

LES PRODUITS DU TERROIR

Notre fierté, Notre richesse

A l'approche du mois sacré de Ramadan, et pour la mise en œuvre de la Stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir dans le cadre du Plan Maroc vert, l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) **lance une nouvelle opération promotionnelle des produits du terroir.**

Cette opération de promotion et de communication a pour principal objectif de vulgariser les produits issus des différents terroirs du Maroc en mettant l'accent sur leurs qualité et vertus alimentaires, sanitaires et cosmétiques.

Cette opération concerne une campagne de promotion et une campagne médiatique.

Pour la campagne de promotion au niveau des grandes et moyennes surfaces, l'opération couvre une vingtaine de magasins **Marjane** situés dans **17 villes** du Royaume, à savoir : Casablanca, Mohammedia, Rabat, Tanger, Marrakech Agadir et Fès et pour la première fois Salé, Kenitra, Meknès, Tétouan, Nador, Safi, Béni Mellal, Khouribga, Oujda et Al Hoceima dans lesquels les produits du terroir phares largement sollicités pendant ce mois sacré seront commercialisés.

Cette opération promotionnelle qui a commencé le **13 juin** et qui se poursuivra jusqu'au **30 juillet 2014**, concerne **une quarantaine de groupements** de producteurs et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près **400 produits du terroir** issus des différentes régions du Royaume afin de rendre plus attractifs leurs productions et leur savoir-faire auprès du consommateur final.

Des informations sur la qualité et les vertus seront présentés aux clients à travers notamment des stands de dégustation et la distribution des flyers explicatifs : une attention particulière est donnée aux produits du terroir phares marocains, en l'occurrence : **le miel, l'huile d'argane, l'huile d'olive, les dattes et le safran.**

L'ensemble des produits du terroir objet de cette campagne bénéficient de signes distinctifs d'origine et de qualité en vertu de la loi n° 25-06 du juin 2008 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques.

S'agissant de la campagne médiatique, l'ADA s'est appuyée sur une expertise professionnelle pour illustrer et faire connaître le Potentiel Marocain des produits du terroir au niveau de divers supports médiatique.

A travers cette campagne, l'ADA cherche à consolider et à promouvoir les efforts déployés par le ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime dans le cadre du Plan Maroc Vert en faveur du développement de l'aval de l'agriculture solidaire à travers cette opération de promotion de la commercialisation des produits du terroir qui complète et renforce les actions et les réalisations en cours pour la mise en œuvre des projets pilier II de l'agriculture solidaire.

A ce titre, il est important de préciser que, dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie de développement et de commercialisation des produits du terroir, l'ADA a lancé plusieurs chantiers structurants. Il s'agit notamment de :

- Un chantier sur la mise à niveau des groupements des producteurs des produits du terroir sur le plan organisationnel et de gouvernance des coopératives.
- Un chantier sur l'amélioration et le développement de la qualité qui concernent l'ensemble des maillons depuis la production jusqu'au packaging. La primauté alors donnée aux produits du terroir labélisés
- Un chantier sur la logistique de commercialisation des produits du terroir, à travers notamment la mise en place des Plateformes Logistiques et Commerciales des produits du terroir : avec pour objectif de regrouper l'offre des produits du terroir et de massifier le flux pour une meilleure valorisation et commercialisation des produits du Terroir et ce dans le but d'assurer une distribution optimisée de ces produits ;
- Un chantier sur le développement de partenariats solidaires pour la valorisation et la commercialisation des produits du terroir, et ce notamment à travers l'établissement de programme d'accompagnement à l'accès aux circuits de distribution organisé. Des partenariats avec les GMS, ont été signés. Des opérations promotionnelles dans divers magasins ont été lancées. Une convention avec Barid Al Maghrib a été signée pour permettre des ventes en ligne des produits du terroir.
- Un chantier sur la promotion des produits du terroir sur les marchés nationaux et internationaux, et ce à travers l'organisation de la participation des groupements des produits du terroir à plusieurs manifestations nationales (au niveau des régions et du SIAM) et internationales (Salon International de l'Agriculture de Paris, Salon International de l'Agriculture d'Abu Dhabi).