ومنتجهم المنتجات المحلية، وأسفدت قللة: " اليوم، نحن نقدم عبدة المنتجات، ونشارك الفترات والقصص في ما بيننا".

وقد أسفح محور القطاع التروية منير العامر لسته على الحدث من خلال تقديم مسخف المنتجات المحلية للوايتي نابل والقروان من خلال وصفات مسخفرة، ومسرح العامر قللة: " لقد أسفجت المنتجات المحلية منسجسجس مكرتلتا الرئيسية التي تعيها لسة من الأصالة على لتمامها".

وختاما، إن قطاع المنتجات المحلية التروية يسند الكلف عن جميع مسخفاة بفضل الاستراتيجية الوطنية الأولى للتوبوش بالمنتجات المحلية والترويج لها، والتي تهدف اليوم إلى تعيد نموذج جديد للتربية المحلية الشاملة، حيث تلعب جميع الجهات الفاعلة دورا في خلق أفق جديدة لتربية التروية.



الاستراتيجية الوطنية للتوبوش بالمنتجات المحلية والترويج لها المنتج المحلي التونسي دافع قوي للتنمية الاقتصادية المحلية والوطنية



42 صور

https://www.jomhouria.com/art162502_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9%20%D9%84%D9%84%D9%86%D9%87%D9%88%D8%B6%20%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%8A%D8%AC%20%D9%84%D9%87%D8%A7%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%86%D8%AA%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D9%86%D8%B3%D9%8A%20%D8%A7%D9%81%D8%B9%20%D9%82%D9%88%D9%8A%20%D9%84%D9%84%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9

جمهورية

كما ضم الصالون أيضا المنتجين الخمس الذين فازوا بجائزة التميز في النسخة الأخيرة من مسابقة المنتجات المحلية التي تنظمها وكالة النهوض بالاستثمارات الفلاحية (APIA) كل سنتين والتي تكافئ من خلالها أفضل المنتجات المحلية في مختلف مناطق بلادنا وذلك لإعطاء نموذج حي لتأثير هذه المسابقة على الترويج لمنتجاتهم. وكان هذا الحدث فرصة للقاء العارضين بأعضاء اللجنة التوجيهية لهذه الاستراتيجية الوطنية، والمشاركة في حصص التذوق التي يؤمنها الطباخ منير العارم. مقارنة مبتكرة للتنمية المحلية والنمو متعدد القطاعات في المناطق التونسية في مواجهة الاهتمام المتزايد للمستهلكين بالمنتجات المحلية، تركز تونس بجديّة على التطوير الكامل لتراثها الغذائيّ الفلاحي. واليوم هذا التمشي يقودنا إلى أبعد من ذلك من خلال تقديم تجارب جديدة يمكن من خلالها للحرفاء المحليين والأجانب اكتشاف التراث المرتبط بالمنتجات المحلية التونسية.

ووفقا لهذا التمشي أطلقت وزارة الفلاحة رسميا، في شهر ماي من سنة 2022، أول استراتيجية وطنية للنهوض بالمنتجات المحلية و الترويج لها، حيث تهدف إلى تعزيز التنمية الجهوية من خلال المنتجات المحلية وجعل تونس مقصدا سياحيا للراغبين في اكتشاف كل ما هو جديد من عادات و تقاليد.

وتركز خطة العمل الوطنية، التي تشكل جزءا من الاستراتيجية الوطنية للنهوض بالمنتجات المحلية و الترويج لها ، على أربعة محاور رئيسية:

- الإنتاج الفلاحي و الترويج للمنتجات المحلية
- تسويق المنتجات المحلية
- تسويق التراث اللامادي و السياحة من خلال المنتجات المحلية
- حوكمة و هيكلّة قطاع المنتجات المحلية

ونتيجة لذلك، تقترح الاستراتيجية مبادئ توجيهية لاستغلال إمكانيات النمو الكاملة التي تتبع من المنتجات المحلية والتي تتجاوز بكثير بيع المنتجات التقليدية. الهدف العام لتعزيز المنتجات المحلية هو خلق فرص شغل و ضمان دخل محترم للمشتغلين في قطاعات مختلفة، من خلال إنشاء أنشطة اقتصادية مساعدة، مثل السياحة الفلاحية و المهرجانات الثقافية و فن الطهي و الحرف اليدوية و تطوير منتجات جديدة تركز على المنتجات الخاصة بكل منطقة من بلادنا.

تنفيذ الاستراتيجية في المنطقتين النموذجيتين: القيروان و نابل

و بدعم من مشروع الوصول إلى أسواق المنتجات الفلاحية و المنتجات المحلية في تونس PAMPAT الذي تنفذه منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) و تموله كتابة الدولة للشؤون الاقتصادية في الاتحاد السويسري (SECO). وذلك على هامش النسخة 15 من الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي و التكنولوجيا (SIAT 2024). وقد حضر الندوة الصحفية كل من المدير العام لوكالة النهوض بالاستثمارات الفلاحية (APIA) ، و ممثلين عن الإدارة العامة للإنتاج الفلاحي بوزارة الفلاحة و الموارد المائية و الصيد البحري (DGPA)، و عن منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) و ممثلين عن السفارة السويسرية.

ويجري حاليا تنفيذ الاستراتيجية، التي وضعت بفضل التعاون بين القطاعين العام و الخاص و الذي شمل سبع وزارات و هي: الفلاحة، و السياحة، و الصناعة، و الشؤون الثقافية، و الاقتصاد، و التجارة، و البيئة. و أرباب العمل في القطاع الخاص و هم : الاتحاد من أجل آسيا و المحيط الهادئ، و الاتحاد الأوروبي للتعاون الدولي، كنفدرالية مؤسسات المواطنين التونسية (CONNECT) و ذلك في إطار لجنة توجيهية متعددة الوظائف، تهتم بالمناطق النموذجية في كل من ولايتي القيروان و نابل .

وقد شهد الصالون الدولي للاستثمار الفلاحي و التكنولوجيا SIAT ، تواجد 6 مشغلين من كل منطقة في الجناح المخصص للاستراتيجية لتقديم منتجاتهم المحلية و خدماتهم الجديدة التي تم تطويرها.



الصفحة الرئيسية ، اقتصاد

التصانير الاستراتيجية الوطنية للنهوض بالمنتجات المحلية و الترويج لها: المنتج المحلي التونسي دافع قوي للتنمية الاقتصادية المحلية و الوطنية

تدري 01 نوفمبر 2024 (تونس)

نظمت يوم الخميس 31 أكتوبر 2024 بقصر المعارض بالكرم، ندوة صحفية لتقديم تفاصيل الاستراتيجية الوطنية الأولى من نوعها للنهوض بالمنتج المحلي و الترويج له، وذلك تحت اشراف كل من الإدارة العامة للإنتاج الفلاحي بوزارة الفلاحة و الموارد المائية و الصيد البحري (DGPA) و وكالة النهوض بالاستثمارات الفلاحية (APIA) .

Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir : Un vecteur de développement économique local et national



Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir : Un vecteur de développement économique local et national

Le 26 septembre 2023, l'Assemblée Nationale a adopté la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir (SNVPT) en tant que loi n° 2023-11. Cette loi vise à promouvoir les produits du terroir tunisiens, à soutenir les producteurs locaux et à développer l'économie rurale. Elle définit les objectifs, les principes directeurs et les mesures de mise en œuvre de la stratégie.

Les objectifs de la stratégie

- Valoriser les produits du terroir tunisiens et promouvoir leur consommation.
- Soutenir les producteurs locaux et améliorer leurs conditions de production.
- Développer l'économie rurale et créer des emplois dans les zones rurales.
- Protéger l'environnement et promouvoir une agriculture durable.

Les principes directeurs de la stratégie

- Le développement durable.
- La qualité.
- La transparence.
- La participation des acteurs concernés.
- Le respect de l'environnement.

Les mesures de mise en œuvre de la stratégie

- Mettre en place un cadre réglementaire favorable à la production et à la commercialisation des produits du terroir.
- Appuyer les producteurs locaux et améliorer leurs capacités de production.
- Faciliter l'accès des producteurs locaux aux circuits de distribution.
- Organiser des événements de promotion des produits du terroir.
- Appuyer les initiatives de valorisation des produits du terroir.

Des engagements imprimés et des réalisations concrètes

Des partenaires impliqués les acteurs du terroir, du fil de l'élevage au consommateur, et les institutions de la région ont permis de concrétiser la stratégie nationale de valorisation et de promotion des produits du terroir. Le 26 septembre 2023, l'Assemblée Nationale a adopté la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir (SNVPT) en tant que loi n° 2023-11. Cette loi vise à promouvoir les produits du terroir tunisiens, à soutenir les producteurs locaux et à développer l'économie rurale. Elle définit les objectifs, les principes directeurs et les mesures de mise en œuvre de la stratégie.

La stratégie de valorisation et de promotion des produits du terroir

La stratégie de valorisation et de promotion des produits du terroir est une stratégie nationale qui vise à promouvoir les produits du terroir tunisiens, à soutenir les producteurs locaux et à développer l'économie rurale. Elle est basée sur les principes de qualité, de transparence et de participation des acteurs concernés.

Les réalisations concrètes de la stratégie

- Mettre en place un cadre réglementaire favorable à la production et à la commercialisation des produits du terroir.
- Appuyer les producteurs locaux et améliorer leurs capacités de production.
- Faciliter l'accès des producteurs locaux aux circuits de distribution.
- Organiser des événements de promotion des produits du terroir.
- Appuyer les initiatives de valorisation des produits du terroir.






Des réalisations concrètes de la stratégie de valorisation et de promotion des produits du terroir. Le 26 septembre 2023, l'Assemblée Nationale a adopté la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir (SNVPT) en tant que loi n° 2023-11. Cette loi vise à promouvoir les produits du terroir tunisiens, à soutenir les producteurs locaux et à développer l'économie rurale. Elle définit les objectifs, les principes directeurs et les mesures de mise en œuvre de la stratégie.

Les réalisations concrètes de la stratégie

- Mettre en place un cadre réglementaire favorable à la production et à la commercialisation des produits du terroir.
- Appuyer les producteurs locaux et améliorer leurs capacités de production.
- Faciliter l'accès des producteurs locaux aux circuits de distribution.
- Organiser des événements de promotion des produits du terroir.
- Appuyer les initiatives de valorisation des produits du terroir.



https://www.onamangepourvous.tn/premiere-strategie-nationale-de-valorisation-et-de-promotion-des-produits-du-terroir/?fbclid=IwY2xjawGNw0lleHRuA2FibQlXMAABHsvkM2kbE2FPs6s33wzc7BUvwxg15XBByhxt6h9reM5s5p9tjeXQv_HdJVA_a_em_55VY9wRLreDv-Z0PZFOVw

Première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir



Première Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir

En marge de la 15^e édition du Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT), qui se déroulera du 30 octobre au 2 novembre 2024 au Palais des Expositions du Kram, une conférence de presse se tiendra le jeudi 31 octobre. Cet événement aura lieu sur un stand de 60 m² et sera l'occasion de dévoiler la Stratégie Nationale de Valorisation et de Promotion des Produits du Terroir, menée par le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche ainsi que l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), en partenariat avec le projet PAMPAT (ONUDI/SECO).

Cette Stratégie, officiellement lancée en mai 2022 par le Ministre de l'Agriculture, vise à instaurer un modèle de développement régional innovant, centré autour des produits de terroir, tout en renforçant l'image de la Tunisie comme destination gourmande, riche de traditions et de savoir-faire authentiques.

Au sein de cet espace, les visiteurs pourront également découvrir diverses initiatives et activités, incluant des événements culturels et expériences touristiques créées dans les régions pilotes de Nabeul et Kairouan en collaboration avec les acteurs locaux. Ce stand mettra aussi en lumière les producteurs ayant reçu la distinction « Excellence » lors de la quatrième édition du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

