



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS DU TERROIR

Synthèse des présentations



Pour une Agriculture Durable et Compétitive



Royaume du Maroc



Ministère de l'Agriculture
et de la Pêche Maritime



***La Stratégie de
Développement des Produits
du Terroir***

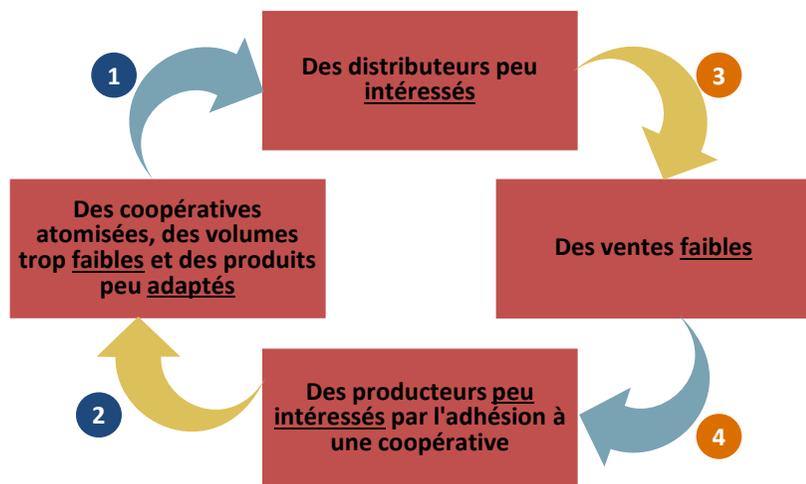


وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Le développement de l'aval est la clef pour réaliser le potentiel des produits du terroir

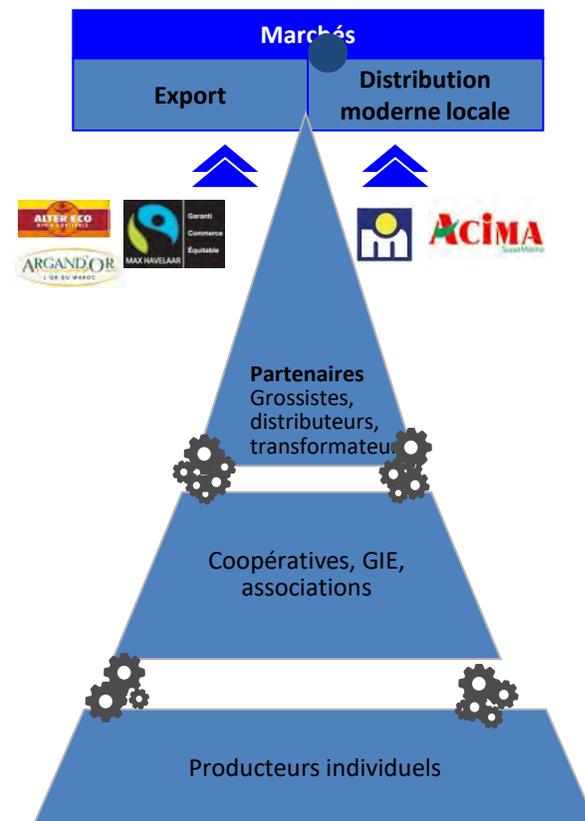
Une spirale négative de laquelle il faut sortir...



Deux actions à mener en parallèle



...en développant les filières par l'aval



26 produits du terroir à potentiel de développement



Produits labellisés...

- Agneau Laiton
- Clémentines de Berkane
- Dattes Mejhoul de Tafilalet
- Huile d'argan
- Huile d'olive "Tyout Chiadma"
- Safran de Taliouine

... ou en cours de labellisation

- Fromage de chèvre de Chefchaouen

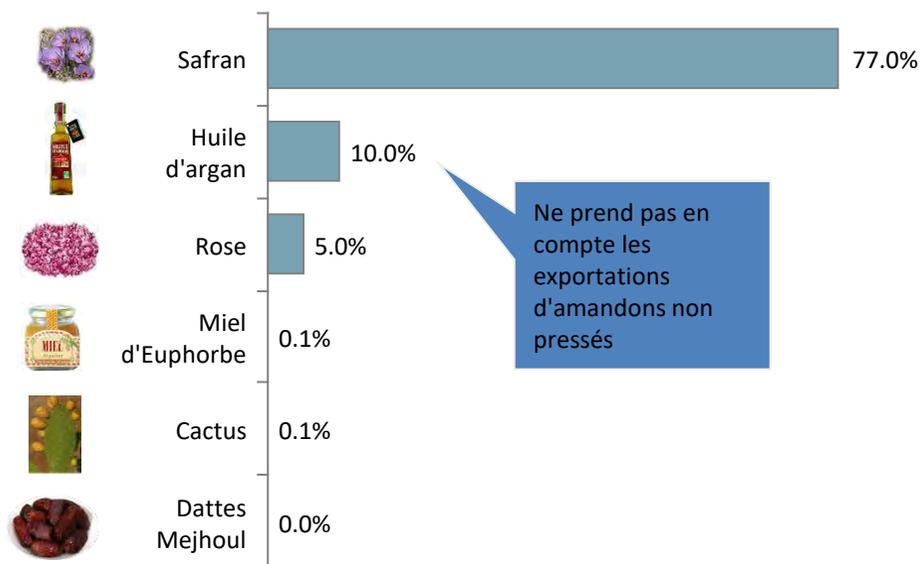
Autres produits notamment issus de l'étude Résilience, des remontées des régions, des entretiens menés et produits de l'agriculture biologique

- Amandes
- Cactus
- Câpres
- Caroubier
- Couscous Beldi
- Eau de fleur d'oranger
- Figue de Taounate
- Grenades
- Henné de Tata
- Huile de noix
- Lait camelin
- Miel d'Euphorbe
- Néflier
- Piment fort
- Plantes aromatiques et médicinales
 - Armoise, romarin, thym, menthe pouliot, verveine, myrte, laurier noble, cistes, lentisque, origan, camomille sauvage, absinthe
- Rose de Kalaat Magouna
- Truffes
- Viande Cameline
- *Label Bio Marocain*

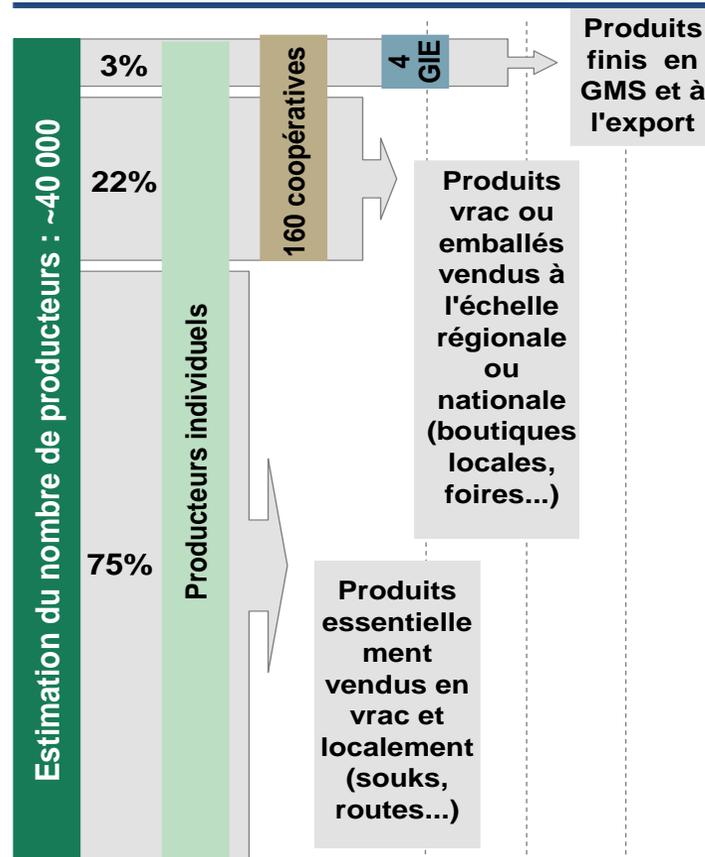
Sinon, le niveau de commercialisation va demeurer faible

Très peu d'export

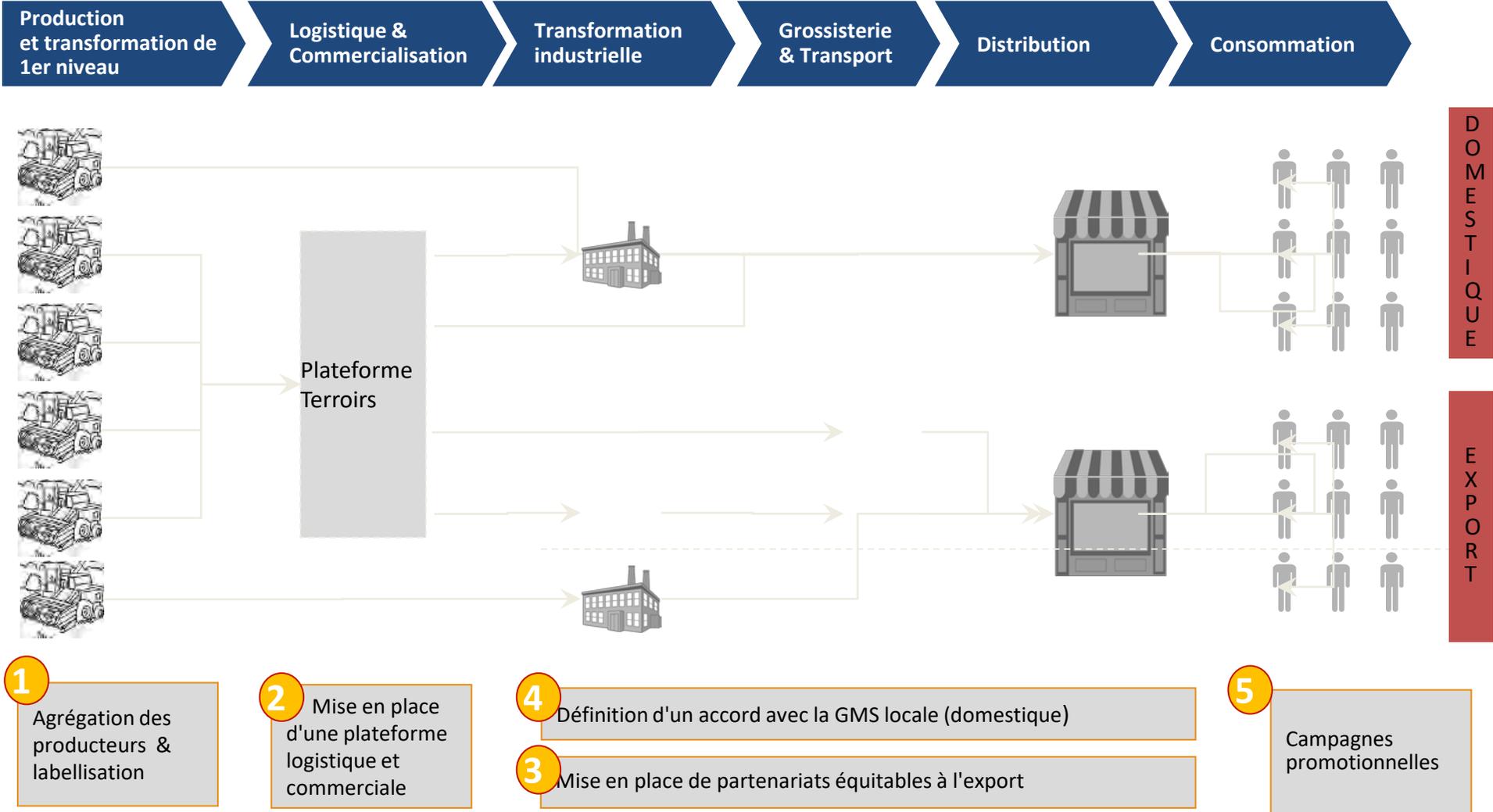
% de la production brute exportée en volume



Débouchés locaux traditionnels voire informels



Les leviers de la stratégie





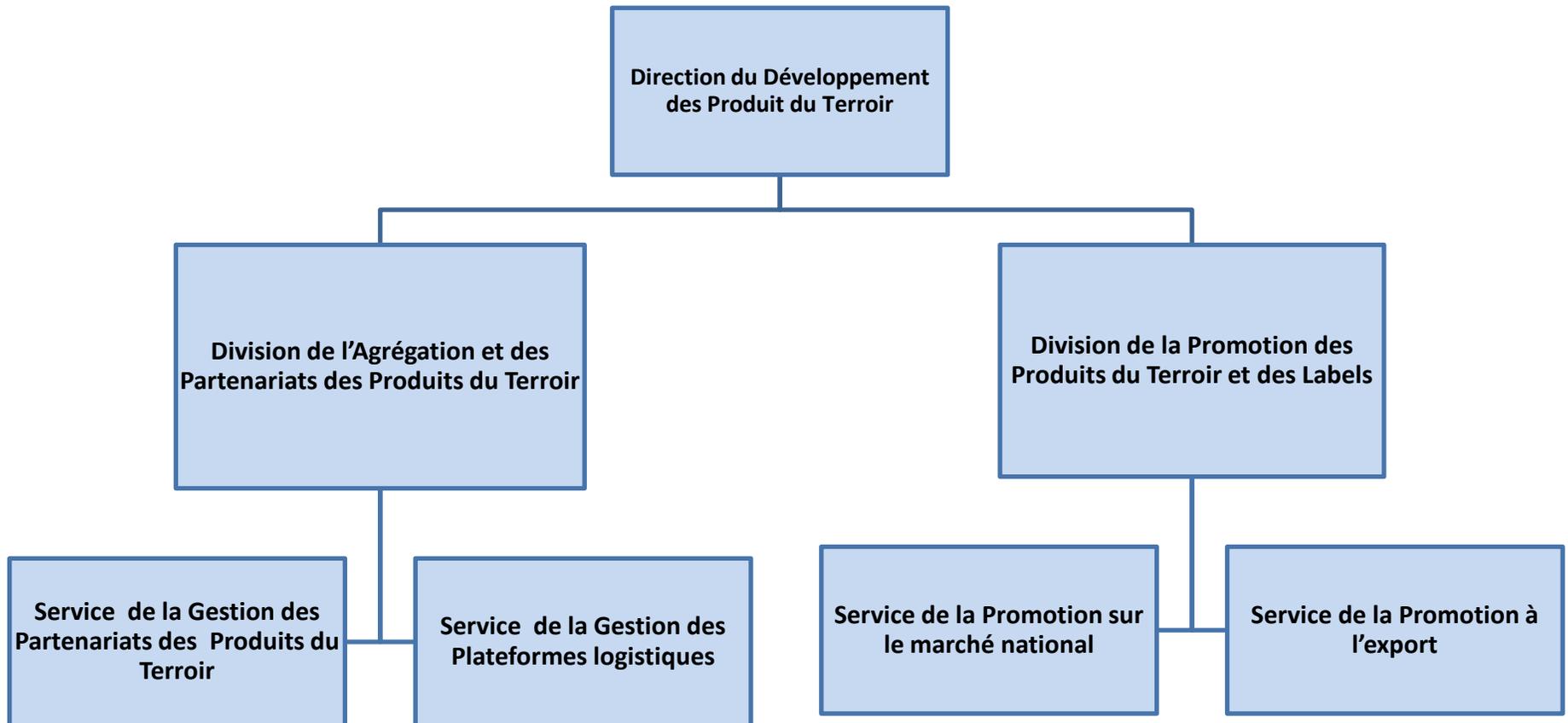
***Direction de Développement
des Produits du Terroir***



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Organigramme de la DDPT selon l'Arrêté du 9 novembre 2011



Mission de la DDPT

- Mise en place de partenariats d'agrégation équitables pour améliorer la valorisation des produits du terroir et faciliter leur commercialisation sur les marchés national et international;
- Promotion des produits du terroir et des labels sur les marchés national et international à travers la réalisation de campagnes institutionnelles pour asseoir la notoriété desdits produits auprès du grand public;
- Mise en place de plateformes logistiques régionales spécialisées dans les produits du terroir, concédés dans le cadre de partenariats.

Division de l'Agrégation et des Partenariats des Produits du Terroir

- Évaluation des ressources en amont des produits du terroir , analyse des opportunités commerciales sur les marchés cibles, et identification des agrégateurs potentiels;
- Pilotage de la mise en place des plateformes logistiques régionales et de leur mise en concession;
- Élaboration des business plan, la construction de la proposition de la valeur sociale, et de la détermination du soutien de l'état pour assurer l'attractivité des projets;
- Lancement d'appels à manifestation d'intérêt auprès de producteurs et d'agrégateurs potentiels, et la signature de conventions de partenariats tripartites partenaires/producteurs/ADA/;
- Gestion de la mise en œuvre des partenariats et la contribution à la résolution de litiges éventuels;
- Mise en œuvre d'un programme de soutien au profit des coopératives regroupant les producteurs concernés (formation, labélisation, soutien logistique, etc..)

Division de la Promotion des Produits du Terroir et des Labels

- Lancement et suivi des campagnes de communication autour des produits du terroir et des labels sur le marché national et au niveau des pays cibles;
- Promotion des produits du terroir sur les marchés internationaux;
- Pilotage de la communication au niveau de la Grande et Moyenne Surface (publicité sur le lieu de vente, animation auprès des coopératives, merchandising, et campagnes d'affichage);
- Mise en place des partenariats avec les grandes et Moyennes Surfaces prévoyant des engagements de référencement et de promotion active des produits du terroir;
- Mise en place d'un visuel unique et d'un système anti-falsification pour les produits du terroir et des labels.

Chantiers en cours

- Mise à niveau des coop. et group. (diagnostics, plans d'action, formation et accompagnement)
- Proposition d'un projet de Fonds de soutien
- Plate forme logistique – Meknès (pilotage achat du foncier études et const. avec DRA)
- Plate forme Logistique - Al Hoceima (pilotage achat du foncier études et const. avec DRA)
- Plate forme logistique – Agadir (définition du modèle avec DRA)
- Partenariats d'Agrégation - Prospection et conventions
- Campagnes promotionnelles dans les GMS (Coordination et financement -réf. Conventions)
- Communication institutionnelle Nat. - Plan de communication et placement media
- Promotion des exportations (Participation à des salons et foires internat. , accompagnement des groupements, positionnement et démarchage auprès des acheteurs)
- Label et équipement (convergence et communication)
- Partenariats pour la mise en œuvre de la Stratégie
- Concours national des produits du Terroir
- Renforcement des capacités des intervenants
- Etc.

Principaux aquis



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Assistance relative à la mise à niveau des groupements et des coopératives

- Cette assistance, sur une période de 9 mois a permis ,
 - ✓ Réaliser un diagnostic participatif de 50 groupements de producteurs des Produits de Terroir (production, commercialisation, gestion et gouvernance);
 - ✓ Elaborer pour chaque groupement, un plan d'action concret avec le budget et l'échéancier correspondant, accompagnés de plans d'affaires et/ou de commercialisation réalisables à court et moyens terme avec budgets détaillés avec sources de financement potentielles;
 - ✓ Assurer l'accompagnement de la mise en œuvre des plans d'action recommandés (formation autour du plan d'action; Adoption de bonnes pratiques au niveau de la gouvernance, de la gestion d'entreprises, amélioration du packaging, du développement des outils de communication et du service à la clientèle, etc.);
 - ✓ Programmer et animer une journée d'information pour présenter les résultats globaux de la mission à l'ensemble des groupements participants et instances concernées.

Assistance technique pour la création d'un visuel unique

- ✓ Création avec l'appui d'une agence de communication spécialisée, un visuel unique pour les AOP/IGP, facilement lisible par le consommateur;
- ✓ L'objectif étant, d'une part, de simplifier la lecture du visuel par les consommateurs de manière respectant leur aptitude à assimiler divers niveaux de certification et , d'autre part, de favoriser les synergies d'images au niveau de la publicité;
- ✓ Le visuel unifié devra être sobre, attractif et moderne pour relayer le sérieux du label et reflétant une forte identité visuelle du Maroc.

Etude pour la mise en place d'un système d'anti-falsification

- Il s'agit d' une prestation spécialisée qui a permis
 - ✓ l'analyse des techniques en vigueur aux niveaux national et international en matière de marquage sécurisée ;
 - et
 - ✓ L'acquisition d'une technologie adéquate à appliquer sur le visuel unique des AOP/IGP du Maroc pour le protéger contre la falsification.

Autres études et assistance

- Cette rubrique permettra l'élaboration , par exemple, de;
 - ✓ Une base de données exhaustive des opérateurs actifs dans la filière des produits du Terroir (Producteurs, coopératives, grossistes, exportateurs, courtiers, GMS, boutiques spécialisées, etc.);
 - ✓ Un programme d'information, de sensibilisation et de réseautage des groupements et entreprises et autres opérateurs œuvrant dans le secteur des Produits du terroir (ex. Une Journée d'étude sur le marketing agroalimentaire dans chaque région incluant le volet veille marchés, évaluation du packaging des produits et B2B);
 - ✓ Un programme de Coaching à l'export.
 - ✓ Un programme de formation des intervenants en développement des Produits du Terroir.
 - ✓ Un concours national des produits du terroir pour un meilleur positionnement auprès du Grand public.



Quelques principes



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE



Présentation

Des programmes PLC



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Plate forme logistique et commerciale (PF-LC)

La PL-LC est la combinaison, sur un seul espace géographique, d'entrepôts de stockage en sec et de conditionnement en froid, d'unités de valorisation des produits de terroir, et une zone multi-services : administrative, contrôle de qualité et commerciale.



PF -LC est un modèle d'organisation spatiale visant l'intégration entre la production et l'agro industrie et l'amélioration de l'accès du marché

Cette PL-LC permet de:

- ◆ Profiter la région d'une grande part de la valeur ajoutée dégagée du secteur des produits de terroir;
- ◆ Optimiser la valorisation des produits de terroir de la région ;
- ◆ Mutualiser les efforts entre les acteurs de la chaîne de valeur des produits de terroir.
- ◆ Créer des liens directs entre producteurs et consommateurs;

COMPOSANTES DE LA PLATE FORME LOGISTIQUE ET COMMERCIALE

**P
l
a
t
e

f
o
r
m
e**

Zone logistique et de services



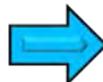
Entrepôt de stockage en sec
Entrepôts de conditionnement en froid

Zone d'unités de valorisation



Projets d'agrégation public privé et entreprises de services (unités de valorisation diverses, d'emballage, de fournitures d'intrants,...),
Projets d'agrégation sociale (GIE) : Unités de concassage des amandes, de trituration, de séchage des figes, de valorisation des PAM, du cactus, mielleries

Zone commerciale et de distribution



Show room d'exposition et ventes directes des produits,.....



Mise à Niveau Des groupements



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Objectifs

- * Améliorer la compétitivité des groupements de producteurs de produits de terroir identifiés ;
- * Caractériser la situation actuelle des groupements identifiés sur les plans productif et qualité de produit, organisation et fonctionnement du groupement, commercialisation de la production, rentabilité de l'activité, ... ;
- * Définir la situation potentielle par rapport aux différents plans sus mentionnés ;
- * Formuler des propositions d'actions concrètes et budgétisées, à moyen et court terme, pour faire passer les groupements retenus de la situation actuelle à la situation potentielle.



Renforcement Des Capacités



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Objectifs pédagogiques recherchés

- * Appréhender des concepts tel que celui de Terroir, de typicité, qualité distinctif, etc...
- * Etre une force de proposition en matière de développement des produits de terroir au sein de la DDPT et des DRAs et DPAs ;
- * Identifier les clés de réussite et les conditions d'émergence au développement de produits de terroir ;
- * S'approprier des idées et des éléments nouveaux testés et réussis dans d'autres zones et d'autres pays ayant des produits similaires.



***Bilan des rencontres B to B
avec Label Vie***



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Contexte des rencontres B to B

- ▶ En 2011, une convention cadre a été signée entre Label Vie/ Carrefour et le Ministère de l'Agriculture et la Pêche Maritime pour l'introduction des produits du Terroir dans les magasins de cette enseigne,
- ▶ La Direction de Développement des Produits du Terroir a mis en place un plan d'action pour Le démarrage de la mise en œuvre de la convention et son opérationnalisation,
- ▶ La mécanique de cette opération pilote se résume en:
 - L'Organisation d'animations avec dégustations de produits des coopératives au sein des magasins Label Vie/ Carrefour,
 - La mise en place de stands et de PLV (publicité sur le lieu de vente) au sein des principaux magasins répartis dans différentes villes du royaume,
 - Déploiement d'une campagne de communication à l'échelle nationale.

Déroulé des rencontres B2B

- ▶ Les rencontres ont eu lieu dans les locaux de l'ADA et se sont étalées sur une durée de 4 jours; le 10, 11, 17 et 18 Mai,
- ▶ Résumé des rencontres:

Nombre de Régions	Nombre de groupements participants	Nombre de Filières
12	48	15

Bilan qualitatif des rencontres

- ▶ Les rencontres ont été fort appréciées par les groupements ainsi que par les représentants des DRA, avec qui la DDPT a pu partager la nouvelle stratégie des produits du terroir,
- ▶ Les groupements ont pu échanger avec les acheteurs sur de nombreux sujets concernant l'introduction des PDT au circuit moderne à savoir; la qualité, les prix, le packaging, les quantités, les exigences du consommateur, etc.
- ▶ Les rencontres ont permis également aux groupements d'échanger entre eux leurs expériences, les pistes d'amélioration, les contacts, et de nouer ainsi des liens professionnels.

Etape à venir

- ▶ Une liste finale de produits et groupements qui seront référencés au sein de Label Vie Carrefour nous sera communiquée sous peu,
- ▶ Une rencontre de débriefing est prévue pour les groupements retenus afin de discuter les termes commerciaux et les dispositions à prendre avant la passation des commandes pour le démarrage de l'opération.



Projets à venir



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Les présentations des régions



Pour une Agriculture Durable et Compétitive



Royaume du Maroc



Ministère de l'Agriculture
et de la Pêche Maritime



DRA
Chaouia Ouardigha



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE



Produits de terroir potentiels identifiés dans la Région



Les produits de terroir identifiés par l'étude régionale d'identification et développement des PT et ayant des taux de typicité élevés sont détaillés ci-après:

Produit	Dénomination	Zone de production	Quantité	Valeur Monétaire En kdh	O.P	Nbre de producteurs
	Menthe LaBrouj	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ben Yagrine ✓ Ouled Fraiha ✓ Lagnimiyine 	6400 T	384.000,00	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coopérative Drissia ✓ Association Oued Saidane ✓ Association Feuille verte 	45 23 12
	Greadier Tmassine	Tmassine /CR Toualet	1200 T	4.800,00	Coopérative de production Et commercialisation des Grenades Tmassine	48
	Figuier Khaicher	CR Aïn Kaicher CR Tachraft CR Bni Smir	210 T	998,00	Association Amal Biladi pour production de figues	60
	Agneau Sardi	Cercle d'EL brouj	10000 T	320.000,00	Groupements ANOC: * Bni Meskine Nord * Bni Meskine EST	65 60
	Mouton Boujaâd	Khouribga	4000 T	128.000,00	Groupements ANOC: * Boujaâd * Rouached * Chograne * Bni Batao	65 60 117 85



Produits de terroir potentiels identifiés dans la Région (suite)



Produit	Dénomination	Zone de production	Quantité	Valeur Monétaire En kdh	O.P	Nbre de producteurs
	Couscous El HADGA	✓ CR M'fassis Khourigba	72 T	1.080,00	✓ Association Femmes Sans Frontière	30
	L'ABSINTHE	CR Ouled Fraiha CR sidi el khadir	3526 T	11.635,00	Coopérative de production Et commercialisation des Grenades Tmassine	48
	L'olivier de Tachraft	CR Tachraft CR Aïn Kaicher	2082 T	6.246,00	Création de groupements En cours	40
	Cactus et dérivés	Bejjaâd Oued Zem	6000T	30.000,00	Coopérative de production Cactus Coopérative Flora pour transformation cactus	80 07
	Miel	Ben slimane Khouribga	64,360T	9.654.000	Coopérative Tamesna Association nahlet Ziaida Association EL houda	250 09 15

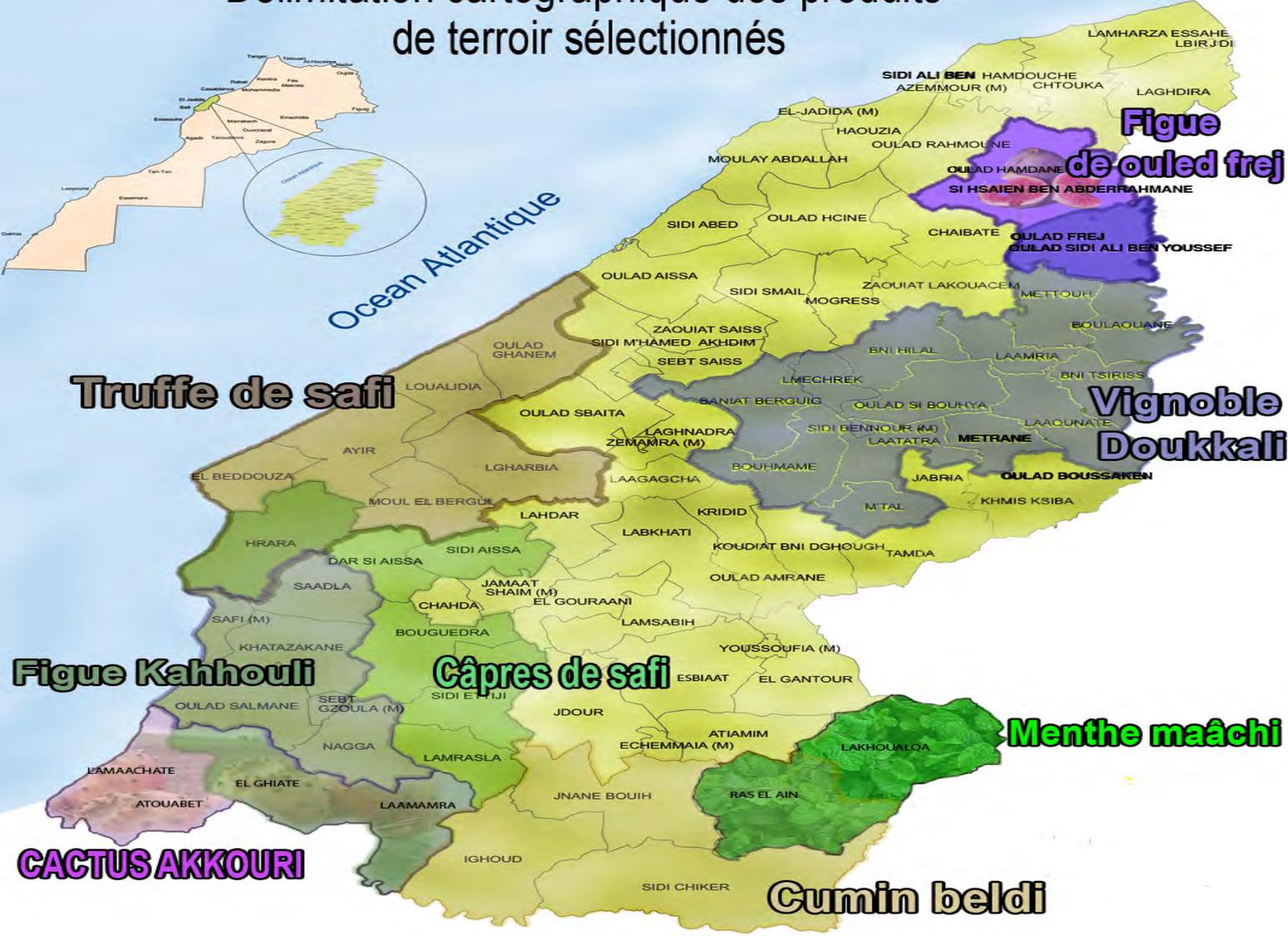


DRA
Doukkala-Abda



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Délimitation cartographique des produits de terroir sélectionnés





DRA
Fès-Boulemane



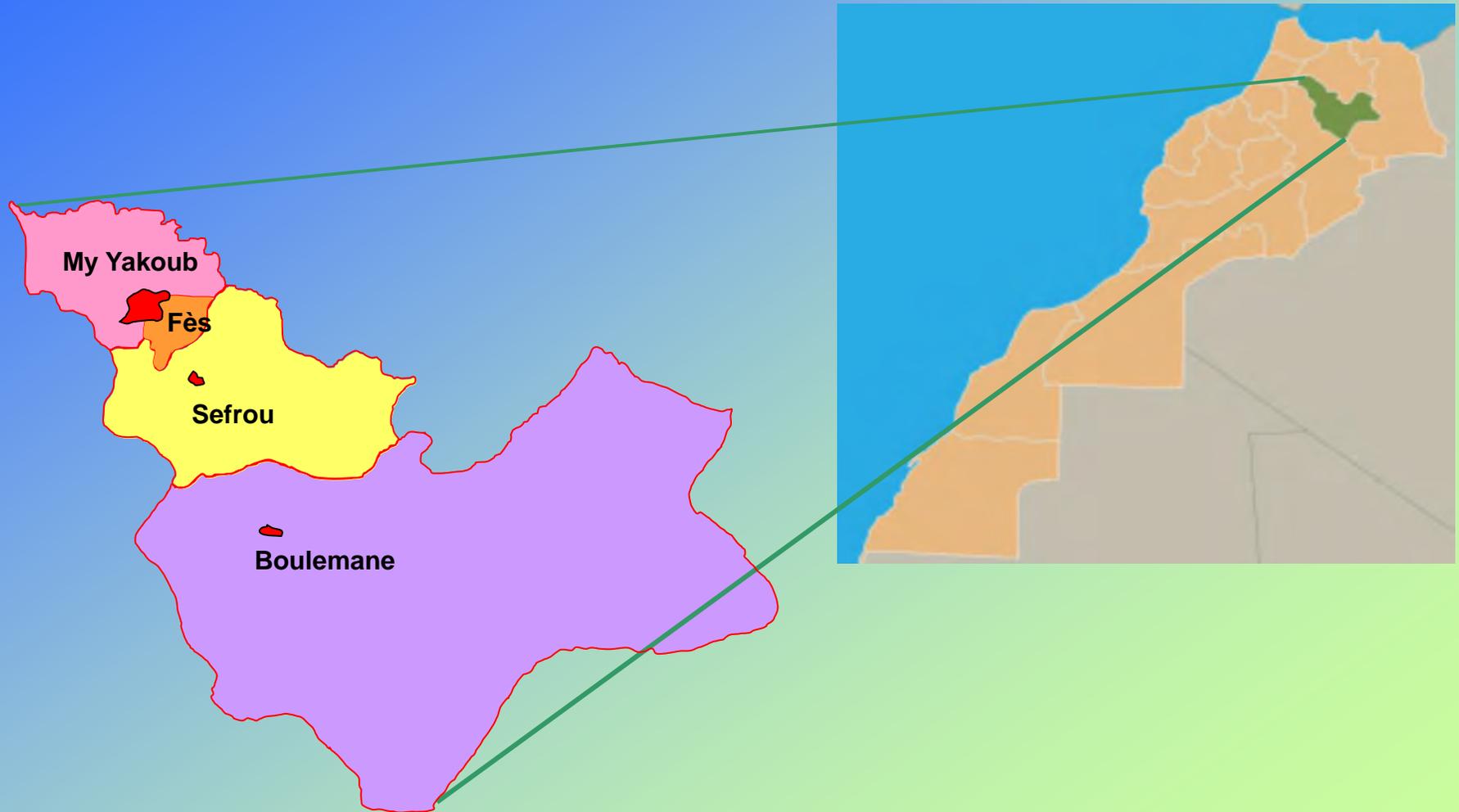
وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

Royaume du Maroc
Ministère de l'Agriculture et des pêche maritimes
Direction Régionale de l'Agriculture Fès Boulemane

Stratégie de développement des produits du terroir de la région Fes-Boulemane et plan d'action



Situation géographique de la région





CRITÈRES DE CHOIX DES FILIÈRES PRIORITAIRES

- Niveau de chiffre d'affaires et/ou niveau de valeur ajoutée,
 - Niveau d'organisation de la filière,
 - Reconnaissance du marché et développement de notoriété,
 - Ancrage historique,
 - Equilibre de l'intervention au sein de la région.
-

PRODUITS RETENUS:

1. Miel de Sefrou et Boulemane
 2. Câpres de Fes
 3. Huile d'olives d'Outat El Haj
 4. Huile d'olives de Azzaba
 5. Olives de Table de Azzaba
 6. Huile d'olives L'Mta
 7. Figues Chaâri
 8. Pommes de Tafegight
-



CARACTERISTIQUES MAJEURES DE L'OFFRE EN PRODUITS DU TERROIR DE FES BOULEMANE

1. Une offre riche et diversifiée
2. Un grand effort pour l'extension de l'offre (appui à la production) réalisé ou en cours
3. Existence de grandes possibilités d'extension de l'offre

Mais,...

1. Une offre atomisée
 2. Une offre peu connue au niveau du marché national
 3. Peu d'effort de valorisation et de promotion
 4. Faible compétences commerciales chez la majorité des producteurs
 5. Des filières animées par les intermédiaires et dominance de la vente sur pieds et/ou en vrac
 6. Un taux d'équipement et capacité (de production et de stockage) installés faibles
 7. Dominance de stratégies individuelles de promotion et de commercialisation
-



OBJECTIFS STRATEGIQUES DE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS DU TERROIR

- 1. Accroissement de la production et création d'emplois;**
 - 2. Appui aux producteurs pour obtenir un prix avantageux pour leurs produits en échange des garanties offertes aux consommateurs quant aux méthodes d'obtention, à la qualité et à l'origine;**
 - 3. Meilleure redistribution de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne de production : du producteur de la matière première au consommateur;**
 - 4. Intérioriser le maximum de valeur ajoutée dans l'aire de production;**
 - 5. Drainer des investissements publics et/ou privés dans la zone.**
-



AXES STRATEGIQUES DE DEVELOPPEMENT DES PRODUITS DU TERROIR

- 1. Développement de l'intégration des « filières » (Amont-Aval)**
 - 2. Mise en réseau des petits producteurs**
 - 3. Promotion de la qualité à travers la mise en place et le management de Signes Distinctifs d'Origine et de Qualité**
 - 4. Structuration des « filières » en favorisant la spécialisation et la mutualisation d'un certain nombre de services notamment l'accès au marché**
 - 5. Développement de la promotion collective**
 - 6. Renforcer la recherche et développement**
-

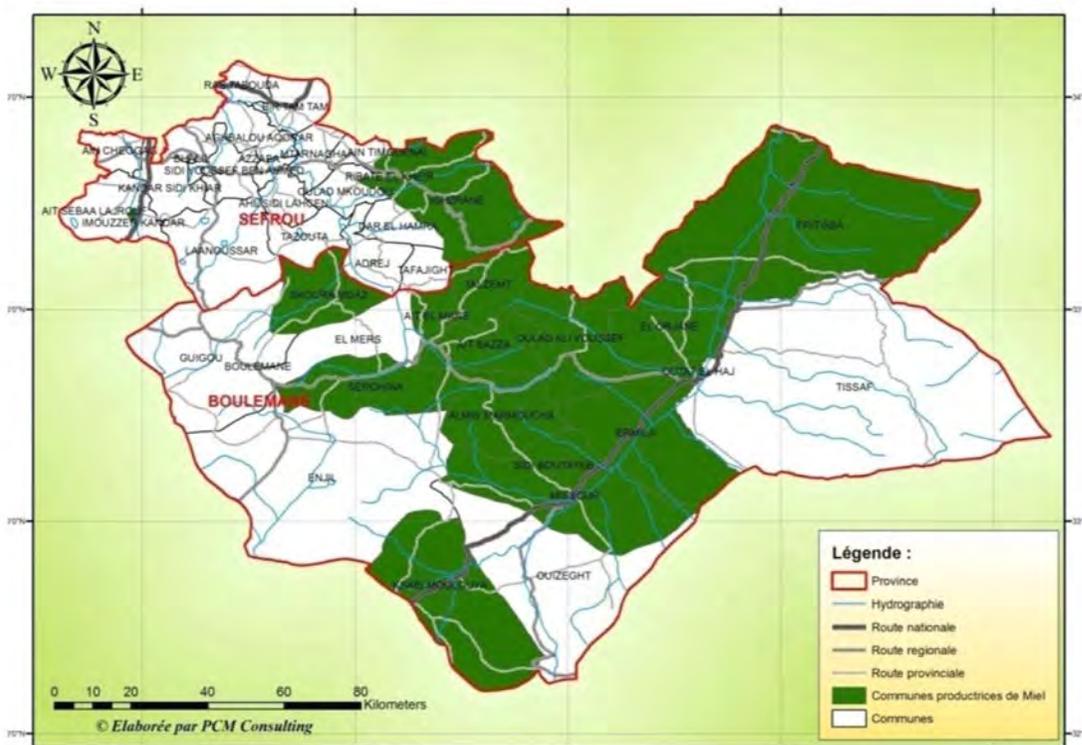
Données sur le produit

Zone de Production	Sefrou et Boulemane
Quantité	36,4 T/an.
Valeur	4,9 millions dhs
Nombre de producteurs	450
Nombre d'OPA	• 33 coopératives • 9 associations

MIEL DE SEFROU ET BOULEMANE

Consistance du projet

1. Structuration et organisation de la filière
2. Mise à niveau de 30 coopératives de services et de veille :
 - Mise en place de 30 mielleries
 - Formations et encadrement
 - Extension du cheptel
3. Mise en place de 2 GIES/Unions :
 - Mise en place de 2 COMPAI (Complexes Apicoles Intégrés)
 - Formations et encadrement
4. Mise en place d'un consortium de label
5. Mise en place et management d'un signe distinctif d'origine et de qualité
6. Réalisation des actions de promotion





DRA
Gharb-Chrarda-Beni Hssen



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

ROYAUME DU MAROC



Ministère de l'Agriculture
et de la Pêche Maritime



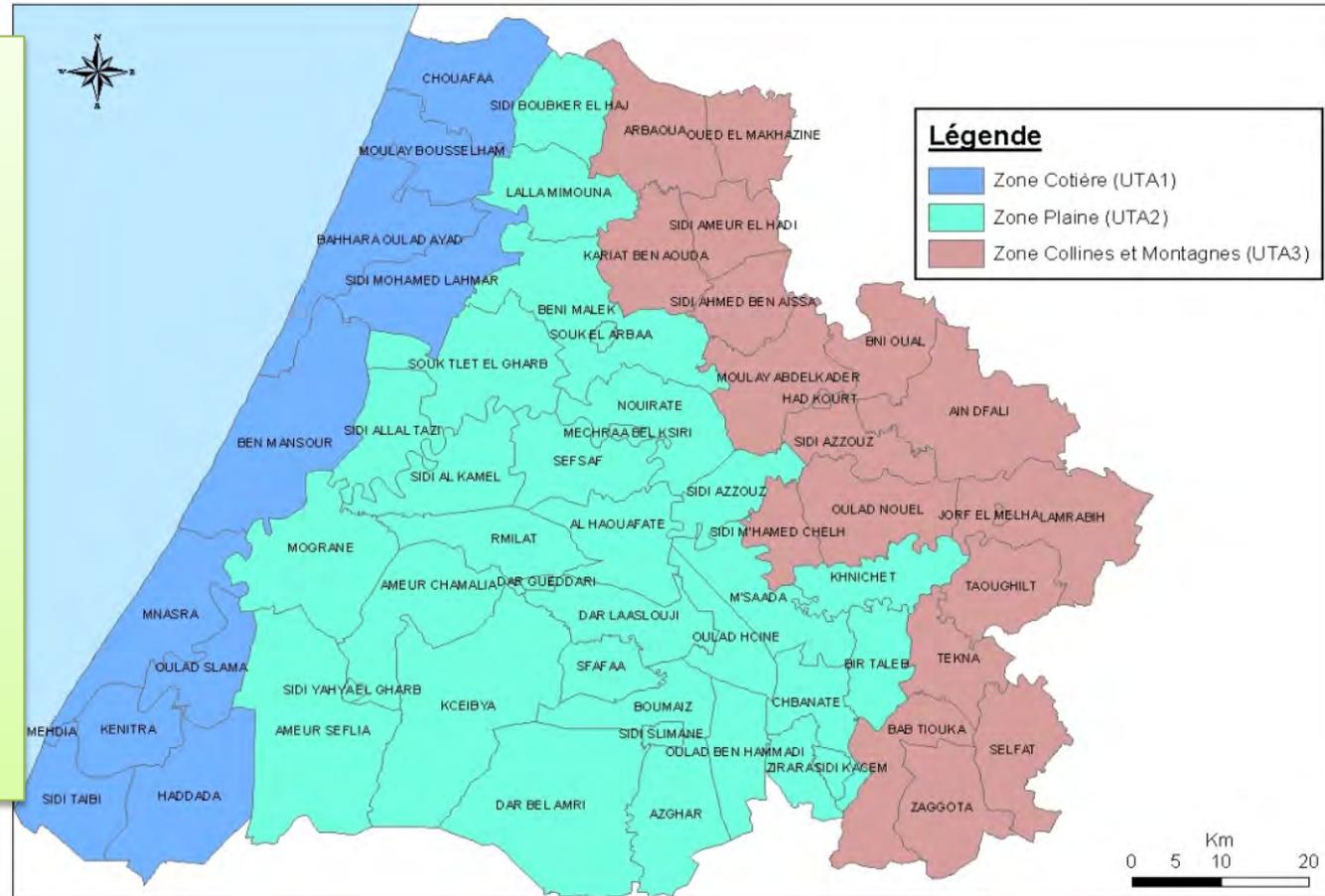
ROYAUME DU MAROC

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime

Stratégie de Développement des Produits de Terroir Région Gharb-Chrarda-Beni Hssen

Les Produits de terroir dans LA Région Gharb-Chrarda-Beni Hssen

- Ecosystèmes propices et biodiversité variée;
- Une grande plaine renfermant un potentiel très riche en ressources végétales et animales diversifiées (naturelles et produites) ;
- Savoir faire ancestral des populations favorisant le développement de cultures et de produits locaux avec des qualités spécifiques.



➔ Région à potentiel élevé et dont les Ressources naturelles représentent un important patrimoine dont l'exploitation est prometteuse et dont la préservation est indispensable.

Liste des Produits Potentiels de Terroir De la région

- Miel Eucalyptus
- Miel d'oranger
- Arachide et sous produits d'arachide
- Riz de la plaine du Gharb
- Artichaut Sidi Abdelaziz-Sidi Slimane
- Menthe Rmila Dar guedari
- PAM : Coriandre , Camomille , fleurs d'oranger des Dar Bel Amri,, Ammi visnaga, Menthe pouliot
- produit issu d'un savoir faire local :
(Couscous d'arachide et sous produits, Pates d'arachide, Beure d'arachide, Arachide grillé salé ou sucré
- Couscous Garbaoui de Riz, de blé, de Mais, de mélange de plusieurs céréales et PAM, Rziza Garbaouia, Harcha Garbaouia séchée, les plats préparés avec Rziza Gharbaouia et Poulet beldi, Les produits de distillation des différentes plantes aromatiques et médicinales , fleurs d'oranger , persil distillé, Ghassoul préparé avec les PAM, Jus de canne à sucre
 - Palourde Merja zerka
- Escargot du Gharb
- Agrumes notamment les sanguines du Gharb
- les glands de chaine de la MAMORA et sous produits
- Les truffes et champions sauvages de la MAMORA

Stratégie de la DRA pour le Développement des Produits de terroir

Principaux axes d'intervention

- La consolidation et le développement des produits de terroir ;
- La valorisation des "Produits de terroir " à travers la diversification et l'intensification de la production et l'optimisation de la commercialisation ;
- L'organisation professionnelle et l'encouragement;
- La promotion et l'animation du secteur à travers la création des centres de valorisation;
- La préservation des ressources et leur gestion durable.

Principaux axes d'intervention

1) La réalisation d'un programme d'appui aux groupements des producteurs :

Au niveau de la production et la valorisation des produits

- Acquisition de matériel technique, de petits matériels et outillage;
- Aménagement et réhabilitation des Locaux pour répondre aux normes sanitaires et d'hygiène;
- Formation et Assistance technique en matière des Bonnes Pratiques.



Principaux axes d'intervention

1) La réalisation d'un programme d'appui aux groupements des producteurs :

Au niveau de la commercialisation

- Appui technique pour améliorer les performances commerciales;
- Faciliter l'accès aux espaces de la grande et moyenne surface (GMS)
- Action d'appui aux OPA en matière de la participation aux manifestations agricoles.



Développement de la labellisation

Appui des OPA pour l'acquisition d'un label : Assistance technique pour l'élaboration du cahier des charges et la présentation du Dossier.

INTENSIFICATION ET VALORISATION DES CÉRÉALES (BLÉ DUR) PAR LA FABRICATION DU COUSCOUS

- **Objectif:** Exploitation du savoir faire local dans les pratiques de fabrication du couscous pour l'amélioration du revenu des femmes rurales ayant de petites parcelles des céréales par l'intensification et la valorisation.
- **Nombre de bénéficiaires:** 300 femmes
- **Localisation:** 4 communes rurales (Lamrabih, Sidi Ahmed Benaissa, Sidi Ameer El Hadi, et Moulay Abdelkader)
- **Investissement :** 3 820 KDH

VALORISATION DE L'ARACHIDE PAR TRANSFORMATION DE LA PRODUCTION EN COUSCOUS D'ARACHIDE,

- **Objectif:** Amélioration du revenu des femmes rurales par transformation de la production de l'arachide en couscous d'arachide , arachide grillé salé et arachide grillé sucré(valorisation de l'arachide)
- **Nombre de bénéficiaires :** 300 femmes
- **Localisation:** Province de Kenitra et Sidi Kacem (CR Bni Malek,, Sidi Mohammed Lahmar, Nourat et Sefsaf)
- **Investissement :** 3 751 KDH



DRA
GUELMIM ES-SMARA



وكالة التنمية الفلاحية
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

INTRODUCTION

La région économique de GUELMIM ES-SMARA:

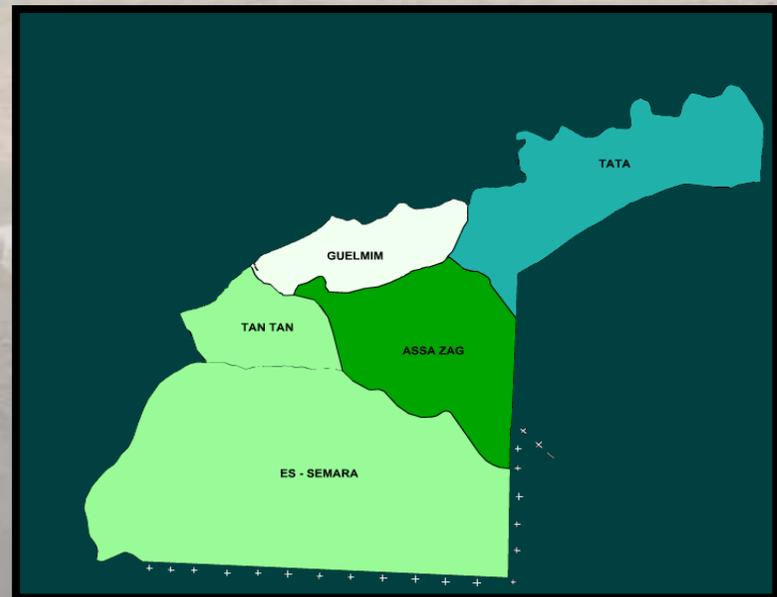
- S'étend sur une superficie de 14.200.000 Ha
- Est constituée administrativement de cinq provinces:

Guelmim,
TanTan,
Assa-Zag,
TaTa et
Es-Smara,

- Regroupe 60 communes
- dont 11 urbaines et 49 rurales.

- Est limitée:

- Au Nord par la région de Souss -Massa –Drâa
- Au Sud par la région Lâayoune-Boujdour-Sakia El Hamra et la frontière algérienne
- A l'Est par la frontière algérienne et la région de Souss-Massa-Drâa
- A l'Ouest par l'océan atlantique et la région Lâayoune-Boujdour-Sakia El Hamra



6

LES FOURRAGES

Quand aux productions fourragères, la liste comporte la luzerne, l'orge, le maïs et la paille des autres céréales

7

LES MIELS

La gamme des produits comprend divers variantes avec une dominance du miel de Daghmous (euphorbe)

8

LES PRODUITS D'ORIGINE ANIMALE

comptent les viandes, le lait, les smens et les oeufs. Les viandes rouges sont d'origine caprine, cameline et bovine. De même pour le lait. Alors que pour les produits élaborés on ne rencontre que le smen de chèvre et de vache. Au total 10 produits entre lait et viande.

CLASSIFICATION DES PRODUITS

110 Produits

Produit souvent utilisés
et largement
commercialisés

ne sont utilisés
que pour des usages
limités et rarement
commercialisés

Produits
principaux: 48

Produits
secondaires:
62

Produits
phares:26

Produits
émergents:22

projet de développement
spécialement orientée vers:

- amélioration de l'offre
- valorisation à petite échelle
- Ex: thym, l'armoise, la lavande, le cumin, les truffes du désert, la gomme arabique et le propolis.

Répartition des produits de la région selon les catégories de filières

	Types de production	Produits
<p>TMM>50%</p>	Filières phares	
	Dates	Fruits, patte, confiture, syro, café, fourrage
	Figues de barbaries	Fruit, filet de raquette, confiture, huile cosmétique, fourrage
	Céréales	Blé tendre, blé dur, maïs, couscous, megli
	Production sous serre	Banane, tomate, melon
	Huiles	Huile d'olive, huile d'argane, huile d'amande et huile de figues de barbarie
	Viandes	Caprine, cameline, ovine, bovine, volailles
	Lait	Lait de chamelle, lait de chèvre
	Miels	Miels, toutes fleurs, miel dakhmous, propolis
<p>50%>TMM>10%</p>	Filière émergentes	
	PAM	Thym, armoise, lavande...
	Condiments	Câpres, cumins
	Légumes d'oasis	Ail, oignon, carotte
	Production animales	Smen de chèvre Fromage de chèvre
Filières secondaires		Truffes, gomme, PAM, cumin, câprier, Propolis...etc.

110 Produits

Produits principaux: 48

Produits secondaires: 62

Produit souvent utilisés et largement commercialisés

ne sont utilisés que pour des usages limités et rarement commercialisés

Produits phares: 26

Produits émergents: 22

TMM > 50%

50% > TMM > 10%

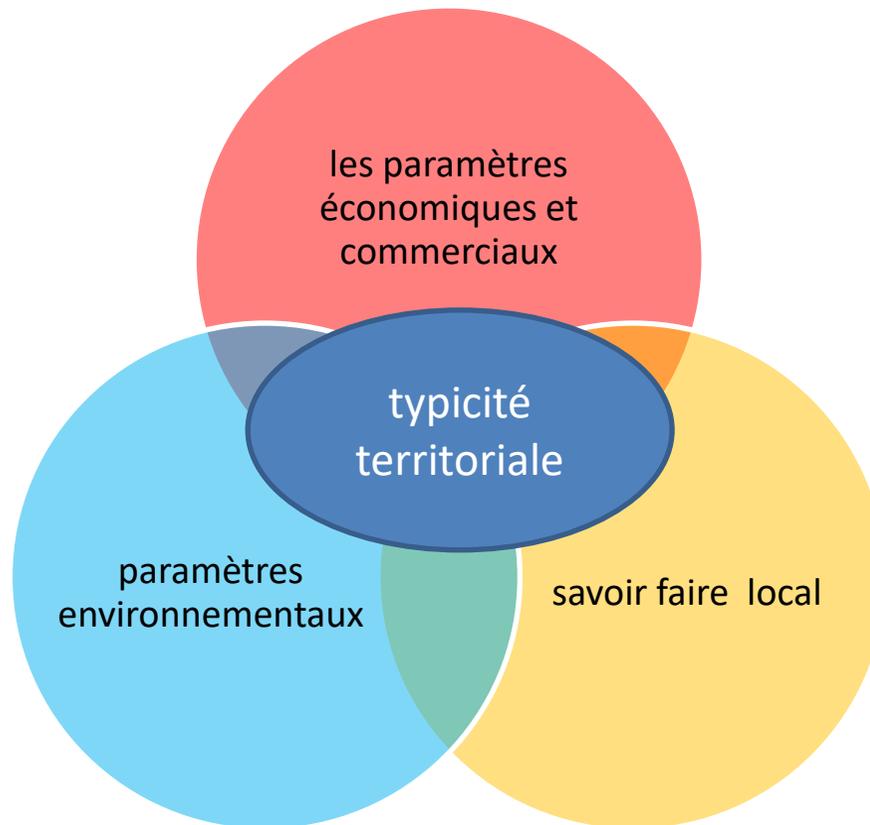
projet de développement spécialement orientée vers:

- amélioration de l'offre
- valorisation à petite échelle
- Ex: thym, l'armoise, la lavande, le cumin, les truffes du désert, la gomme arabique et le propolis.

Analyse de la typicité territoriale

13 produits phares de terroir

LES PRODUITS PHARES DE TERROIR



13 produits qu'on peut qualifier de produits locaux de terroirs et qui combinent les valeurs économiques et commerciales avec les valeurs écologiques et socioculturelles

LES PRODUITS PHARES DE TERROIR

Produit	VALEUR (EN MDH)	ZONE DE PRODUCTION	LES PRINCIPALES OP ACTIVES
dattes	287	Les oasis des provinces de Guelmim, tata et assa zag	Coop taskala tata Coop afra tata
cactus	141	Zone Littorale (provinces de Guelmim, assa zag et tantan)	Wahat tighmert à guelmim
amandes	59	Les zones de montagnes à tata	
Orge, blé tendre et blé dur	100	Les périmètres d'épandage des eaux de crue	Coop al madaq guelmim Coop wadnounia guelmim Coop nissae asrir guelmim Ass alter forum es-smara
Huile d'olive	24	Les zones de montagnes et oasis des deux provinces Guelmim et tata	Coop essalam guelmim
Viande cameline et caprine	40	Les parcours de la région	
Lait de chamelle et chèvre	0.7	Les élevages périurbains et parcours	Coop Al mountada nisswi assa zag
miel	17	Les provinces de guelmim, tantan et assa zag	Coop draa assa zag Coop bab sahra guelmim Coop al baraka guelmim
Huile d'argan	7.5	La zone nord de la province de guelmim La zone ouest de la province de tata	Coop timaaounine guelmim Coop doudrar tata
henné	3.4	Oasis d'aitouabelli tata Zone de foug zguide tata	Ass lakhnoug à tata
Viande ovine	37	Les oasis et parcours	ANOC

INTRODUCTION

Zone littorale:
cactus et apiculture



TATA

Zone des oasis
Palmier dattier Ovin
Dman
Henné
Olivier
Amandier

Guelmim

ASSA

TANTAN

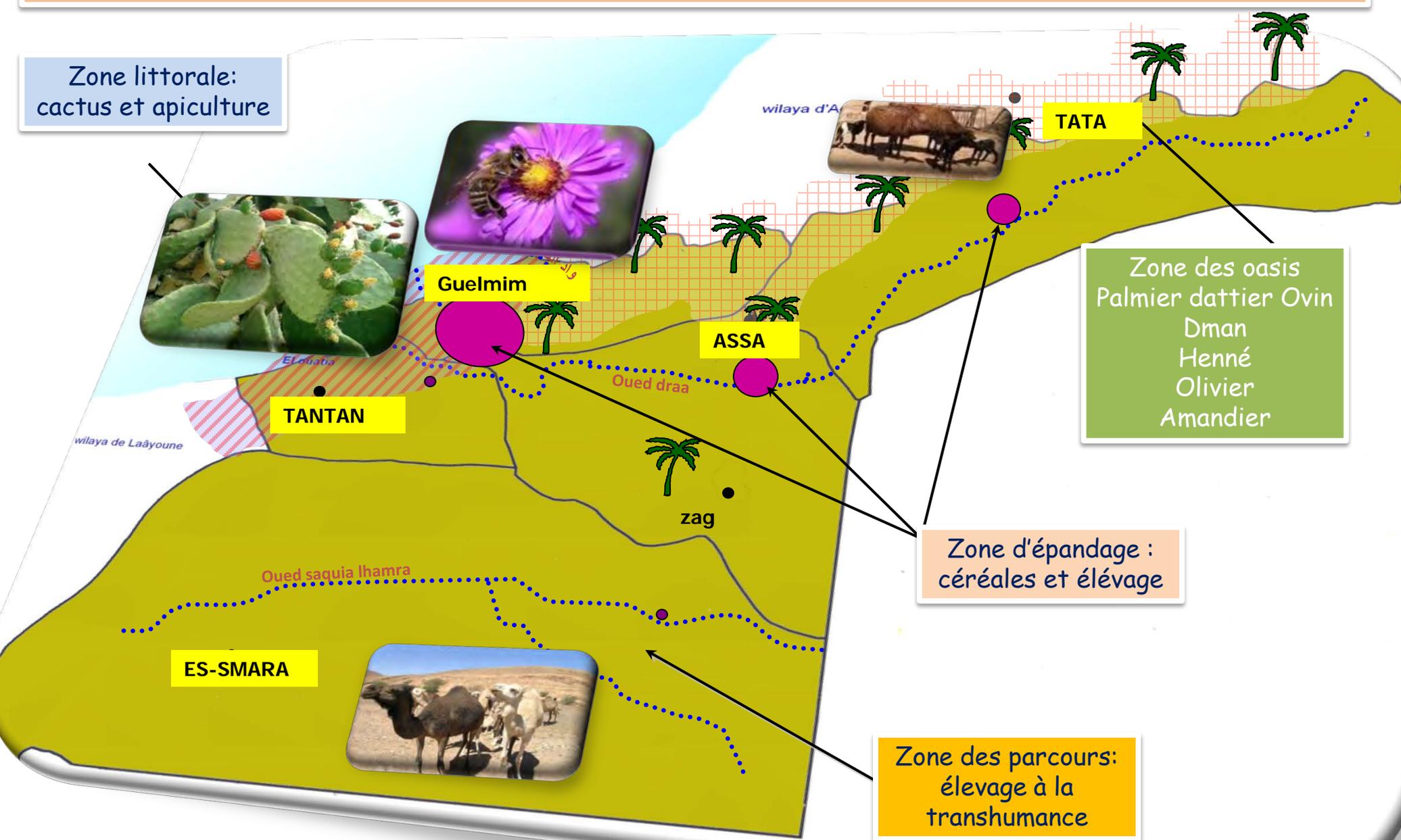
Zone d'épandage :
céréales et élevage

zag

ES-SMARA



Zone des parcours:
élevage à la
transhumance



ILLUSTRATIONS



matériel technique : séparateur des grains de cactus pour fabrication de la confiture (2010)





**Figure 4 : Atelier de préparation du couscous
Coopérative al madaq (programme 2010):
Tamis, grille, soudeuses.....**



**plantations d'olivier de la
coopératives ESSALAM
Appui en engrais (2010)**



coopérative féminine d'argan timaaounine
 En 2010: emballages ,En 2011: étiquettes
 En 2012: construction du local (programmé)



Local de la coopérative féminine d'argan
 doudrar à tata aménagé (2010)
 Emballages (2010)



coopérative féminine d'argan timaaounine
 Foire 2011



coopérative féminine d'argan doudrar en Foire 2011

Foire 2011: première édition sous le thème: produits du terroir levier de développement local





Emballages de la coopérative afra des dattes et sous produits des dattes



Local de la coopérative taskala des dattes à tata aménagé en 2011