



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

LIVRABLE 1

Initiative de Renforcement de la Compétitivité

FRESHK

Plantes Aromatiques Culinaires dans la région du Nord-Ouest



**PROJET DE GESTION INTEGREE DES PAYSAGES DANS
LES REGIONS LES MOINS DEVELOPPEES DE LA TUNISIE (PGIP)**

Septembre 2021

Abréviations

AP :	Alliance productive
APIA :	Agence de Promotion des Investissements Agricoles
APII :	Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation
BAD :	Banque africaine de Développement
BFPME :	Banque de Financement des Petites et Moyennes Entreprises
BM :	Banque Mondiale
BTS :	Banque Tunisienne de Solidarité
CONNECT :	Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie
CRDA :	Commissariat Régional de Développement Agricole
CEPEX :	Centre de Promotion des Exportations
GDA :	Groupement de Développement Agricole
GIE :	Groupement d'intérêt Economique
GIZ :	Coopération allemande
HE :	Huiles Essentielles
HS :	Système harmonisé
IDE :	Investissement Direct Étranger
INS :	Institut Nationale de la Statistique
ITC :	International Trade Centre
ITCEQ :	Institut Tunisien de la Compétitivité et des Études Quantitatives
MARHP :	Ministère de l'Agriculture des ressources Hydrauliques et de la Pêche
MDICI :	Ministère du Développement de l'Investissement et de la Coopération internationale
MFPE :	Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi
MCDE :	Ministère du Commerce et de Développement des Exportations
ONTT :	Office National du Tourisme Tunisien
ONAT :	Office National de l'artisanat de Tunisie
ODCO :	Office de Développement du Centre Ouest
ODD :	Objectif de Développement Durable
ODNO :	Office de Développement du Nord-Ouest
UGO :	Unité de Gestion par Objectifs
PAC :	Plantes Aromatiques Culinaires
PGIP :	Projet de Gestion Intégrée des Paysages
PDE 3 :	Projet de Développement des Exportations 3
PIAIT :	Projet d'Intensification de l'Agriculture Irriguée
PIB :	Produit intérieur brut
PIE :	Projet d'inclusion Economique
PME :	Petite(s) et Moyenne(s) Entreprise(s)
PNUD :	Programme des Nations unies pour le Développement
SMSA :	Société mutuelle de Service agricole
UE :	Union européenne
UTICA :	Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat
UTAP :	Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche
URAP :	Union Régionale de l'Agriculture et de la Pêche

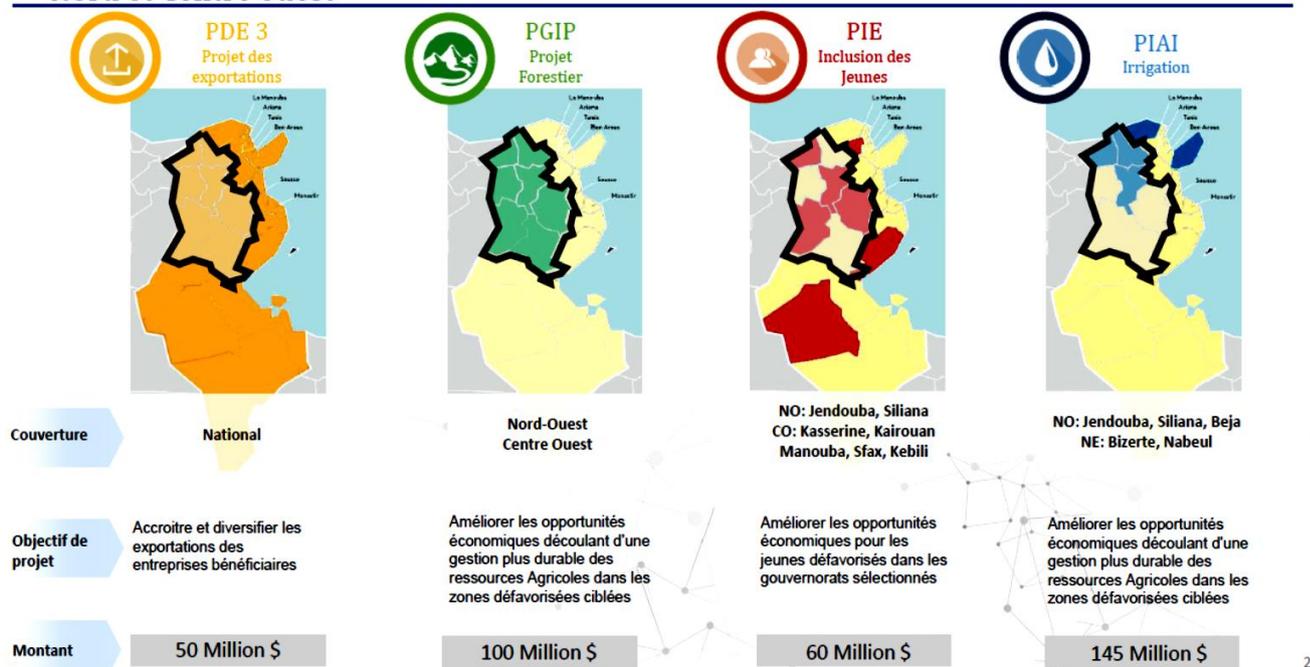
PREFACE DU LIVRABLE 1

INITIATIVE DE RENFORCEMENT DE COMPETITIVITE (IRC) :

PLANTES AROMATIQUES CULINAIRES AU NORD-OUEST DE LA TUNISIE

La Tunisie a sollicité et obtenu l'appui de la Banque Mondiale pour le financement de quatre projets d'investissement, qui dispose chacun d'une composante pour le développement des chaînes de valeur. Dans ce cadre, quatre projets d'investissement financés par la Banque Mondiale, dans lesquels le développement des chaînes de valeur constitue un lien thématique commun entre ces projets. Ils ciblent principalement toutes les régions avec ciblage particulier des zones du Nord-Ouest et du Centre-Ouest et comportent des activités de développement de chaînes de valeur et d'appui à la création d'emplois.

Plus de 350M USD d'investissement financés par la Banque Mondiale, notamment au Nord et Centre ouest



Source : BIRD, Développement des Chaînes de valeur ; vers une meilleure synergie dans les investissements (novembre 2017)

Ces projets représentent une opportunité pour offrir un programme d'appui intégré et impactant sur le développement économique durable des régions concernées et ayant pour objectif de contribuer à accroître et à diversifier les exportations par les entreprises appuyées, en favorisant l'accroissement de la valeur ajoutée des exportations tunisiennes et leur pérennité, et ce selon, entre autres, une approche de développement des chaînes de valeurs et de clusters. Parmi ces projets figure le Projet de Gestion Intégrée des Paysages dans les régions défavorisées de la Tunisie (PGIP).

Ce projet s'inscrit dans les priorités du plan quinquennal de développement de la Tunisie 2016 – 2020 et doit contribuer à la réalisation de l'Objectif de Développement Durable 1(ODD 1) pour la réduction de la pauvreté, l'Objectif de Développement Durable 2 pour la sécurité alimentaire, la nutrition et l'agriculture durable et l'Objectif de Développement Durable 15, pour la préservation et la restauration des écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable et à gérer durablement les forêts.

Le projet vise l'amélioration de la gestion des paysages et l'accès aux opportunités économiques pour des communautés ciblées dans les régions du Nord-Ouest et Centre-Ouest de la Tunisie. Il vise également à promouvoir l'approche de la gestion intégrée des paysages à travers les activités économiques (modes et moyens de vie, emploi, genre), l'amélioration de la production alimentaire et la gestion durable des écosystèmes, en maximisant les potentialités durables des ressources naturelles dans les régions les moins développées. Le Projet appuiera :

- La Promotion de la planification participative intégrée et ascendante (bottom-up) du développement du paysage.
- L'identification des possibilités de production pour accroître les activités économiques locales et absorber la main-d'œuvre, et accroître les revenus des ménages pauvres.
- La promotion d'un meilleur accès aux marchés existants et nouveaux, à plus forte valeur ajoutée.

Le Projet comporte trois composantes :

- (i) Fondements pour la gestion durable des ressources agricoles
- (ii) Favoriser des investissements régionaux durables, et
- (iii) Gestion du Projet, Suivi et évaluation.

Par le biais de la deuxième composante que s'inscrit cette initiative, confiée à une plateforme opérationnelle nommée « Task-Force pour le Développement des Chaînes de Valeur et Clusters en Tunisie », **TFDCVC** est créée par **décret gouvernemental 2018-710 du 14 aout 2018** et chargée d'une mission d'intérêt général consistant en développement des chaînes de valeur en Tunisie à travers un appui technique des MPME Tunisiennes à fort potentiel de création d'emplois et de croissance, notamment dans les régions défavorisées afin de renforcer leur compétitivité.

La TFDCVC s'est engagée à accomplir les missions accordées pour cette initiative, à travers la mobilisation de sa propre équipe avec l'appui technique d'une expertise externe formée des experts nationaux et internationaux mobilisés par un Groupement constitué de la société tunisienne Consulting en Développement Communautaire et en Gestion d'Entreprises CDCGE/ et la société Allemande AFC Consultant International avec CDCGE comme chef de file du Groupement dans le cadre de l'exécution du contrat spécifique d'Assistance Technique pour l'élaboration d'un plan d'investissement et d'amélioration des affaires spécifiques à deux chaînes de valeur : Huiles Essentielles couplées Thalassothérapie et Plantes Aromatiques et Médicinales fraîches culinaires signé entre le Groupement et la Direction Générale du Financement, des Investissements et des Organismes Professionnels / Projet de gestion intégrée des paysages dans les zones les moins développées/PGIP du Ministère chargé de l'Agriculture (TN-MARHP-145640-CS-QCBS financement Banque Mondiale) et ce, dans le cadre de la mise en œuvre du contrat cadre pour le développement des chaînes de valeur en Tunisie, signé le 8/8/ 2019 entre le CEPEX et le dit Groupement.

Cette initiative est lancée dans le but de renforcer la compétitivité des acteurs du cluster du Nord-ouest. La méthodologie de référence adoptée par la TFDCVC et le Groupement CDCGE/AFC combine l'analyse stratégique avec des outils de conduite du processus du changement :

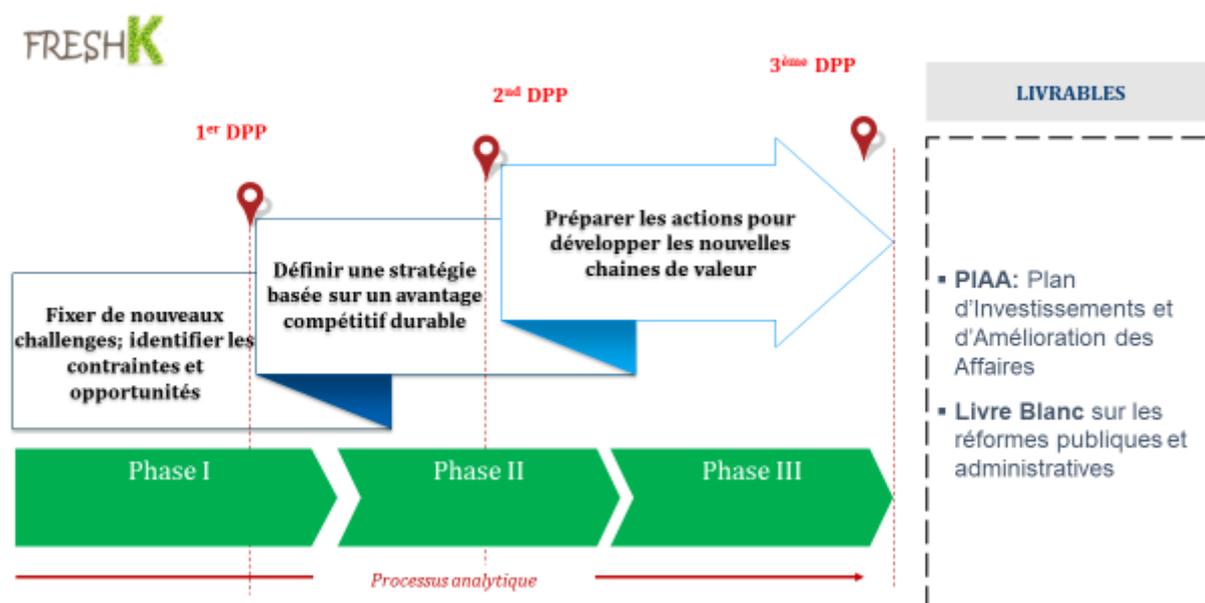
➤ *Analyse stratégique*

Basée sur les concepts développés par le professeur Michael E. Porter, de l'Université de Harvard, dans ses ouvrages *Competitive Strategy* (1980), *Competitive Advantage* (1985), *The Competitive Advantage of Nations* (1990) *On Competition* (1998). Cette méthodologie comporte les composantes suivantes :

- L'évaluation de l'état du cluster actuel : avantage concurrentiel
- L'analyse du secteur, en mettant l'accent sur les tendances futures.
- Analyse des options stratégiques faisables pour l'entreprise (acteur du cluster).
- Proposition des principaux domaines d'amélioration pour le cluster et lancement des lignes d'action permettant le renforcement de compétitivité des entreprises.

Cette IRC est structurée en trois phases. Les principaux résultats seront présentés à tous les agents de la chaîne

de valeur dans un événement public (un Dialogue Public Privé DPP) organisée à la fin de chaque phase.



PHASE I : Identification des défis et opportunités.

Cette phase consiste à réaliser un diagnostic participatif de la chaîne de valeur visée à travers la dynamique du secteur à l'échelle mondiale et la situation actuelle des entreprises et des acteurs du cluster dans la région avec une identification des futurs défis.

Cette phase vise également à retenir l'attention des agents de la chaîne de valeur locale et les inciter à participer au projet. Des entretiens individuels avec les entreprises et les entrepreneurs seront organisés afin d'expliquer le contenu du projet et de recueillir leurs opinions et leur vision de la chaîne de valeur locale et secteur.

PHASE II : Orientation de la stratégie

Cette phase consiste essentiellement à identifier les meilleures options stratégiques pour les entreprises et les entrepreneurs de la chaîne de valeur locale comme résultat d'un travail en plusieurs étapes. La TFDCVC et le Groupement CDCGE/AFC élaboreront une analyse d'opportunité de valeur ajoutée des couples « marchés/produits », et confronteront les résultats du diagnostic de la position concurrentielle actuelle des chaînes avec les constats issus des benchmarks, des rencontres effectuées avec les acteurs avancés et des interviews conduits auprès d'experts.

Dans cette phase, l'équipe constituera aussi des groupes de travail stratégiques pour discuter et faire ressortir la stratégie auprès des acteurs locaux.

PHASE III : Élaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)

Cette phase consiste à définir et lancer les lignes d'actions issues de l'analyse stratégique. Les actions identifiées doivent être communes et structurantes permettant d'initier un changement stratégique du cluster et ce conformément à la stratégie adoptée lors de la phase 2. Les lignes d'action, assorties de délais et budgets, doivent être limitées en nombre et doivent se traduire par de petits succès à court terme, de manière à démarrer une dynamique de changement et une collaboration de tous les entrepreneurs.

➤ Gestion du processus du changement

La conduite de l'IRC a une finalité pratique qui consiste à générer une dynamique de changement au sein des

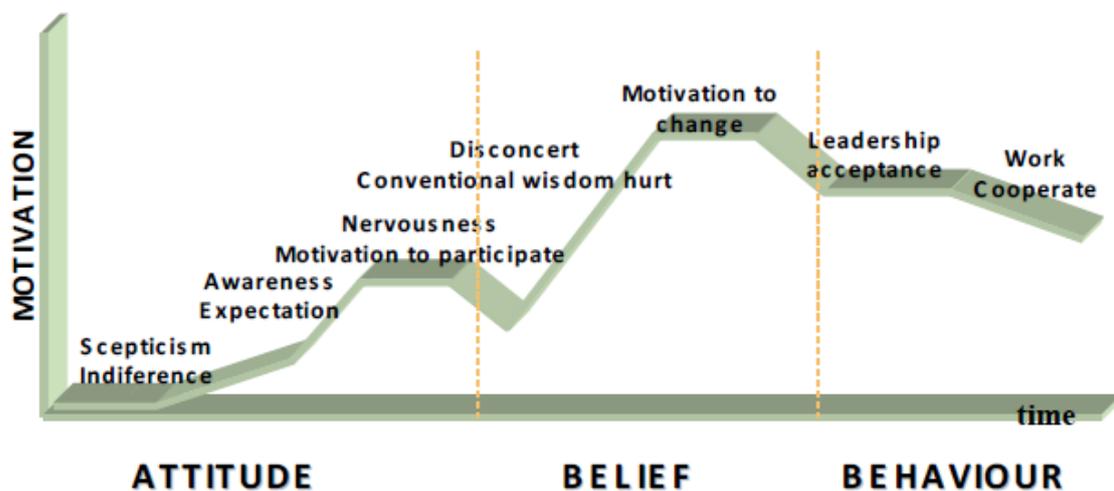
agents du cluster. En effet, des agents de cluster seront accompagnés tout au long de l'IRC pour adopter les options stratégiques qui découlent de l'analyse stratégique afin de lever les résistances au changement et obtenir leur adhésion.

Pour réussir ces changements, il est impératif de bien comprendre les résistances, les analyser, et cibler des actions concrètes à mener.

C'est donc un travail de psychologie individuelle et collective, Tant au niveau du diagnostic que de la mise en œuvre, les leviers de la conduite du changement doivent prendre en considération la psychologie de groupe.

Pour cela il faut communiquer sur les avantages attendus en termes de performance pour l'entreprise et sur les nouveaux apprentissages mais aussi il faut créer les conditions d'un dialogue qui prenne en compte les besoins psychologiques tels que la sensibilisation, la motivation, les relations de coopération, la confiance, etc. sans lesquels la performance ne peut être optimale. Le changement est promu en utilisant un processus psychologique et dynamique de groupe tout au long des travaux de l'IRC. Des réactions progressives sont attendues de la part des agents du cluster. Trois principaux changements peuvent être constatés pour chaque phase de l'analyse stratégique :

- Phase I : attitude,
- Phase II: croyance (Belief)
- Phase III: comportement (Behavior).



Source : Emiliano Duch, Banque mondiale 2016

Liste des documents contenant le livrable 1

Livrable 1 : comprend les documents suivants :

- **D1** Document du Secteur (Version Finale)
- **D2** Document du Cluster (Version Finale)
- **D3** Document de Stratégie (Version Finale)
- **D4** Document Qui est Qui (Version Finale)
- **D5** Document de voyage de référence (Version Finale)
- **DB** Cartographie du cluster et Base de données (Version Finale)
- **B1** Document du 1^{ier} Briefing + Feuille de présence
- **B2** Document du 2^{ème} Briefing + Feuille de présence
- **B3** Document du 3^{ème} Briefing + Feuille de présence
- **P1** Présentation du DPP1 + Feuille de présence
- **P2** Présentation du DPP2 + Feuille de présence
- **P3** Présentation du DPP3 + Feuille de présence
- **PS** Présentation de groupe stratégique et Feuille de présence
- **WG** Feuilles de présence des groupes de travail
- **D6** Document de lignes d'action (Version Finale)
- **D8** Livre blanc : Document de réformes politiques (Version Finale)
- **D7** Résumé de projet (PPT)
- **D10** Plan d'Investissement et d'Amélioration d'Affaires (PIAA)

D1

DOCUMENT DU SECTEUR
(Version Finale)

Table des matières

Liste des Figures	
Liste des Tableaux	
Introduction	
I-Présentation du secteur à l'échelle internationale.....	
II-Offre et demande mondiales.....	
A-Offre mondiale globale par pays et commentaires.....	
1- Offre mondiale globale par pays.....	
2-Commentaires sur l'offre des pays leaders.....	
3-Principaux acteurs internationaux au niveau mondial.....	
4-Evolution du secteur : adaptation du marché et des entreprises aux changements de la demande des produits.....	
B-Demande mondiale pays consommateurs : évolution et types de produits	
1-Demande mondiale et par pays.....	
2-Commentaires sur la demande des principaux marchés et identification des produits/services.....	
C-Tendance mondiale de la consommation.....	
III- Offre de la Tunisie.....	
A-Importance économique de la filière.....	
1-Catégories des PAMs	
2-Les PAM dans la zone du projet PGIP.....	
3-La production biologique certifiée.....	
4-Les PAMs cultivées	
5-Plantes et parties de plantes fraîches et/ou séchées.....	
6-PAM Cultivées biologiques.....	
7-Transformation des PAMs.....	
B-Commentaires à propos de la situation dans le pays	
c- Les principaux marchés du pays	
1-Les principaux produits PAM exportés.....	
2-Statistiques des exportations selon les nomenclatures internationales des plantes aromatiques culinaires	
3-Principales entreprises dans le pays	
4-Autres clusters (dans le même secteur) dans le pays	

D- Le fonctionnement du secteur.....

- 1-La Structure des coûts
- 2-Evolution récente de l'industrie.....

E-Tendances et perspectives.....

- 1-Conducteurs de la consommation : tendances de la demande et adaptation des entreprises
- 2-Tendances mondiales
- 3-Tendances locales

Annexes

1- Liste des Figures

Figure 1 Répartition géographique des pays exportateurs	
Figure 2 Liste des pays exportateurs	
Figure 3 Répartition géographique des pays exportateurs	
Figure 4 Part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations	
Figure 5 Répartition géographique des pays exportateurs	
Figure 6 Part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations	
Figure 7 Répartition géographique des pays exportateurs	
Figure 8 Part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations	
Figure 9 Répartition géographique des pays importateurs	
Figure 10 Répartition géographique des pays importateurs	
Figure 11 Répartition géographique des pays importateurs	
Figure 12 Répartition géographique des pays importateurs	
Figure 13 Part des 10 premiers importateurs et l'évolution en valeur de leurs importations	
Figure 14 Chiffre d'affaires annuel des ventes des épices et herbes en France	
Figure 16 Evolution des exportations de PA	
Figure 17 Evolution des exportations des HE	
Figure 18 Evolution des exportations des produits des plantes et parties des plantes (en 1000 DT)	
Figure 19 Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Tunisie	
Figure 20 Croissance de la demande pour un produit exporté par la Tunisie	
Figure 21 Principaux marchés de La Tunisie	
Figure 22 Principaux marchés de La Tunisie	
Figure 23 Principaux marchés de La Tunisie	
Figure 24 Structure des coûts pour l'activité de production des plantes aromatiques fraîches	
Figure 25 Exemple de structure des coûts pour une plantes aromatiques séchées	

2- Liste des Tableaux

Tableau 1 PAM Valeur des échanges mondiaux des PAM	
Tableau 2 Exemples de produits du secteur des plantes aromatiques culinaires	
Tableau 3 Les principaux exportateurs des PACs	
Tableau 4 Les principaux importateurs	
Tableau 5 Utilisation de la ressource forestière (3 principales espèces spontanées sur 5 ans)	
Tableau 6 Pression de la demande	
Tableau 7 Les PAMs dans la zone du projet PGIP	
Tableau 8 Surfaces certifiées AB (Ha)	
Tableau 9 Evolution de la production des PAM	

« Etude de la situation du secteur/industrie dans le monde entier, sa dynamique sur les différents marchés nationaux et internationaux, son évolution, ses principaux leaders, la structure des prix et des coûts des différents maillons de sa chaîne de valeur, les futures tendances des consommateurs », tels sont les objectifs de ce chapitre.

A cet effet, les outils méthodologiques auxquels nous nous sommes référés relèvent de l'analyse quantitative et qualitative. Il s'agit des informations telles que les statistiques sur les exportations/importations, les rapports de consommation, les chiffres du commerce mondial, etc., obtenus au moyen d'Internet (sites web du centre de commerce international et de l'Institut National de la Statistique), et de documents des ministères du commerce, de l'industrie, d'agriculture et des organismes d'appui comme le CEPEX, l'APII, ODNO, l'APIA, ainsi que des organismes internationaux comme Banque Mondiale, ONUDI, FAO et autres.

I- Présentation du secteur à l'échelle internationale

« **Les plantes aromatiques** sont un ensemble de plantes utilisées en cuisine et en phytothérapie pour les arômes qu'elles dégagent, et leurs huiles essentielles que l'on peut extraire. Ces plantes aromatiques sont cultivées selon le besoin pour leurs feuilles, tiges, bulbes, racines, graines, fleurs, écorce, etc. **Les plantes aromatiques comprennent** les plantes utilisées comme épices, aromates ou condiments, parfois combinées en mélanges aromatiques. La distinction entre ces trois groupes est confuse et dépend surtout de l'utilisation que l'on va faire de la plante. Selon la terminologie anglophone, **les plantes aromatiques peuvent se répartir** entre *spices* « les épices », plantes dont on utilise les parties dépourvues de chlorophylle, et *herbs* « les herbes », celles dont on utilise les parties vertes¹. Le mot *condimentaire* vient du latin *condimentarius*, « relatif aux assaisonnements ». **Les plantes aromatiques peuvent être** soit des plantes vivaces (plante herbacée qui résiste aux rigueurs de la mauvaise saison), comme c'est le cas du thym et de la lavande, soit des plantes bisannuelles telles que le persil, ou soit des plantes annuelles comme c'est le cas pour le basilic.

La recherche ethnobotanique et les organismes internationaux œuvrant pour la préservation et la gestion durable des ressources naturelles estiment **qu'il y a environ 50 000 à 70 000 espèces végétales utilisées par la phytothérapie traditionnelle et moderne** à travers le monde.

Au cours des trois dernières décennies, il y a un regain d'intérêt pour la culture des PAM dans la majorité des pays du monde.

Dans les pays en voie de développement, la culture des PAM est perçue comme un moyen de diversification de l'activité agricole. Elle est aussi considérée comme une activité intéressante pour les régions défavorisées vu les opportunités d'emplois qu'elle offre. Pour rendre compte de cette évolution, au cours de la période considérée 2010-2018, et pour la dénomination du produit retenu, la valeur des échanges mondiaux sont passés de 2,112 milliards de dollars en 2010 à 3,231 milliards de dollars en 2018. Soit un taux de croissance de 52 % entre ces deux dates.

¹The herb industry Author(s): CAROLINE DUMVILLE Source: Professional Horticulture, Vol. 2, No. 3 (JULY 1988), pp. 82-85
Published by: Chartered Institute of Horticulture

Tableau 1 PAM Valeur des échanges mondiaux des PAM

Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Valeur des échanges	2112 585	2 539 313	2 641 576	3 473 880	3 574 217	3 159 623	3 116 613	3 209 080	3 231 041

Source : Centre du Commerce International

Quant au volume des échanges, ce dernier est passé de 581666 tonnes en 2010 à 691525 tonnes en 2018 soit un taux de croissance de 19%.

En plus de cette importance économique, les PAMs peuvent être classées en fonction des secteurs utilisateurs. En général, on distingue les PAM à utilisation culinaire, et PAM à utilisation autre que culinaire. Sur cette base et selon la classification adoptée par Benjlali et Zrira (2005), la situation se présente comme suit :

Plantes intéressant la médecine allopathique classique : Il s'agit d'espèces végétales utilisées pour la production de molécules définies recherchées par l'industrie pharmaceutique moderne comme c'est le cas du pavot et de la digitale, ...

Le problème fondamental pour les industriels utilisateurs de ce type de produits est la sécurité d'approvisionnement. C'est une contrainte stratégique. Pour les fournisseurs de ces produits, les clés de la réussite peuvent être résumées en trois éléments :²La qualité du produit pureté, la compétitivité des prix et la confiance créée auprès de l'utilisateur (qualité, régularité de l'offre et des prix).

Plantes intéressant la phytothérapie : Dans ce cas, la plante est utilisée sous forme de « totem ». Il n'y a pas d'extraction de molécules particulières au préalable. Les formes d'utilisation peuvent être différentes : extrait aqueux ou alcoolique, poudre, ... C'est une forme de médecine qui est ancienne, mais qui persiste et se développe pour deux raisons essentielles :

- La survivance de l'herboristerie traditionnelle (sirop, élixir, mélange de plantes en infusion...)
- Le renouveau de la phytothérapie en raison du regain d'intérêt pour le NATUREL et la MEDECINE DOUCE.

Plantes à intérêt aromatique : Il s'agit de plantes qui sont recherchées pour leurs qualités aromatiques (aromatisation alimentaire, aromatisation de produits pharmaceutiques). Dans ce domaine, le marché mondial est totalement ouvert. La seule restriction possible concerne le respect des normes de qualité et d'hygiène qui sont de plus en plus sévères.

Plantes à parfum : L'industrie de la parfumerie et du cosmétique utilise des extraits de plantes, en plus des produits de synthèse pour réaliser les formules recherchées. Il s'agit d'un secteur qui consomme beaucoup d'huiles essentielles. Les principales PAM spontanées destinées à ce marché : romarin, armoise, menthe pouliot, myrte... Il existe également certaines productions faites à partir de plantes cultivées tels que : citrus, rose, jasmin et géranium.

²Benjlali, B., Zrira, S. and Aboukassam, H. (2005) Plantes Aromatiques et Médicinales, Atouts du Secteur et Exigences Pour Une Valorisation Durable. Edition Actes, Rabat.

Plantes destinées à l'industrie de transformation : L'utilisation des plantes aromatiques et de leurs extraits dans les industries agricoles et alimentaires a connu une forte croissance depuis une vingtaine d'années. Plusieurs raisons expliquent cette situation :

- La demande du consommateur des arômes naturels appuyée par une législation qui oblige le fabricant à déclarer sur son emballage le caractère naturel ou non des arômes utilisés
- Le développement de préparations industrielles pour lesquelles la technologie induit une perte de goût que l'industriel cherche à compenser par une aromatisation appropriée
- L'apparition de gammes de produits allégés en cholestérol (faible teneur en matière grasse), en sel, en sucre qui demandent une aromatisation adéquate pour qu'ils soient consommables
- L'importance de l'aromatisation dans la conception et la réalisation de produits agroalimentaires nouveaux (boisson, desserts ...)
- L'importance croissante de l'industrie des plats cuisinés.

Produits PAM culinaires destinés directement aux consommateurs : Plusieurs formules d'aromatisants sont aujourd'hui proposées au consommateur directement, à partir d'épices et de plantes aromatiques. Les deux formes suivantes sont les plus utilisées :

- **Plante séchées (PS)** : La forme « séché » reste dans l'herboristerie moderne, la forme la plus utilisée. Un large éventail d'assortiment d'épices et aromates en flaconnage destinés, directement, aux consommateurs existe déjà sur le marché. Ces flaconnages peuvent comporter des aromates individuels ou de mélanges de plantes condimentaires. Les plantes à infusion (menthe, verveine...) sont de moins en moins consommées pour leurs propriétés médicinales. Elles sont devenues des boissons aromatiques d'agrément. Cette tendance a été renforcée par l'apparition récente de mélanges de plantes renforcés par des arômes, fruités en général, sous forme d'infusettes.
- **Formes fraîches et surgelées** : Une grande tradition d'utilisation des plantes à l'état frais comme aromatisant a toujours existé et existe toujours : ciboulette, persil, menthe ...

Selon la nature des cultures, on distingue trois types : La première concerne les plantes aromatiques sauvages ou spontanées, dont la production est intensive en main d'œuvre, la deuxième est relative aux plantes aromatiques sous forme de cultures maraîchères : pour répondre à la demande grandissante en plantes aromatiques culinaires dans le monde d'une part et du besoin de maîtriser la qualité de ces produits. Ces cultures deviennent de plus en plus intensives en capital et la troisième est relative aux jardins potagers pour les besoins domestiques.

Bien que les plantes culinaires soient très variées selon les cultures culinaires, le nombre de plantes aromatiques les plus courantes dans les échanges mondiaux est limité à quelques dizaines ; huit plantes sont réputées être les plus couramment utilisées à travers le monde dites « Commodity herbs » : basilic, ciboulette, menthe, romarin, aneth, thym, sauge et feuille de menthe.

Cependant, le mouvement des individus à travers le monde et le croisement des cultures a eu pour effet d'élargir la variété des plantes aromatiques utilisées dans la cuisine à travers le monde.



Le secteur des PAM se distingue aussi par deux principaux sous-secteurs : 1) les plantes aromatiques traitées ou séchées (processed herbs) et 2) les plantes aromatiques naturelles (fresh herbs) par 2 gammes de plantes aromatiques biologiques et celles conventionnelles ainsi que deux types d'activités industrielles, selon la nature de l'utilisateur final : Business-to-Consumer (B2C), Business-to-Business (B2B) pour les industriels qui fournissent des ingrédients pour l'industrie agroalimentaire.

Tableau 2 Exemples de produits du secteur des plantes aromatiques culinaires

Description Produits/Procédés	Photos
<i>Les plantes aromatiques traitées (Processed Herbs)</i>	
<p>Herbes aromatiques séchées entières, concassées ou en poudre. Ces produits peuvent résulter de process industriels différents, des plus rudimentaires aux plus récents (séchage léger-lightly dried) qui tendent à conserver les caractéristiques aromatiques et nutritionnelles</p>	
<p>Mélanges de plantes aromatiques séchées : exp (herbes de province, mélanges spécifiques à un plat ou à une cuisine (italienne, chinoise, etc))</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Extraits de plantes aromatiques pour l'industrie agroalimentaire : colorants, oléorésines, antioxydants pour préserver la qualité des aliments, arômes, - Extraits botaniques pour l'industrie des suppléments alimentaires et celle de l'alimentation fonctionnelle - Nouveaux procédés industriels pour conserver les propriétés des plantes 	

Sauces culinaires, marinades, stir-in purée, etc



Boissons aromatisées



Super aliments « Super food », sous forme de poudres ou extraits liquides, éventuellement mélangés



Plantes aromatiques fraîches (Fesh Herbs)

Plantes aromatiques culinaires fraîches, nécessitant une chaîne logistique adaptée sous température contrôlée



Mélanges d'herbes fraîches, nécessitent une chaîne logistique adaptée sous température contrôlée



- Plantes aromatiques vivantes, nécessitent une chaîne logistique adaptée sous température contrôlée
- Plantes aromatiques en pots pour les jardins potagers : distribution exclusivement à l'échelle locale, vu les exigences liées aux sols



II- Offre et demande mondiales

Une analyse de la chaîne de valeur commence avec une collecte de données statistiques sur les échanges qui feront la suite l'objet d'une analyse.

II-A- Offre mondiale globale par pays et commentaires

A-1- Offre mondiale globale par pays

Les statistiques relatives aux exportations des différents produits pouvant inclure des plantes aromatiques culinaires, sont identifiées par les codes HS comme suit :

- **Les Épices**

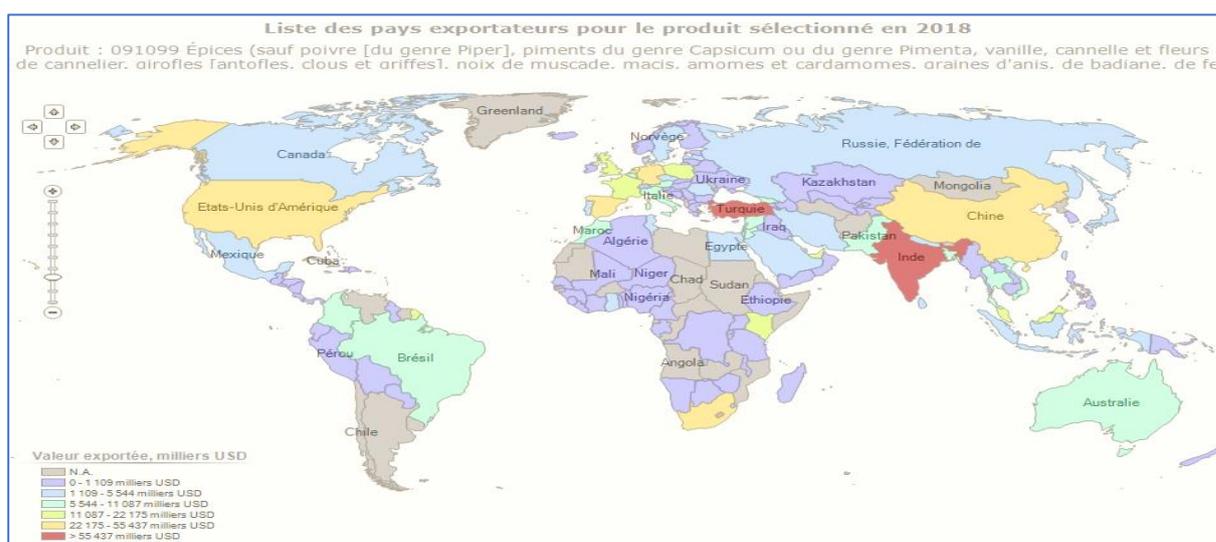
HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

- **Pour les produits HS 091099 : Épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges)**

Les statistiques des exportations mondiales couvrent 149 pays concernés qui ont en 2018, réalisés des exportations de 691.682 Milliers de dollars. Le taux de croissance de l'offre mondiale durant les cinq dernières années (2014-2018) est de l'ordre de 1% (-4% durant les deux dernières années 2017-2018) en valeur et de -1% en quantité.

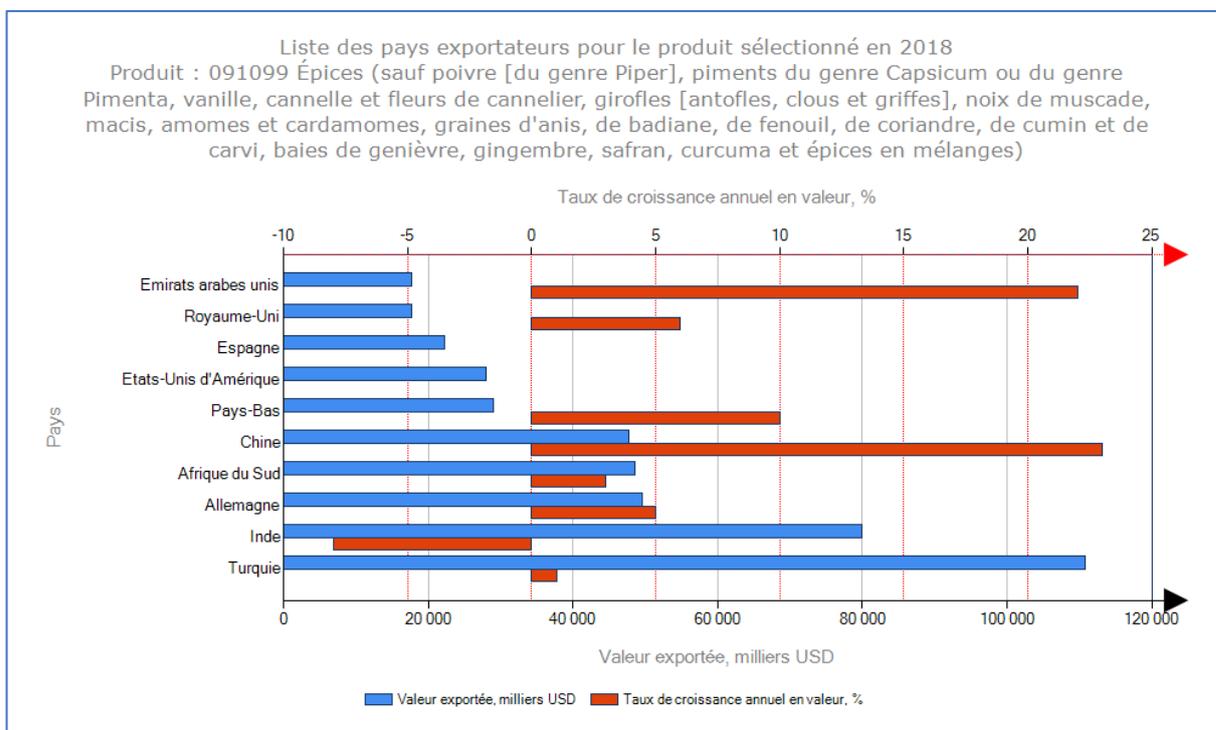
La carte qui suit donne une idée sur la répartition géographique des pays exportateurs :

Figure 1 Répartition géographique des pays exportateurs



La part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations durant les cinq dernières années sont données dans le graphique suivant :

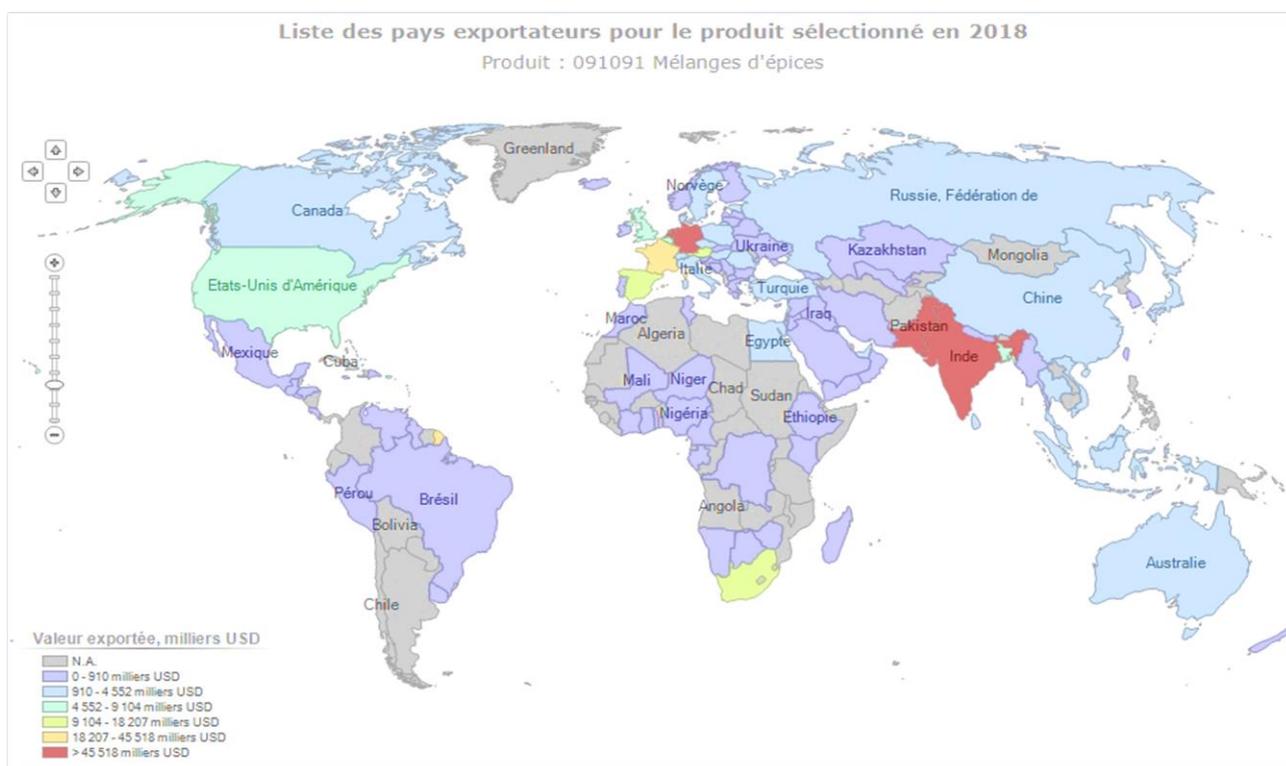
Figure 2 Liste des pays exportateurs



- Les Top 5 exportateurs sont : La Turquie (16%), l'Inde (11.6%), l'Allemagne (7.2%), l'Afrique du sud (7%), et la Chine (6.9%). On peut constater ce qui suit :
 - La Chine a enregistré le taux de croissance de la valeur des exportations le plus élevé durant la période 2014-2018 (23%), cette tendance s'est accentuée durant la période 2017-2018 (51%). En termes de quantité également, La Chine a enregistré une hausse de 26% des quantités exportées,
 - En termes de valeur unitaire des exportations, l'Allemagne a la valeur unitaire la plus élevée (12916 dollars/tonne), suivie de La Chine (6451 dollars/tonne), puis l'Afrique du Sud et La Turquie, l'Inde exporte l'unité la moins chère parmi les 5 premiers exportateurs mondiaux avec 1096 dollars/tonne,
 - L'Inde a enregistré une décroissance annuelle de ses exportations de l'ordre de -8% en valeur et en quantité, cette tendance s'est accentuée durant les deux dernières années avec une décroissance de 25% de la valeur de ses exportations.
- **Pour le produit HS 091091 Mélanges d'épices :**

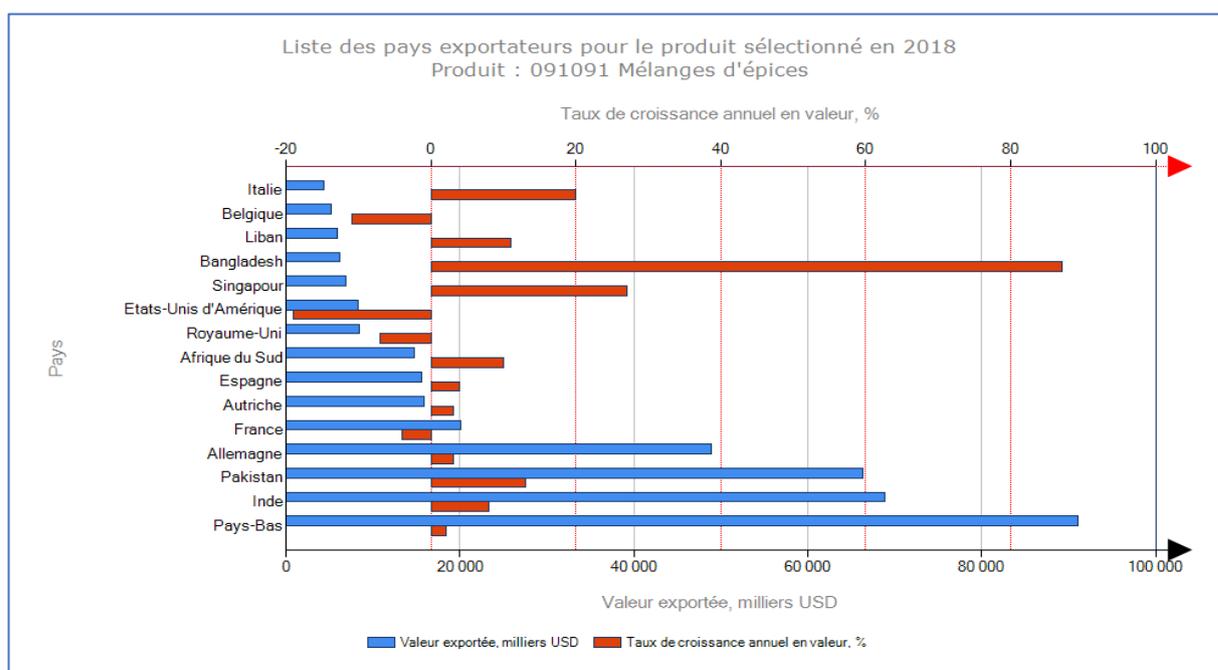
L'Offre Mondiale a atteint 451.349 milliers de dollars par 112 pays acteurs. Elle a évolué positivement de 4% durant la période 2014-2018 en quantité et en valeur, mais le taux de croissance a connu un fléchissement durant les deux dernières années. La répartition géographique des pays exportateurs est donnée dans le graphique suivant :

Figure 3 Répartition géographique des pays exportateurs



La part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations durant les cinq dernières années sont données dans le graphique suivant.

Figure 4 Part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations



Les Top 5 exportateurs sont, dans un ordre décroissant : les Pays-Bas (20,2%), l'Inde (15,3%), le Pakistan (14,7%) et l'Allemagne (10,8%). Parmi ces top 5 exportateurs, l'Allemagne vend l'unité la plus chère (6244 dollars/tonne), suivie du Pakistan, des Pays-Bas, puis de l'Inde (voir Annexe 1). On remarque que :

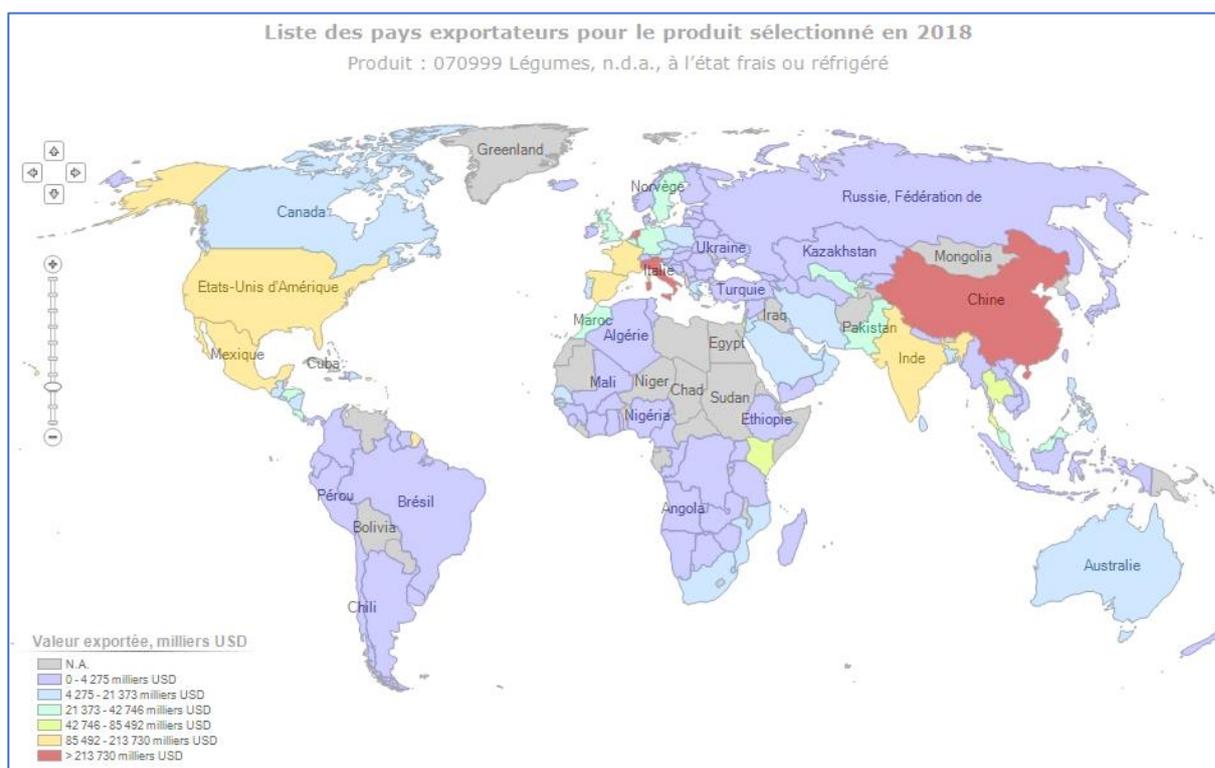
- Les 5 principaux acteurs de l'offre mondiale appartiennent au continent européen (Pays-Bas, Allemagne et France) qui assure 35,4% de l'offre mondiale et le continent asiatique (Inde et Pakistan) qui assure 30% de l'offre mondiale
- L'Inde et le Pakistan ont connu les taux de croissance les plus élevés (respectivement 8% et 13%),
- La France est le seul pays qui a enregistré une évolution négative de ces exportations en valeur (-4%) durant les cinq dernières années, mais avec une nette reprise durant les deux dernières années (+13%).

• **Légumes : Produit 070999 n.d.a. à l'état frais ou réfrigéré**

L'Offre mondiale : 2.767.725 milliers de dollars, avec une croissance annuelle en valeur de 2% (1% sur la période 2017-2018) et 7% en quantité.

La carte qui suit donne une idée sur la répartition géographique des pays exportateurs :

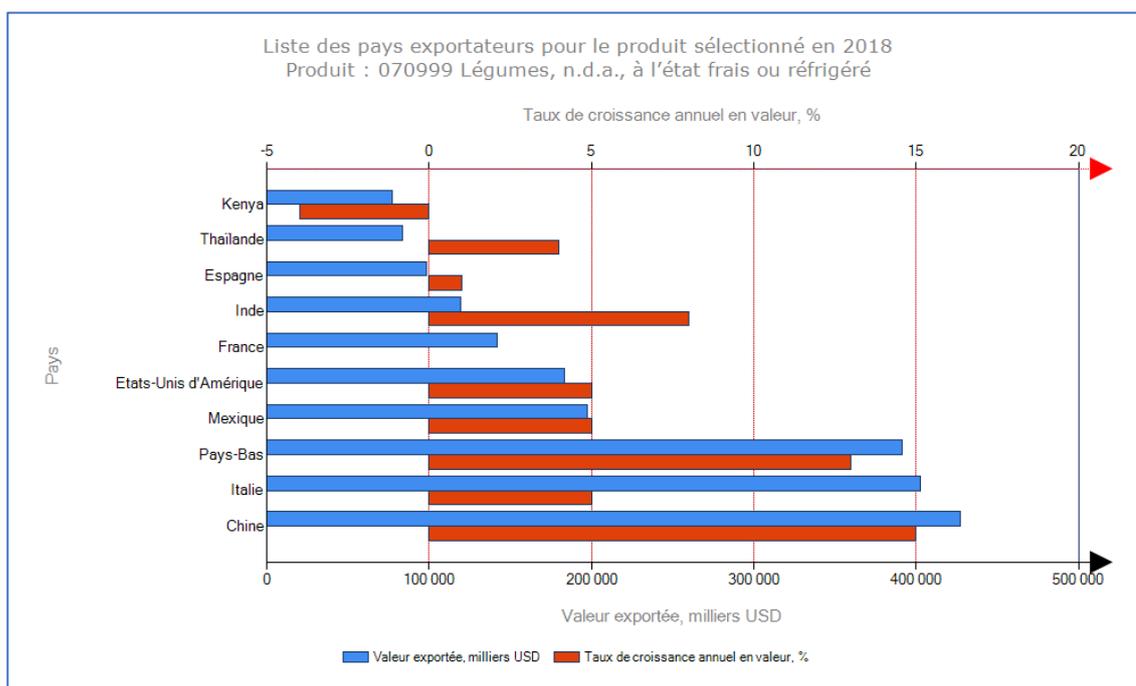
Figure 5 Répartition géographique des pays exportateurs



Principaux exportateurs : Chine (15,4%), Italie (14,5%), Pays-Bas (14,1%), Mexique (7,1%), Etats Unis (6,6%).

La part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations durant les cinq dernières années sont données dans le graphique suivant.

Figure 6 Part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations



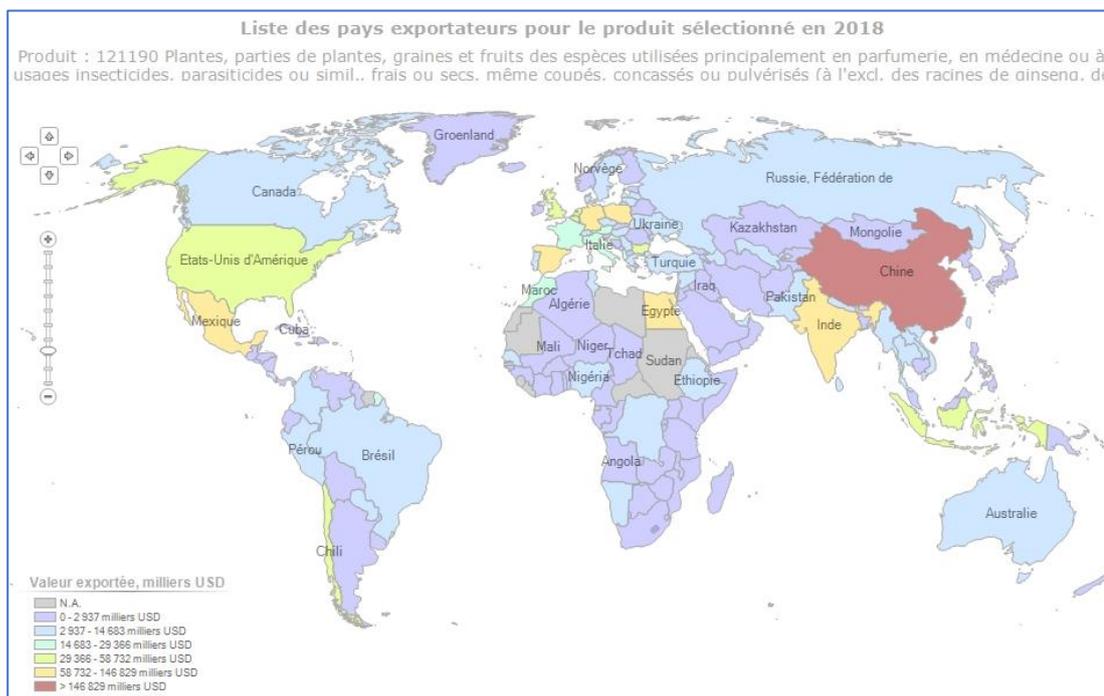
Parmi ces top 5 exportateurs, seuls les Pays-Bas et les Etats- Unis ont enregistré une croissance significative de leurs exportations durant la période 2014-2018. En termes de valeur unitaire, les Pays Bas et l'Italie exportent les unités les plus chers (respectivement 2704 dollars/tonne et 2240 dollars/tonne).

- **Plantes** : Produit : 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil.,

L'Offre Mondiale : 1.705.003 milliers de dollars, avec une évolution négative annuelle en valeur de -11% (25% sur la période 2017-2018) et -10% en quantité.

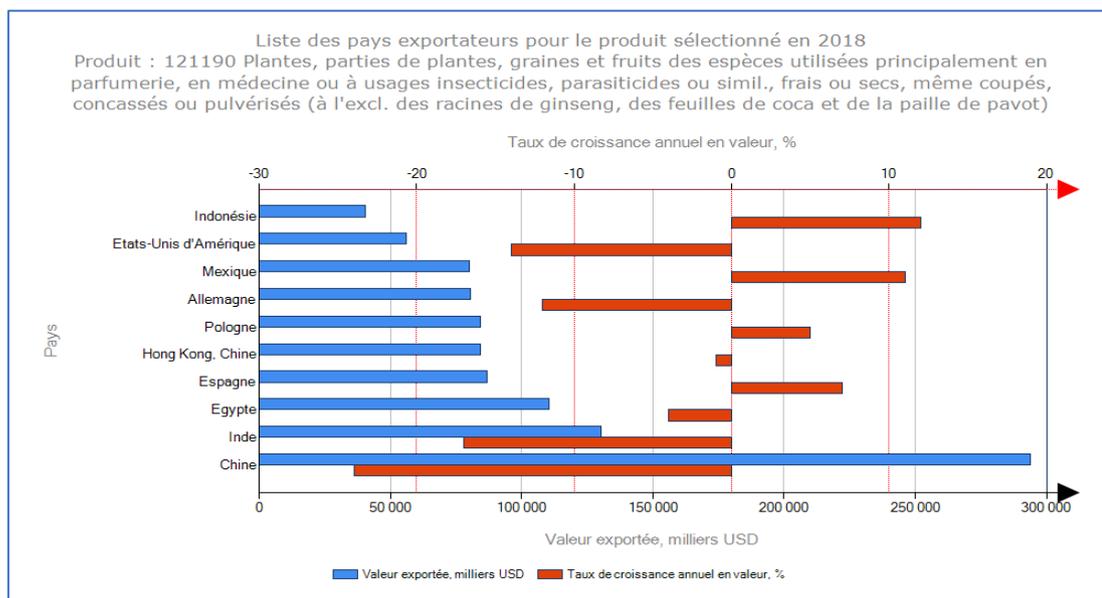
La carte qui suit donne une idée sur la répartition géographique des pays exportateurs :

Figure 7 Répartition géographique des pays exportateurs



La part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations durant les cinq dernières années sont données dans le graphique suivant.

Figure 8 Part des 10 premiers exportateurs et l'évolution en valeur de leurs exportations



Principaux exportateurs : Chine (17,2%), l'Inde (7,6%), L'Égypte (6,5%), l'Espagne (5,1%), Hong Kong (5%).

La décroissance des exportations au niveau mondiale est clairement due à une forte diminution des exportations de La Chine (-24%) et l'Inde (-17%).

Parmi ces top 5 exportateurs, seuls l'Espagne a enregistré une croissance positive de ses exportations durant la période 2014-2018 avec une décélération de cette tendance positive durant la période 2017-2018 à 1% uniquement.

En termes de valeur unitaire exportée, les Pays Bas et l'Italie exportent l'unité la plus chère (11.085 dollars/tonne) suivie de l'Égypte (6911 dollars/tonne).

A-2- Commentaires sur l'offre des pays leaders

Tableau 3 les principaux exportateurs des PACs

Groupes de produits	Top 5 exportateurs	Évolution de l'Offre Mondiale
HS 091099 Épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges)	Turquie (16%), Inde (11.6%), Allemagne (7.2%), Afrique du sud (7%), Chine (6.9%).	+1% (-4% durant les deux dernières années 2017-2018) en valeur et -1% en quantité
HS 091091 Mélanges d'épices	Pays-Bas (20,2%), Inde (15,3%), Pakistan (14,7%) et Allemagne (10,8%).	+ 4% en quantité et en valeur
Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré	Chine (15,4%), Italie (14,5%), Pays-Bas (14,1%), Mexique (7,1%), Etats Unis (6,6%).	+2% (+1% sur la période 2017-2018) et +7% en quantité.
Produit : 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil.,	Chine (17,2%), Inde (7,6%), Egypte (6,5%), Espagne (5,1%), Hong Kong (5%).	-11% (-25% sur la période 2017-2018) et -10% en quantité.

D'après les statistiques sur les exportations dont la valeur a atteint en 2018, le chiffre de 5,6 milliards de dollars pour les épices et plantes aromatiques sous toutes leurs formes (séchés, frais, mélanges), les leaders mondiaux se répartissent en deux catégories :

- **Deux acteurs historiques qui sont l'Inde et La Chine** qui assuraient depuis des milliers d'années les deux premières sources d'épices et de plantes aromatiques. Le principal facteur qui a favorisé la position historique de ces deux pays semble être géographique aussi bien en termes d'étendue des superficies de ces deux pays que climatique qui a favorisé de telles cultures. Pour les épices (Code HS 091), la primauté de la Chine et de l'Inde est due principalement au gingembre et au curcuma. Cependant, à titre d'exemple, l'Inde a diversifié sa production en développant la culture d'espèces non originaire d'Asie (Romarin),

- D'autres acteurs n'ayant pas un historique dans la culture des plantes aromatiques et des épices qui sont **l'Allemagne et les Pays-Bas** qui se positionnent comme plateformes d'import/transformation/export. Les Pays-Bas se distinguent en particulier pour les mélanges d'épices,
- La Turquie se distingue uniquement pour les épices autre que le poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges,
- Pour les produits frais, La Chine, l'Italie et les Pays-Bas sont trois acteurs majeurs. Les exportations de La Chine sont à 80% destinées au marché de Hong Kong et à d'autres pays asiatiques. Les exportations de l'Italie d'adressent au continent européen et principalement dans un ordre décroissant à l'Allemagne, La France, le Royaume Uni, l'Autriche et les Pays Bas. Les Pays Bas exportent principalement vers le continent européen (Allemagne, Belgique, Royaume unis et Suisse) ainsi que vers les Émirats Arabes Unis.
- Pour les produits sous le code HS 121190, la Chine exporte principalement vers des pays asiatiques, alors que l'Inde et l'Égypte exportent vers les USA, l'Allemagne et l'Asie (Chine, Vietnam, Pakistan, etc),
- Un rapport de la FAO mentionne que les pays d'Europe et d'Asie représentent 65% des actions de recensement des espèces sauvages comestibles faites au niveau mondial, ce qui montre déjà un intérêt particulier à la valorisation de ces espèces.

A-3- Principaux acteurs internationaux au niveau mondial

Les leaders Mondiaux dans la branche des plantes aromatiques séchées :

The Archer Daniels Midland Company (Illinois, **Etats Unis**), The Kraft Heinz Company (**Etats Unis**),

Robertet Group (France), Mountain Rose Herbs (Eugene, Oregon, **Etats Unis**), Pacific Botanicals LLC (Oregon, **Etats Unis**), J. Van Drunen & Sons Inc (Illinois, **Etats Unis**), Synthite Industries Ltd, International Taste Solutions (ITS) Ltd (**Inde**), Dohler India Private Limited (**Inde**), McCormick and Company (Maryland, **Etats Unis**).

On retrouve également dans des études faites sur le **marché des plantes aromatiques biologiques** une indication sur les leaders mondiaux dans cette branche : Organic Spices Inc. (**Etats Unis**) , Frontier Natural Products Co-op (**Norvège**), Rapid Organic Pvt Ltd (**Inde**), Earthen Delight (**Inde**), Yogi Botanical Pvt Ltd (**Inde**), The Spice Hunter Inc. (**Etats Unis**) and Starwest Botanicals Inc. (**Etats Unis**).

A-4- Evolution du secteur : adaptation du marché et des entreprises aux changements de la demande des produits

Le tableau de l'annexe 3 donne les détails sur ces entreprises (activités, produits et services, chiffres d'affaires, effectif, moyens, évolution récente). Quelques remarques communes à ces entreprises :

- Une forte orientation vers le **biologique et même les produits issus de sites sauvages**
- **Une collaboration avec de petits producteurs** ; des programmes sont développés dans ce cadre par des organisations internationales (exp : Rainforest Alliance, « Fair For Life » de Mountain Rose Herbs)
- **Une grande diversification des produits** issus de plantes aromatiques selon les différents types de cuisines, couvrant aussi bien des produits séchés que frais **avec une orientation vers des produits et ingrédients naturels**, notamment pour **l'alimentation fonctionnelle**, à base de plantes aromatiques
- **Une panoplie de certifications** portant sur le commerce équitable, la responsabilité environnementale et même le zéro carbone pour les circuits de distribution de plantes aromatiques et bien d'autres certifications des produits (kosher, yeast-only, USDA all-natural minimally processed, no-antibiotics-ever, reduced sodium, vegetarian, vegan, non-GMO and gluten-free, etc) et systèmes (HACCP, IFS, BRC)

- Les entreprises qui fournissent des ingrédients pour l'industrie agroalimentaire, les boissons la confiserie et même l'industrie pharmaceutique adoptent de nouveaux process qui préservent les propriétés des plantes aromatiques,
- **Une dimension éducation** promue par certaines multinationales pour promouvoir la consommation des produits naturels, dont les plantes aromatiques.

II-B- Demande mondiale des pays consommateurs : évolution et types de produits

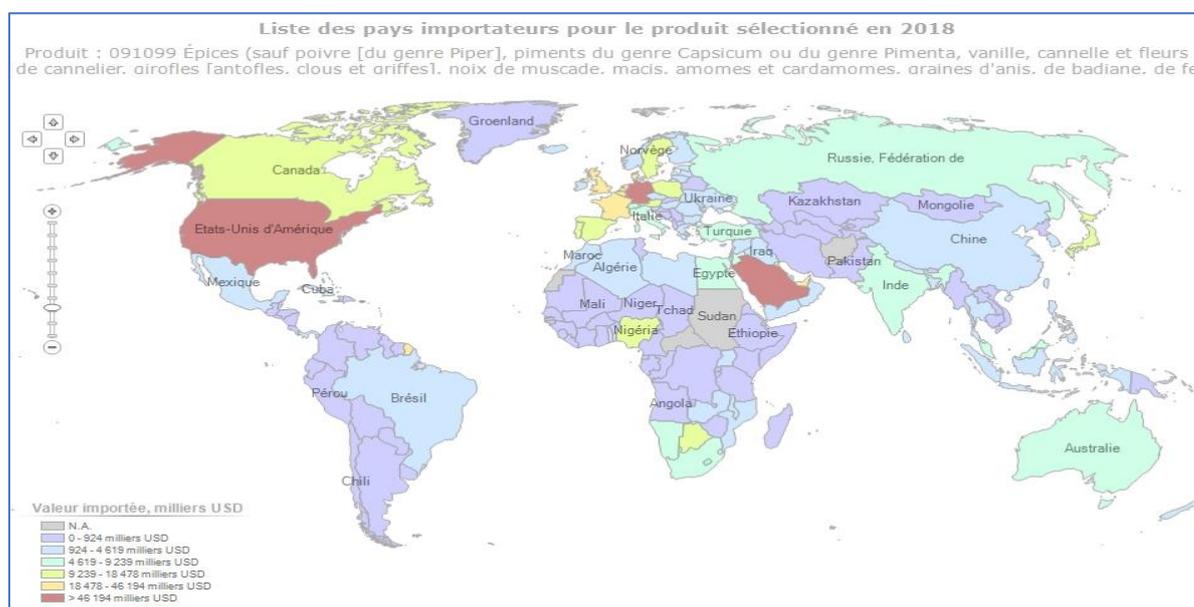
B-1- Demande mondiale et par pays

- **Les Épices :**

HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannelier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

- **Pour le Produit HS 091099 Épices** (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannelier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges) : En 2018, la valeur totale des importations des produits sous le code HS 0910 est de 790.746 Milliers de dollars. Le taux de croissance de ces importations durant les cinq dernières années est de l'ordre de 2% en valeur et de 4% en quantité.

Figure 9 Répartition géographique des pays importateurs

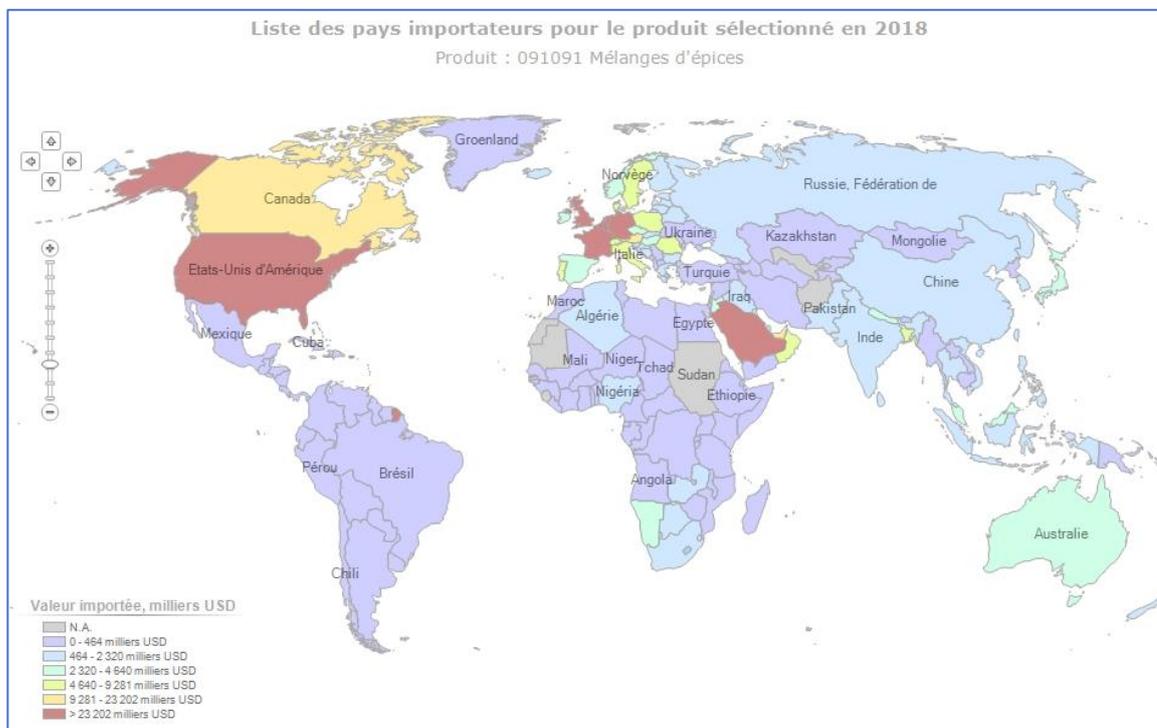


- **Les Top 5 importateurs** sont : l'Arabie Saoudite (11,7%), les USA (11,2%), l'Allemagne (6,9% chacun), le Royaume uni (3,9%) et les Pays-Bas (3,5%) en position ex-égo avec les Zones franches. La part des 10 premiers importateurs et l'évolution en valeur de leurs importations durant les cinq dernières années sont données en annexe 2.

- **Mélanges d'épices : Pour le produit : HS 091091**

La demande mondiale : a atteint 475.486 milliers de dollars en 2018. Durant la période 2014-2018, cette demande a cru annuellement de 3% en valeur et de 7% en quantité.

Figure 10 Répartition géographique des pays importateurs



- **Les top 5 importateurs sont :** les Pays-Bas (9,8%), les USA (7,5%), le Royaume Uni (7,3%), l'Allemagne (7,1%), La France et l'Arabie Saoudite avec 6% des importations.
- **Les principaux marchés sont ceux de l'Europe :** si on compte uniquement les cinq top importateurs, 30,2% de la demande vient de pays européens. Le marché américain consomme 7,5%. Les pays du Golf constituent également un marché non négligeable avec 10,1% de la demande mondiale.
- **Pour les mélanges d'épices,** les Pays-Bas et l'Allemagne ont connu une évolution négative de leurs importations durant les deux dernières années.

La part des 10 premiers importateurs et l'évolution en valeur de leurs importations durant les cinq dernières années sont données en annexe 2.

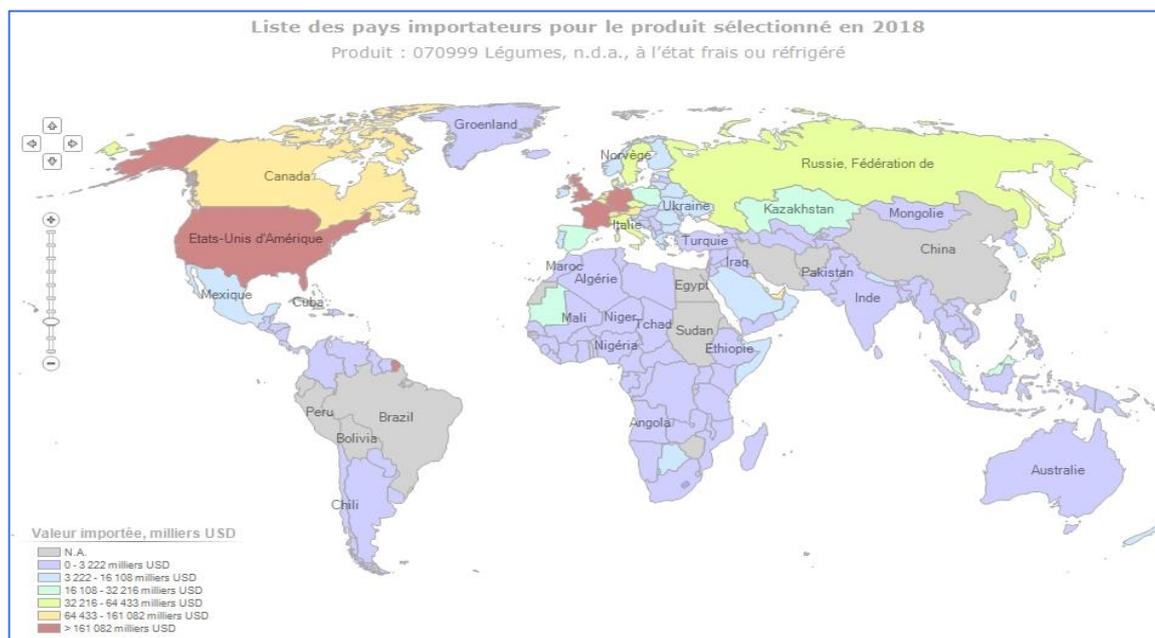
• **Légumes :**

Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré

La demande mondiale : 2.616.801 milliers de dollars en 2018. Durant la période 2014-2018, cette demande a cru annuellement de 6% en valeur et de 7% en quantité.

- **Principaux pays importateurs :** l'Allemagne (12,3%), les USA (10,9%), le Royaume Uni (9,4%), La France (8,2%) et le Canada (6%)
- **Principaux marchés** sont ceux de l'Europe : si on compte uniquement les cinq top importateurs, 29,8% de la demande vient des pays européens. Le marché américain consomme 13%. Les pays du Golf constituent également un marché non négligeable avec 10,1% de la demande mondiale.

Figure 11 Répartition géographique des pays importateurs



- **Pour les Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré**, l'Allemagne et le Royaume Unis importent les unités les plus chères (plus de 2000 dollars/tonne), les USA importent l'unité les moins chère (804 dollars/tonne).
- **La part des 5 premiers importateurs** et l'évolution en valeur de leurs importations durant les cinq dernières années sont données en annexe 2.

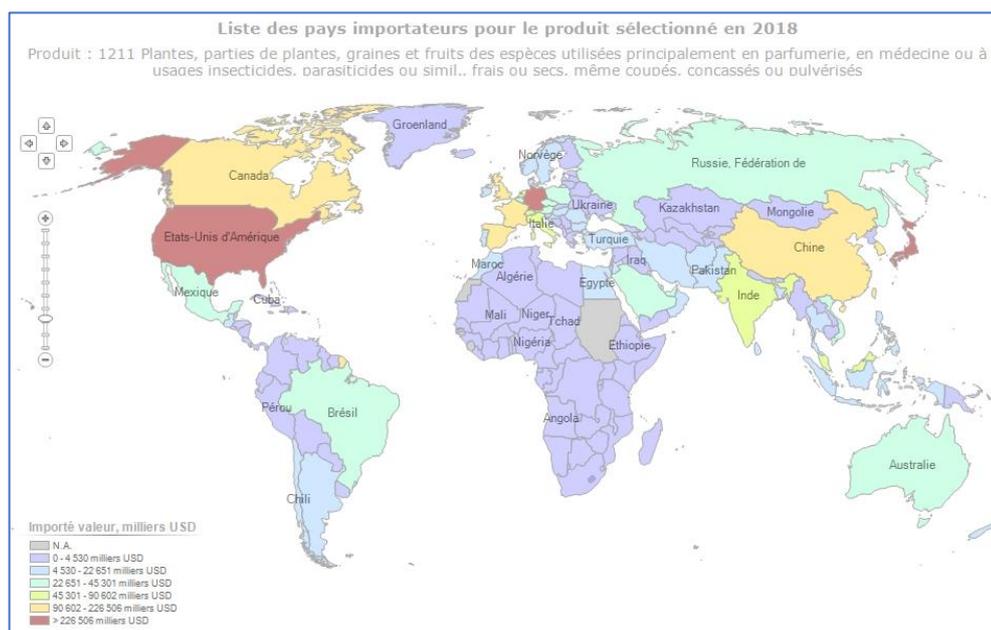
- **Plantes :**

Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil

- **Produit : SH 121190**

La demande mondiale : 1.957.762 milliers de dollars en 2018. Durant la période 2014-2018, cette demande a diminué annuellement de 12% en valeur et de 5% en quantité. Cette décroissance s'est accentuée durant les deux dernières années.

Figure 12 Répartition géographique des pays importateurs

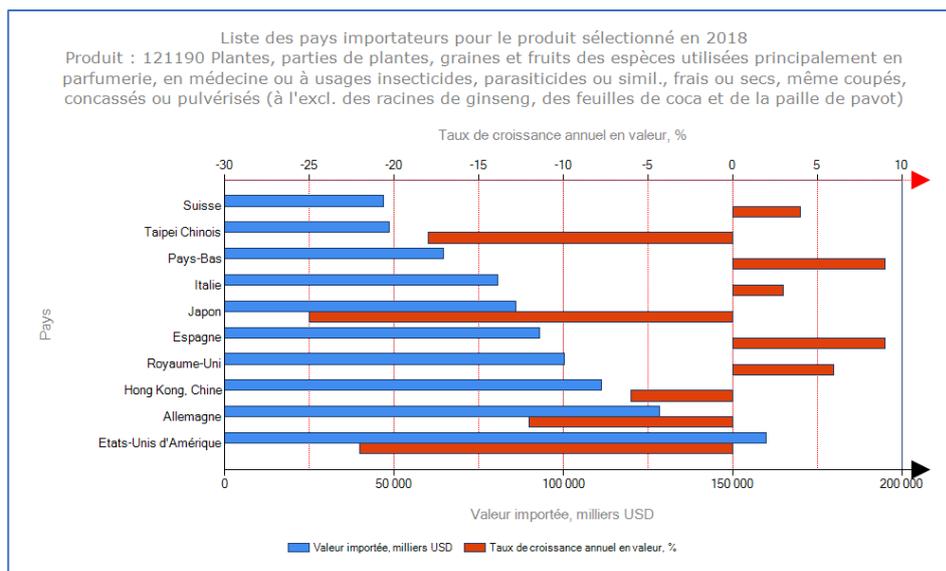


Principaux marchés : Hong Kong (15,9%), Les Etats Unis (8,4%), l'Allemagne (6,6%), Le Royaume Uni (5,2%) et l'Espagne (4,8%). On peut remarquer ce qui suit :

- Pour ce type de produits, le marché allemand a connu la plus grande décroissance en matière d'importations ; la demande du marché américain a connu une reprise durant les deux dernières années. Par contre, l'Espagne et le Royaume Uni ont gardé une évolution positive.
- Hong Kong et l'Allemagne importent les unités les plus chères (respectivement 8017 dollars/tonne et 4637 dollars/tonne), les USA importent l'unité les moins chères (2000 dollars/tonne).
- Hong Kong et l'Espagne semblent avoir des activités de transformation qui leur ont permis de figurer parmi les tops 5 exportateurs pour ce genre de produits.

La part des 10 premiers importateurs et l'évolution en valeur de leurs importations durant les cinq dernières années sont données dans le graphique suivant :

Figure 13 Part des 10 premiers importateurs et l'évolution en valeur de leurs importations



B-2- Commentaires sur la demande des principaux marchés et identification des produits/services

Le tableau suivant donne les 5 top importateurs pour chacune des catégories de produits pouvant inclure des plantes aromatiques culinaires :

Tableau 4 Les principaux importateurs

Groupes de produits	Top 5 importateurs	Évolution de la demande globale
HS 091099 Épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges)	'Arabie Saoudite (11,7%), les USA (11,2%), l'Allemagne (6,9%), le Royaume uni (3,9%) et les Pays-Bas (3,5%) en position ex équo avec les Zones franches	+2% en valeur et de +4% en quantité.
HS 091091 Mélanges d'épices	Pays-Bas (9,8%), les USA (7,5%), le Royaume Uni (7,3%), l'Allemagne (7,1%), La France et l'Arabie Saoudite avec 6% des importations	+3% en valeur et de +7% en quantité
Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré	Allemagne (12,3%), les USA (10,9%), le Royaume Uni (9,4%), La France (8,2%) et le Canada (6%)	+6% en valeur et de +7% en quantité
Produit : 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil.,	Hong Kong (15,9%), Les USA (8,4%), l'Allemagne (6,6%), Le Royaume Uni (5,2%) et l'Espagne (4,8%)	+12% en valeur et de +5% en quantité

En ce qui concerne les produits, nous donnerons un aperçu sur le romarin (voir fiche détaillée en annexe 2 suite) en tant que produit à grand potentiel et ayant un intérêt pour la Tunisie puisqu'il figure parmi les plantes aromatiques abondantes dans le pays. Le romarin est cultivé à large échelle en Espagne, en Tunisie, au Maroc, en Italie, en France, en Algérie et au Portugal, principalement pour en extraire de l'huile essentielle. La production mondiale d'huile essentielle de romarin atteint 200 à 300 tonnes en 2005. Le romarin existe actuellement dans les cinq continents, en particulier sur le pourtour méditerranéen et en Amérique. Les principaux acteurs de l'offre sont : La Colombie, les Etats Unis, Honduras, Palestine, Mexique et Israël, et Les principaux acteurs de la demande sont : Les Etats Unis et l'Afrique du Sud. Pour ce qui est du prix, le romarin se vend beaucoup plus cher aux Etats Unis (aux alentours de 15 dollars le Kg) qu'en Afrique du Sud (moins de 5 dollars le Kg). Le kilogramme de romarin le plus cher est échangé dans le marché interne des USA.

II-C- Tendance mondiale de la consommation

Au cours des dernières années, un nouveau type de consommateur est apparu : le consommateur mondial socialement conscient. Ce nouveau consommateur est conscient de la santé et souhaite acheter des produits de bien-être et naturels, conscient des expériences de saveur et de gourmandise en général, conscient de l'environnement et intéressé par l'origine des produits.

A ce titre, le marché mondial des épices et des herbes culinaires importées est vaste, évalué à quelque \$E.-U. 4 milliards. Il faut distinguer à cet égard plusieurs types de pays selon leur position sur les marchés :

- Les pays producteurs gros consommateurs. C'est le cas de l'Inde pour beaucoup d'épices, de l'Indonésie pour le clou de girofle ou la vanille, le Mexique pour les piments, etc. Une faible partie de la production est mise en vente sur le marché international.
- Les pays exportateurs comme la Chine, le Vietnam, Madagascar, la Turquie, le Guatemala, le Brésil
- Les pays occidentaux ayant eu un empire colonial (France, l'Angleterre, la Hollande, la Belgique), sont restés des plaques tournantes du commerce des épices, spécialisés selon l'origine nationale des produits. Ces pays sont donc des exportateurs importants, surtout parce qu'ils réexportent les matières premières importées.

A titre d'exemple, le graphique ci-après présente le chiffre d'affaires annuel des ventes au détail des épices et herbes en France entre les années 2013 et 2017, ainsi que des prévisions pour les années 2018 à 2023. On peut y constater qu'en 2017, les ventes au détail des épices et herbes avaient généré un chiffre d'affaires supérieur à 386 millions de dollars et il est attendu d'arriver à 436386 millions de dollars en 2023.

Chiffre d'affaires des ventes au détail des épices et herbes en France entre 2013 et 2023(en millions de dollars des États-Unis)

Figure 14 Chiffre d'affaires annuel des ventes des épices et herbes en France



Source : <https://fr.statista.com/statistiques/1009548/epices-et-herbes-chiffre-d-affaires-en-france/>

Les opérateurs commerciaux³ sont très divers : il s'agit par exemple de distributeurs de détail qui ont une activité de négoce de gros (Mac Cormick, Amora), d'épiciers polyvalents (Tang)...

Les progressions de consommation⁴ peuvent s'expliquer par une tendance de consommation de produits ethniques : utilisation des épices et herbes par l'industrie agroalimentaire proposant des plats cuisinés de diverses origines notamment orientales, et l'engouement des consommateurs pour la cuisine « venue d'ailleurs ». La hausse de la consommation d'épices s'explique aussi par la population immigrée dans différentes régions du monde (Europe) qui a conservé ses habitudes culinaires.

III- Offre de la Tunisie

Les Plantes Aromatiques et Médicinales tunisiennes sont écoulées sous les formes séchée, fraîche, graines, huiles essentielles (HE) et eaux florales. Les exportations des produits PAM connaissent une évolution significative au cours des dernières années en raison d'une augmentation des prix et d'une certaine diversification de l'offre.

III-A- Importance économique de la filière

Comme dans les autres écosystèmes du pourtour méditerranéen, la grande naturalité des espaces gérés et un climat favorable permettent la variété de plantes aromatiques et médicinales (PAM) en Tunisie : les PAM spontanées se collectent en milieux forestiers et pastoraux elles constituent l'essentiel de l'offre ; les PAM cultivées restent à un niveau modeste et comprennent les condiments cultivés et/ou plantes aromatiques pour 3200 ha environ, certaines plantes à parfum (menthe douce, rosiers, géranium, bigaradier, jojoba) pour 1400 ha environ, et les PAM biologiques cultivées en développement au-delà de 1000 ha environ. Il faut concentrer le propos sur la plus grande partie de la ressource à savoir les PAM produits forestiers non ligneux (Romarin et Myrte), et des extraits végétaux issus de ces plantes comme les huiles essentielles, hydrolats obtenus par distillation et des huiles végétales autres extraits obtenus par pressage ou macération.

Le secteur des plantes aromatiques et médicinales en Tunisie présente un potentiel intéressant en matière de production, d'exportation et de création d'emploi plus particulièrement au niveau des régions défavorisées du pays, le Nord-Ouest et le Centre Ouest, connues par leurs richesses en paysages forestiers.

³ <https://www.jardinsdefrance.org/la-production-mondiale-depices/>

⁴ <https://www.jardinsdefrance.org/la-production-mondiale-depices/>

Ce secteur contribue à⁵ :

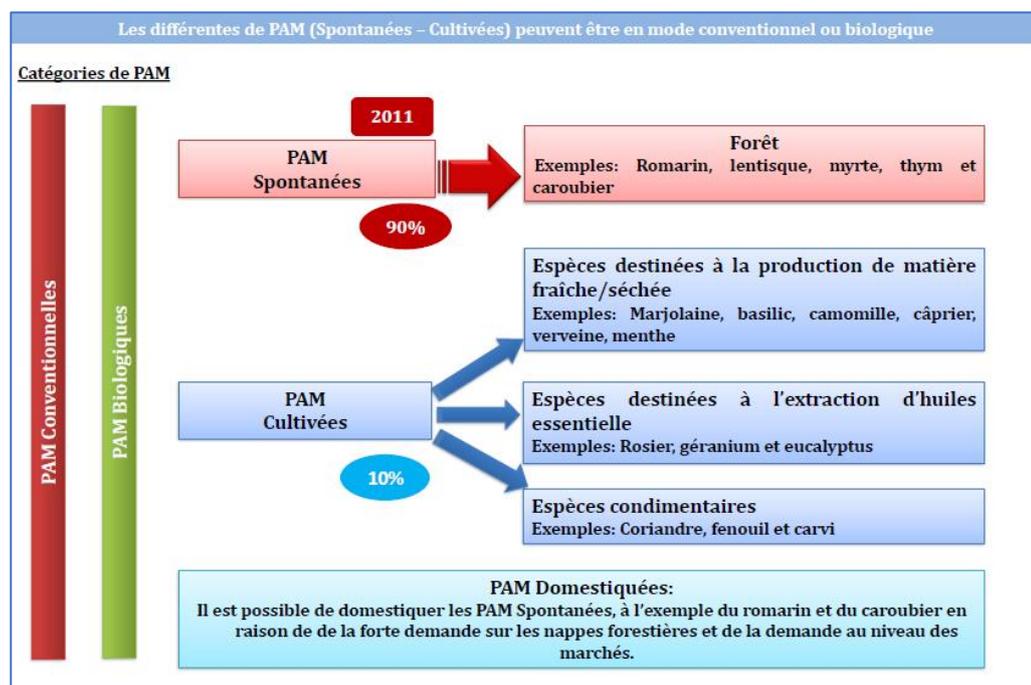
- La formation de la valeur de la production agricole au taux de 0,8% en moyenne.
- L'effort d'exportation par 1%
- L'emploi à travers l'offre de l'équivalent de 260000 journées de travail par an ce qui correspond à 0,9% des journées de travail offert par le secteur agricole.

La production des PAM est dominée par l'exploitation des ressources forestières avec une primauté pour le romarin, bien que les surfaces des PAM cultivées soient en croissance continue. En effet, la Tunisie a encouragé les agriculteurs à intensifier la culture et l'exploitation des PAMs spontanées pour répondre à une forte demande internationale, générée par le regain d'intérêt pour les plantes biologiques utilisées en alimentation (arômes), en cosmétiques ou en thérapie. Toutefois, cette activité demeure toujours marginale et sous développé.

Le niveau de précision dans la définition des PAM Tunisiennes permet de les positionner en avantages compétitifs dans l'environnement des chaînes de valeur régionales et mondiales. Le secteur des PAM comprend des sous-secteurs et filières dont le degré de structuration est variable en Tunisie, le pays est surtout concentré sur une espèce le Romarin et un sous-secteur celui des Huiles essentielles et autres extraits végétaux. Il existe donc trois catégories dans la nomenclature concernant cette étude : PAM Fraîches, PAM transformées et pour information PAM sèches.

A-1- Catégories des PAMs

Figure 15 les catégories des PAMS



⁵ Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAM, APIA, 2013

- **Les PAMs spontanées :**

Constituée d'un véritable réservoir phyto-génétique, la flore tunisienne est estimée à plus de 2160 espèces appartenant à 742 genres et 115 familles, dont environ 10% d'espèces endémiques⁶.

D'après plusieurs études réalisées sur le secteur des PAMs, il est très difficile d'arrêter une liste définitive de toutes les espèces et les variétés qui rentrent dans cette catégorie, et du fait de l'usage tendanciel et dominant de la plante dans une région ou dans une autre. Toutefois, Dr R. CHEMLI⁷ stipule que le nombre des principales plantes utilisées en médecine traditionnelle en Tunisie est de 225 espèces. Ces plantes sont utilisées essentiellement pour :

- Produire des phyto-médicaments (69 plantes)
- Produire des huiles essentielles utiles en médecine traditionnelle (60 plantes)
- Produire des huiles essentielles commercialisées (90 plantes)
- Générer des sous-produits utiles (6 plantes)

La ressource est étendue en forêt tunisienne mais trois espèces (le Romarin et le Myrte principalement, ainsi que le Lentisque) font l'objet d'une collecte structurée pour la transformation. Au sein d'un patrimoine forestier qui dépasse le million d'ha, le potentiel exploitable en PAM est considérable, il est évalué par la DGF à environ 340.000 ha pour le Romarin, à 33.000 ha pour le Myrte (**REF 2020**), à 60 000Ha pour le Lentisque ; la collecte annuelle porte sur des surfaces plus réduites pour respecter le rythme de renouvellement de la ressource, ce rythme est arrêté par la régie d'exploitation des forêts (REF). **Les Nappes de Myrte sont situées près de Tabarka, Aïn Draham, Fernana, Nefza, Sejenane et Ghezala. ; Celles de Romarin dans les gouvernorats de Kasserine, Kairouan, Zaghouan, Siliana et Le Kef.**

La Régie d'Exploitation Forestière (REF) évalue l'état de la végétation et l'aptitude de la ressource naturelle au renouvellement. En règle générale les nappes à exploiter qui sont proposées à la collecte pour la transformation obéissent à **un rythme triennal**, un tiers de la ressource en Romarin peut être proposée à l'exploitation chaque année. Il faut noter que la pression d'utilisation de ces nappes pour les autres usages conditionne la période de jachère afin de réduire les risques de leur dégradation. Comme exemples d'autres usages il y a l'apiculture forestière, le bois de chauffe, l'alimentation du bétail des riverains.

Les surfaces maîtrisées par la DGF sont mises à la disposition des acteurs par la régie d'exploitation forestière (REF) sous forme d'adjudication, pour des acteurs privés indépendants ou filiales de sociétés de transformation. La vente est centralisée à Tunis, elle est réalisée par lots mis aux enchères.

⁶Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAM, APIA, 2013

⁷Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAM, APIA, 2013

Tableau 5 Utilisation de la ressource forestière (3 principales espèces spontanées sur 5 ans)

PAM Spontanées	Surfaces totales**	Proposé/ Vendu/valeur 2015*	Proposé/ Vendu/valeur 2016*	Proposé/ Vendu/valeur 2017*	Proposé/ Vendu/valeur 2018*	Proposé/ Vendu/valeur 2019*
ROMARIN	340 000 Ha	90 403Ha 82 185Ha 1,21MDT	77 646Ha 73 881Ha 0,87MDT	109 920Ha 107 920Ha a 5MDT	97 536Ha 79 914Ha 1,87MDT	102 294Ha 92 287Ha 2,72MDT
MYRTE	30 000 Ha	27 415Ha 10 665Ha 0,17MDT	25 903Ha 19 918Ha 0,27MDT	15 867Ha 15 867Ha 0,85MDT	15 228Ha 14 028Ha 0,33MDT	9 944Ha 19 783ha 0,47MDT
LENTISQUE	60 000 Ha	14 133Ha 13 264 Ha 1,55MDT	14 757Ha 13 557Ha 1,19MDT	11 846Ha 11 846Ha 1,82MDT	Pas de demande	Pas de demande

CDCGE 2020 / *REF (Régie d'exploitation forestière) 2020 / **REF 2015 « Évaluation et mise à jour plan d'action pour la promotion des produits non ligneux »

Le taux de souscription et la valeur par Hectare, par année et par espèce constituent des indicateurs de la demande orientée export, en effet les messages du marché parviennent à l'amont de la filière par les opérateurs du négoce local. Selon la Régie d'exploitation des forêts, la valeur à l'Hectare est aussi dépendante de la capacité que les opérateurs ont (ou n'ont pas) à se concentrer pour se répartir les lots avant les adjudications, et réaliser des offres raisonnables pendant la vente. On remarque ainsi un niveau faible des valeurs ramenées à l'Hectare, pour les années 2015 et 2016, la correction intervient brutalement en 2017 avec une pression spéculative sur les trois espèces, par la suite le Romarin et le Myrte entrent dans un trend stabilisé alors que le Lentisque qui a fait l'objet d'une couverture excessive en 2017, sort de la vente pour les deux années suivantes.

Tableau 6 Pression de la demande

(Taux de souscription aux adjudications annuelles, Valeur à l'Hectare)

Espèces Année	Libellées	Romarin	Myrte	Lentisque
2015	T. Ins en %	56	27	56
	Valeur /ha en TND	14	15	12
2016	T. Ins en %	94	29	50
	Valeur /ha en TND	11	13	88
2017	T. Ins en %	85	100	100
	Valeur /ha en TND	46	53	154
2018	T. Ins en %	82	92	Pas de demande
	Valeur /ha en TND	23	23	
2019	T. Ins en %	90	50	Pas de demande
	Valeur /ha en TND	29	48	

(Source REF 2020)

- **Pérennité de la ressource** : Les populations riveraines en charge de la collecte sont rémunérées au poids de biomasse collectée (et non sur les jeunes pousses seulement) ainsi cette collecte est peu sélective. La réforme du code forestier de 1996 a pris en compte cette difficulté et a permis la **création de Groupements forestiers d'intérêt collectif GFIC**, avec un transfert partiel d'activités aux populations riveraines, mais l'intégration reste faible qui ont évolué par la suite en Groupement de Développement dans le Secteur de l'Agriculture et de la Pêche (GDA) au sens de la loi n° 99-43 du 10 mai 1999 relative aux groupements de

développement dans le secteur de l'agriculture et de la pêche et puis en Société Mutuelles de Services Agricoles (SMSA) au sens de la loi n° 2005-94 du 18 octobre 2005 relatives aux sociétés mutuelles de services agricoles.

- **Pour changer de modèle : l'expérimentation**

Un impact attendu du programme PGIP sur la gestion de la ressource des produits forestiers non ligneux est le changement de paradigme consistant à placer les acteurs (organisés collectivement pour la collecte) au cœur d'une chaîne de valeur qui devient inclusive.

Dès la campagne 2019/2020 sur la base d'une dérogation spéciale de Mr le Ministre, la procédure des adjudications est complétée par la signature de conventions entre la Direction Générale de la Forêt (DGF) et les membres de GDA et/ou SMSA réunis avec les acteurs de l'amont en **Alliances productives**.

Ainsi le maillon principal de la chaîne de valeur PAM devient le maillon de la collecte-production avec un accès priorisé à la ressource, sous réserve d'une organisation collective durable et du respect d'un cahier des charges (contenu dans les conventions) de bonnes pratiques permettant le renouvellement de la ressource.

Les premiers retours de la campagne 2019-2020 font état d'une difficulté des GDA et/ou SMSA à maîtriser pleinement le maillon faute de financement et de disponibilité d'un fonds de roulement des GDA permettant (notamment) de rémunérer les collectrices en temps réel. L'intervention progressive du projet PGIP et d'autres sources de financement devrait permettre de réussir cette expérimentation de trois ans et ouvrir la voie à un ajustement réglementaire du code forestier. Les pouvoirs publics souhaitent améliorer l'accès aux ressources forestières d'une population riveraine évaluée à 1 M d'habitants, l'état sera gagnant dans la cogestion de la ressource avec moins de délits, moins de risques d'incendie, pour finir des coûts de gestion amoindris et une valeur économique du patrimoine renforcée, qui compenseront largement le recul de la recette directe actuelle qui se situe entre 15 et 20 M de DT suivant les années.

A- 2- Les PAM dans la zone du projet PGIP

La zone du programme PGIP contient la majorité de la ressource en PAM spontanées et cultivées, les Gouvernorats de Kasserine et Jendouba rassemblent à eux deux plus de 300 000 Ha suivis dans l'ordre par Siliana, Béja, Le Kef, Kairouan.

Tableau 7 Les PAMs dans la zone du projet PGIP

Gouvernorats	Surfaces disponibles DGF	Espèces principales
Kasserine	180 000 ha	Leader : Romarin
Jendouba	120 000 ha	Leader : Myrte et Lentisque

La zone d'action du PGIP représente près de 70 % de la collecte nationale.

- **44% de la ressource nationale réside dans la zone Nord-Ouest, territoire étudié pour la chaîne de valeur des PAM.**

A-3- La production biologique certifiée

Le développement des surfaces forestières certifiées en agriculture biologiques était une priorité nationale jusqu'à la révolution en 2011, cela plaçait la Tunisie en position de leader régional sur le potentiel de production certifiée en Romarin, Myrte et Thym notamment ; depuis 2011 les surfaces classées ont décliné.

Tableau 8 Surfaces certifiées AB (Ha)

Années	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Surfaces certifiées AB (Ha)	209 000	273 600	115 040	87 660	59 427	49534	1930	56 961	102 457	74 091

Source : DGAB

Pourtant la demande solvable en produits *Naturels* et *Bio* augmente de 5% par an selon *organic-monitor* et le prérequis *Naturel* glisse inexorablement vers un prérequis *Bio* avec certification, comme condition d'accès aux marchés rémunérateurs. Depuis 2011, ce sont les entreprises d'aval qui demandent la certification de leur production comprenant la surface forestière souscrite par adjudication, celle-ci se stabilise maintenant entre 70 et 100 000 ha certifiés

La direction générale de l'agriculture biologique estime le potentiel rectifiable dans tout le pays, à 800 000 ha de ressource en produits non ligneux et ligneux à un cout modéré si on le compare au maraichage ou aux céréales. L'impact du volume des surfaces classées est important dans la communication globale du pays autour de la marque ombrelle bio *Tunisia*, en effet les efforts conjoints des pouvoirs publics et des acteurs privés ont placé le pays en leader régional et continental de la production biologique dans plusieurs filières, cet environnement facilite l'accès (et le maintien) sur les marchés rémunérateurs y compris les marchés éloignés. Le secteur des PAM fraîches vise une population de consommateurs « responsables » qui cherchent notamment la naturalité des productions et des ressources

A-4- Les PAMs cultivées

Les deux grandes catégories se répartissent comme suit : PAM médicinales pour 1396 ha, les PAM aromatiques pour 3154 ha (APIA 2013)

- Plantes domestiquées

Il faut noter que certaines plantes aromatiques et médicinales spontanées, peuvent être cultivées, c'est le cas de Romarin et du Caroubier notamment, en général par des riverains dans des clairières et en proximité des espaces forestiers.

- Les Aromes et condiments

Les plantes utilisées en Aromes et condiments sont essentiellement issues des plantes cultivées, dans l'ordre d'importance on trouve le Coriandre et le Carvi qui constituent à eux deux 80% de la production, puis viennent le Cumin, et le fenouil. Les superficies des plantes aromatiques ou condiments cultivées sont passées de 1274 ha en 2002 à 3154 ha en 2011 soit une augmentation de 147,75%. Les principales cultures pratiquées sont la coriandre, le carvi, le cumin, le fenouil, et la Corrette Le carvi et la coriandre occupaient à eux seuls 80% de la superficie⁸.

Le Coriandre représente à lui seul 1000 à 3000 T de mise en marché entre 2007 et 2011, puis vient le Carvi avec des variations de 500 à 2000 T pour la même période (APIA 2013).

- Autres plantes cultivées

A noter le Bigaradier (Fleurs source du Néroli), le Jojoba, le rosier et notamment Rosa Canina, le Géranium et plusieurs variétés de Menthe sont aussi cultivée.

⁸Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAMAPIA,2013

A-5- Plantes et parties de plantes fraîches et/ou séchées

Elles sont spontanées, spontanées domestiquées et/ou cultivées. On doit retenir que pour l'ensemble des Plantes et parties de Plantes (PpP) en Tunisie la majorité des produits sont secs en raison des contraintes de chaîne de froid pour les plantes fraîches. Le séchage se fait en casiers à l'ombre dans les unités industrielles, et à l'air libre pour les productions artisanales. Les productions de PAM fraîches mais aussi séchées sont très difficiles à mesurer faute de données, de statistiques régionales ou nationales, selon les statistiques douanières, on peut répertorier dans ce domaine un ensemble de plantes, notamment (par ordre d'importance à l'export) : La marjolaine - La camomille - La verveine - La menthe - Le basilic - Le Laurier - Le thym, - Le romarin L'armoise - Le caroube - La sauge, on estime la production annuelle exportée pour l'ensemble des PpP (HS12 12190) à en moyenne 2550 T (INS Série 2017) pour une valeur de 8,9 MDT

Selon l'APIA (étude 2013) la demande en Romarin sous forme de PpP est forte, viennent ensuite dans l'ordre, le Carroube qui représente un millier de tonnes exportées, Menthe douce, Basilic pour quelques centaines de tonnes sur la même période,

L'évolution de la production de ces produits durant les cinq dernières années est consignée dans le tableau suivant⁹ :

Tableau 9 Évolution de la production des PAM

	2007	2008	2009	2010	2011	Moy	Part
Romarin	9129	11418	8732	9135	8198	9322	89,5%
Menthe douce	75	122	140	591	556	297	2,9%
Basilic	52	172	163	155	161	141	1,4%
Marjolaine	0	3	16	81	91	38	0,4%
Sauge	0	0	45	45	61	30	0,3%
Verveine	25	16	56	40	43	36	0,3%
Camomille	0	0	0	16	45	12	0,1%
Carroube	595	433	652	557	436	535	5,1%
Total	9876	12164	9804	10620	9591	10411	100%

A-6- PAM Cultivées biologiques

La culture des PAM biologiques a évolué favorablement en passant de 750 hectares en 2007 à 1000 hectares en 2011 réalisant un accroissement de 33%. Toutefois, cette tendance demeure insuffisante eu égard du potentiel de développement des produits biologique et de la tendance croissante de la demande mondiale en produits biologiques¹⁰.

A-7- Transformation des PAMs

La transformation des PAM en Tunisie se fait principalement sous forme d'huiles essentielles et d'hydrolats ou eaux florales (pour certaines PAM). Cette activité est suivie par le séchage des plantes et parties de plantes. Le marché est dominé par une douzaine d'entreprises dont la majorité sont installées dans le Grand Tunis et la côte allant du Cap Bon jusqu'à Sfax. Les principales entreprises du secteur sont liées commercialement à au moins une entreprise internationale à qui elles exportent principalement les huiles essentielles en vrac. Les

⁹ Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAM APIA,2013

¹⁰Etude sur le Développement de la chaîne de valeur pour l'emploi dans les régions défavorisées PAM, Banque mondiale, 2016

Groupement de Développement Agricole (GDA) se limitent à une activité artisanale d'extraction des huiles essentielles vendues en vrac ou conditionnées.¹¹

III-B- Commentaires à propos de la situation dans le pays

En Tunisie, il existe un problème majeur lié à la réglementation nationale régissant l'accès aux ressources forestières. L'exploitation des Plantes Aromatiques et Médicinales spontanées est contrôlée par la Direction Générale de la Forêt (sous tutelle du Ministère chargé de l'agriculture), et précisément par la Régie d'exploitation forestière (REF) qui est chargée d'appliquer le code forestier, lequel prévoit les règlements d'exploitation qui s'appliquent aux diverses catégories de végétation. Le choix des nappes de PAM à exploiter est déterminé à partir d'un plan d'exploitation basé sur une rotation moyenne de 3 ans qui permet la régénération des nappes souvent surexploitées.

L'article 18 du code forestier, créé en vertu de la loi n° 88-20, prévoit ce qui suit : « L'aliénation des produits quelle qu'en soit la nature et provenant des forêts de l'État, ne pourra être effectuée que par voie d'adjudication publique, annoncée au moins quinze jours à l'avance par voie de presse. Toutefois et pour des raisons dûment justifiées ou en cas d'urgence ou d'impossibilité de procéder à la vente par adjudication publique, des cessions de gré à gré peuvent être effectuées.

Dans ce cadre, la REF accorde le droit d'exploitation des parcelles forestières, chaque année, et ce selon un cahier des charges bien défini. Ce dernier précise les différentes parcelles par gouvernorat et leurs superficies et ce, pour chaque espèce de PAMs spontanée, Un avis de vente précisant la date et l'heure de l'adjudication en séance publique est publié dans les journaux. Les intéressés devront ainsi retirer le cahier des charges avant de participer à l'adjudication publique.

Depuis plusieurs années, une douzaine d'entreprises gagnent les adjudications et dominant par conséquent le secteur des PAM. Par conséquent, il s'avère très difficile aux populations forestières (même celles organisés sous formes de Groupement de Développement Agricoles) et aux jeunes promoteurs et nouvelles PME de participer et de gagner des adjudications pour des PAMs suite à la dominance de ces douzaines d'entreprises traditionnellement opérantes dans le secteur.

Toutefois, il est à signaler que le Projet de Gestion intégré des Paysages, projet d'investissement financé par la banque mondiale et mise en œuvre par le Ministère chargé de l'agriculture, a obtenu une dérogation spéciale de la part du Ministre de l'agriculture autorisant l'exploitation des produits forestiers par les populations forestières organisées (GDA – SMSA) et ce à travers la signature de conventions de cogestion entre ces dernières et l'administration forestière.

B-1- Les principaux marchés du pays

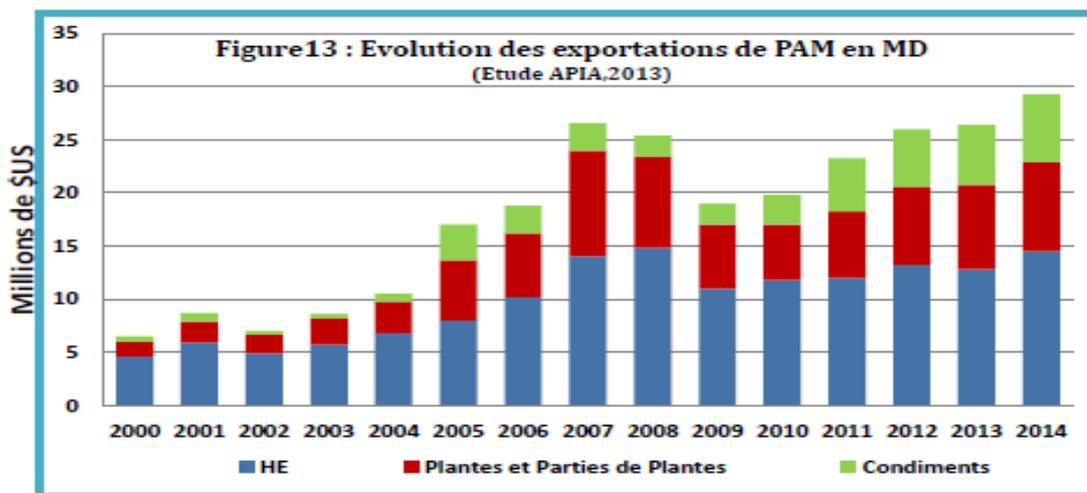
• Les principaux produits PAM exportés

Les exportations des produits PAM, évaluées 32 MD en 2014, ont augmenté significativement sous l'effet d'une évolution des prix globalement favorable et d'une certaine diversification des produits, quoi qu'encore faible. Les **principaux produits exportés sont le Néoli, le Romarin, l'HE d'orange, autres HE, les eaux de fleurs d'orange, l'HE de Myrte et les Eaux de fleurs de rose**. Ces sept produits représentent 97,5% de l'ensemble du groupe. Comme le montre le tableau suivant, les condiments connaissent la plus forte progression en exportations, depuis 2009, comparés aux huiles essentielles qui stagnent.¹²

¹¹Etude sur le Développement de la chaîne de valeur pour l'emploi dans les régions défavorisées PAM, Banque mondiale, 2016

¹²Etude sur le Développement de la chaîne de valeur pour l'emploi dans les régions défavorisées PAM, Banque mondiale, 2016

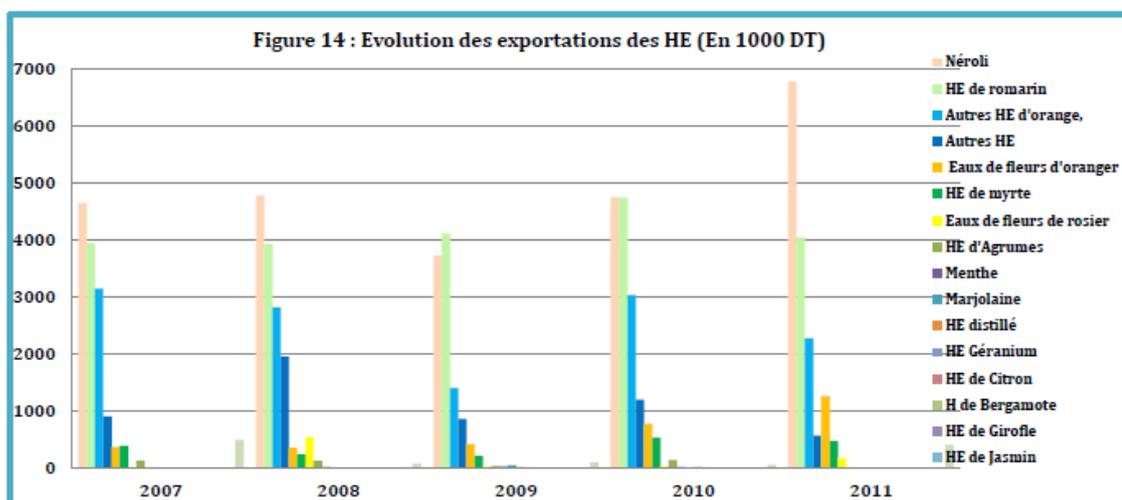
Figure 16 Evolution des exportations de PA



Source: Etude APIA, 2013

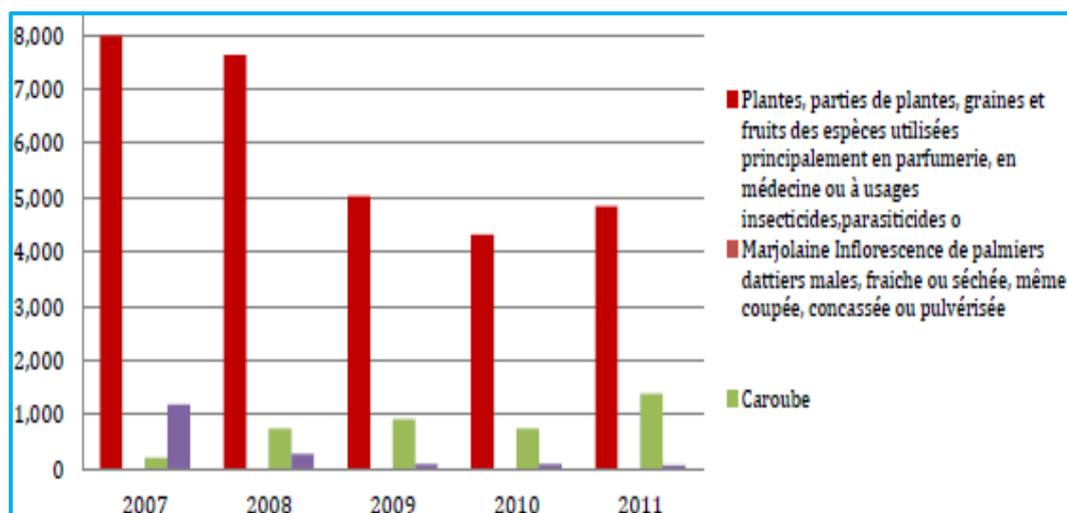
Les PAM tunisiennes sont exportées sous la forme primaire (Huile essentielle, eau florale, et plantes et parties de plantes séchées) vers des fournisseurs de matières premières qui souvent apportent d'autres transformations additionnelles valorisante sur les produits tunisiens avant de les revendre à leurs clients industriels ou consommateurs.

Figure 17 Evolution des exportations des HE



Principaux marchés de destinations des huiles essentielles sont la France : 60%, l'Allemagne : 10%, les Etats Unis d'Amérique : 7%, le Royaume Uni (6%), l'Espagne (5%), la Suisse (3%) et l'Italie (2%).

Figure 18 Évolution des exportations des produits des plantes et parties des plantes (en 1000 DT)



Source : Etude APIA, 2013

Les principaux produits exportés sont les PpP utilisées en médecine (81%), le Caroubes (11%), l'Algues (5%), les PpP utilisés en parfumerie (3%).

Marchés d'exportation PpP utilisées en médecine sont l'Italie : 82%, la France : 12% et l'Espagne : 6%.

Principaux marchés d'exportation PpP utilisées en parfumerie sont la Slovénie 51,5% et les États-Unis d'Amérique 26,4%.

Les exportations des produits PAM Biologiques ont enregistré un accroissement notable entre 2007 et 2014. En valeur, cette exportation est passée de 1 MD en 2007 à 3 8 MD en 2014. En 2011 les PAM Biologiques fraîches et séchées sont les produits les plus exportés par la Tunisie avec 72 MD du total (principalement séchées) La part des huiles essentielles Biologiques est de l'ordre de 19 %. Les principaux marchés de destination sont la France (73%), l'Italie 15%, L'Allemagne (6%).

- **Statistiques des exportations selon les nomenclatures internationales des plantes aromatiques culinaires**

- **Épices :**

HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

- **Produit : HS 091099**(sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges)

La Tunisie occupe la 44^{ème} place en contribuant par 0,3% à l'offre mondiale. Ses exportations ont évolué annuellement de 15% durant la période 2014-2018 en valeur (avec une décélération de cette tendance à 7% durant la période 2017-2018). En quantité, ces exportations ont évolué de 6% annuellement durant la période 2014-2018. La valeur de l'unité exportée est de 2056 dollars/tonne, inférieure à la valeur moyenne des unités

exportées (2720 dollars/tonne). Les principaux marchés de La Tunisie sont : La France, le Maroc, l'Égypte et les USA.

Figure 19 Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Tunisie

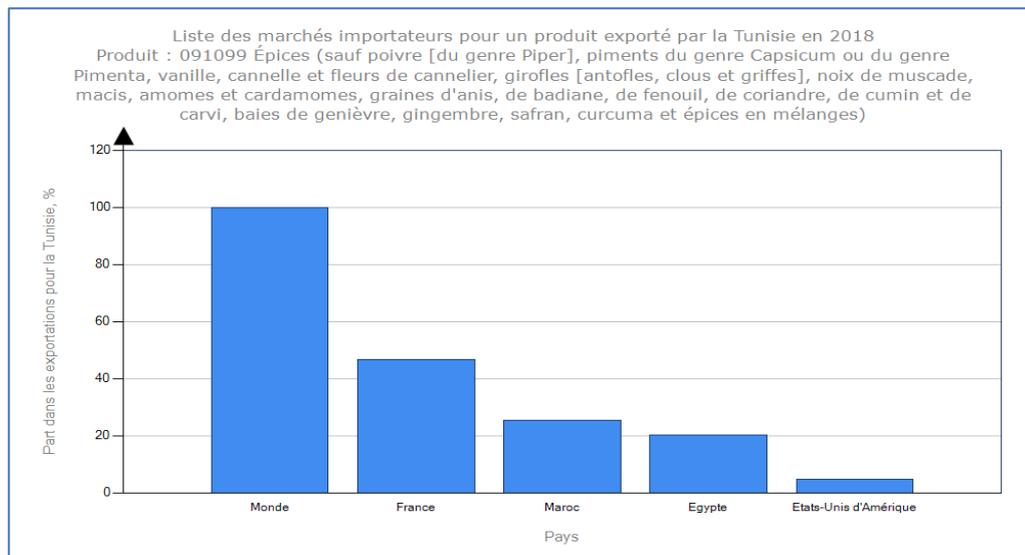
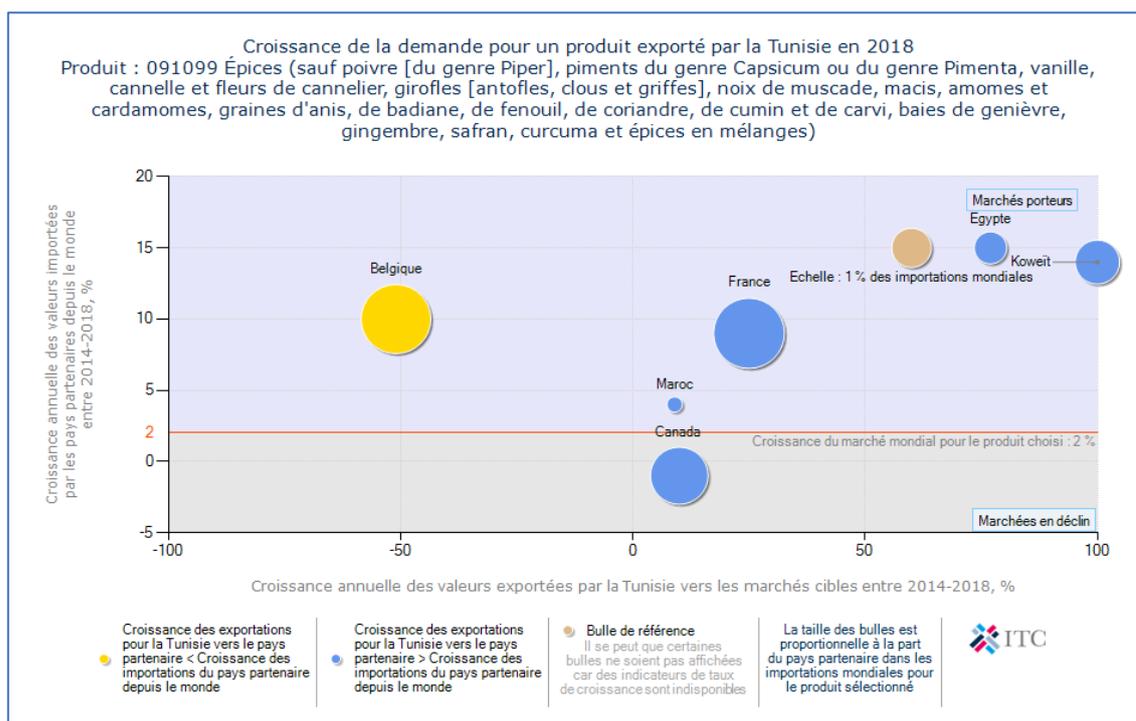
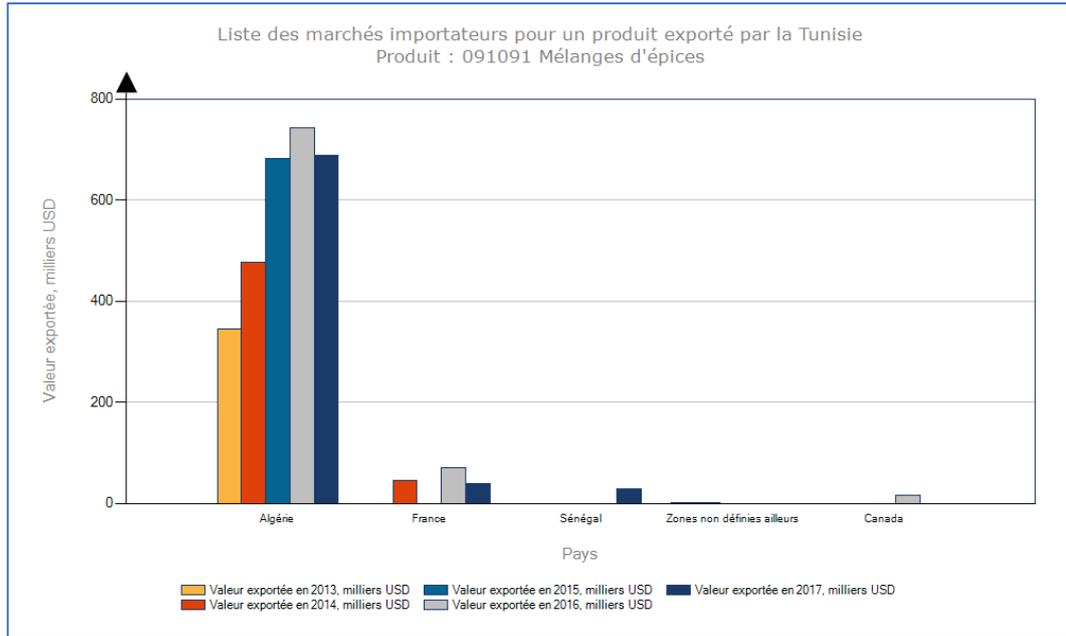


Figure 20 Croissance de la demande pour un produit exporté par la Tunisie



- Mélanges d'épices : Produit : HS 091091** : La Tunisie occupe la 60^{ème} place en contribuant par 0,34% des exportations mondiales, mais la valeur de l'unité exportée est de 1862 dollars/unité, à moins de 2000 dollars d'écart par rapport à la valeur moyenne de l'unité mondiale exportée. **Les principaux marchés de La Tunisie sont** : l'Algérie et La France.

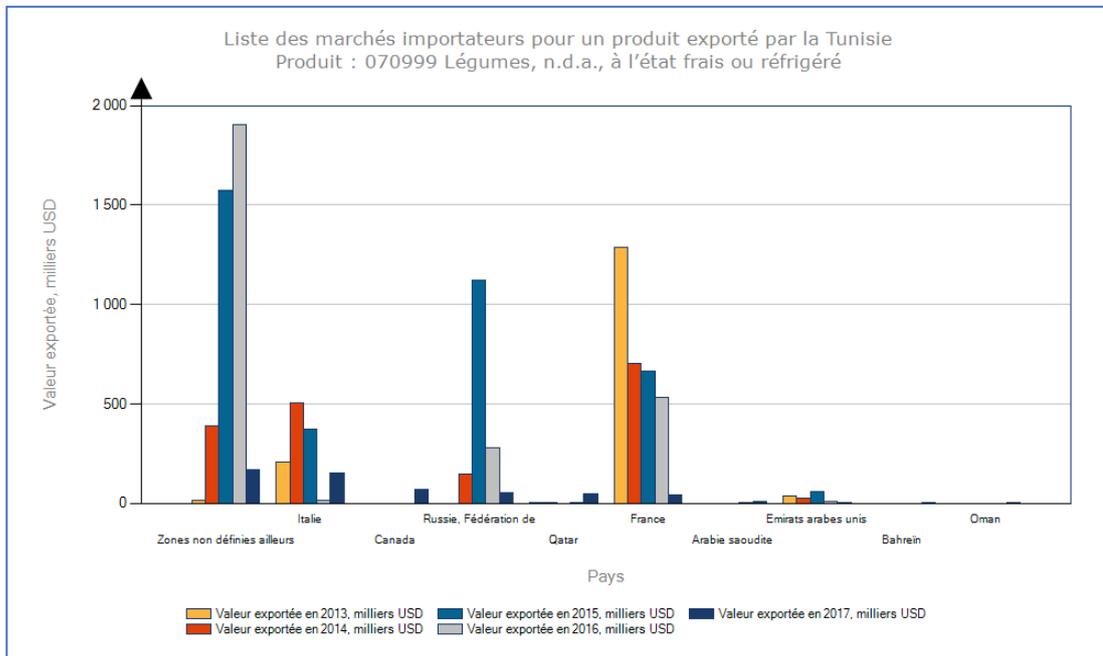
Figure 21 Principaux marchés de La Tunisie



- **Légumes :**

Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré : La Tunisie est classée 92^{ème} parmi 148 pays exportateurs, sa part dans les exportations mondiales est insignifiante. Les principaux marchés de La Tunisie sont : L'Italie, le Canada (depuis 2017), La Russie, le Qatar et La France.

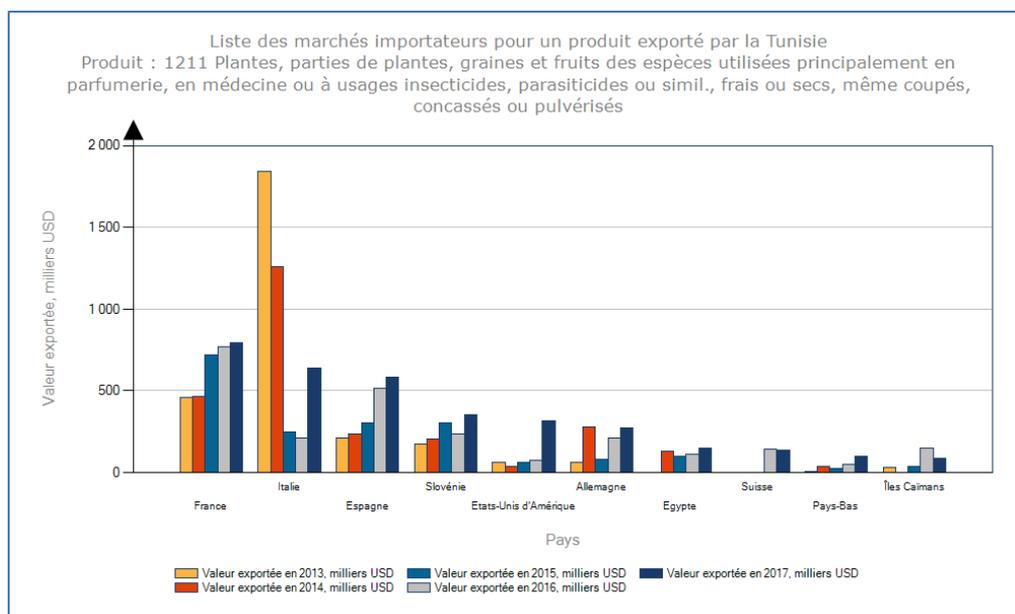
Figure 22 Principaux marchés de La Tunisie



- **Plantes**

Produit 121190 parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitiques ou simil, où la Tunisie est classée 61ème parmi 173 pays exportateurs, sa part dans les exportations mondiales est égale à 0.2%. Les principaux marchés de La Tunisie sont : L'Italie, La France, l'Espagne, La Slovénie et les Etats Unis.

Figure 23 Principaux marchés de La Tunisie



B-2- Principales entreprises dans le pays

On compte environ une dizaine d'entreprises, dont 03 au Nord-Ouest (Herbes de Tunisie, Herbiotech Aroma et Flora Natura), spécialisés dans la production et la commercialisation des plantes aromatiques et médicinales et des huiles essentielles.

La société herbes de Tunisie est leader dans la région du Nord-Ouest, spécialisée dans la production et la commercialisation d'une large variété des plantes médicinales et des huiles essentielles. Elle offre une large gamme d'huiles essentielles distillées à partir des fleurs et des feuilles de haute qualité : myrte, géranium, cyprès, néroli, romarin.

B-3- Autres clusters (dans le même secteur) dans le pays

Le cluster Wiki PAM : créé dans le cadre du projet ACEA (Action Collaborative pour les Exportations Artisanales) qui est financé par un don de l'Ambassade des États-Unis en Tunisie. Ce cluster est formé des : SMSA YANABIA EL KHIR, GDA OUED EZZEN, GDA OUED MAADEN, GDA PURE NATURE, GDA BARAKA.

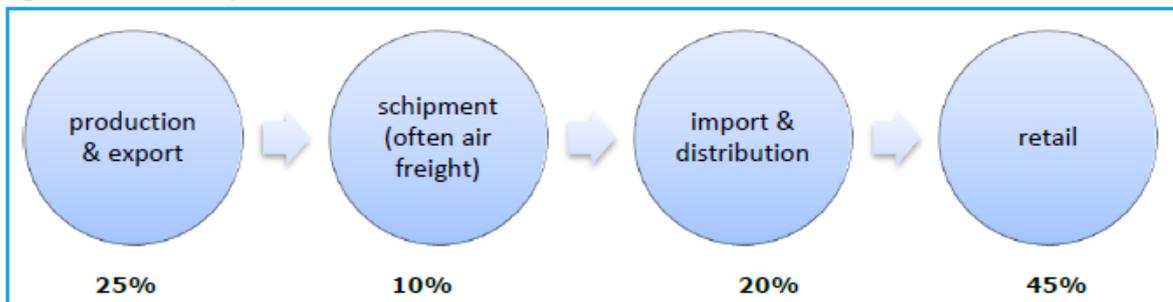
III-C- Le fonctionnement du secteur

C-1- *La Structure des coûts*

La structure des coûts de l'industrie des plantes aromatiques diffère selon la nature de l'activité : plantes aromatiques fraîches (plus intensive en main d'œuvre) ou séchées (plus intensive en capital, vu notamment les nouveaux procédés de séchage qui se développent) et selon la nature du client (Business to Business ou Business to consumer). L'activité de production d'ingrédients pour l'industrie agroalimentaire n'est pas traitée car elle ne représente pas d'intérêt pour le cas d'étude.

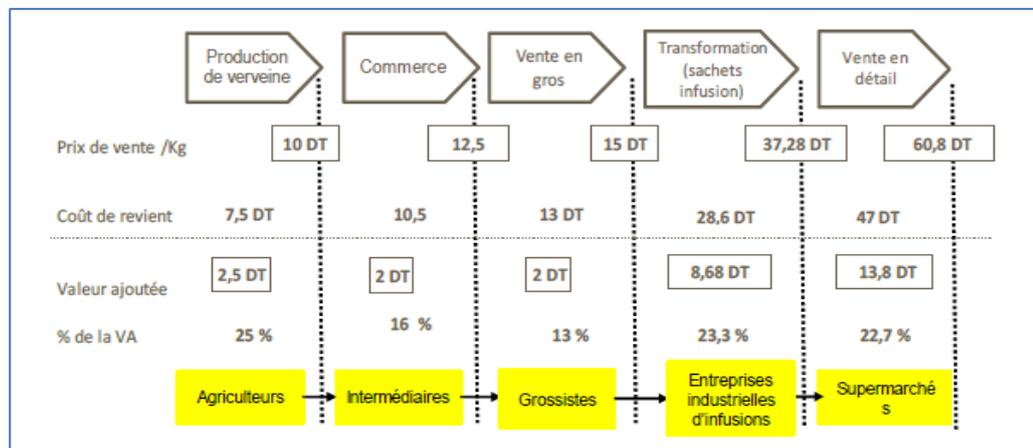
- **La structure des coûts pour les plantes aromatiques fraîches**

Figure 24 *Structure des coûts pour l'activité de production des plantes aromatiques fraîches*



- **La structure des coûts pour les plantes aromatiques séchées**

Figure 25 *Exemple de structure des coûts pour une plantes aromatiques séchées*



C-2- *Evolution récente de l'industrie*

D'après les évolutions notées :

- Une relation directe entre des multinationales et des collecteurs locaux dans les pays qui disposent de ressources importantes en termes de plantes aromatiques culinaires,
- Intégration de certains services de support (logistiques, financiers) par les grandes entreprises qui développent des partenariats avec les petits producteurs dans le cadre du développement des produits de plantes aromatiques sauvages ou spontanées,
- Intégration de la distribution (vente en détail), facilitée par la vente en ligne,

- Parmi les leaders mondiaux, on note l'existence d'une vague d'entreprises relativement nouvelles qui se spécialisent dans les plantes aromatiques biologiques.
- Pour les plantes aromatiques fraîches, vu les contraintes des réglementations relatives aux sols, les CDV restent en bonne partie nationales. Les développements à l'échelle internationale sont à priori assez limités car ils nécessitent des moyens conséquents en termes de logistiques et de maîtrise de la chaîne de froid adaptés,
- Comme substituts aux plantes aromatiques fraîches, des procédés (light dry) permettent d'avoir des plantes aromatiques légèrement séchées.
- Pour l'industrie des ingrédients destinés à l'industrie agroalimentaires, les entreprises développement des services de formulation de nouveaux produits personnalisés des entreprises et non plus des ingrédients standards.

III-D- Tendances et perspectives

D-1- Conducteurs de la consommation : tendances de la demande et adaptation des entreprises;

La consommation est généralement définie par 4 conducteurs essentiels :

- Les vertus nutritionnelles et de santé des produits alimentaires et des boissons : Vu les problèmes de santé globaux et croissants (obésité, diabète, problèmes cardiaques) et le vieillissement des sociétés occidentales, les consommateurs ont des attentes grandissantes de leurs aliments qui dépassent le bon goût ;
- La commodité des produits pour un usage plus facile (exp mélanges de plantes aromatiques fraîches ou séchées au lieu d'épices ou plantes aromatiques),
- La découverte de nouveaux goûts,
- La conscience des enjeux environnementaux et sociétaux.

Les tendances de la demande sont accompagnées par des adaptations des entreprises pour de meilleures réactions au marché. On présente dans ce qui suit sept tendances fondamentales de la demande tout en indiquant pour chaque tendance la nature des adaptations effectuées par ces entreprises :

- **L'alimentation fonctionnelle** : les consommateurs choisissent des produits et des ingrédients alimentaires qui ont **une valeur nutritionnelle**
 - ***Adaptation des entreprises*** : Développement de « l'alimentation fonctionnelle » à travers des produits et d'ingrédients qui ont des vertus pour la santé ; les plantes aromatiques constituent des ingrédients privilégiés de ses produits, l'usage médicinal de ces plantes ayant favorisé un tel développement. Certaines multinationales offrent un large spectre de produits alimentaires « fonctionnels » adaptés aux besoins de renforcer tel ou tel organes, une catégorie d'âge ou professionnelle (plus de 50ans, sportifs, activités intellectuelles, etc)
- **Un virement vers le frais** : les produits frais sont de plus en plus appréciés étant considérés plus naturels et plus commodes.
 - ***Adaptation des entreprises*** :
 - Pour les produits frais, on utilise des emballages qui allongent la durée de vie de ces produits. Des efforts de R&D en matière d'emballage et de conditionnement aident à satisfaire ce besoin
 - Les entreprises doivent maîtriser la gestion de la phase post récolte et la chaîne de froid
 - Plus internationales et groupement économiques (FAO, UE, USA) développent des guides pour la production des plantes aromatiques fraîches, notamment celles provenant de sites sauvages.

- **Les goûts et les expériences culinaires** il y a un intérêt pour les nouvelles expériences culinaires. Les goûts et les créateurs de goûts font partie de ces expériences. Les consommateurs sont inspirés par des programmes de TV et les recettes en ligne. Ainsi, les consommateurs sont ouverts pour essayer de nouveaux produits et des goûts plus sophistiqués due à une diversification des sociétés et un goût pour les cuisines ethniques ; les plantes aromatiques sont des ingrédients de base dans ces expériences.
 - ***Adaptation des entreprises*** : diversification des plantes aromatiques utilisées et développement de produits adaptés à la diversité des goûts et des cuisines de plusieurs pays (italien, coréen, etc). Les acteurs des additifs, colorants, parfums, etc pour l'industrie agroalimentaire s'orientent vers la fourniture de services de formulation de nouveaux ingrédients.

- **Les produits biologiques** : Vu une attention particulière à la santé et à l'environnement, les produits certifiés biologiques sont plus demandés. La demande pour les produits frais biologiques est croissante, bien que ce besoin reste peu satisfait vu les contraintes liées à leur production (exigences relatives aux sols),
 - ***Adaptation des entreprises*** : recours à ce la certification biologique, à défaut et pour des contraintes financières, recours à la certification « Chemicals free ». Certaines grandes entreprises s'orientent même vers la certification de procès de culture sauvage et développent dans ce cadre des collaborations avec des populations indigènes.

- **Une tendance « Grow your own »** : un intérêt de faire planter ses propres produits, le consommateur devient partie intégrante de la chaine agroalimentaire. Ce type de produits frais subit un obstacle phytosanitaire et logistique vu les coûts dus à la logistique et au contrôle du sol.
 - ***Adaptation des entreprises*** : plusieurs détaillants ont développé des produits sous forme de plantes en pots

- **Un intérêt grandissant pour la durabilité des végétaux et fruits, dont les plantes aromatiques culinaires** : les défis environnementaux et sociaux suscitent de plus en plus d'intérêt.
 - ***Adaptation des entreprises*** : des certifications environnementale et sociales visant à réduire l'usage des pesticides, la sécurité des employeurs, l'équité des transactions, etc

- **Le Local pour le local** : ce courant répond à un intérêt pour la durabilité (moins de transport, promotion des produits saisonniers locaux)
 - ***Adaptation des entreprises*** : Éviter de dépendre totalement d'un seul marché d'exportation

D-2- Tendances mondiales

La conjoncture mondiale en termes de réglementation, de la définition des normes de qualité et des exigences des acheteurs sont en pleine mutation. Les spécifications qui couvrent ces aspects sont de plus en plus nombreuses et contraignantes.

- **En matière de Réglementations et spécifications :** le secteur des plantes aromatiques culinaires obéit à :
 - Des spécifications qui couvrent les aspects de qualité et taille notamment les plantes fraîches, emballage et étiquetage, promulguées par des organisations internationales (FAO, Codex, etc) ou des communautés économiques (UE : l'Union européenne) ou des pays (Allemagne, Territoire palestinien occupées)
 - Des réglementations touchant les aspects phytosanitaires, l'usage des pesticides, les contaminants,
 - Des guides de bonnes pratiques de production publiées par des organisations internationales (FAO) ou des pays (USA) qui couvrent les étapes de production, récolte, post-récolte et traitement. Certaines concernant les la collecte dans les sites spontanés de plantes aromatiques.
 - Des contrôles documentaire, identitaire et physique principalement aux frontières
- **En matière de Des normes de qualité :** Compte tenu de la croissance du secteur des épices et des plantes aromatiques, qui connaît une expansion rapide depuis plusieurs décennies, mais aussi de la gamme extrêmement diversifiée des produits, *la Commission du Codex alimentarius a établi en 2013 le Comité du Codex sur les épices et les herbes culinaires (CCSCH), qui tiendra sa première session à Cochin, dans l'État du Kerala (Inde du Sud).* La FAO a annoncé en 2014 le lancement d'une initiative internationale visant à élaborer des normes de qualité pour d'importantes épices et herbes aromatiques d'une valeur commerciale de plusieurs milliards de dollars
- **En matière des Exigences des acheteurs :**
 - **Normes de Management :** En conséquence de cette multitude de réglementations, des exigences communes d'acheteurs sont identifiées, tels que : les certifications Global Gap, British Retail Consortium (BRC) et International Food Standard (IFS).
 - **Certifications et labels :** Par ailleurs, d'autres types de certification et labellisation sont en vogue répondant à une orientation vers les produits naturels (certification biologique), la responsabilité sociétale (Fair-trade) ou mêmes religieuses (Halal, Kasher) promues par des communautés économiques ou des associations.

D- 3- Tendances locales

Les PAM sont de plus en plus valorisées en Tunisie. Différents indicateurs montrent que le marché local est caractérisé par des transformations au niveau de la consommation, du cadre institutionnel et réglementaire ainsi que des outils et des normes de gestion des secteurs notamment au niveau de la certification biologique et de la création de clusters. On peut synthétiser ces tendances par les données suivantes :

- **Tendances de consommation :** Des paramètres qualitatifs ont impacté les tendances de consommation de la société tunisienne ces dernières années et qui ont touché le secteur PAM dont on cite : la Consommation accrue des produits de terroir dont les produits PAM, le Développement du tourisme écologique couplé à la consommation de produits biologiques et des ingrédients locaux, dont les plantes aromatiques culinaires, et Une plus grande conscience des enjeux sociétaux notamment l'encouragement au développement des produits communautaires, la préservation des espèces et la diversité biologique.
- **Développement de l'Agriculture biologique: Dans ce cadre, on cite la** Création d'une direction générale et du centre technique biologique au sein du Ministère de l'agriculture de l'agriculture ainsi que la Promulgation d'un cadre réglementaire qui organise le secteur (la loi n° 99-30 du 05 Avril 1999 relative à l'agriculture biologique, et le décret n° 2000-409 du 14 Février 2000 complété par le décret n° 2012-

2819 du 20 Novembre 2012 fixant les conditions d'agrément et les procédures de contrôle et de certification) ainsi que l'organisation de la certification biologique (5 organismes de certification biologique).

- **L'organisation du secteur des PAM : avec** la Création d'un cluster des PAM (Wiki PAM) visant la valorisation de certaines plantes du Nord-Ouest Tunisien dans la région du nord-ouest et assisté par la coopération américaine, et le développement des nouvelles institutions sociales qui encouragent la valorisation de l'utilisation des moyens naturels dans la vie quotidienne sur le plan alimentaire agricole modes de vie santé et autres. 14 associations tunisiennes de macrobiotique est un exemple.

ANNEXE 1 : Codifications HS des plantes aromatiques culinaires

Selon la nomenclature internationale HS, il n'y a pas de code unique qui couvre toutes les plantes aromatiques à usage uniquement culinaire, fraîches ou séchées. Les plantes aromatiques culinaires sont identifiées sous plusieurs codes détaillés en annexe.

1. Pour les plantes aromatiques séchées

Sous le code HS 09 Café, thé, maté et épices, on distingue uniquement quelques plantes aromatiques pour lesquelles les statistiques des échanges sont bien différenciées (poivre, vanille, cannelle et fleur de cannellier, girofles, noix de muscade, amome, macis et cardamomes) qui ne sont pas d'intérêt pour le cas d'étude. Le reste des plantes aromatiques échangées se trouvent sous deux codes :

- Le code **HS 0909** (Graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin, de carvi, baie de genièvre) qui ne sont pas d'intérêt pour le cas d'étude
- Et le code **HS0910** Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier, curry et autres épices** (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre). Sous ce même code, on peut différencier deux rubriques d'intérêt :
 - **HS 091099Épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges).** Ces produits représentent 24,1% des exportations sous le HS 0910.
 - **HS 091091 Mélanges d'épices** qui représentent 15,7% des exportations mondiales sous le HS 0910,
 - Le curcuma, le gingembre et le Safran représentent respectivement 12,2%, 30,8% et 15,7% des exportations mondiales sous le HS 0910.

2. Pour les plantes aromatiques fraîches

Les plantes aromatiques fraîches ne sont pas clairement identifiées, mais on peut les retrouver sous le **code HS 070999Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré.**

3. HS 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil.,

Le marché mondial des assaisonnements, épices et herbes excède actuellement 6.5 Milliards d'euros par an dans le futur proche. Supportés par une demande grandissante des services de restauration, cuisine domestique et une fascination pour les diverses cuisines résultant des voyages dans les pays exotiques et au mélange des cultures, le marché total des produits aromatiques maintient une tendance croissante en volume et en valeur. Mais les différentes épices et herbes ont toutes leurs dynamiques propres d'offres et de demande.1

ANNEXE 2 : Offre Mondiale

HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

HS 091099 **Épices (sauf** poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges).

Le top 5 des pays exportateurs, classés par ordre décroissant de leurs parts respectives, sont donnés dans le tableau suivant :

	Valeur exportée en 2018 (milliers USD)	Quantité exportée en 2018 (en Tonne)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les exportations mondiales (%)
Monde	691681	254270	2720	1	-1	-4	100
Turquie	110875	37937	2923	1	6	3	16
Inde	79932	72939	1096	-8	-8	-25	11,6
Allemagne	49534	3835	12916	5	2	-2	7,2
Afrique du Sud	48494	14544	3334	3	-1	7	7
Chine	47773	7405	6451	23	26	51	6,9

HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

➤ **HS 091091 Mélanges d'épices**

	Valeur exportée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité exportée en 2018(tonne)	Valeur unitaire (USD / Unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les exportations mondiales (%)
Monde	451349	-24137	106140	4252	4	4	1	100
Pays-Bas	91038	44633	25152	3620	2	6	-1	20,2
Inde	68896	67164	21294	3235	8	5	6	15,3
Pakistan	66383	64228	13617	4875	13	8	1	14,7
Allemagne	48835	14883	7821	6244	3	8	-1	10,8
France	20055	-8709	2778	7219	-4	1	13	4,4

I. Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré

Le détail des exportations est donné dans le tableau suivant :

	Valeur exportée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité exportée en 2018 (tonne)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les exportations mondiales (%)
Monde	2767725	150924	2150430	1287	2	7	1	100
Chine	427460	427460	409666	1043	15	-1	-3	15,4
Italie	402331	367391	179625	2240	5	1	7	14,5
Pays-Bas	391315	241169	144741	2704	13	12	5	14,1
Mexique	197102	193511	296634	664	5	4	-21	7,1
États-Unis d'Amérique	183641	-101254	143609	1279	5	4	12	6,6

II. Produit : 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil.,

Le détail des leaders de l'exportation est donné dans le tableau suivant :

	Valeur exportée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité exportée en 2018 (tonnes)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les exportations mondiales (%)
Monde	1705003	-6000	432268	3944	-11	-10	-25	100
Chine	293659	265222	50821	5778	-24	-24	-65	17,2
Inde	130289	99409	37663	3459	-17	-23	3	7,6
Égypte	110497	99044	15989	6911	-4	-23	-3	6,5
Espagne	86955	-6164	18282	4756	7	6	1	5,1
Hong Kong, Chine	84409	-26845	7615	11085	-1	-1	7	5

ANNEXE 3 : Demande mondiale

HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

HS 091099 Épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges)

	Valeur importée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité importée en 2018 (tonne)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les importations mondiales (%)
Monde	790746	-99065	234677	3370	2	4	2	100
Arabie saoudite	92390	-88306	20762	4450	6	5	-5	11,7
États-Unis d'Amérique	88729	-60800	25565	3471	3	5	4	11,2
Allemagne	54876	-5342	12710	4318	6	5	0	6,9
Royaume-Uni	30316	-12646	8657	3502	-6	-1	12	3,8
Pays-Bas	28043	963	6135	4571	12	4	21	3,5
Zones franches	27339	-27330	6272	4359	-2	1	2	3,5

HS0910 Gingembre, safran, curcuma, **thym, feuilles de laurier**, curry et autres épices (sauf poivre [du genre Piper], piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de cannellier, girofles [antofles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi et baies de genièvre) :

HS 091091 Mélanges d'épices

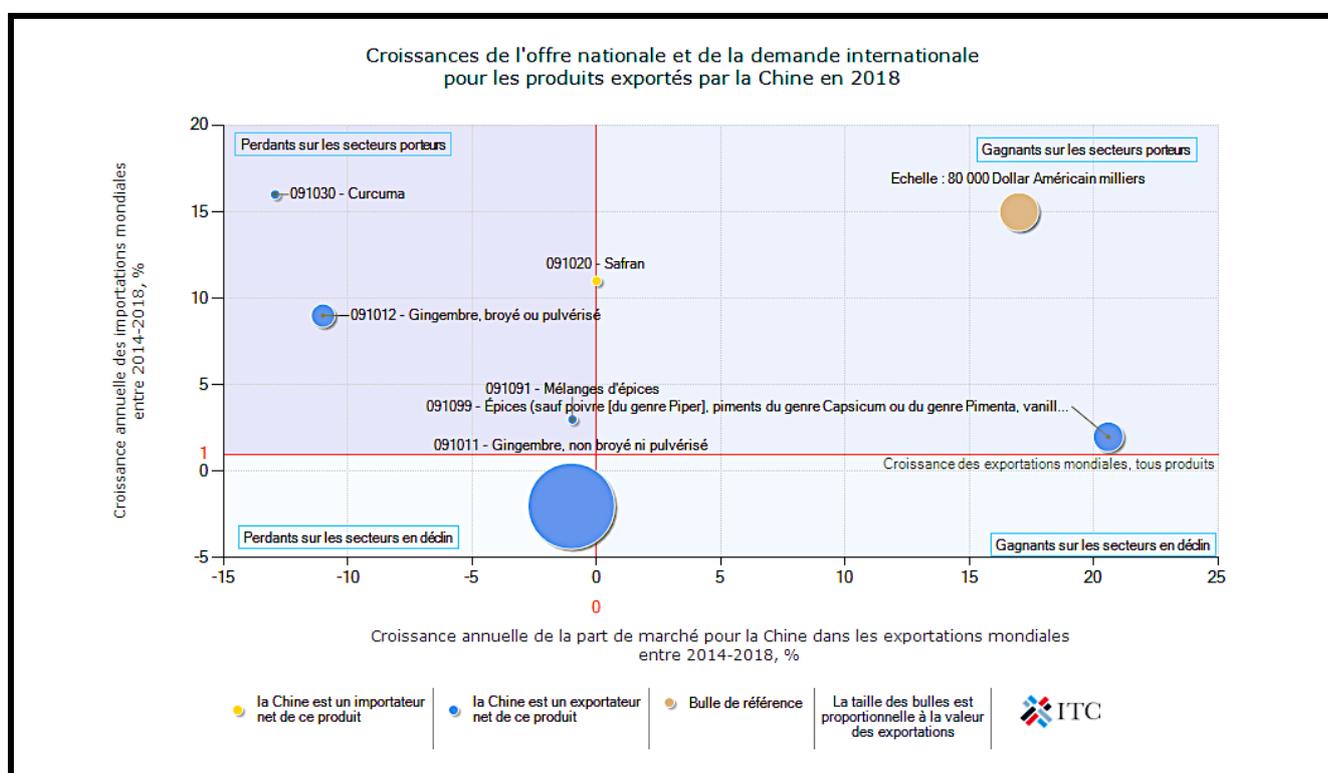
	Valeur importée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité importée en 2018 (tonne)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les importations mondiales (%)
Monde	475486	-24137	117296	4054	3	7	3	100
Pays-Bas	46405	44633	14646	3168	-2	4	-2	9,8
États-Unis d'Amérique	35464	-27171	5362	6614	9	2	7	7,5
Royaume-Uni	34845	-26466	13324	2615	-1	9	1	7,3
Allemagne	33952	14883	7018	4838	6	10	-9	7,1
France	28764	-8709	5602	5135	4	8	15	6
Arabie saoudite	28693	-28220	7160	4007	-5	1	8	6

- **Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré**

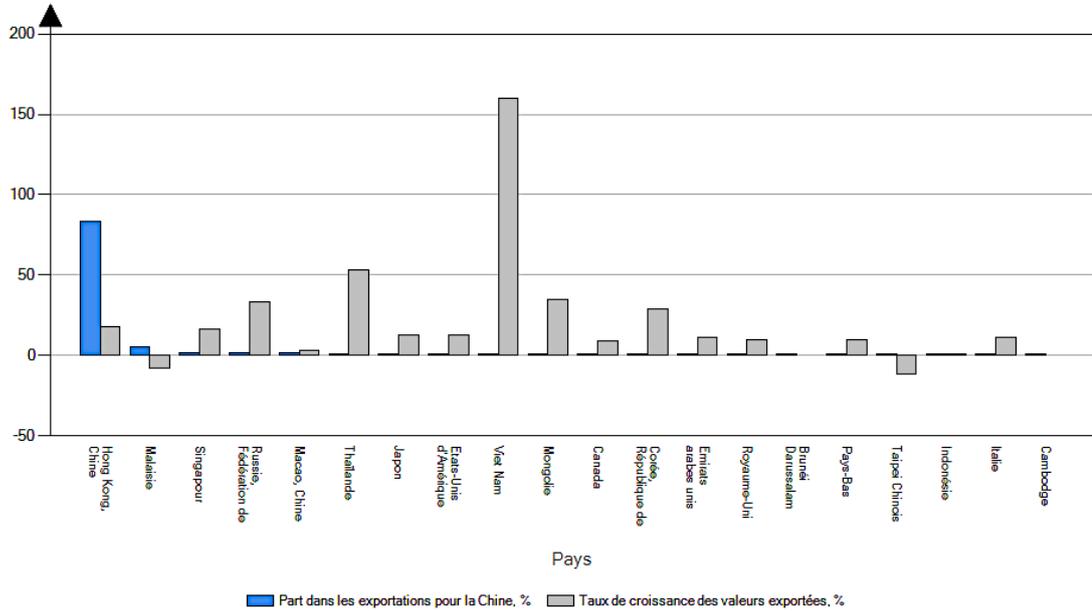
	Valeur importée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité importée en 2018 (tonne)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les importations mondiales (%)
Monde	2616801	150924	2058349	1271	6	7	7	100
Allemagne	322165	-288145	129029	2497	9	8	10	12,3
États-Unis d'Amérique	284895	-101254	354305	804	6	5	3	10,9
Royaume-Uni	246456	-224216	117368	2100	2	8	13	9,4
France	212743	-70872	168733	1261	2	8	5	8,1
Canada	158091	-147740	115756	1366	4	2	6	6

- **Produit : 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitiques ou simil.,**

	Valeur importée en 2018 (milliers USD)	Balance commerciale 2018 (milliers USD)	Quantité importée en 2018 (tonne)	Valeur unitaire (USD/unité)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2014-2018 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2017-2018 (%)	Part dans les importations mondiales (%)
Monde	1957762	-132940	510338	3836	-12	-5	-15	100
Hong Kong, Chine	311652	-186014	38873	8017	-7	-3	1	15,9
États-Unis d'Amérique	164446	-100671	82237	2000	-24	-4	11	8,4
Allemagne	129354	-48814	27895	4637	-12	-15	-55	6,6
Royaume-Uni	101790	-68303	24068	4229	7	24	31	5,2
Espagne	93879	-6867	27013	3475	9	8	1	4,8



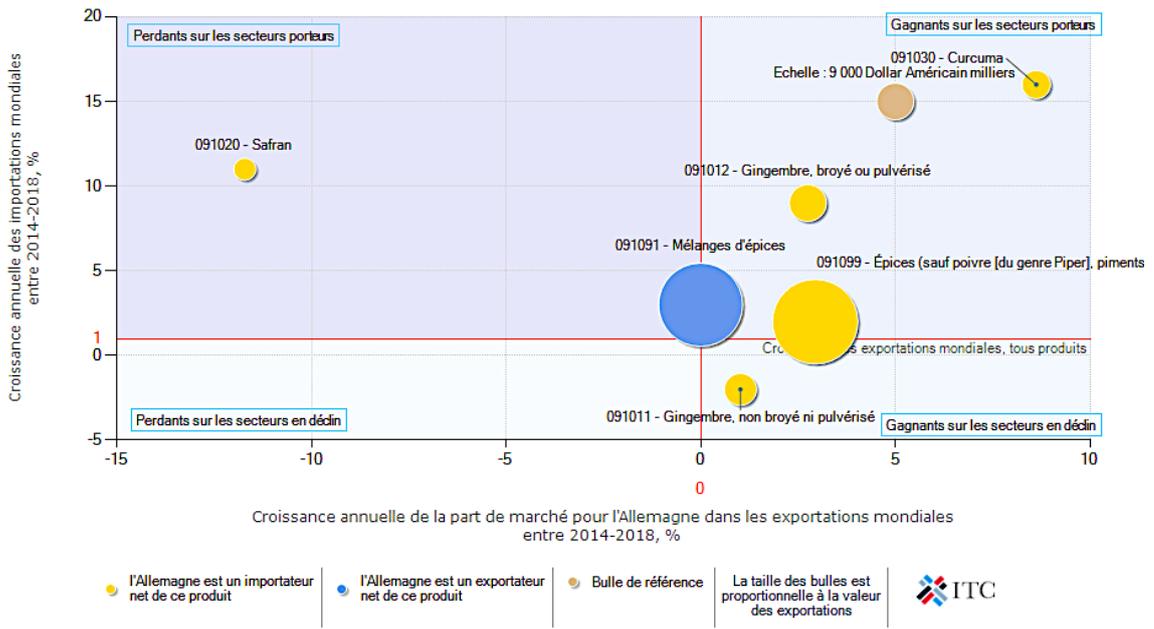
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Chine en 2018
Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré



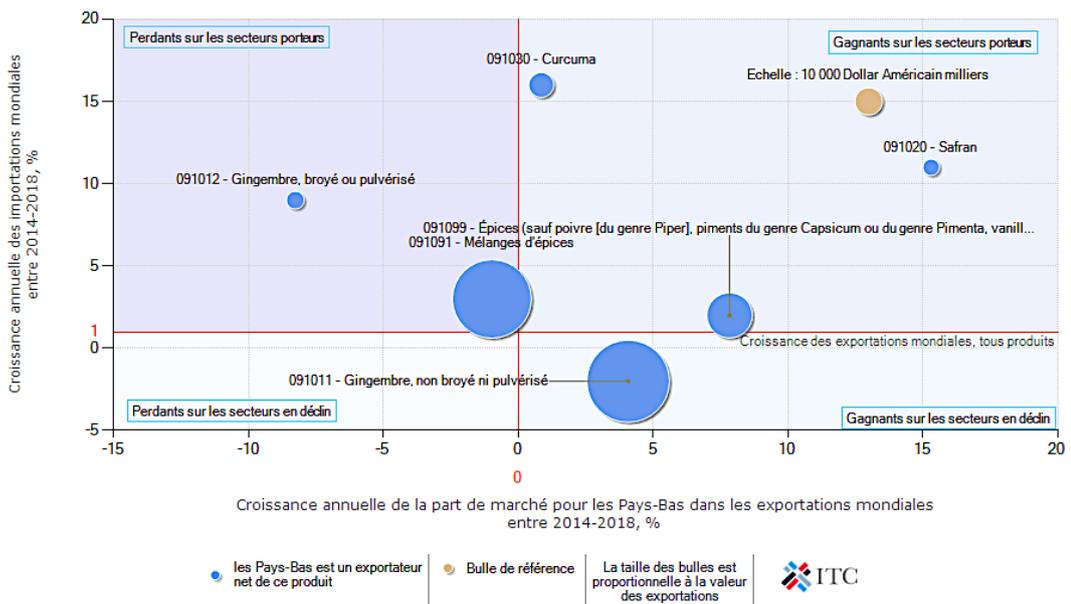
Croissances de l'offre nationale et de la demande internationale pour les produits exportés par l'Inde en 2018



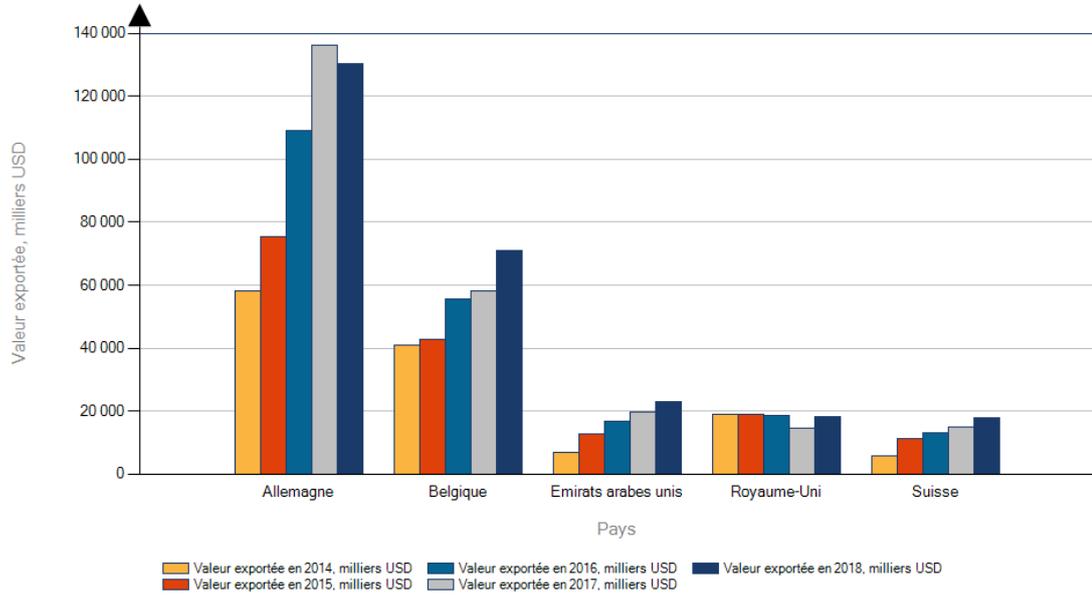
Croissances de l'offre nationale et de la demande internationale pour les produits exportés par l'Allemagne en 2018



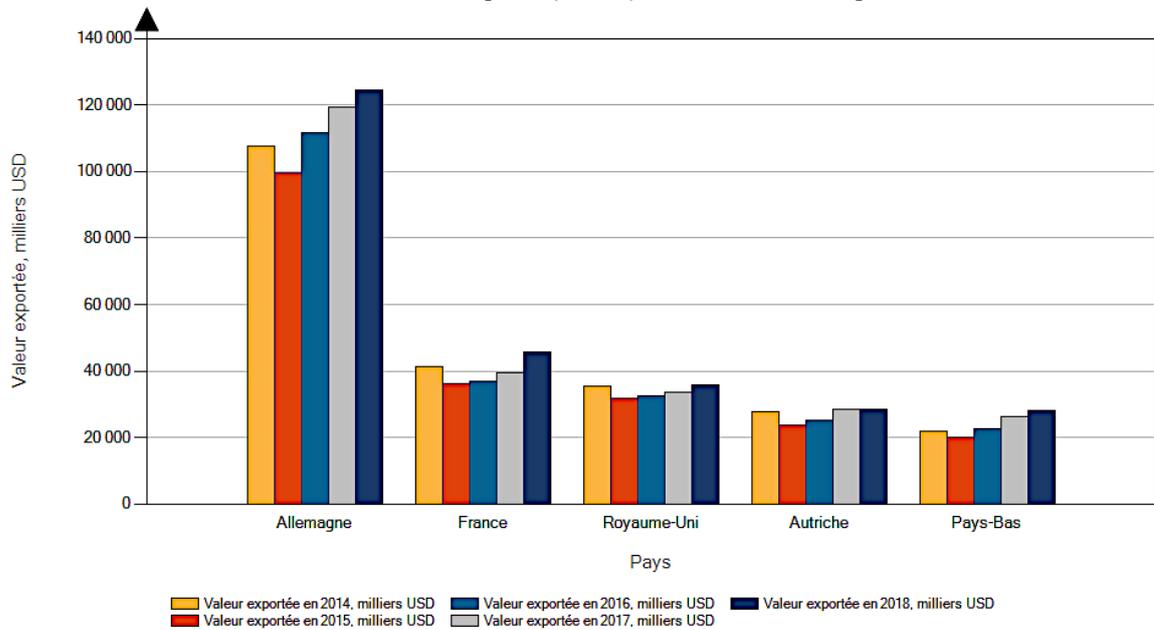
Croissances de l'offre nationale et de la demande internationale pour les produits exportés par les Pays-Bas en 2018



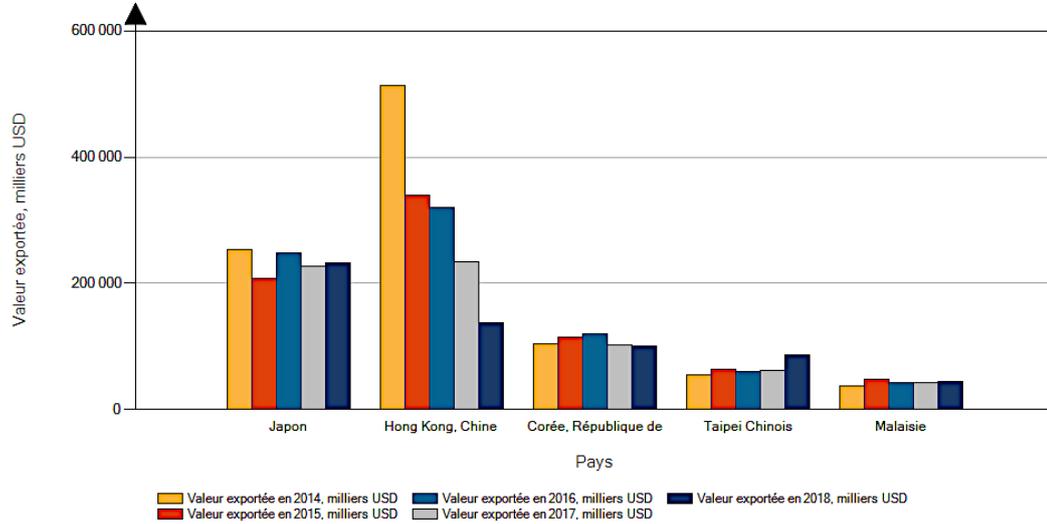
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par les Pays-Bas
Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré



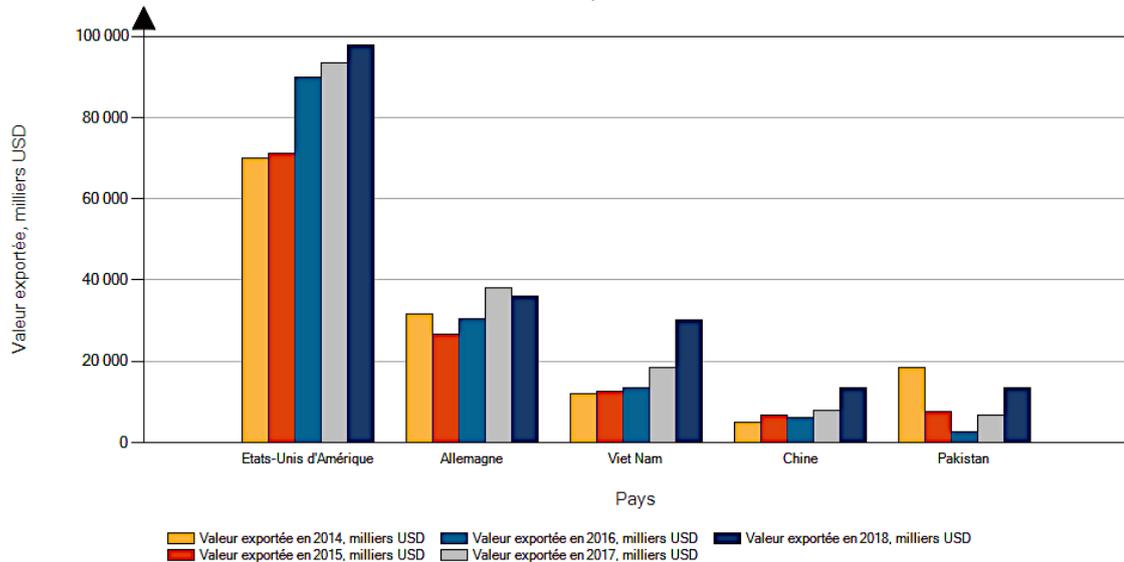
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par l'Italie
Produit : 070999 Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré



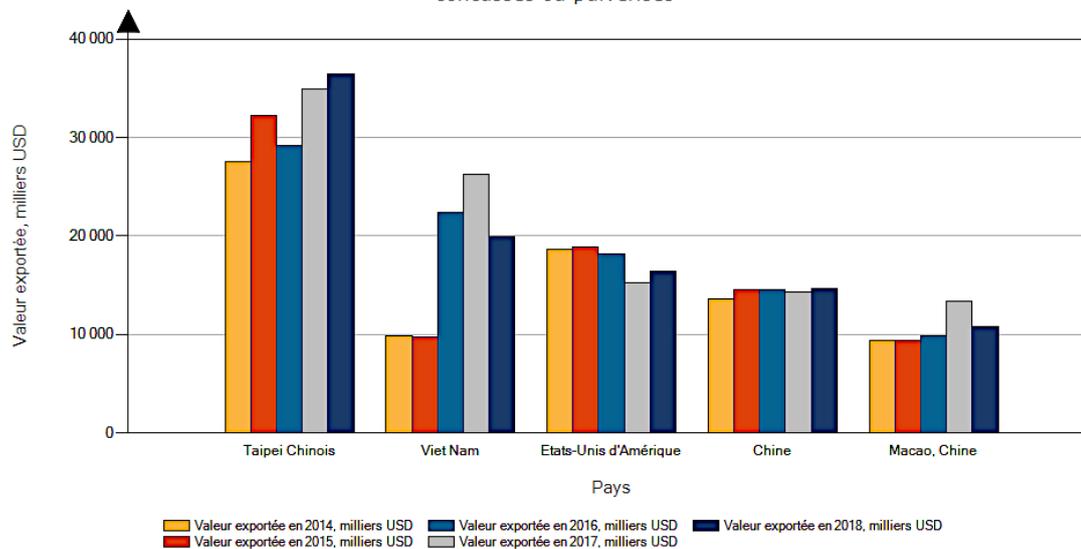
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Chine
 Produit : 1211 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil., frais ou secs, même coupés, concassés ou pulvérisés



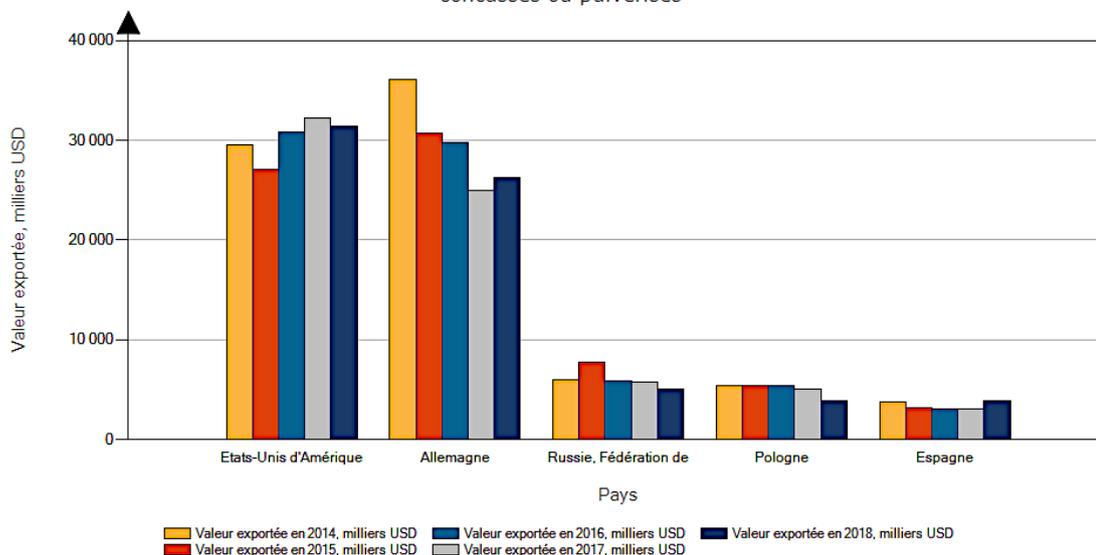
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par l'Inde
 Produit : 1211 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil., frais ou secs, même coupés, concassés ou pulvérisés



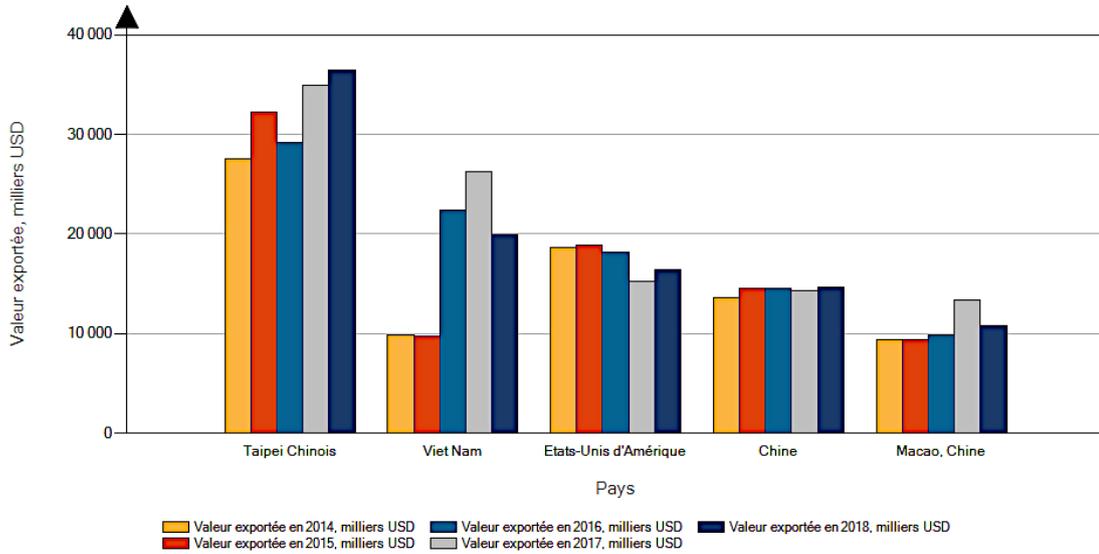
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par Hong Kong (Chine)
 Produit : 1211 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil., frais ou secs, même coupés, concassés ou pulvérisés



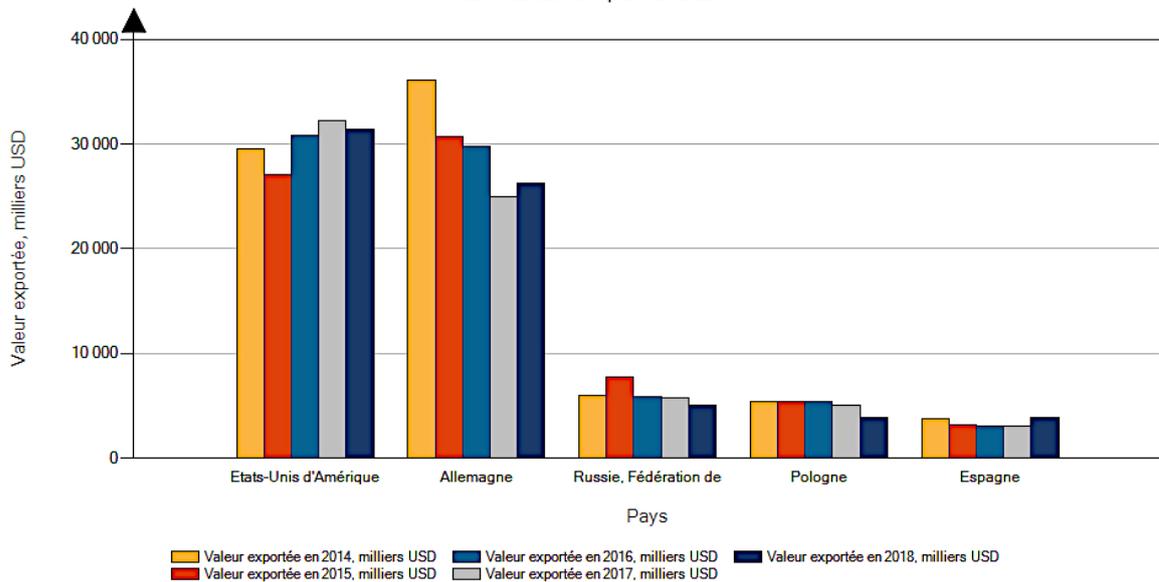
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par l'Egypte
 Produit : 1211 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil., frais ou secs, même coupés, concassés ou pulvérisés



Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par Hong Kong (Chine)
 Produit : 1211 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil., frais ou secs, même coupés, concassés ou pulvérisés



Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par l'Egypte
 Produit : 1211 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil., frais ou secs, même coupés, concassés ou pulvérisés



ANNEXE 4 : Les leaders mondiaux

	Produits/Activités	Plantes aromatiques culinaires produites	Évolution récente
Épices et plantes séchées			
<p>The Archer Daniels Midland Company</p> <p><u>Chicago, Illinois, États-Unis</u> fondée en 1923, est une multinationale américaine œuvrant dans l'agro-industrie. En 2009, elle possède 270 usines à travers le monde.</p>  <p>https://www.adm.com</p> <p>CA : 80 milliards de dollars</p> <p>Effectif : 30.000</p>	<p>Food and beverage (Acidulants</p> <p>Alcohol, Ancient Grains & Seeds</p> <p>Bases, Seasonings & Powders</p> <p>Beans & Pulses, Colors</p> <p>Emulsifiants & Stabilizers</p> <p>Fibres, Flavors, Extracts & Distillates</p> <p>Flours & Grains, Functional Health</p> <p>Mixes, Fillings & Icings, Nuts</p> <p>Oils, Proteins, Starches, Sweetening Solutions)</p> <p>Services : Services aux agriculteurs, des Services financiers, logistiques)</p> <p>-450 sites d'approvisionnement crop</p> <p>-+330 installations pour la production d'ingrédients agroalimentaires et aliments</p> <p>-62 centres d'innovation</p> <p>-Le premier réseau de transport de crop dans le monde</p> <p>-Certifications/labels: organic, kosher, yeast-only, USDA all-natural minimally processed, no-antibiotics-ever, reduced sodium, vegetarian, vegan, non-GMO and gluten-free</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Food Bases (des saveurs ethniques Authentic ethnic flavor cues (Asiatique, Latin, Indien, Korean, etc.) - Systèmes d'assaisonnements séchés (adapté à chaque style de cuisine) - Sauces, Demi-Glace & Gravy - Marinades (sauce, typically made of oil, vinegar, spices, and herbs, in which meat, fish, or other food is soaked before cooking in order to flavor or soften it) - Spice Pastes - Aliments fonctionnels : (Produits qui supportent une vie ou une vieillesse saine) 	<ul style="list-style-type: none"> - De 2013 à 2019 ADM a fait plusieurs opérations d'acquisitions (boissons, colorants saveurs et arômes alimentaires naturels, nutrition animale) /cessions (cacao,chocolat) - Archer Daniels Midland Company and Baron Spices and Seasonings annoncent la formation d'une alliance stratégique pour commercialiser des épices, assaisonnements et des plantes aromatiques aux services de restaurations et aux magasins de vente en détail...

<p>The Kraft Heinz Company entreprise agroalimentaire américaine issue de l'acquisition de Kraft Foods Group par Heinz en 2015</p> <p>http://www.kraftheinzcompany.com/</p> <p>CA : 12 365 dollar américain (depuis le 1^{er} janvier 2019</p> <p>Effectif : 46 600 (2015)</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Sauces culinaires (selon les plats, les styles de cuisine, - Produits « weight watchers surgelés » : Des plats complets proposant des recettes originales : gamme « classique (prix), gourmet (ingrédients nobles), ou sans gluten - Moments de partage (dimanche en famille, mercredi des enfants, weekend entre amis) - Réseaux gourmands (FB, YouTube, Instagram) pour le partage d'expérience 	<ul style="list-style-type: none"> - 2015 : suppression de 2 500 postes (5 % de sa masse salariale), dont 700 emplois au siège de Kraft Foods dans l'Illinois - 2017 : intention d'acquies Unilever pour 143 milliards de dollars mais y renonce - 2018 : - Vente d'une partie de ses activités en Inde, dont les marques Complian et Glucon-D pour 630 millions de dollars à Zydus Wellness et Cadila Healthcare - Vente de certaines de ses activités fromagères au Canada à Parmalat, pour un montant de 1,23 milliard de dollars - 2019, Kraft Heinz annonce une dépréciation d'actif de 15,4 milliards de dollars
<p>Robertet entreprise française créée en 1850 conçoit, fabrique et commercialise des produits aromatiques : compositions et bases de parfums, arômes alimentaires et ingrédients aromatiques naturels.</p> <p>CA : 525 millions d'euros (2018)</p> <p>Effectif : 1804 (fin 2018)</p> <p>http://www.robertet.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingrédients naturels pour l'industrie des arômes, de la parfumerie et des actifs beauté. - Partenaire en Tunisie : depuis 1999 pour la fleur d'oranger, romarin et myrte (42 hect) 		<ul style="list-style-type: none"> - 2014 : élargissement de l'expertise autour du naturel en allant au-delà des propriétés olfactives et gustatives des matières premières naturelles. L'aventure s'appuie sur l'activité nutricosmétique de la société Hitex pour le pôle Beauté et sur celle de Bionov pour le pôle Santé intégrées au Groupe. - Le nouveau pôle Health & Beauty explore les bénéfices santé et beauté des ingrédients naturels. - Les besoins du consommateur évoluent à travers une recherche de santé et d'équilibre alimentaire.

<p>Mountain Rose Herbs est une entreprise fondée en 1987, elle est basée à <u>Eugene, Oregon, USA.</u></p> <p>Elle est basée sur 6 sites</p> <p>Effectif : 200 (2018)</p> <p>www.mountainroseherbs.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producteur, transformateur, distributeur et détaillant américain d'herbes, d'épices, de thés, d'huiles essentielles et d'ingrédients utilisés dans l'herboristerie. - Mountain Rose Herbs est connue pour ses produits issus de la culture sauvage, biologiques, durables : approximativement 1,500 articles botaniques, totalisant 6.000 tailles différentes et produits finis. - L'entreprise a évolué régulièrement durant les années 1990s et a adopté des lignes directrices rigoureuses pour les cultures sauvages. - Depuis 2012, c'est la première entreprise américaine à être certifiée commerce équitable aux USA. - 2010 : elle est la 2ème plus grande entreprise pour la distribution des plantes aromatiques séchées aux USA. - Cette entreprise a reçu plusieurs distinctions en matière de responsabilité sociale et environnementale, ainsi que pour sa dynamique d'emploi et son jeune leadership - Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> - Des plantes en gros, épices, sels culinaires. - Herbes et épices biologiques cultivés manuellement, coupés, criblés et emballés dans des emballages destinés à la vente en vrac - Mélanges d'assaisonnement typiques : faits à la main à base de produits frais de par le monde (Italie, Inde). - Personnalisé packages - Produits de santé : capsules, pastilles, extraits d'herbes, sirop, - Produits pour bain naturel (savons, baumes, huiles pour les soins de la peau et des cheveux, huiles pour le massage, etc) - Autres produits : livres botaniques, articles de cadeaux, de cuisine, pour les animaux, semences de plantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Depuis 2012 : l'entreprise a lancé un projet « Fair For Life » qui a assisté de petits producteurs de plantes et épices Bio en Inde pour se conformer avec les exigences du commerce équitable et vendre des produits Fair Trade Premium. - 2015 : l'entreprise travaille avec 15 fermes certifiées bio à travers le nord-ouest pacifique. - 2016 : ouverture du premier site de vente en détail pour la vente de produits botaniques. - 2017 : l'entreprise Achète les actifs de Eugene herbal products company, Terra Firma Botanicals. - a gagné un prix « Innovation in Philanthropy » pour ses activités caritatives et ses partenariats non lucratifs. - L'entreprise a créé une communauté d'éducation « Herbal Education, community »
	<ul style="list-style-type: none"> - L'entreprise dispose d'une ferme de 56 hectares - La ferme, le moulin, et les entrepôts sont certifiés par Oregon Tilth Certified Organic (OTCO) comme processeurs et gestionnaire. - Autres certifications : GROWN WITHOUT CHEMICALS (GWC, 2% de la production) pour les fournisseurs qui ne peuvent pas se 	<ul style="list-style-type: none"> - Plantes aromatiques, dont à l'état frais (50 types de plantes dont le Romarin. Les plantes fraîches proviennent de la ferme de l'entreprise, certifiées bio, selon un calendrier des récoltes. La livraison des herbes fraîches se fait à l'échelle nationale, le jour même de la récolte, timing de livraison personnalisé pour les racines et les fleurs (la nuit par exp). 	

<p>Pacific Botanicals LLC</p> <p>Créée en 1979 en <u>Oregon</u> aux <u>USA</u> par un fondateur passionné l'herbes médicinales qui est un leader mondial dans le domaine de l'agriculture biologique et les plantes médicinales</p> <p>www.pacificbotanicals.com</p> <p>Equipe de direction: 8 personnes</p>	<p>payer la certification BIO. Affiliée à Earth Kosher, Inted Plant Savers, USDA/National Organic Program, amercina</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préserve un héritage de pratiques de collecte pour ramasser des plantes dans des écosystèmes sauvages. Ils utilisent uniquement des artisans collecteurs de plantes sauvages qui adhèrent à leur politique, de préservation des espèces menacées de sur récolte ; - Méthodes : sélection par des connaisseurs des espèces. Careful séparation, tamisage, séchage, et nettoyage des produits attentionnées qui assure pureté et vitalité des plantes. Enregistrement cohérent et précis à travers un protocole de récolte et une garantie personnelle de l'artisanat collecteur. - Vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> - Herbes et épices séchées, peuvent être importées de plusieurs pays (exp : Maroc pour le Romarin à 10 dollars le kg), 300 types d'herbes et épices - Super food pouders (concentrés de fruits sauvages, poudre de feuillage, poudre de racines, poudre d'écorce d'orange, etc) : 20 types de poudres, peuvent être importés 	
<p>J. Van Drunen & Sons Inc,</p> <p>Illinois (USA)</p> <p>www.vandrunenfarms.com</p>	<p>Ferme de 480 hectares à Illinois et Californie, agriculteurs depuis 1856, et producteurs de produits alimentaires depuis 50 ans, S'approvisionne des USA et de pays européens Plus grand fournisseur de plantes culinaires BIO aux USA, l'entreprise produit et transforme des aliments 100% naturels et des aliments fonctionnels pour des industriels de l'agroalimentaire locaux et internationaux, Installations certifiés Kosher, Bio (Quality Assurance International (QAI)), HACCP compilant, BRC, GMP, FDA et USDA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 109 produits dont des plantes aromatiques (romarin, thym, marjolaine, basilic, origan, sauge) résultant de différents processus (flash frozen, freeze-drying, drum drying, freezing, solutions personnalisées : Blending, Coating, Drying, Milling, Puréeing, Roasting, - processus grains, legumes, dairy, and specialty food ingredients, such as freeze-dried cheeses, miso, surimi, and tofu, 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacités : Pouching, packaging de produits agroalimentaires, développement de nouveaux produits - L'entreprise a un blog sur les process qu'elles utilisent et les bienfaits de ces produits sur la santé humaine

<p style="text-align: center;">Synthèse Industries Ltd, International Taste Solutions (ITS) Ltd</p> <p style="text-align: center;">www.synthite.com</p> <p style="text-align: center;">Fondée en 1972 en Inde</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Produit une variété d'applications pour les aliments, les boissons, confiserie, alimentation fonctionnelle. En plus, elle offre des services de formulations selon différents types de cuisines, - Possède 30% du marché mondial des oléorésines - Utilisation de plusieurs processess pour des substances pures et naturelles. We offer a variety of processes as per client specification. We can provide Centritherm®, SCC, and CO2 products, as required. 	<ul style="list-style-type: none"> - Extraits pures (oléorésines) d'épices et de plantes pour l'industrie agroalimentaire, boissons, confiserie, santé et bien-être, agriculture et aliments pour bétail (24 types d'épices et herbes dont le romarin, gingembre, clous, cèleri) - Aromes à base d'extraits de plantes (8 plantes dont le romarin, le basilic, thym, menthe, etc) - Colorants naturels, Résinoïdes - Antioxydants pour préserver la qualité des aliments (8 types : romarin, thé vert, thym, Oregan, etc) - Extraits botaniques (500 plantes) pour l'industrie des suppléments alimentaires et l'industrie de l'alimentation fonctionnelle « functional food » - Plantes en granules et perles pour les industries agro, confiserie, pharmaceutique 	<ul style="list-style-type: none"> - 2010 : établi aux USA et en Chine - 2014 : Création d'un centre technologique - 2017 : Ouverture d'un centre de vente au Pays-Bas et d'une unité pour les semences des plantes
---	---	---	--

<p>Dohler India Private Limited</p> <p>www.dohler.com</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondée en 1838 en Allemagne sous forme d'un moulin d'épices - Actuellement présente dans 130 pays <p>Effectif : plus de 5000</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un producteur mondial, marketeur et fournisseur d'ingrédients naturels technology-driven, systèmes et solutions intégrées pour l'industrie alimentaires et des boissons. - 23 centres ed production et 24 centres d'application, 50 bureaux de vente, représentations de vente dans plus de 130 pays. - Certifiée ISO 22000, 14000, 50001, 9001, kosher, biologique, SGF (industrial self control, compétition équitable, réduction de risque et des coûts, amorcer la confiance B2B et confiance du consommateur, projets de recherche en UE), commerce équitable, Halal, Rainforest Alliance, IFS, BRC 	<ul style="list-style-type: none"> - Extraits d'épices et plantes aromatiques : origan, romarin, coriandre, marjolaine, poivre, thym, gingembre, basilic, cardamome, - Jus avec plantes aromatiques - Parfums et colorants naturels (extraits, poudres, émulsions) - Huiles essentielles, essences de fleurs - Ingrédients nutritionnels et de santé (dits fonctionnels) pour une valeur ajoutée « santé » des produits agroalimentaires (pré mélanges, recettes individuelles pour des expériences multi-sensorielles), nutriments (vitamines et minéraux), - Extraits de plantes et de fruits africains, protéines, fibres, nectars, - Développement de concepts adaptés aux consommateurs, recettes personnalisées - Boissons à base d'herbes 	<ul style="list-style-type: none"> - 2012 : Intégration de Shanghai KingBee Biotechnology Co. Ltd., un producteur leader d'extraits liquides and dry malt extracts, - 2013 : acquisition de la division de transformation de fruits à Delta Aromatic (DELRO) en Egypte; fondation de Döhler Egypt pour la production d'ingrédients pour aliments naturels et boissons. - 2014 : joint-venture avec Afriplex, producteur d'extraits de plantes premium-quality et fournisseur leadeur en Afrique d'extraits naturels. - 2015 : acquisition d'une part majoritaire dans Molda (spécialiste d'ingrédients secs)
---	--	--	--

<p>Frontier Natural Products Co-op (Norvège) fondée en 1976 et basée à Norway, Iowa.</p> <p>www.frontiercoop.com</p> <p>Effectif : 293 (2008)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grossiste en coopérative de produits naturels et biologiques, elle vend des produits sous les marques Frontier Co-op, Simply Organic et Aura Cacia. - 36 produits certifié Fair Trade incluant plantes, thés, cocoa, sucre et vanille - Certification Trans Fair USA, biologique 	<ul style="list-style-type: none"> - Assaisonnements, plantes ou parties de plantes aromatiques (175 plantes dont feuilles d'olivier, safran, menthe, fleurs, racines séchés entiers coupés et tamisés ou en poudre - Mélanges d'épices (herbes de Provence, assaisonnements italiens, etc) 	<ul style="list-style-type: none"> - 2007 : introduction d'un programme « Well Earth sustainable sourcing » pour développer des sources éthiques pour ses produits. Le programme cherche des fournisseurs potentiels moyennant un questionnaire et des visites terrain pour réévaluer les aspects suivants : qualité produit, pratiques environnementales et de responsabilité sociale. Ce programme offre des contributions financières directes ainsi que de l'assistance technique, des fonds externes dans les communautés des producteurs, - 2007 : l'un des premiers centres de distribution à fournir 100% carbon neutral shipping, - Impliquée dans la préservation des plantes sauvages et des espèces locales.
---	--	---	--

¹ CBI Product Factsheet: Fresh Herbs in Europe, Juillet 2016

Carte d'utilisation des terres - Tunisie

LEGENDE :

- Zones urbaines
- Parcs ou réserves naturelles
- Sites Ramsar

- Cultures en irriguée**
- Agrumes en irriguée
- Arbo en irriguée
- Culture maraichère en irriguée
- Grandes cultures en irriguée
- Palmerais en irriguée

- Culture pluviale**
- Agrumes
- Culture maraichère
- Grandes cultures
- Olivier
- Palmerais
- Verger
- Vigne

- Agro-pastoralisme**
- Agro-Pastoralisme en sec - élevage intensif
- Agro-Pastoralisme en irrigué - élevage intensif
- Agro-Pastoralisme en sec - élevage modérément intensif
- Agro-Pastoralisme en irrigué - élevage modérément intensif
- Agro-Pastoralisme en sec - élevage extensif
- Agro-Pastoralisme en irrigué - élevage extensif

- Pastoralisme**
- Pastoralisme en sol nu (couloir de transhumance) extensif
- Pastoralisme en sol nu (couloir de transhumance) intensif
- Pastoralisme en sol nu (couloir de transhumance) modérément intensif
- Pastoralisme dans des aires d'arbustes extensif
- Pastoralisme dans des aires d'arbustes intensif
- Pastoralisme dans des aires d'arbustes modérément intensif

- Zone naturelle**
- Sol nu
- Eau
- Forêt
- Zone d'arbuste et mélange d'arbuste et herbacée épars



D2

DOCUMENT DU CLUSTER
(Version Finale)

Table des matières

I- Description du profil initial du cluster.....	
A-Histoires et Origines	
B- Cadre institutionnel.....	
C-Evolution future estimée.....	
D-Conditions du marché	
II-Chiffres du cluster.....	
1-Agents du Cluster	
A -Présentation des agents du cluster.....	
B-Relations entre les agents et leur fonctionnement	
C-Répartition des agents du Nord-Ouest.....	
<i>Tableau 1 Zones des PAMs en Tunisie.....</i>	
<i>Tableau 2 Répartition des superficies par espèce et par Gouvernorat</i>	
<i>Tableau 3 Répartition des superficies irriguées pour les Plantes médicinales.....</i>	
<i>Tableau 4 Répartition des superficies des plantes aromatiques</i>	
<i>Tableau 5 Situation de l'exploitation des plantes aromatiques spontanées</i>	
<i>Figure 1 Répartition des zones des PAMS</i>	
<i>Figure 2 Carte de la répartition des agents du Nord-Ouest.....</i>	
<i>Figure 3 Chaine de valeur des PACs du Nord-Ouest</i>	

I- Description du profil initial du cluster

En Tunisie, le secteur des PAM ne cesse de se diversifier en termes des produits élaborés, des technologies mises en œuvre, ainsi que par les marchés de destination qui sont en croissance continue. Ce secteur constitue un moyen non seulement pour la diversification de la production nationale, mais aussi pour la valorisation des espaces territoriaux fragiles à potentialités économiques limitées et pour offrir aux populations des zones marginales (zones montagneuses) des sources de revenus durables.

I-A- Histoires et Origines¹³

La région du Proche-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA) englobe les grands centres de diversité biologique d'importance mondiale et dont un grand nombre de plantes aromatiques et médicinales (PAM). Ces plantes qui sont utilisées dans des soins de santé (humaine et animale) et à des fins culinaires et cosmétiques sont surtout abondantes dans les zones arides et désertiques. Elles suscitent un intérêt croissant des plus grands centres de recherche au niveau international et sont de plus en plus recherchées par les industries culinaires, cosmétiques et pharmaceutiques aux niveaux international, régional et national et offrent de ce fait des opportunités réelles pour le développement socio-économique des pays concernés et des sources potentielles de revenus pour les communautés locales. Les plantes occupant ces écosystèmes ont, à cet effet, une signification économique et écologique particulière en raison de leur grande capacité adaptative à la sécheresse et aux conditions difficiles du milieu.

A L'instar des autres pays de la région MENA, la grande diversité des conditions édapho-climatiques de la Tunisie, sa double nature, méditerranéenne et saharienne, leur confère une place de choix pour le développement d'une flore riche et variée comprenant un important potentiel en plantes aromatiques et médicinales. Avec plus de 2160 espèces vasculaires, la Tunisie constitue, en méditerranée, un véritable réservoir phyto-génétique. Toutefois, les superficies des plantes médicinales cultivées évoluent mais lentement à cause de plusieurs facteurs dont surtout l'absence d'une stratégie de développement de la filière.

Le Nord-Ouest, est constitué des gouvernorats de Béja, Jendouba, Le Kef et Siliana. La superficie totale est de 16565 Km² ce qui représente 10,2% de la superficie de la Tunisie.

La population totale est estimée en 2014 à 1,17 Million d'habitants correspondant à 10,7% de la population totale du pays. Le taux de croissance démographique est en deçà de la moyenne nationale ce qui réduira la part de la population de la zone à seulement 10,6% de la population totale en 2024. Le taux d'urbanisation est estimé à 38% bien en dessous de la moyenne nationale de 66,5% ce qui montre l'importance que revêt le développement rural.

Sur le plan des ressources, la zone abrite les plus grands barrages du pays (Barbara, Sidi Salem, Siliana, Mellègue, ...) et bénéficie de conditions climatiques favorables aux cultures céréalières dans les plaines et à l'élevage dans les zones de relief. Elle correspond aux étages bioclimatiques humides et sub-humides en partie et semi-aride en grande partie. La superficie des forêts de la zone représente plus de 40% des zones classées forestières à l'échelle du pays. Si la superficie totale de la zone représente seulement 10% du territoire national, la région accapare 22% de la superficie des terres labourables du pays.

La région du Nord-Ouest est une région à vocation agricole par excellence, avec une superficie agricole utile (S.A.U) de l'ordre de 1.556.088 ha, employant 39,2% de la main-d'œuvre, englobant 100 sociétés de mise en valeur et de développement agricole, 5 agro-combinats, 390 lots de techniciens, 1086 lots pour jeunes agriculteurs

¹³Etude pour une stratégie sur la diversité biologique à l'Horizon 2020

Les ressources naturelles du Nord-Ouest témoignent d'un schéma de développement très florissant et permettant de garantir à la région un cadre de vie assez agréable à ses habitants mais la réalité est paradoxalement loin de ceci. En fait, ces richesses sont presque sans impacts socioéconomiques sur la région à cause du faible degré de valorisation de ces richesses. A ce titre, la diversité et l'abondance, de presque tous les produits agricoles dont certains sont de qualité très noble (cerise, figue, grenade, produits de la mer, huile d'olive,) n'ont pas été consolidées par un tissu industriel approprié et suffisant pour profiter des caractéristiques très sollicitées par le consommateur local et étranger. La capacité transformatrice de la région actuellement opérationnelle ne permet d'absorber que 25,7 % de la production réalisée. De plus, les efforts déployés par l'État n'ont pas abouti à des résultats satisfaisants au niveau de la promotion du tissu industriel qui reste orienté vers d'autres activités que l'agro-industrie. L'infrastructure implantée dans le Nord-Ouest demeure sous-exploitée (aéroport, ports de pêche et de plaisance,).

Particulièrement, la région du nord-ouest est caractérisée par un espace forestier dense et diversifié de plantes aromatiques et médicinales dont l'exploitation a resté, jusqu'à nos jours, insuffisante et non valorisante. Ces constatations approuvées par des études spécialisées et approfondies réalisées depuis l'époque coloniale¹⁴.

Ladite exploitation est exercée dans une bonne partie d'une manière artisanale et anarchique. Elle ne touche qu'un nombre très réduit par rapport au potentiel identifié. Dans ce sens parmi 225 plantes définies comme étant exploitables (Dr R. Chemli) il y en a que 6 espèces qui suscitent l'intérêt des opérateurs actuellement. De plus les formes d'exploitation se limitent à une offre soit de plantes séchées soit aux huiles essentielles par distillation.

I-B- Cadre institutionnel

En Tunisie, la filière PAM, comme tout autres activités économiques est régie par l'appui de plusieurs structures de pilotage et de support telles que les administrations centrales, les structures d'études et de recherche, les structures de formation et de vulgarisation, les structures d'appui à l'exportation, les structures de normalisation, les agences de promotion de l'investissement et les organisations professionnelles. Nous présentons dans ce qui suit les différents axes d'appui ainsi que les institutions y afférentes.

➤ Pour l'orientation et la stratégie au ministère de l'agriculture :

- **Les CRDA (commissariat régional de développement agricole)** responsable de la mise en œuvre de la stratégie au contexte régional en ce qui concerne les PAM spontanées en milieu forestier. Ils interviennent également pour les PAM cultivées sur la production végétale, la vulgarisation agricole, le soutien à l'agriculture biologique, enfin l'encadrement, et l'appui technique des agriculteurs. Au sein du MARH, trois directions générales interviennent fortement dans l'orientation du secteur PAM et Huiles essentielles :

- **Direction générale des forêts (DGF)** qui maîtrise le patrimoine forestier public, elle élabore la stratégie, mets en œuvre le plan d'action national, supervise et appui les échelons régionaux. L'essentiel de la ressource pour les PAM et HE en Tunisie étant spontanée, il s'agit bien d'une ressource forestière principalement issue du domaine de l'état. Elle s'appuie sur la régie d'exploitation forestière (REF) qui est chargée de la programmation, du financement des actions d'exploitation et de leur mise en œuvre au niveau national, en relation avec les arrondissements forestiers qui vont élaborer et mettre en œuvre un plan d'exploitation annuel par arrondissement.
- **Direction générale de la production agricole (DGPA)** avec sa direction des études et de la diversification, en charge de l'organisation et du développement du secteur PAM en Tunisie. Les principales missions de cette direction sont le suivi des campagnes agricoles des cultures

¹⁴Étude sur la végétation forestière de la Kroumirie par E.-F.DEBAZAC

des PAM ; la promotion de la filière et veille innovante pour les techniques nouvelles ; la diffusion des données techniques et vulgarisation sur les cultures de PAM ; la conception des normes technico-économiques pour les cultures PAM ; la participation à la préparation des plans de développement relatifs aux cultures PAM.

○ **La direction générale du financement, des investissements et des organismes professionnels (DGFIOP) :**

Conformément au Décret n°2001-420 portant organisation du Ministère de l'Agriculture, la DGFIOP est chargée de :

- Assurer la préparation et le suivi d'exécution du budget d'équipement du ministère de l'agriculture,
- Participer à la préparation et à la mise au point des programmes de coopération financière du ministère,
- Assister les différents services du ministère dans la préparation des dossiers relatifs au financement des projets et programmes,
- Participer en collaboration avec les ministères concernés, à trouver les ressources de financement des projets agricoles,
- Étudier, évaluer et suivre les aspects financiers des projets de développement,
- Assurer la programmation des crédits agricoles et le suivi d'exécution ainsi que la collecte et l'exploitation des données relatives aux crédits et l'investissement agricoles,
- Participer à l'élaboration des procédures relatives à l'encouragement de l'investissement dans le secteur agricole,
- Veiller à la promotion des structures professionnelles agricoles, au suivi et à l'évaluation de leurs activités et contrôler leur fonctionnement,
- Assurer l'animation rurale en vue d'inciter les agriculteurs à s'organiser dans des structures professionnelles et appuyer leur participation dans le fonctionnement de ces structures,
- Participer à la conclusion des accords avec les bailleurs de fonds dans le cadre de la coopération internationale,
- Élaborer le tableau de bord de la direction générale.

○ **La direction générale de la santé végétale et du contrôle des intrants agricoles (DGSVCIA)**

Conformément Décret gouvernemental n° 2018-503 du 31 mai 2018, modifiant et complétant le décret n° 2001-420 du 13 février 2001, portant organisation du ministère de l'agriculture la DGSVCIA est chargée de :

- Évaluer les variétés végétales et proposer leur enregistrement et la tenue du catalogue officiel,
- Certifier les semences et plants,
- Contrôler la commercialisation des semences, plants, pesticides et intrants agricoles,
- Évaluer les obtentions végétales et émettre les certificats de propriété de ces obtentions,
- Contrôler la qualité des semences et plants produits localement, les homologuer et en préparer un guide spécifique à usage agricole,
- Homologuer les pesticides à usage agricole et en préparer un guide spécifique,
- Évaluer l'efficacité biologique des pesticides à usage agricole,
- Assurer le contrôle technique à l'exportation des produits agricoles obtenus selon le mode biologique,
- Contrôler l'importation des produits agricoles et des intrants aux frontières et homologuer les permis d'importation des intrants agricoles,
- Contrôler l'évolution des fléaux de quarantaine, mettre en place les programmes de lutte contre ces fléaux, limiter leur propagation,
- Diagnostiquer et identifier les maladies végétales,

- Donner, en cas de besoin, les alertes nécessaires pour lutter contre les fléaux et réaliser les campagnes nationales de lutte contre les fléaux, suivre leur exécution et évaluer les réalisations,
- Contrôler l'état phytosanitaire des produits végétaux destinés à l'importation et à l'exportation,
- Suivre l'état du criquet pèlerin, les rongeurs et les oiseaux et organiser, le cas échéant, les campagnes de lutte,
- Contrôler et analyser les résidus des produits agricoles,
- Assurer la liaison et la coordination avec les établissements nationaux et internationaux spécialisés dans le contrôle sanitaire, la qualité des intrants et produits végétaux,
 - o **Direction générale de l'agriculture biologique (DGAB)** assure la promotion et le développement des PAM et HE biologiques en part croissante des collectes, productions, transformation. Cela se fait via un rôle régalién dans le pilotage de la certification en Tunisie, la participation active aux différents projets permettant la structuration des acteurs de terrain et le développement de la production et de la transformation. Enfin la DGAB joue un rôle important dans la communication et la promotion du secteur des PAM Bio à travers la marque ombrelle bio Tunisia, une participation aux salons de référence (*Biofach* mais aussi *Vivanes, Beauty, In Cosmétique*, pour tous les usages des PAM). La DGAB assure également l'animation des entreprises de l'aval, opérateurs de la transformation, des services associés et de la mise en marché des PAM Bio Tunisiennes.

➤ **Pour l'enseignement et la recherche appliquée sur les PAM**

Parmi les établissements qui œuvrent dans l'enseignement et les recherches sur les PAM on retiendra :

Gouvernorat	Institution
Béja	<ul style="list-style-type: none"> o École supérieure d'Equipements agricoles de Mjez El Beb (Béja) o Institut supérieur de Biotechnologie à Béja o Institut supérieur des Études technologiques à Béja o Institut supérieur des langues appliquées et de l'informatique à Béja
Kef	<ul style="list-style-type: none"> o École supérieure d'Agriculture à Boulifa (Le Kef) o Institut supérieur des Études technologiques au Kef
Siliana	<ul style="list-style-type: none"> o Institut supérieur des Études technologiques à Siliana o Institut supérieur des Arts et métiers à Siliana
Jendouba	<ul style="list-style-type: none"> o Institut Sylvopastoral de Tabarka

➤ **Pour l'appui technique, le renforcement des compétences**

L'appui technique auprès des producteurs, collecteurs et organisations collectives de type GDA et SMSA est supervisé en régions par les Commissariats régionaux au développement agricole (CRDA) qui représentent le ministère l'agriculture dans les gouvernorats.

La Division de la vulgarisation et de la promotion de la production agricole dirige la vulgarisation est relayée par les Cellules Territoriales de Vulgarisation (CTV) et des techniciens filières des CRDA et autres institutions régionales mais en l'état actuel du développement de la filière il n'existe pas encore de conseillers affectés à la filière des PAM cultivées.

L'AVFA organise une formation dans le secteur des PAM, le module concerne la formation technique et pratique en distillation des plantes médicinales et aromatique.

➤ **Pour l'Accompagnement régional**

L'ODNO est un organisme de développement intervenant dans la région du Nord-Ouest. Parmi ses principales missions, il s'agit de participer à l'établissement des programmes visant à promouvoir et à dynamiser

l'investissement privé et soutenir l'action des structures régionales spécialisées et des collectivités publiques locales dans tous les secteurs et dans le domaine des PAM et HE notamment considéré comme un secteur présentant des atouts dans les trois piliers du développement durable : l'économique, le social et sociétal, l'environnemental.

➤ **Pour le financement de la filière et des entreprises**

L'APII (Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation) et l'APIA (Agence de Promotion de l'Investissement Agricole) gèrent les aides, subventions, systèmes d'appui et de conseil concernant les opérateurs de la filière PAM, elles jouent un rôle important pour identifier les opportunités d'investissements et de partenariat, ces agences jouent un rôle pour faciliter l'accès aux marchés et soutiennent les entreprises dans la conquête des marchés extérieurs.

Ces structures jouent un rôle important dans la promotion du secteur PAM et extraits à travers : La mise à disposition des opportunités d'investissement ; la veille, la communication, la formation sur l'innovation en matière de produits et de technologies ; la réalisation d'études sectorielles ou marchés ; l'appui à la mise en marche par la maîtrise des informations concernant les marchés porteurs ; l'assistance et l'accompagnement des IDE en Tunisie ; la mise en relation entre les hommes d'affaires étrangers et les entreprises tunisiennes ; le pilotage des avantages financiers et fiscaux accordés aux investissements réalisés dans le secteur.

➤ **Pour la promotion et l'appui à l'export**

Une panoplie complète est disponible afin que les produits PAM bénéficient d'un appui à l'export fourni par plusieurs structures dont notamment :

- **Le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX)**, a pour mission l'appui et l'assistance pour chaque étape du process export à travers **guichet unique de la Maison de l'exportateur**
- **Office du Commerce de la Tunisie** : C'est un Établissement public à caractère industriel et commercial. Les attributions de l'OCT :
 - L'approvisionnement du marché local en produits de base de première nécessité à prix fluctuants (sucre, café vert, thé, riz).
 - La gestion des stocks de sécurité couvrant 3 à 4 mois de consommation en ces produits.
 - La réalisation des importations à caractère conjoncturel.
 - La participation à la création et au financement des stocks régulateurs en certains produits conjoncturels.
 - Le contrôle technique des produits agricoles destinés à l'exportation.
 - La participation à la promotion sectorielle par la gestion des opérations d'achats groupés pour le compte de l'Etat (matériel roulant).
 - La réalisation des études et la création des structures d'appui dans les domaines commerciaux en relation avec ses activités.

➤ **Pour l'assurance qualité et les normes**

- **L'INNORPI** : encourage la certification et la normalisation des produits et informe les entreprises et les producteurs sur les conditions d'entrée aux marchés. La normalisation est réalisée par l'INNORPI qui délivre les normes NT notamment pour les huiles essentielles.
- Le contrôle de la qualité est réalisé principalement par la Direction Générale de la Protection et du Contrôle des Produits Agricoles (DGPCPA) puis pour les produits destinés à l'exportation la direction du contrôle de l'Office du Commerce de Tunisie OCT (application des normes de qualité et de standardisation). La Faculté de Pharmacie de Monastir dispose d'un laboratoire spécialisé notamment pour les plantes médicinales, les extraits végétaux et des médicaments à base de plantes.
- **La certification Bio** est assurée par des structures publiques ou privées agréées sous la houlette de la DGAB direction générale de l'agriculture biologique, la Tunisie étant le seul pays d'Afrique disposant de la reconnaissance réciproque avec l'UE et la Suisse. Aujourd'hui plusieurs organismes sont agréés

dans ce cadre par la DGAB : ECOCERT (France) ; LACON (Allemagne) ; BCS (Allemagne) ; CCPB (Italie) ; ICEA (Italie) ; SUOLO E SALUTE (Italie) ; INNORPI (Tunisie).

➤ **Pour le plaidoyer et la défense des intérêts de la profession (organisations professionnelles et patronales)**

- **La chambre syndicale des producteurs des Huiles Essentielles** : Fondée au sein de l'organisation patronale UTICA, la chambre syndicale des producteurs d'Huiles Essentielles CSPHE est la structure professionnelle unique à l'échelle nationale regroupant les acteurs privés dans le secteur, les membres sont transformateurs, négociants ou commerçants d'Huiles Essentielles. Outre la représentation des adhérents au niveau national et international et le lobbying, la chambre conduit des actions de formation, d'information et de sensibilisation des membres, ainsi que la communication.
- **L'association tunisienne des plantes médicinales (ATPM)** Créée en 1989 l'Association a pour objet, la vulgarisation sur les plantes médicinales de la flore de pays, l'encouragement des activités pour la promotion du secteur des plantes médicinales, l'incitation des différents intervenants dans la filière à participer à son développement et ce à travers des séminaires, ateliers, congrès et journées d'information. L'association organise des séminaires de vulgarisation portant sur les PAM, des journées nationales portant sur le savoir-faire local en matière des fleurs d'oranger (Nabeul), églantier (Zaghouan), romarin (Siliana) et l'Olivier (Kala Kebira) ; des émissions radiophoniques et télévisées en direction du grand public, enfin des travaux de recensement des plantes médicinales utilisées dans les traditions tunisiennes.

➤ **Les groupements professionnels**

Les unions ou groupements professionnels sont encouragés par les pouvoirs publics mais restent peu nombreux. Il s'agit d'alliances qui permettent de mutualiser des activités coûteuses, de compresser par exemple les coûts d'approvisionnement ou de logistique. Ces groupements qui n'ont pas un objet de représentation de la filière ont clairement un rôle économique, constituent parfois une entente qui permet l'alliance entre producteurs dans la même chaîne de valeur. Les pouvoirs publics encouragent cette forme d'alliance dans le secteur pour compenser la petite dimension des acteurs économiques et leur permettre d'atteindre la taille critique.

I-C- Évolution future estimée

La situation actuelle de la filière PAMs présente des indices très positifs sur son évolution future. Une telle estimation est argumentée par :

- La qualité des matières constituant le potentiel de la région du Nord-Ouest,
- La durabilité des ressources, qui peut être encore améliorée par la rationalisation de l'exploitation,
- La compétitivité économique des produits qui représente une bonne potentialité d'augmentation à travers la modernisation des procédés de production,
- La diversification verticale (même plantes sous différentes formes) et horizontale (exploitation de nouvelles plantes demandées par le marché) de l'offre permettra d'élargir l'étendue de la clientèle potentielle de l'offre régionale,
- Une sous exploitation du potentiel existant même pour les espèces actuellement les plus utilisées.

I-D- Conditions du marché

La plupart de la production de la filière PAMs est orientée comme matière première de quatre types d'industrie qui influent directement et profondément la santé du consommateur à savoir : l'industrie agroalimentaire, l'industrie de produit cosmétique, l'industrie des produits détergents et l'industrie pharmaceutique. Devant

cette réalité qui représente des opportunités à saisir il est impératif de se soumettre aux exigences de la conduite sanitaire dans la préparation de ces produits.

Les différents modes d'exploitations possibles dans la filière PAM sont :

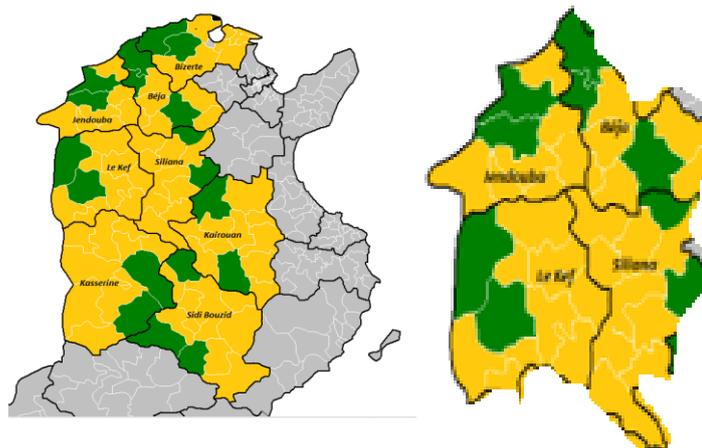
- Exploitation de la production des superficies cultivées,
- Les appels d'offres liés à la zone forestière (les adjudications publiques)
- Les marchés de gré à gré dont le but est de donner la chance aux petits exploitants qui n'ont pas les moyens financiers pour participer aux appels d'offres cité précédemment,
- L'exploitation anarchique exercée dans sa majorité par la population forestière en recherche d'un complément de revenu.

II- Chiffres du cluster

La région du Nord-Ouest compte 15 paysages forestiers concernés par la filière Plantes aromatiques et médicinales tels qu'identifiés dans le tableau et les figures ci-dessous :

Tableau 10 Zones des PAMs en Tunisie

	GOUVERNORAT	PAYSAGES
1	BEJA	BELIF CAP NEGROU – NEFZA JBAL TABOUBA, OUED ELMSEID – NEFZA
2	JENDOUBA	TABANIA , OUED EZZEN – AIN DRAHEM ATATFA, OULED SEDRA – AIN DRAHEM
3	SILIANA	AIN BOU SAADIA – BARGOU
4	LE KEF	GARN ELHALFAOUIA – TEJEROUINE SIDI RABEH – SAKIET SIDI YOUSSEF



Concernant les PAMs spontanés, les forêts sont réparties principalement dans les régions du Nord-Ouest (44%) du Nord Est (27%) et le Centre Ouest (25 %) Le Gouvernorat de Jendouba présente 120187 hectares de forêt, soit 39,06% de sa superficie (le taux le plus élevé au niveau national)¹⁵. Le romarin, le lentisque, le thym et le myrte sont les principales espèces exploitées dans la région du Nord-Ouest. La répartition de leurs superficies Gouvernorat est signalée dans le tableau suivant¹⁶ :

Tableau 11 Répartition des superficies par espèce et par Gouvernorat

	Myrte		Romarin		Lentisques		Thym	
	Superficie (Ha)	%	Superficie (Ha)	%	Superficie (Ha)	%	Superficie (Ha)	%
Béja	1130	43,46 %	13183	6,56%	5837	8,49%	1988	5,76%
Jendouba	40	1.54%	4328	2,15	9195	13,38 %	839	2,43%
Kef	-	-	38707	19,26 %	1973	2,87%	10852	31,43 %
Siliana	-	-	38802	19,31 %	412	0,60%	2396	6,94%
Total	1170	45%	95020	47.28%	17417	25,34%	16075	46.56%

¹⁵ Etude sur le Développement de la chaîne de valeur pour l'emploi dans les régions défavorisées PAM, Banque mondiale, 2016

¹⁶ Résultats du 2ème inventaire forestier et pastoral national (2010)

La répartition des superficies irriguées pour les plantes médicinales est la suivante ¹⁷ :

Tableau 12 Répartition des superficies irriguées pour les Plantes médicinales

	Superficie	%
Jendouba	30	2.1%
Béja	7	0.5%

Année 2011

Les principales régions des cultures de plantes aromatiques sont les gouvernorats de Kef et Jendouba comme le montre le tableau suivant¹⁸ :

Tableau 13 Répartition des superficies des plantes aromatiques

	Superficie	%
Jendouba	130	4,1%
Béja	45	1,4%
Kef	500	15,9%

Année 2011

Le tableau suivant schématise une grande sous exploitation des réserves des plus importantes plantes aromatiques spontanées en Tunisie à savoir le romarin, le myrte et le thym. En fait, le taux d'exploitation de la superficie mise à la vente par la régie d'exploitation des forêts ne dépasse pas les 40% pour le romarin et les 45% pour le myrte et le thym ce qui représente un gaspillage d'une ressource d'une valeur économique importante.

Tableau 14 Situation de l'exploitation des plantes aromatiques spontanées

Espèces	Superficie exploitable (ha)	Superficie mise à la vente (ha)	Superficie acquise et exploitée (ha)
Romarin	200 000	160 000	64 000
Myrte et thym	40 000	22 000	10 000
Total	240 000	182 000	74 000

¹⁷Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAM, APIA, 2013

¹⁸Etude de l'amélioration de la Qualité et du positionnement des PAM, APIA, 2013

Le Nord-Ouest en Chiffres :

- 15 paysages forestiers
- Le romarin, le lentisque, le thym et le myrte sont les principales espèces exploitées
- 44% des paysages forestiers :
 - 47% de la superficie nationale en Romarin
 - 46% de la superficie nationale en Thym
 - 45% de la superficie nationale en Myrte
 - 25% de la superficie nationale en Lentisque
- 2.6% de la superficie nationale des plantes médicinales cultivées
- 21.4% de la superficie nationale des plantes aromatiques cultivées
- 27 GDA (1126 agriculteurs)
- 403 agriculteurs de plantes cultivées
- 08 SMSA
- 06 Unités de transformation
- 40% de la superficie mise à la vente pour le romarin
- 45% de la superficie mise à la vente pour le myrte et thym

III- Agents du Cluster

III-A -Présentation des agents du cluster

La filière PAM se distingue, comme toutes autres activités économiques, par la diversité des intervenants qui sont constitués des opérateurs suivants :

➤ **Producteurs** : On cite

- Les producteurs structurés : constitués principalement des sociétés mutuelles de services agricoles (SMSA exp : Yanabi'a El Khayer à Aïn Draham) et les groupements de développement agricole (GDA) ce sont créés dans le but de structurer certains acteurs pour avoir une formule d'accès collectif à l'exploitation de certaines ressources tel que les ressources forestières dans le cas présent (GDA : Takrouna, Vita, El Khlanj,...)
- Les producteurs non structurés : ils agissent individuellement dont on trouve :
 - Les pépinières : généralement du secteur public gérées par les arrondissements de forêt des CRDAs. Leur activité se définit à la production des plantations.
 - Les agriculteurs (PAM) : 403 agriculteurs des plantes cultivés au nord-ouest (selon les statistiques de 2011) petite superficies (de 0.25 à 1 ha).
 - Les exploitants individuels : ce sont généralement les habitants de la zone forestière dont, généralement l'activité se limite à un complément de revenu,
- **Intermédiaires** : Les personnes ayant une bonne connaissance des régions de collecte des PAM et disposant d'une importante assise financière. Ils travaillent généralement pour le compte des entreprises ;
- **Exportateurs** : Il s'agit d'opérateurs, conditionneurs, parfois agriculteurs pour garantir la disponibilité de la matière en quantité et qualité suffisantes. Ils peuvent être aussi transformateurs comme dans le cas des Huiles essentielles en Tunisie, en développant leurs propres unités ou en faisant appel à la sous-traitance
- **Négociants** : Ce sont d'importants intermédiaires à l'échelle internationale intervenant parfois entre les producteurs et les transformateurs.
- **Unités de transformation** : Ce sont les principaux clients des producteurs des plantes. Ils s'approvisionnent soit des intermédiaires soit directement du marché (en petite quantité) et

commercialisent leurs produits (Huiles essentielles particulièrement) sur le marché local et international. On compte 03 unités au Nord-Ouest

- **Administration** : Intervient dans la filière à travers la réglementation dans la perspective de protection de la flore en général et l'octroi des concessions d'exploitation ;
- **Distribution** : herboristes, grandes surfaces, magasins spécialisés, marchés hebdomadaires, épicerie fines, foires nationales et international et pharmacie.
- **Les acteurs du cluster wiki PAM**

III- B- Relations entre les agents et leur fonctionnement

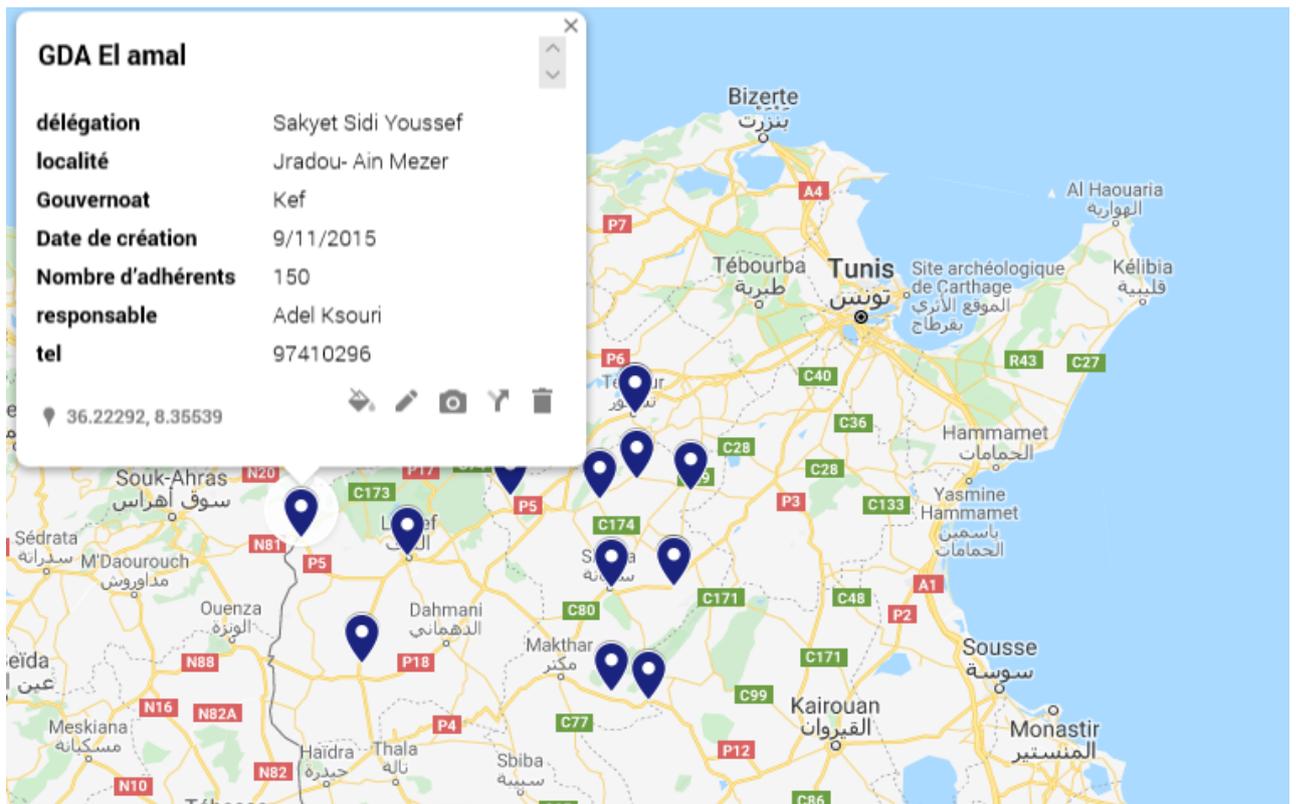
Les liens professionnels entre les intervenants cités précédemment sont instables et se limitent, dans la plupart des cas, à des opérations ponctuelles pour bénéficier d'un service ou effectuer une transaction. Une telle situation peut être expliquée, d'un côté par la nature saisonnière de la plupart des activités d'exploitation, et d'un autre côté par la dispersion géographique de ces intervenants. A ce titre, on relève les points suivants :

- Certains GDA font face à des difficultés d'accès aux ressources vu les contraintes réglementaires. En effet, ces GDA ont de faibles ressources financières et ne peuvent pas accéder aux adjudications
- Pour pouvoir disposer d'une offre suffisante en plantes aromatiques fraîches, il est nécessaire de disposer de superficie à cultiver.
- Un besoin pressant d'accompagnement et d'appui et disponibilité à s'engager dans une dynamique de partenariat, de développement des capacités dans la commercialisation et à s'orienter vers des marchés attractifs et plus rémunérateurs.
- La majorité des GDA rencontrent des difficultés financières et manquent d'information sur le marché notamment international.
- Une initiative personnelle a permis de mettre sur pied un réseau réunissant 11 GDA pour la promotion des produits de la région du Nord-Ouest par la création d'un site web boutique.
- La chaîne de valeur frais, est confrontée à un défi de logistique et de maintien de la chaîne de froid qui est très difficile pour un GDA (depuis la production jusqu'à l'export). Des expériences ont été réalisées mais ont échoué à cause de ce manque de maîtrise de la chaîne de froid notamment au niveau du dernier maillon (commercialisation).
- La production du frais nécessite le passage à un produit certifié bio. Or, la majeure partie des GDA n'ont pas les moyens financiers pour avoir cette certification.
- Les pratiques et attitudes des opérateurs institutionnels de la CDV Plantes Aromatiques Culinaires se caractérisent par : un diagnostic réaliste et concret, des interventions actuelles ciblées et efficaces, une vision future claire et globale et une mobilisation et un engagement pour un changement à inscrire dans un processus de développement local durable.
- Les pratiques et attitudes des opérateurs économiques (GDA, entreprises) de la CDV Plantes Aromatiques Culinaires se caractérisent de leur part par une couverture des différents maillons de la CDV, une volonté de développer l'activité et l'adhésion notamment de la femme rurale dans toute dynamique susceptible de développer et valoriser la CDV et ce malgré les différents problèmes et défis auxquels ils font face (accès aux ressources, financement, commercialisation...)

En outre, il est à noter que même au niveau national une faible coopération existe entre le domaine de l'enseignement supérieur et celui de l'activité de production. Une telle situation constitue non seulement un obstacle pour l'amélioration des procédés de production et de la productivité mais aussi un manque à gagner au niveau de l'expérience pratique pour les enseignants et les étudiants.

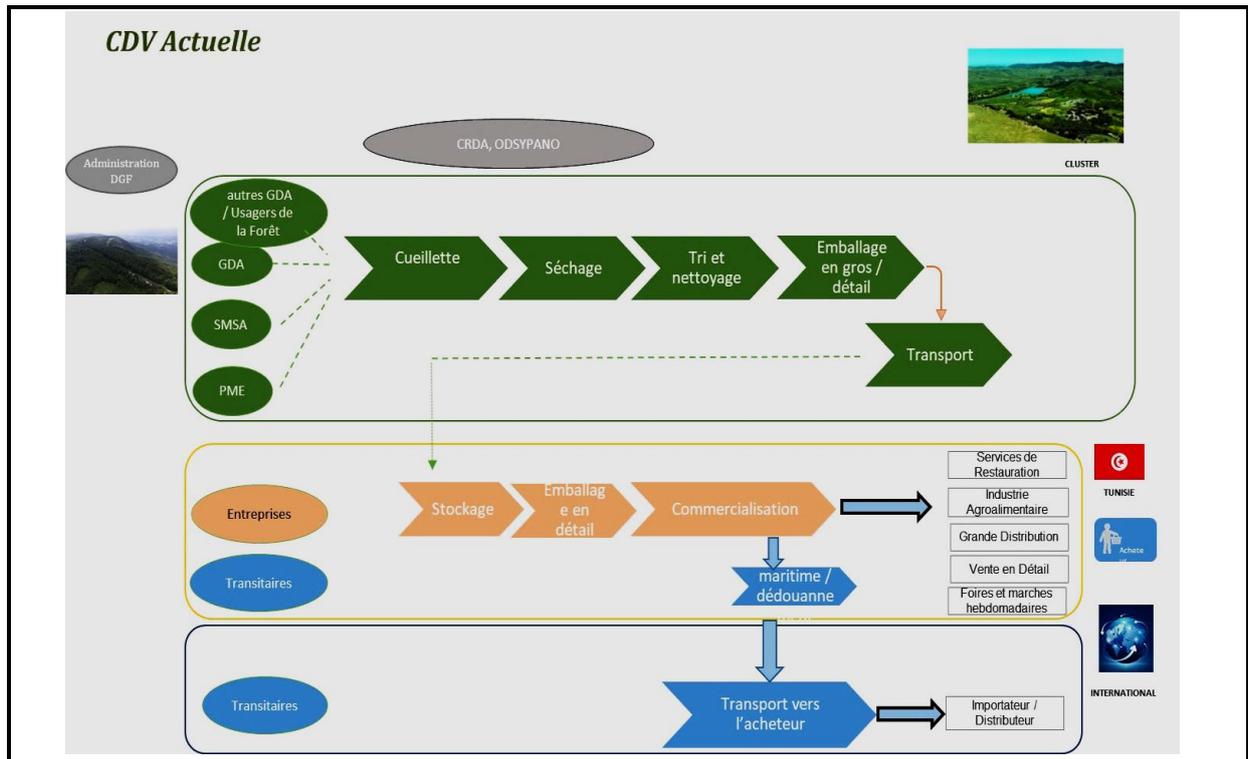
III- C- Répartition des acteurs du Nord-Ouest

Figure 27 Carte de la répartition des acteurs du Nord-Ouest



<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1hE1pY8I1wrEosiDdN6MjZp7lxdm1QzuU&ll=36.618860170145474%2C9.110970962678607&z=8>

Figure 28 Chaîne de valeur des PACs du Nord-Ouest



D3

DOCUMENT DE STRATEGIE
(Version Finale)

Présentation

En référence au guide méthodologique le document D3 : Document de stratégie doit évoluer progressivement à travers les activités dans la phase 1 et la phase 2 de l'IRC globale pour être structuré en version définitive de la manière suivante :

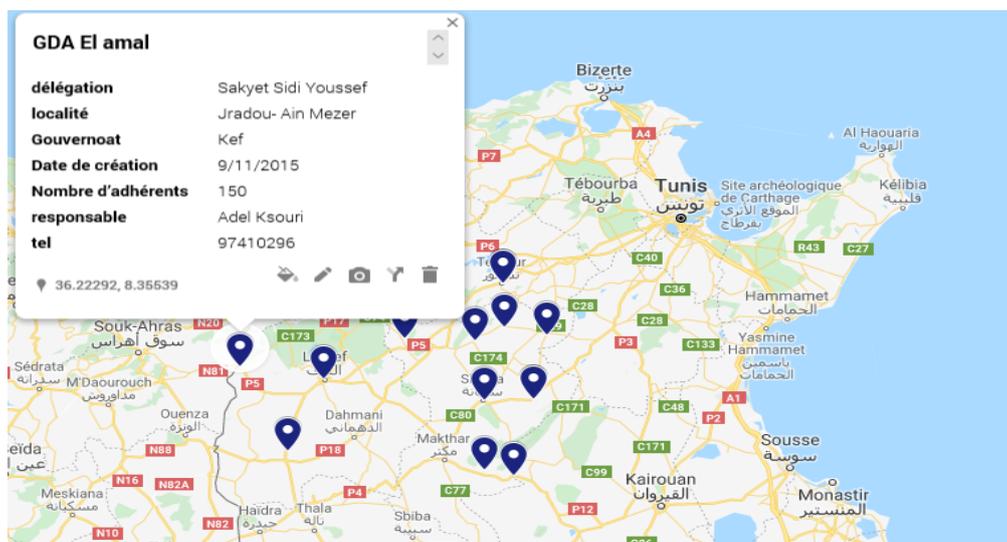
1. Cartographie (identification) du cluster : Très brève explication du cluster : activités, chaîne de valeur, taille, points forts et faiblesses
2. Segmentation stratégique
3. Evolution de l'attractivité du segment
4. Analyse des critères d'achats de l'acheteur avancé
5. Options stratégiques génériques pour l'avenir
6. Facteurs clés de succès de l'option la plus innovante
7. Chaîne de valeur idéale
8. Benchmarking de la CDV idéale avec la CDV actuelle en Tunisie
9. Options stratégiques faisables pour les entreprises du cluster
10. Domaines à améliorer au niveau de l'entreprise et du cluster

De ce fait, le document que nous présentons traite des 9 étapes ci-dessus mentionnées. Ce travail consiste essentiellement à identifier les meilleures options stratégiques pour les acteurs de la chaîne de valeur locale comme résultat d'un travail en plusieurs étapes.

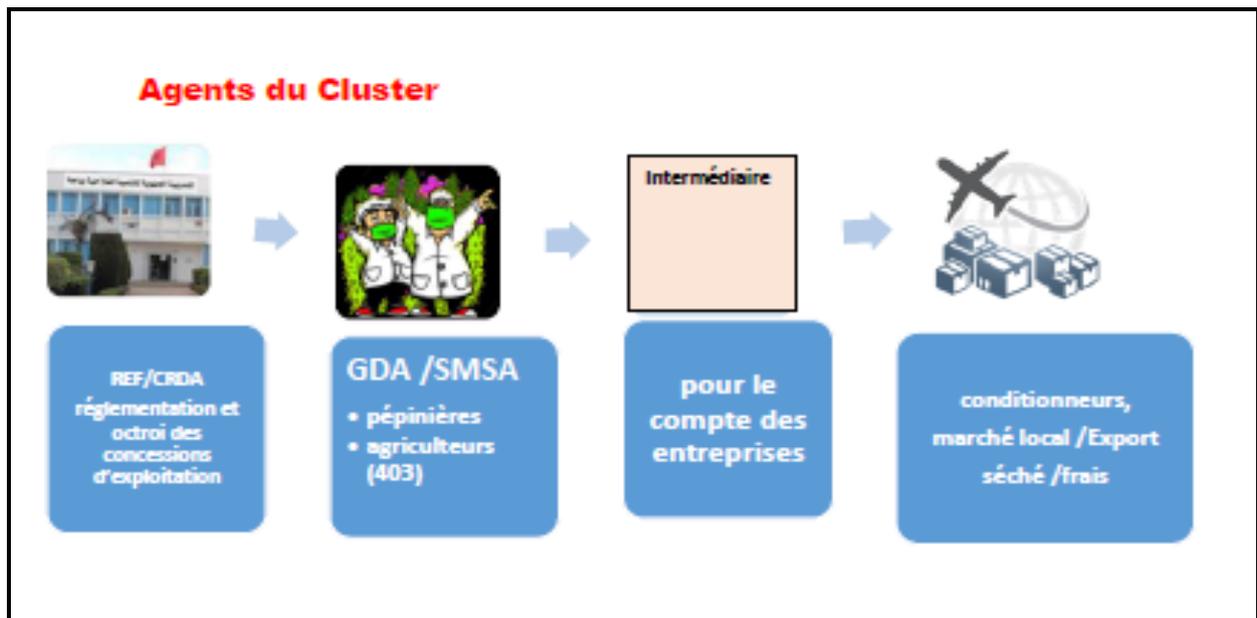
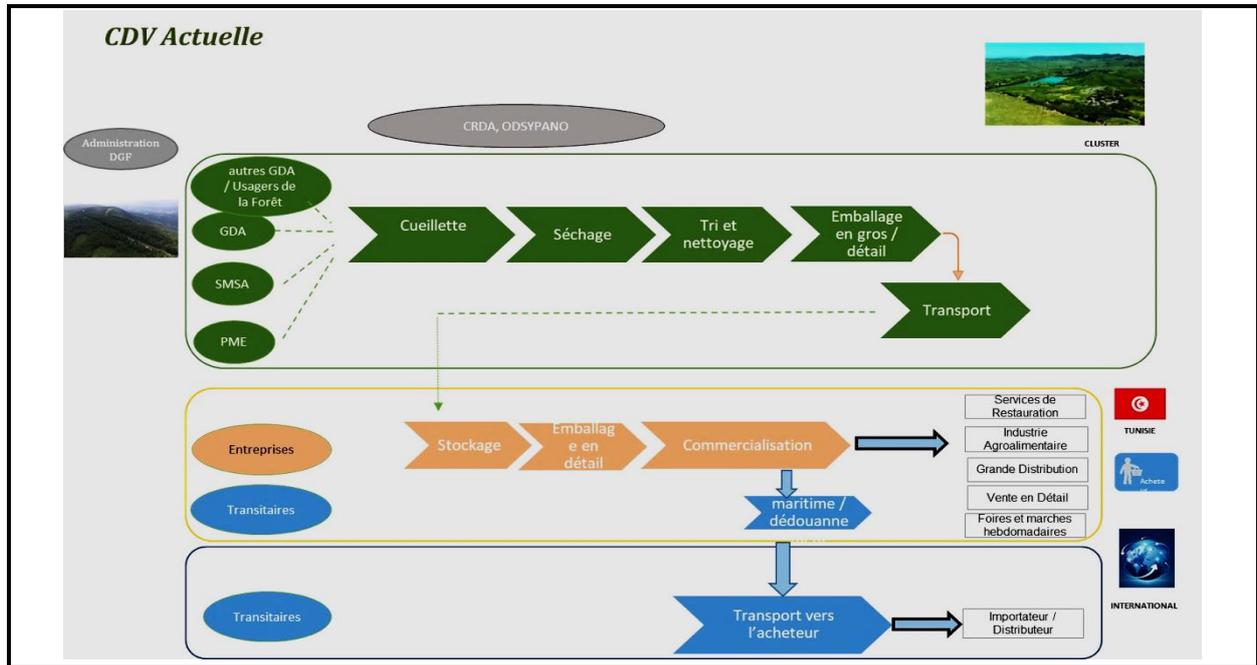
En outre, dans ce document, il est élaboré une analyse d'opportunité de valeur ajoutée de couples « marchés/produits », et on confronte les résultats du diagnostic de la position concurrentielle actuelle de la chaîne de valeur concernée avec les constats issus des benchmarks, des interviews effectuées avec les acheteurs avancés. Le but étant de déboucher sur l'identification des domaines à améliorer et les discuter avec des groupes stratégiques.

1. Cartographie (identification) du cluster

➤ Carte (géolocalisation) du cluster actualisé après les entretiens et le DPP1



➤ *Bref descriptif de la chaîne de valeur actuelle*



➤ *Points forts et points faibles du Cluster PAM Culinaires du Nord-Ouest*

L'étude de la situation du secteur des Plantes Aromatiques a permis de dégager les points forts, les faiblesses auxquelles il se trouve confronté.

Les points forts du secteur dégagés par cette analyse peuvent être ainsi récapitulés :

- Conditions climatiques et édaphiques appropriées,
- Main-d'œuvre abondante ;
- Faible coût de production ;
- Flore riche et diversifiée,
- Production potentielle non valorisée
- Opportunités d'exportation croissantes (proximité d'un marché important, l'Europe en particulier) ;
- Existence d'un savoir-faire technique et culturel local très riche, transmis d'une génération à une autre dans le domaine de l'utilisation des Plantes Aromatiques ;

Cette analyse a également permis de faire ressortir plusieurs faiblesses :

- Méthodes inappropriées de récolte,
- Irrégularité de la production sous l'effet des aléas climatiques et conflits d'intérêts entre les différents types d'usages du couvert végétal,
- Lenteur de l'absorption des nouvelles technologies par la plupart des secteurs de l'industrie, - difficulté à s'imposer au niveau des marchés internationaux,
- Insuffisance d'informations et de données statistiques sur le marché,
- Manque d'articulation et d'intégration entre les différents intervenants au niveau du secteur Plantes Aromatiques,
- Manque de moyens financiers
- Faible niveau de valorisation des produits des Plantes Aromatiques
- Manque de marketing des produits de terroirs (absence d'organisation de la filière),
- Faiblesse du tissu économique local,
- Manque d'encadrement et d'appui du secteur (sensibilisation, promotion du secteur privé, etc.)

2. Segmentation stratégique

Matrice des segments

	Prêt à consommer plantes aromatiques homogènes ou des mélanges spécifiques à une utilisation particulière	Biologique	Découverte
Plantes aromatiques culinaires séchées	-	-	A3
Plantes aromatiques culinaires fraîches	-	B2	B3

Pour la segmentation du marché des plantes aromatiques, nous avons distingué les plantes aromatiques séchées et les plantes aromatiques culinaires fraîches. Ainsi, les segments concernés sont les suivants :

- A3 – plantes aromatiques culinaires séchées destinées au marché gourmet
- B2 – plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché du biologique.
- B3 – plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché de découverte (marché gourmet) comportant une utilisation orientée vers la restauration.

3. Analyse de l'attractivité

Le modèle d'analyse des 5 forces de Porter permet d'évaluer chaque segment et son attractivité en déterminant la profitabilité d'une industrie ou d'un secteur. Ceci se fera en analysant le pouvoir de négociation entre acheteurs et fournisseurs, l'intensité des rivalités entre concurrents, les risques des nouveaux entrants et/ou les barrières techniques d'entrée et les risques des produits de substitution.

A3 – plantes aromatiques culinaires séchées destinées au marché gourmet

Force et pouvoir	Analyse
<p data-bbox="264 608 696 679">Intensité concurrentielle : Rivalité (Force : 1)</p>	<ul data-bbox="779 389 2092 922" style="list-style-type: none">• Les principaux pays acteurs dans le segment de plantes aromatiques séchées conventionnelles sont :<ul data-bbox="887 427 2063 612" style="list-style-type: none">- Deux acteurs historiques qui sont l'Inde et La Chine qui assuraient depuis des milliers d'années les deux premières sources d'épices et de plantes aromatiques.- L'Inde s'est orienté vers la domestication du Romarin depuis les années 80,- L'Allemagne et les Pays-Bas qui se positionnent comme plateformes d'import/transformation/export. Les Pays-Bas se distingue en particulier pour les mélanges d'épices,• Taille du marché : ce marché enregistre, mensuellement, la déclaration d'à peu près de 60 pays exportateurs et 80 pays importateurs,• L'observation des données statistiques du commerce international des plantes aromatiques culinaires séchées montre que ce marché est en perpétuelle évolution témoignant d'une concurrence féroce,• La courbe de variation du prix reflète une évolution en dents de scie ce qui implique une grande concurrence à l'échelle mondiale.• La quantité de Romarin produite dans le monde a été multipliée par 20 durant la période 2005-2012 (Source des données : ABRAMS - world trade wiki)

Groupes de produits	Top 5 exportateurs	Evolution de l'Offre Mondiale	Top 5 importateurs	Evol dema
HS 091099 Épices (sauf poivre (du genre Piper), piments du genre Capsicum ou du genre Pimenta, vanille, cannelle et fleurs de canneller, girofles [antolles, clous et griffes], noix de muscade, macis, amomes et cardamomes, graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin et de carvi, baies de genièvre, gingembre, safran, curcuma et épices en mélanges)	Turquie (16%), Inde (11.6%), Allemagne (7.2%), Afrique du sud (7%), Chine (6.9%).	+1% (-4% durant les deux dernières années 2017-2018) en valeur et -1% en quantité	l'Arabie Saoudite (11,7%), les USA (11,2%), l'Allemagne (6,9%), le Royaume uni (3,9%) et les Pays-Bas (3,5%) en position ex aequo avec les Zones franches	+2% de +4%
HS 091091 Mélanges d'épices	Pays-Bas (20,2%), Inde (15,3%), Pakistan (14,7%) et Allemagne (10,8%).	+ 4% en quantité et en valeur	Pays-Bas (9,8%), les USA (7,5%), le Royaume Uni (7,3%), l'Allemagne (7,1%), La France et l'Arabie Saoudite avec 6% des importations	+3% en +7% en
Produit : 121190 Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou simil.,	Chine (17,2%), Inde (7,6%), Egypte (6,5%), Espagne (5,1%), Hong Kong (5%).	-11% (-25% sur la période 2017-2018) et -10% en quantité.	Hong Kong (15,9%), Les USA (8,4%), l'Allemagne (6,6%), Le Royaume Uni (5,2%) et l'Espagne (4,8%)	+12% de +5%

La rivalité est élevée

<p>Pouvoir Négociation fournisseurs (Force : 2)</p>	<p>Les plantes aromatiques culinaires conventionnelles séchées sont, en général, d'origine cultivée dont la conduite fait appel à plusieurs fournisseurs d'équipements de production pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La culture : plein champ, sous serres ou verticale. (Les plantes d'origine sauvage ne nécessitent pas d'investissements), eau d'irrigation, semences (Semailles, Husarich,...), d'engrais, ... • Le séchage : qui varie du séchage à l'air libre à l'utilisation de séchoirs à coût important (technologie lightly-dried). • Le conditionnement, emballage et transport qui ne nécessitent pas des exigences particulières. <p>Le pouvoir des fournisseurs est faible à moyenne</p>
<p>Pouvoir Négociation clients (Force : 3)</p>	<p>- Le marché des PAMs séchées conventionnelles est contrôlé par des multinationales qui s'approvisionnent à partir de sociétés présentes partout dans le monde et vendent des grandes variétés de PAMs séchées conventionnelles sous leurs propres marques. Ces multinationales sont entrain de fusionner rendant ainsi le marché de plus en plus concentré : exemple la fusion de Kraft et Heinz.</p> <p>Le pouvoir des acheteurs est très élevé</p>
<p>Nouveaux entrants (Force : 4)</p>	<p>Sécurité alimentaire : traçabilité, hygiène et contrôle conformément à la législation alimentaire générale. Les herbes séchées sont interdites du marché si Salmonella. Ces barrières sont valables pour tout produit alimentaire.</p> <p>Niveaux maximaux de résidus de pesticides : pour les produits cultivés, l'utilisation de pesticides est un problème important pour les herbes. Les épices ont donc développé des limites de déshydratation pour les pesticides dans les herbes séchées.</p> <p>La production des PAMs conventionnels séchées (culture, séchage, emballage, transport) ne nécessite pas un savoir-faire technique spécifique</p> <p>Les PAMs séchées conventionnelles sont domestiquées de par le monde ; la notion de terroir n'est pas applicable pour ce produit.</p> <p>Il s'agit de produit non différencié</p> <p>La force des barrières techniques à l'entrée est faible</p>

Menaces Produits de substitution
(Force : 5)

Le substitut alimentaire est tout produit qui peut assouvir partiellement ou totalement un besoin donné du consommateur.

- Une évolution considérable d'innovation alimentaire : 10000 nouveau produits alimentaires / an d'où une utilisation plus importante d'arômes. A titre d'exemple l'UE consomme 170 000 tonnes d'arômes industriels (2013) dont 40 000 tonnes en France,
- Aux États-Unis, 95 % des denrées alimentaires sont d'origine industrielle et donc comportent des arômes.

La force de substitution est faible

Force et pouvoir	Analyse																				
	<p>Le marché¹⁹ des herbes fraîches a été soutenu au cours des dernières années et devrait se développer de 1183,2 millions USD de 2018 à 2025 avec un TCAC de 3,9%. L'utilisation d'herbes fraîches comme agents aromatisants dans une gamme de préparations culinaires a un rôle important dans l'amélioration de la saveur globale des aliments. Les variétés standard d'herbes telles que la coriandre, la menthe, le persil, le basilic, la ciboulette et le romarin et le thym sont utilisées pour garnir les plats de diverses cuisines du monde entier</p> <p>L'appel pour les produits biologiques a augmenté dans le monde en raison de la prise de conscience des consommateurs de leurs bienfaits sur la santé, et cela devrait profiter aux entreprises d'herbes fraîches dans les années à venir.</p> <p>En Tunisie, la superficie des PAM biologiques cultivées est inférieure à 1000 ha. En outre, la Tunisie a encouragé les agriculteurs à intensifier cette culture ainsi que l'exploitation des PAMs spontanées pour répondre à une forte demande internationale, générée par le regain d'intérêt pour les plantes biologiques utilisées en alimentation (arômes), en cosmétiques ou en thérapie.</p>																				
<p>Intensité concurrentielle : Rivalité (Force : 1)</p>	<p style="text-align: center;"><i>Evolution des superficies* PAM cultivées certifiées BIO (en ha)</i></p> <table border="1" data-bbox="680 721 2076 849"> <thead> <tr> <th></th> <th>2010</th> <th>2011</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PAM</td> <td>850</td> <td>1 000</td> <td>820</td> <td>27 046</td> <td>178</td> <td>20 013</td> <td>21 367</td> <td>918</td> <td>777</td> </tr> </tbody> </table>		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	PAM	850	1 000	820	27 046	178	20 013	21 367	918	777
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018												
PAM	850	1 000	820	27 046	178	20 013	21 367	918	777												
	<p style="text-align: right;">Source : DGAB (*Plantes aromatiques et médicinales, figue de barbarie et Aloe Vera)</p> <p>- La saisonnalité et la distance entre sites de production et marchés réduit la compétition sur le marché des plantes aromatiques fraîches tel qu'il apparaît dans le graphique suivant portant sur le calendrier de production ou de cueillette dans certains pays pour le romarin qui donne à la Tunisie une période de 4 mois et 7 mois au Maroc et 5 mois à la Turquie. Alors que la Chine n'a que 3 mois</p>																				

Calendrier de mise en marché ROMARIN

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Sept	Oct.	Nov.
TUN								
MAR								
TUR								
Chine								

- Le coût de changement pour chercher un nouveau fournisseur de plantes fraîches est élevé en raison des exigences en termes de fraîcheur et de respect des délais de livraison qui ne peuvent être satisfaites par la majorité des producteurs.

La rivalité reste moyenne face à la concentration des concurrents sur la partie séchée mais impacté par la régression des superficies certifiées bio en Tunisie.

Rivalité faible

**Pouvoir Négociation fournisseurs
(Force : 2)**

Les expériences culinaires et l'alimentation naturelle augmentent l'intérêt des consommateurs pour l'utilisation d'herbes fraîches dans la cuisine et d'autres produits alimentaires. Cet intérêt pour les herbes fraîches offre des opportunités aux fournisseurs qui comprennent comment gérer la qualité et la présentation de leurs produits.

La manipulation des herbes en tant que produit frais peut être très exigeante. Les détaillants assurent leur fraîcheur en les emballant dans des emballages réfrigérés pratiques. En tant qu'exportateur, vous devez maintenir une excellente chaîne du froid, une chaîne ininterrompue du producteur au consommateur avec une température constamment maintenue.

¹⁹<https://www.marketresearchfuture.com/reports/fresh-herbs-market-8789>

	<p>Fournisseurs de technologie de chaine de froid : les fournisseurs de solution technologique de maitrise de la chaine de froid sont assez nombreux. De plus, il existe des unités de stockage de fruits et légumes qui peuvent offrir le service de stockage et de transport.</p> <p>Transport frigorifique : le transport frigorifique peut être obtenu par voie de sous-traitance auprès d’entreprise privé ou d’individu disposant de camions frigorifiques</p> <p>Organismes de certification : en Tunisie on dispose de 4 organismes de certification bio²⁰ et de la disponibilité d’une subvention de 70 % du cout de certification (code d’investissement 2017).</p> <p>Le pouvoir des fournisseurs est élevé par la maitrise technologique mais également la disponibilité des organismes de certification bio et des encouragements pour cette certification.</p>
<p>Pouvoir Négociation clients (Force : 3)</p>	<p>Ici le distributeur final est un spécialiste, il s’adresse à un “acheteur éclairé” il s’agit de magasins primeurs premium comme le réseau spécialisé “grand frais” en France, et d’épicerie fine disposant d’un rayon de légumes spécialisés et plantes aromatiques fraîches, il s’agit également (avec une croissance rapide) de la distribution spécialisée bio type “biocoop” (important réseau de supérettes coopératives ou franchisées en France) qui intègrent les produits frais aromatiques. “Ces circuits font l’objet de partenariats long terme et d’un référencement qui couvre la chaine” (P.Garnon FAM 2019).</p> <p>Pouvoir très faible</p>
<p>Nouveaux entrants (Force : 4)</p>	<p>L’importance de l’identification et de la connaissance des caractéristiques uniques des variétés de plantes (comme l’origine qui pourrait procurer une image). La qualité des herbes fraîches ne peut être obtenue et préservée que par des pratiques de manipulation post-récolte appropriées, ce qui rend les barrières à l’entrée plus élevées.</p> <ul style="list-style-type: none"> - L’accès aux forêts et aussi organisé sous forme d’autorisation d’exploitation des ressources forestières (exemple Maroc, l’exploitation se fait selon le système d’adjudication qui autorise les professionnels à cueillir pendant une durée de 3 ans²¹

²⁰<http://www.ctab.nat.tn/index.php/fr-fr/annuaire-biologique/organismes-de-contrôle-et-certification>

²¹http://www.ceddem.org/maj/upload/publications/fichier_6.pdf

	<ul style="list-style-type: none"> - Niveaux d'investissement : Les investissements portent essentiellement sur la maîtrise de la chaîne de distribution (facteur temps) mais également une chaîne de froid (facteur maîtrise de la qualité). - Accès à la technologie : la technologie de maîtrise de la chaîne de froid est disponible - Certification biologique : tributaires de l'accès à cette certification et du mode de subvention disponible <p style="text-align: center;">Barrières d'entrée très élevées</p>
<p style="text-align: center;">Menaces Produits de substitution (Force : 5)</p>	<p>Etant donné la spécificité de ce segment, il n'existe pas de produits de substitution.</p> <p style="text-align: center;">Menace très faible</p>

Le segment A3 : plantes aromatiques culinaires séchées conventionnelles destinées au marché gourmet : est un segment où la rivalité est élevée, le Pouvoir moyen des fournisseurs, les Barrières à l'entrée faibles, la menace des produits de substitution faibles. Il dispose ainsi d'une faible attractivité.

B2 : plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché biologique

Le segment B2 : Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques un segment où La rivalité reste faible, le pouvoir des fournisseurs est très faible, le pouvoir des nouveaux entrants très élevé, très faible menace de produits de substitution, il dispose de ce fait d'une attractivité très élevée.

B3 : Plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché de découverte (gourmet)

Force et pouvoir	Analyse																				
<p data-bbox="181 751 618 823">Intensité concurrentielle : Rivalité (Force : 1)</p>	<p data-bbox="640 355 2076 539">Le marché²² des herbes fraîches a été soutenu au cours des dernières années et devrait se développer de 1183,2 millions USD de 2018 à 2025 avec un TCAC de 3,9%. L'utilisation d'herbes fraîches comme agents aromatisants dans une gamme de préparations culinaires a un rôle important dans l'amélioration de la saveur globale des aliments. Les variétés standard d'herbes telles que la coriandre, la menthe, le persil, le basilic, la ciboulette et le romarin et le thym sont utilisées pour garnir les plats de diverses cuisines du monde entier</p> <p data-bbox="640 547 2051 619">L'appel pour les produits biologiques a augmenté dans le monde en raison de la prise de conscience des consommateurs de leurs bienfaits sur la santé, et cela devrait profiter aux entreprises d'herbes fraîches dans les années à venir.</p> <p data-bbox="640 643 2101 794">En Tunisie, la superficie des PAM biologiques cultivées est inférieure à 1000 ha. En outre, la Tunisie a encouragé les agriculteurs à intensifier cette culture ainsi que l'exploitation des PAMs spontanées pour répondre à une forte demande internationale, générée par le regain d'intérêt pour les plantes biologiques utilisées en alimentation (arômes), en cosmétiques ou en thérapie.</p> <p data-bbox="981 818 1756 850" style="text-align: center;"><i>Evolution des superficies* PAM cultivées certifiées BIO (en ha)</i></p> <table border="1" data-bbox="645 874 2092 1002"> <thead> <tr> <th></th> <th>2010</th> <th>2011</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PAM</td> <td>850</td> <td>1 000</td> <td>820</td> <td>27 046</td> <td>178</td> <td>20 013</td> <td>21 367</td> <td>918</td> <td>777</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1272 1007 2101 1031" style="text-align: right;"><i>Source : DGAB (*Plantes aromatiques et médicinales, figue de barbarie et Aloevera)</i></p> <p data-bbox="656 1098 2101 1241">- La saisonnalité et la distance entre sites de production et marchés réduit la compétition sur le marché des plantes aromatiques fraîches tel qu'il apparaît dans le graphique suivant portant sur le calendrier de production ou de cueillette dans certains pays pour le romarin qui donne à la Tunisie une période de 4 mois et 7 mois au Maroc et 5 mois à la Turquie. Alors que la Chine n'a que 3 mois</p>		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	PAM	850	1 000	820	27 046	178	20 013	21 367	918	777
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018												
PAM	850	1 000	820	27 046	178	20 013	21 367	918	777												

²²<https://www.marketresearchfuture.com/reports/fresh-herbs-market-8789>

	<p>- Le coût de changement pour chercher un nouveau fournisseur de plantes fraîches est élevé en raison des exigences en termes de fraîcheur et de respect des délais de livraison qui ne peuvent être satisfaites par la majorité des producteurs.</p> <p>La rivalité reste moyenne face à la concentration des concurrents sur la partie séchée mais impacté par la régression des superficies certifiées bio en Tunisie.</p> <p>Rivalité faible vu que les autres pays se concentre sur la culture d'autres produit autres que le romarin et le thym. Ici le client est à la recherche de produit différencié (fleur de romarin ,...etc)</p>
<p>Pouvoir Négociation fournisseurs (Force : 2)</p>	<p>Fournisseur de technologie de chaine de froid : les fournisseurs de solution technologique de maitrise de la chaine de froid sont assez nombreux. De plus, il existe des unités de stockage de fruits et légumes qui peuvent offrir le service de stockage et de transport.</p> <p>Transport frigorifique : le transport frigorifique peut être obtenu par voie de sous-traitance auprès d'entreprise privé ou d'individu disposant de camions frigorifiques</p> <p>Organismes de certification : en Tunisie on dispose de 4 organismes de certification bio²³ et de la disponibilité d'une subvention de 70 % du cout de certification (code d'investissement 2017)</p> <p>Un pouvoir des négociation élevé</p>
<p>Pouvoir Négociation clients (Force : 3)</p>	<p>Les clients sont les Restaurants de luxe, les super yachts, les chalets et les villas privées.</p> <p>Le pouvoir de négociation est très faible. Dans ce cas le client est à la recherche de produit différencié où le prix n'est pas déterminant.</p>
<p>Nouveaux entrants (Force : 4)</p>	<p>Niveaux d'investissement : Les investissements portent essentiellement sur la maitrise de la logistique de distribution (facteur temps) mais également une chaine de froid (facteur maitrise de la qualité). Les couts d'investissement sont importants.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accès à la technologie : la technologie de maitrise de la chaine de froid est disponible - Certification biologique : tributaire de l'accès à cette certification et du mode de subvention disponible

²³<http://www.ctab.nat.tn/index.php/fr-fr/annuaire-biologique/organismes-de-controle-et-certification>

	Barrières d'entrée très élevées
Menaces Produits de substitution <u>(Force : 5)</u>	Le produit est spécifique et est destiné pour des recettes particulières : fleur de romarin, fleur de thym./ chémotype (thym citron) qui sont difficilement remplaçables. Menace faible

Le segment B3 : Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques pour le marché découverte est un segment où la rivalité est faible, un pouvoir élevé de négociation des fournisseurs, des barrières d'entrée très élevées et des menaces élevées de substitution, il dispose ainsi d'une attractivité relativement élevée.

La synthèse de cette analyse de l'attractivité par la méthode des 5 forces de Porter pour les 5 segments retenus montre que :

Le segment A3 : plantes aromatiques culinaires conventionnelles séchées destinées au marché gourmet : dispose d'une attractivité faible par rapport aux 2 segments suivants : Le segment B2 : Plantes aromatiques fraîches biologiques, le segment B3 : Plantes et parties des plantes fraîches pour le marché découverte.

Ainsi, le segment B2 : Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques est le segment le plus attractif.

4. Identification des critères d'achat des acheteurs avancés

Avec la compétitivité de l'environnement commercial actuel, les clients sont de plus en plus exigeants. La reconnaissance de produits sans défaut avec une qualité à valeur ajoutée est la première préoccupation des acheteurs. Par conséquent, le processus de connaissance des besoins des acheteurs est d'une importance capitale pour pouvoir accéder et se positionner sur les marchés.

Ainsi, sur la base de l'analyse documentaire et en capitalisant les leçons tirées des entretiens, il est possible de dégager les principaux critères d'achat pour le segment : Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques.

Ces critères s'articulent autour des volets suivants :

- Saveur : Il y a un intérêt croissant pour les expériences culinaires en ce qui concerne les herbes fraîches différenciées et caractérisées par leur goût et leur odorat ;
- Fraicheur conservée (couple temps / température) pour la garantie de la fraîcheur des herbes en leur assurant une durée de conservation plus longue dans des conditions optimales.
- Apparence attrayante : évaluée par l'acheteur ou l'utilisateur expérimenté, attiré par des herbes qui n'ont pas les matières étrangères, les signes d'activité des insectes, la poussière et tout autre élément pouvant affecter leur apparence. De manière générale, les marchés d'exportation nécessitent un approvisionnement régulier en produits de qualité supérieure, présentés et emballés de manière attrayante, de sorte que la qualité soit maintenue tout au long de la distribution et de la commercialisation.

5. options stratégiques génériques

Tenant compte des entretiens avec les acteurs internationaux les plus avancés le segment spécifique le plus attractif a confirmé le passage par les 2 options stratégiques génériques suivantes :

➤ **Option 1 : option stratégique actuelle**

Actuellement les acteurs du cluster opèrent dans le segment des plantes aromatiques séchées pour un marché local relativement restreint mais aussi sur le marché international très concurrentiel. Les entreprises exercent sur ces marchés avec de faibles possibilités de différenciation du produit vu sa disponibilité selon les saisons entre les deux hémisphères nord et sud, d'autant plus que ce produit est pour une consommation courante.

➤ **Option 2 : option stratégique idéale**

Ce segment est porté sur les produits consommés Bio. Les consommateurs cherchent la qualité, le goût, la fraîcheur et l'aspect attrayant. Il s'agit du segment « Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques ». Cette orientation donne la possibilité aux entreprises tunisiennes qui ne peuvent pas rivaliser avec la pression des prix et les grandes quantités de fournisseurs de premier plan au monde, de se positionner sur un marché de niche qui traitant avec des fournisseurs de produits spécifiques telles que les herbes aromatiques fraîches biologiques.

Il y a lieu de signaler qu'une fois l'orientation ci-dessus mentionnée et maîtrisée, elle devrait être enrichie à long terme par l'option représentée par le segment B3 : plantes aromatiques culinaires fraîches

6. facteurs clés de succès

Les facteurs clés de succès (FCS) sont ainsi les activités, les aptitudes et les compétences dont une entreprise, en l'occurrence un producteur de plantes aromatiques culinaires, a besoin pour concurrencer avec succès sur le segment stratégique considéré, selon les critères d'achat avancés des acheteurs indiqués précédemment.

Pour le segment : Plantes aromatiques culinaire fraîches biologiques, on peut déduire que les facteurs clés de succès sont de quatre ordres :

i- Caractérisation des espèces de plantes :

Identification botanique et bonne connaissance de l'espèce, principales caractéristiques physico-chimiques, localisation des paysages dans l'aire géographique, hémotype de l'espèce.

ii- Bonnes pratiques de production primaire par espèce :

Une croissance harmonieuse du secteur des PAM, passe par la conservation de la biodiversité et la protection des ressources tout en créant un environnement dans lequel les populations rurales peuvent bénéficier durablement des revenus procurés à partir de la cueillette en milieu naturel afin d'améliorer leurs moyens de subsistance, tout en augmentant la valeur ajoutée de l'exploitation des PAM à l'échelle nationale.

Ainsi, la vulgarisation et la diffusion des bonnes pratiques de collecte des plantes aromatiques spontanées, constituent l'élément principal pour garantir une bonne production primaire par espèce. Le développement des compétences des collecteurs en la matière contribuera de façon significative à la régénération naturelle des plantes, la conservation de la biodiversité et la durabilité de l'exploitation.

iii- Une parfaite coordination entre les différents acteurs de la chaîne de valeur :

Ceci porte sur la consolidation de l'organisation des producteurs en GDA/SMSA, l'appui à la mise en réseau des producteurs en connexion avec les autres acteurs et les centres des services d'appui pour la création d'une meilleure synergie qui améliore les performances économiques de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur.

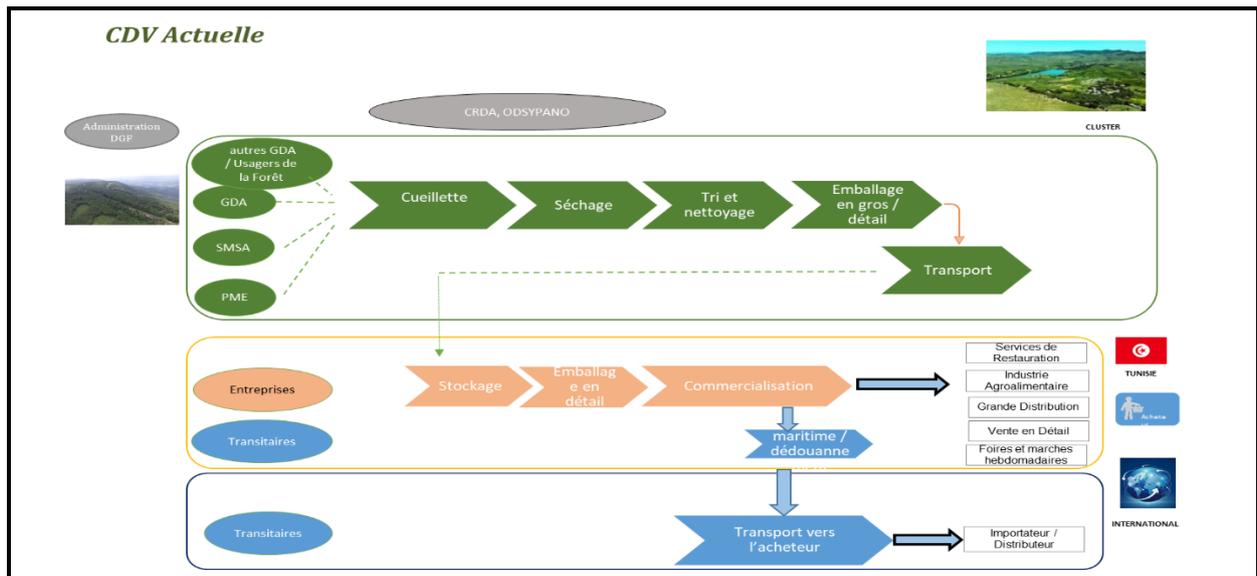
iv- Une parfaite maîtrise des procédures opérationnelles de la logistique froide adaptée aux plantes fraîches :

En raison de la durée de conservation limitée des herbes fraîches, l'efficacité de la logistique est essentielle. Par conséquent, il est important d'expédier les herbes fraîches directement à leur destination

finale en assurant une maîtrise parfaite de la logistique du froid de la ferme au marché, tout en garantissant la traçabilité.

7- Chaîne de valeur actuelle en Tunisie

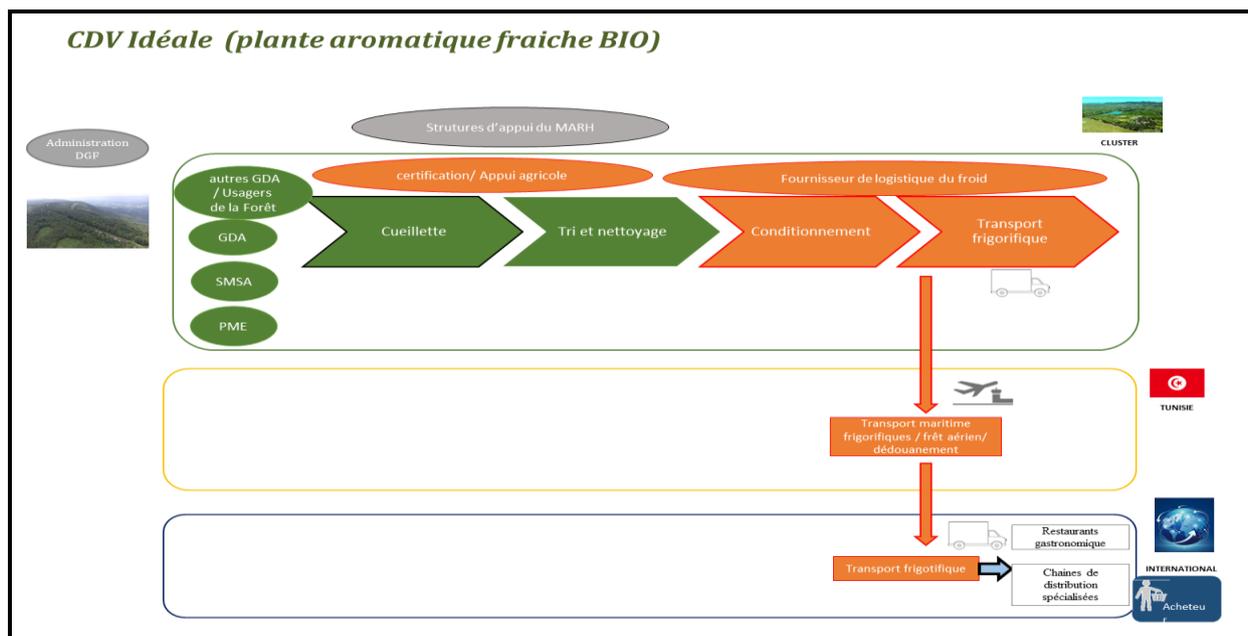
Les éléments ressortis des études, des analyses ainsi que des interviews des acteurs nationaux opérants dans le domaine des plantes aromatiques ont permis d'identifier la chaîne de valeur actuelle ci-dessous, qui est actuellement orientée vers le séchage des plantes aromatiques culinaire avec une absence d'offre de plantes aromatiques culinaires fraîches.



8 -La chaîne de valeur idéale

La chaîne de valeur idéale représentant le segment stratégique identifié dont l'attractivité, les critères d'achat de l'acheteur le plus avancé, les options stratégiques génériques et les facteurs clés de succès ont été analysés et confirmés à deux niveaux :

- Analyse bibliographique et expertise
- Entretiens avec des acteurs et des acheteurs les plus avancés se rapportant à 9 acteurs de 6 pays différents.



Les principaux gaps entre la chaîne de valeur actuelle et la chaîne de valeur idéale portent sur :

- La certification biologique de la production
- Le conditionnement avec toutes les opérations de tri, nettoyage et emballage
- Le maintien de la chaîne de froid et plus précisément la disponibilité des moyens de stockage frigorifique mais aussi de transport frigorifique.

9- Options stratégiques faisables pour les acteurs ;

Les options stratégiques portent sur la caractérisation du produit de niche, un concept intégré pour la promotion territoriale qui nécessite une orientation vers une chaîne de distribution de petits volumes, basée sur une relation étroite avec des acheteurs ciblés.

En termes plus détaillés, pour les maillons du segment : Plantes aromatiques fraîches pour le marché biologique, les options stratégiques faisables sont résumées comme suit :

i- Cueillette /tri et nettoyage

- Le Respect des bonnes pratiques de production pour chaque plante :
 - **Le Mode de cueillette** : phase de maturité, respect du planning de cueillette
- Le Respect des exigences de Qualité/Hygiène de chaque plante, à titre indicatif :
 - **L'Apparence** : éviter la présence de tout signe de : blanchiment, noircissement, jaunissement, brûlure, humidité, couleur non uniforme, corps étrangers, odeur étrangère
 - **Les Tiges** : épaisseur de la tige, feuilles arrachées ou cassées,
 - **L'Emballage** : uniformité de la taille, étiquetage, poids, température
 - **Les maladies** et dommages associés
 - **La Saveur**

ii- Transport frigorifique/conditionnement

- Le Respect des exigences de traçabilité
- La maîtrise de la chaîne de froid : Température et Humidité contrôlée adaptée à chaque espèce.
- L'Emballage adapté à chaque espèce /au type de transport (aérien ou maritime) pour conserver la fraîcheur et l'état de la plante

10- Identification des domaines d'amélioration

La comparaison de la chaîne de valeur actuelle en Tunisie à celle idéale dans le segment stratégique retenu a fait ressortir de nombreux écarts qui feront l'objet des pistes d'amélioration pour arriver au même niveau de la chaîne de valeur idéale du segment stratégique choisi. Les domaines à améliorer ressortis sont les suivants :

- a.** Maîtrise de la chaîne de PAM Fraiches en particulier : la Cueillette, la Logistique, l'Emballage, le Froid et la Certification.
- b.** Commercialisation
- c.** Financement : pour faciliter l'accès des groupements de petits agriculteurs et de PME aux financements par leur intégration dans un processus de développement de chaînes de valeur par une approche reposant sur des partenariats avec les institutions de financements nationales et locales.

D4

**DOCUMENT QUI EST QUI ?
(Version Finale)**

Table des matières

Introduction	
Profils des acteurs	
Synthèse des entretiens	
Conclusion.....	

Introduction

La phase I du projet se propose d'« identifier les défis et opportunités à travers la réalisation d'un diagnostic participatif de la chaîne de valeur et **d'une collecte de données** ». Ce deuxième objectif (collecte de données), couvre aussi bien les données quantitatives recueillies à travers l'analyse documentaire que les données qualitatives, rassemblées notamment lors d'entretiens personnels approfondies.

A cet effet, se référant à l'exemple de guide d'entretien proposé²⁴, 34 acteurs ont été interviewés (A5)²⁵. L'objectif recherché des entretiens selon la méthodologie, est d'identifier les acteurs qui peuvent adhérer à l'IRC qui a pour but de développer structurellement la CDV PAC en l'orientant vers le segment le plus attractif. Pour cela, une liste d'acteurs représentatifs a été arrêtée et 34 entretiens ont eu lieu soit à distance (en raison des restrictions sanitaires à cause du covid19) soit directement par des visites de terrain (après le confinement).

La typologie des acteurs clés retenus pour être interviewés ont été sélectionnés de manière à assurer la représentativité de tous les maillons de cette chaîne de valeur. Ces acteurs étaient constitués à 50% par des agriculteurs sous forme de Groupement de Développement Agricole (GDA) ou de Sociétés Mutuelles de Services Agricoles SMSA). Le reste des acteurs était formé des institutions d'appui telles que les CRDA, les agences régionales APIA et APII, les offices de développement ainsi que l'union régionale des agriculteurs (Liste en annexe).

Par ailleurs des guides d'entretiens (voir annexe) ont été élaborés. Ces guides ont été adaptés à chaque maillon rencontré tout en étant construits sur la base d'une structure similaire afin de s'assurer que les informations suivantes soient réunies : le nombre de personnes impliquées dans l'activité, les conditions de production, l'accessibilité et les coûts des intrants, les différentes formes de valorisation, les prix, les clients et les conditions de vente, l'existence d'organisations professionnelles et les services qu'elles fournissent, les services d'appui reçus et ceux qui sont sollicités ainsi que les principales contraintes perçues et les suggestions susceptibles d'améliorer la situation.

Dans ce qui suit, nous présentons une synthèse de ces entretiens²⁶.

Profils des acteurs

Ayant sélectionné les acteurs (GDA) et les institutions d'appui dans les quatre gouvernorats couverts par le projet, 34 entretiens ont été réalisés sur la base des guides proposés. Les interviewés se répartissent comme suit²⁷ :

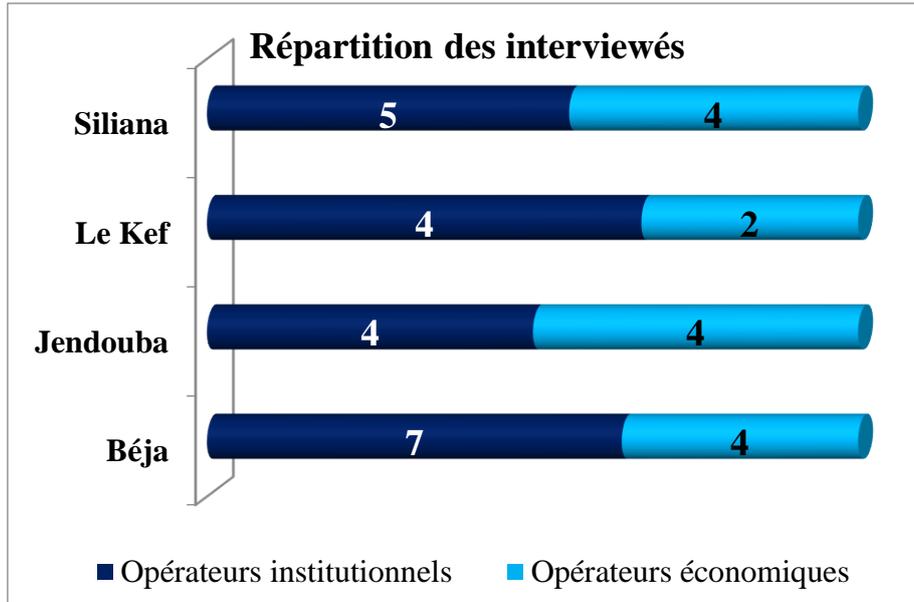
²⁴ Guide opérationnel, Méthodologie de projet de Terrain de la Taskforce, Pp. 23 et 24

²⁵ Guide opérationnel, Méthodologie de projet de Terrain de la Taskforce, P.4

²⁶ Idem

²⁷ Voir détails des recueils de données en annexe

Figure 1 : Répartition des interviewés

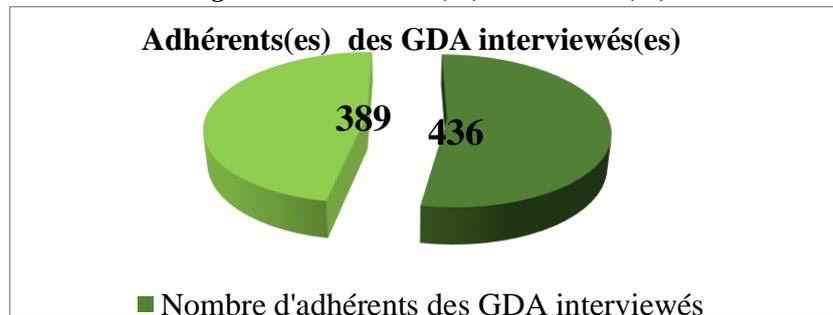


Les opérateurs institutionnels étaient représentés par les principaux acteurs d'appui œuvrant en rapport direct avec les CDV à savoir : CRDA, APIA, APPII...

Quant aux opérateurs économiques, ils étaient représentés par 12 GDA et 2 entreprises.

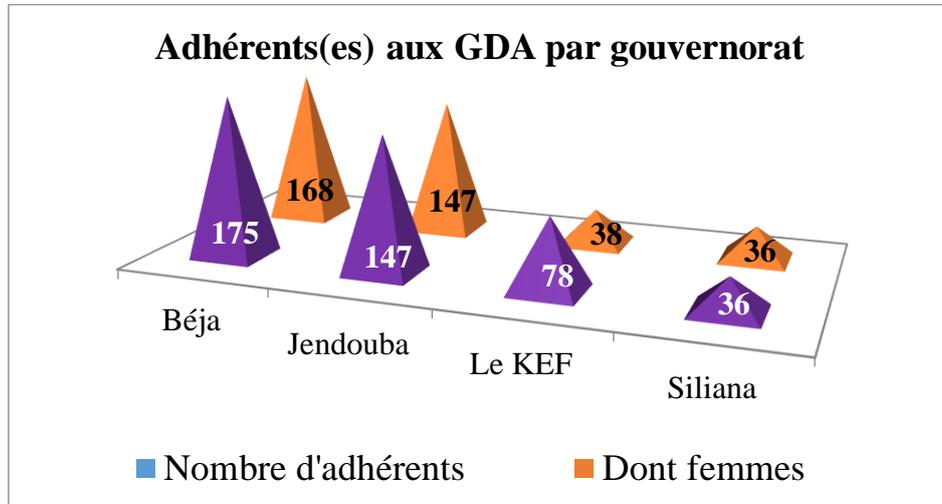
Au total, les 12 GDA interviewés représentaient 436 adhérents et adhérentes.

Figure 2 : Adhérents(es) interviewés(es)



Bien que le nombre de GDA interviewés soit pratiquement le même pour au moins trois gouvernorats, le nombre d'adhérents(es) diffère d'un gouvernorat à l'autre :

Figure 3 : Adhérents(es) par gouvernorat

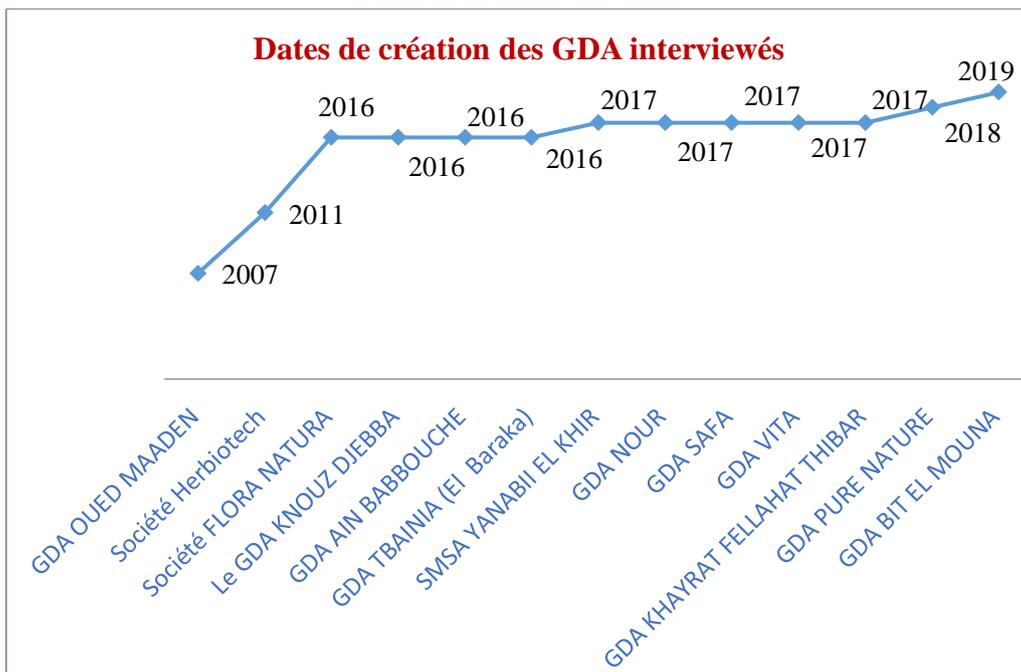


La plupart des GDA sont des structures féminines dont les membres sont uniquement des femmes et qui sont présidées par des femmes

Les présidentes sont souvent celles, parmi les adhérentes, qui possèdent des lopins de terre où elles exercent la culture des plantes aromatiques, objet des activités du GDA.

Les dates de création des GDA interviewés s'étendent de 2007 à 2019. Les données relatives à ces dates de création fait ressortir deux moments de concentration : 2016 (4 GDA créés) et 2017 (5 GDA créés).

Dates de création des GDA



Signalons que parmi les opérateurs économiques interviewés, il y avait deux entreprises : Société Herbiotech à Siliana et Société FLORA NATURA à Jendouba.

Synthèse des entretiens

Les supports des entretiens réalisés, aussi bien auprès des opérateurs institutionnels qu'économiques, étaient structurés en axes, déclinés en question ouvertes pour la plupart

Les données ainsi recueillies pourraient contribuer à enrichir les activités (A2) (Analyse du cluster), (A3) (Réalisation de la cartographie du cluster), outre l'élaboration du présent document (A5) (Réalisation des entretiens et élaboration du D4).

Les réponses aux premières questions d'identification ont fourni les données nécessaires à la géolocalisation ; le reste a été soumis à la méthodologie de l'analyse de contenu afin d'en dégager les éléments pertinents pour l'appréhension du présent et les perspectives de l'évolution future de la CDV, objet de l'étude.

A cet effet, des axes de synthèse ont été retenus afin de caractériser les GDA et autres opérateurs économiques en place et identifier les acteurs qui peuvent adhérer à l'IRC qui a pour but de développer structurellement la CDV PAC en l'orientant vers le segment le plus attractif.

Caractérisation des GDA

Gouvernorat	Délégation	GDA	Président e	Contact	Nombre d'adhérents	Activités pertinentes	Equipement	Partenariat/coopération	Vision/demandes
Béja	Thibar-Djebba	Knouz Djebba	Farida Djebbi		12	- Cueillette et séchage pour les PAM - Valorisation d'autres produits	Pas d'équipement	- Pas de convention avec la DGF - Cycles de formation sur la distillation avec l'ONG swisscontact	Valoriser des produits du terroir autres que les PAC Besoin pressant d'accompagnement et d'appui
	Thibar	Khayrat Fellahat THIBAR	Monia djebbi		18	Production, cueillette, séchage et distillation	Petit séchoir et distillateur	- Pas de convention avec la DGF - Collaboration avec le bureau de la femme rurale - Formation sur l'approche BUS 1 et BUS 2 avec la GIZ	- Obtenir des cartes professionnelles pour les adhérentes en distillation - Renforcement des compétences en connaissances techniques
	Nefza Oued El Maaden	Oued El Maaden	Chokri Taboubi	98 822 916	102	Production, cueillette, transformation, conditionnement et commercialisation	Equipements de distillation Matériel de presse à froid	- Convention de Cogestion avec la DGF - GIZ, PAD (Promotion de l'Agriculture Durable), BIT, Fhi 360, et sociétés (HENOBIO, et Produits Non Ligneux)	- Renforcer la plateforme et en faire un espace de concertation et de négociation entre producteurs et opérateurs économiques - Réseautage et mise en relation entre les acteurs - Renforcement des capacités - GDA expérimenté et respecté
	Nefza Tabouba	Tabouba	Lamjed Ebdelli	96 623 716	82	Production, cueillette, transformation, conditionnement et commercialisation	Equipements de distillation Matériel de presse à froid	- Pas de convention avec la DGF - GIZ, PAD - Refus d'accord avec un opérateur économique (partage inéquitable) - Bonnes relations avec les autres GDA	- Renforcer la plateforme et en faire un espace de concertation et de négociation entre producteurs et opérateurs économiques - Réseautage et mise en relation entre les acteurs - Renforcement des capacités - Fait partie du noyau dur des GDA
	Testour	BEIT EL MOUNA	Asma Rouissi		10	Production, Distillation et Séchage	Grand distillateur		Renforcer l'équipement, l'organisation du travail et la qualité des produits (emballage)

Un seul GDA (Oued El Maaden) a déjà signé une convention de cogestion avec la DGF. Mais, les 5 GDA interviewés sont demandeurs de mesures de renforcement du partenariat, de la collaboration entre acteurs et des compétences techniques de leurs adhérents. Deux GDA (Oued El Maaden et Tabouba) sont déjà rodés à la concertation et à la négociation grâce à la plateforme en place.

Jendouba

Gouvernorat	Délégation	GDA/ Société	Présidente	Contact	Nombre d'adhérents	Activités pertinentes	Equipement	Partenariat/coopération	Vision/demandes
Jendouba	Aïn Drahem	GDA Tbainia	Mabrouka Altihimini			Production, cueillette, séchage et distillation	3 distillateurs	<ul style="list-style-type: none"> - Convention de Cogestion avec la DGF - Appui de l'association ATLAS et FHI 360 - Membre du cluster wikipam 	<ul style="list-style-type: none"> - S'orienter vers la culture et non seulement la collecte pour assurer un approvisionnement continue - Chercher à labelliser le produit agriculture biologique - Maitriser la chaine de froid - Sélectionner un adjudicateur exploitant qui respecte ses engagements - Disposer d'un modèle de gestion clair pour assurer la pérennité financière
	Jendouba	Société Flora Natura	Sarra Ncibi			Cueillette et extraction d'huiles essentielles et les eaux florales	Equipements rudimentaires		<ul style="list-style-type: none"> - Améliorer la qualité (emballage) - Développer les moyens de Séchage - Innover dans les produits (des tisanes avec des combinaisons de plusieurs herbes)
	Aïn Drahem/ Babbouche	GDA Pure Nature	Rihem Nouioui	92698856	51	Production, cueillette, distillation et fabrication de produits cosmétiques naturels	Equipements de distillation	<ul style="list-style-type: none"> - Convention de Cogestion avec la DGF - Partenariat et appui : BIT (Projet PROMESS), GIZ, Fhi360, ENACTUS, SMSA Yanabii El Khir, URAP Jendouba, association Khemir pour l'environnement et le développement et USAID - Membre du cluster WIKIPAM 	<ul style="list-style-type: none"> - Création d'espaces de concertation groupant tous les acteurs - Développement de produits cosmétiques et diététiques de haute valeur ajoutée - Partenaires techniques, financiers et commerciales dans le cadre d'un partenariat durable. - Renforcement des capacités des acteurs en matière technique, gestion administrative, organisationnelle et commerciale - Œuvrer pour la certification biologique
	Aïn Drahem/ Babbouche	SMSA yanabii Elkhir	Nourra Nouioui	93036 19	150	Production, cueillette, transformation, Extraction des huiles essentielles Produits cosmétique Approvisionnement en plants,	Equipements de distillation, de conditionnement, séchage et mise en bouteille	<ul style="list-style-type: none"> - Appui BIT (Projet PROMESS), GIZ, Fhi360, ENACTUS, URAP Jendouba et association Khemir pour l'environnement et le développement. - GDA membre de la plateforme WIKIPAM. - Partenariat pour la recherche avec ESA du Kef 	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinateur entre les GDA - Mise en place d'une plateforme rassemblant tous les acteurs de la région - Répertoire les PME et Startups - Elargir le réseau WIKIPAM - Développer la recherche et la formation - Plaidoyer collectif (SMSA et GDA) pour l'autonomisation des femmes adhérentes

Les deux GDA interviewés (Pure Nature et Tbainia) ont déjà signé des conventions de cogestion avec la DGF. Ils sont engagés dans des dynamiques de développement du partenariat et de la collaboration avec tous les acteurs. Ils sont aussi motivés pour l'innovation et l'introduction de nouveaux produits à haute valeur ajoutée.

Les deux autres structures (SMSA Yanabii El Khir et Flora Natura) œuvrent pour renforcer les capacités techniques des acteurs, la recherche, l'innovation et le partenariat.

Gouverno- rat	Délégation	GDA	Présiden- te	Contact	Nombre d'adhérents	Activités pertinentes	Equipement	Partenariat/coopération	Vision/demandes
Le Kef	Tejerouine	GDA Ain Babbouche	Fadhila Cherni	98682456	20	- Production, cueillette, séchage et distillation - Exportation d'huile de romarin vers la France - Certification bio et label du commerce équitable	1 distillateur de 250 L et 2 distillateurs 125 L, 1 distillateur de 64 L	- Convention de Cogestion avec la DGF - Appui de FHI 360 dans le cadre du cluster WIKIPAM	- Améliorer les conditions de collaboration avec l'adjudicateur - Développer les opportunités de certification et d'exportation.
	Sakiet sidi yousef	GDA El Amel	Adel ksouri			- Se focalisent sur les huiles essentielles - Séchage de plantes	Équipements de distillation	- Pas de convention de Cogestion avec la DGF - Appui de la GIZ - Membre de la plateforme collaborative dans le cadre du projet d'agriculture durable	- Renforcement des capacités - Œuvrer pour l'amélioration de la collaboration entre GDA de la région du kef
	Deux GDA (GDA El Amal et GDA Ain Babbouche) conscients de leurs intérêts, cherchent à développer le réseau des GDA de la région et à améliorer les conditions de négociation avec l'adjudicateur. Bien qu'ils soient tous les deux engagés dans des dynamiques de collaboration, un seul (GDA Ain Babbouche) a déjà signé une convention de cogestion avec la DGA.								

Siliana

Gouvernorat	Délégation	GDA/ société	Président-e	Contact	Nombre d'adhérents	Activités pertinentes	Equipement	Partenariat/coopération	Vision/demandes
Siliana	Krib	GDA Nour pour le dvpt des femmes	Kalthoum Mimouni	20661 37	22	Production, séchage	Equipements rudimentaires	- Pas de convention avec la DGF - Formations avec l'odesypano , CREDIF , FHI 360 , GIZ	- Obtenir l'autorisation d'accès aux ressources forestières - Renforcement des capacités en matière de distillation, de commercialisation
	Krib / Bouk'hil	GDA BOU K'HIL	Mohamed Salah Abidi	55341 33	73	Production, cueillette, transformation, conditionnement et commercialisation Diversification des activités	Equipements de distillation Matériel pour conditionnement et étiquetage	- Pas de convention de Cogestion avec la DGF - Appui de la GIZ - Partenariat peu développé	- Développer le partenariat - Renforcement des capacités
	Laaroussa	GDA SAFA	Sonia Gamoudi	28409 433	10	Production, cueillette, Distillation Focus sur les huiles essentielles	Equipements de distillation Séchoir	- Pas de convention de Cogestion avec la DGF - Appui de la GIZ	- Améliorer la réglementation - Accéder aux adjudications - En quête d'appui financier
	Gaafour	GDA VITA	Yosra Ouisslati	25375 369	5	Production, cueillette, transformation et conditionnement Diversification des activités	Equipements de distillation Matériel pour conditionnement et étiquetage	- Pas de convention de Cogestion avec la DGF - Appui de la GIZ	- Développer le partenariat - Renforcement des capacités - Accès aux ressources
	Siliana	Société Herbiotech	Leith Tlemcen			Culture des herbes et des fleurs biologiques Séchage à l'air et raffinement des herbes Production d'huiles végétales biologiques et d'huiles essentielles	Equipement de distillation, de conditionnement, Chaîne de froid	Collaboration avec les GDA de la région	Réfléchir sur l'exploitation des clairières Crée des alliances entre les entreprises et les GDA Mettre plus de promotion et de marketing
<p>Des GDA (GDA Nour pour le développement des femmes, GDA BOU K'HIL, GDA SAFA et GDA VITA) avec de faibles moyens, des activités limitées, un besoin pressant d'accompagnement et d'appui mais prêts à s'engager dans une dynamique de partenariat, de développement des capacités et d'amélioration des produits</p>									

Conclusion

Une dynamique de développement des chaînes de valeur a été enclenchée, entre autres, par quatre projets d'investissement financés par la Banque Mondiale, et ce grâce à l'opportunité offerte par un programme d'appui intégré et impactant sur le développement économique durable des régions concernées.

C'est dans ce cadre que s'inscrit le Projet de Gestion Intégrée des Paysages dans les régions défavorisées de la Tunisie (PGIP), mis en œuvre par la Direction Générale des Forêts (DGF) au sein du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et des Ressources Hydrauliques. A cet effet, une étude portant sur la chaîne de valeur des Plantes Aromatiques Culinaires (IRC PAC) dans la région du Nord-Ouest de la Tunisie (Beja, Kef, Jendouba et Siliana), a été lancée.

Renforcer la compétitivité des différents acteurs et favoriser le changement dans ce secteur au Nord-Ouest de la Tunisie ; tels sont les objectifs de ce projet.

La phase I de ce projet s'est proposée d' « identifier les défis et opportunités à travers la réalisation d'un diagnostic participatif de la chaîne de valeur et **d'une collecte de données** ». La collecte de données couvre aussi bien les données quantitatives recueillies à travers l'analyse documentaire que les données qualitatives, rassemblées lors d'entretiens personnels approfondies.

Trente-quatre acteurs représentant les agents du cluster (publics et privés) ainsi que les institutions d'appui de la chaîne de valeur PAC dans la région du Nord-Ouest (Béja, Jendouba, Le Kef et Siliana) ont été interviewés.

Les informations ainsi recueillies ont permis d'identifier les acteurs opérants dans la CDV, la nature de leurs interventions présentes et futures ainsi que leurs attitudes, présentes et futures aussi, par rapport à l'évolution de la CDV.

L'analyse de contenu des entretiens a fait ressortir les constats suivants :

- ☞ Les mauvaises conditions de travail des petits producteurs qui les empêchent d'atteindre un niveau plus élevé de productivité et de qualité des produits. Cet obstacle a ensuite une incidence sur la performance globale de la chaîne de valeur, dans la mesure où il devient de plus en plus difficile pour les exportateurs de satisfaire aux exigences de qualité et de répondre à une demande croissante sur le marché mondial.
- ☞ La lecture de la convention de cogestion et de l'alliance productive par certaines SMSA et certains GDA a permis de construire un premier plaidoyer sur cette approche qui selon les membres de ces organisations professionnelles rend la femme rurale une main d'œuvre bon marché pour le compte de l'opérateur économique alors que la vision de ces organisations de producteurs est d'appuyer les opérateurs économiques et notamment les femmes à devenir autonomes.
- ☞ Plusieurs GDA font actuellement face à des difficultés de commercialisation et se basent sur les opportunités de participation aux foires et salons pour l'écoulement de la production.
- ☞ Les GDA font face à des difficultés d'accès aux ressources vu les contraintes réglementaires. En effet, ces GDA ont de faibles ressources financières et ne peuvent pas accéder aux adjudications.
- ☞ Un GDA (Ain Babouche au Kef) a pu obtenir la certification bio et le label de commerce équitable auprès d'un organisme étranger. Il a eu une première expérience d'export d'huile de romarin vers la France à travers un intermédiaire.
- ☞ La chaîne de valeur frais, est confrontée à un défi de logistique et de maintien de la chaîne de froid qui est très difficile pour un GDA (depuis la production jusqu'à l'export). Des expériences ont été réalisées mais ont échoué à cause de ce manque de maîtrise de la chaîne de froid notamment au niveau du dernier maillon de la chaîne (commercialisation).

- ☞ Certaines structures comme L'URAP à Siliana appuient les GDA féminins par l'accès à la participation aux manifestations régionales et nationales leur permettant ainsi de vendre leurs produits. Des GDA féminins existent dans la région tels que GDA Nour, VITA, SAFA. Quelques projets de développement interviennent pour appuyer ces structures.
- ☞ L'APIA fournit aux opérateurs de l'aide financière sous forme de subvention à l'investissement selon le Code d'investissement de 2017 ; il y a eu une dissociation pour les PAM en tant que filière économique prioritaire qui bénéficie de 15% de subvention sur l'investissement.
- ☞ La filière PAM au Kef, offre de très grandes potentialités d'emploi mais elle fait face à des difficultés de fonds de roulement lors du montage du projet.
- ☞ La situation actuelle de la CDV est donc caractérisée par : une faible diversification de l'offre, une production réduite à un petit nombre d'espèces (la plupart spontanée), une mise en valeur insuffisante (équipement traditionnel, absence de la deuxième transformation), une performance des acteurs sur le plan utilisation des ressources, un travail collaboratif et une synergie entre eux très limités ainsi qu'un marché exigü...
- ☞ Toutefois, il ressort aussi du verbatim recueilli des entretiens, des pistes et des opportunités évidentes de changement notamment :
 - ✚ Les pratiques et attitudes des opérateurs institutionnels de la CDV Plantes Aromatiques et Culinaires se caractérisent par : un diagnostic réaliste et concret, des interventions actuelles ciblées et efficaces, une vision future claire et globale et une mobilisation et un engagement pour un changement à inscrire dans un processus de développement local durable.
 - ✚ Les pratiques et attitudes des opérateurs économiques (GDA, entreprises) de la CDV Plantes Aromatiques et Culinaires se caractérisent de leur part par une couverture des différents maillons de la CDV, une volonté de développer l'activité et l'adhésion notamment de la femme rurale dans toute dynamique susceptible de développer et valoriser la CDV et ce malgré les différents problèmes et défis auxquels ils font face (accès aux ressources, financement, commercialisation...)

Annexe 1 : Liste des entretiens avec les acteurs IRC PAC

N°	Date de l'entrevue	Organismes	Gouvernorat	Nom et prénom
1	29/04/2020	GDA Pure nature	Jendouba	rihem nouioui
2	29/04/2020	SMSA yanabi'a El Khayr	Jendouba	Noura Nouioui
3	29/04/2020	GDA KNOUZ DJEBBA	Beja	Farida Djebbi
4	30/04/2020	APIA KEF	Kef	Jabnoun Anissa
5	01/05/2020	GDA NOUR	Siliana	Kakthoum mimouni
6	01/05/2020	GDA SAFA	Siliana	Sonia gamoudi
7	01/05/2020	GDA VITA	Siliana	Sana jebali
8	01/05/2020	GDA Ain babouche	Kef	lemia cherni
9	02/05/2020	GDA Khayrat Fallahat Tibar	Beja	Monia djebbi
10	02/05/2020	GDA Oued Maaden	Beja	Chokri tabboubi
11	02/05/2020	GDA AL Baraka	Jendouba	Mabrouka athmini
12	05/05/2020	Herbiotech AROMA	Siliana	Leith tlemçani
13	05/05/2020	GDA Al AMAI	kef	Adel ksouri
14	05/05/2020	GDA Bayt elmouna	Beja	Asma rouissi
15	05/05/2020	FLORA NATURA	Jendouba	Sarra ncibi
16	11/06/2020	CRDA Béja	Beja	Abderraouf jaziri
17	11/06/2020	DAB Béja	Béja	Radhia dridi
18	11/06/2020	ODESYANO	Béja	Chahinez azizi
19	12/06/2020	DRPS	Béja	youssef naili
20	12/06/2020	Arrondissement Foret Béja	Béja	Zied Askri
21	12/06/2020	Arrondissement Foret Nefza	Béja	Fathi ouimri
22	12/06/2020	URAP Béja	Béja	olfa souissi

23	18/06/2020	CRDA KEF	Kef	Kamel dridi
24	18/06/2020	Coordinateur PGIP KEF	Kef	Riadh salhi
25	18/06/2020	Arrondissement forêt Kef	Kef	Omar ferchichi
26	19/06/2020	APIA Siliana	Siliana	Samir jaouadi
27	19/06/2020	DRPS Siliana	Siliana	sadok missaoui
28	19/06/2020	Arrondissement forêt Siliana	Siliana	sabri wallani
29	19/06/2020	Division BIO Siliana	Siliana	sameh jbeli
30	20/06/2020	URAP Siliana	Siliana	khalil ayari
31	22/06/2020	CRDA	Jendouba	Abdejellil Elafi
32	19/06/2020	CRDA	Siliana	Moncef Hermi
33	18/06/2020	Institut Sylvopastoral Tabarka	Jendouba	Lamjed Toumi
34	27/06/2020	INAT	Tunis	Faiçal ben jeddi
35	24/06/2020	CFPA Rimel	Bizerte	Hasnaoui Mahmoud et Grami Mabrouk
36	25/06/2020	AVFA	Tunis	Khemais Zayani
37	21/06/2020	APIA	Jendouba	Rajhi Abdelhakim
38	16/06/2020	APIA	Béja	Fakhfakh Faouzi
39	19/06/2020	APII	Jendouba	Hedhli Ridha
40	28/06/2020	Direction Générale l'Agriculture Biologique	Tunis	Maamar Samia

D5

DOCUMENT DE VOYAGE DE REFERENCE
(Version Finale)

Table des matières

1.Introduction et objectif du voyage de référence.....
2. Description du cluster national.....
3. Analyse stratégique initiale.....
4. Hypothèses à vérifier lors de la réalisation des entretiens
5.Entretiens avec les acheteurs les plus avancés
5.1. Descriptif de quelques destinations considérées pour le voyage de référence	
5.2. Contacts sélectionnés	
6. Informations sur les acteurs figurant dans l’agenda des entretiens
6.1. Entreprise dFarm /USA
6.2. Paris Herbes /France.....
6.3. Herbes de Meaux/France.....
6.4. Aromidicampo/Italie.....
6.5.Easy fresh logistics/Espagne.....
6.6. BrimaPack/Pays-Bas.....
6.7.Aromáticas de Palma.....
6.8.Celtic Developers Grup/CDG.....
6.9.Flore en Thym.....
Annexes : Guide d’entretien

1. Introduction et objectif du voyage de référence

Dans le cadre de l'étude de l'IRC Plantes Aromatiques Culinaires Fraîches, parmi les activités à entreprendre, figure l'organisation d'un voyage de référence internationale pour rencontrer des acheteurs avancés (conformément à la phase 2 du planning de travail) pour cette chaîne de valeur.

Etant signalé que les trois étapes précédentes de l'analyse stratégique ont permis d'identifier le marché « frais » comme marché le plus porteur pour permettre une valorisation des plantes aromatiques culinaires dans la région du Nord-Ouest. Les herbes fraîches gagnent en popularité à mesure que les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux produits naturels et plus sains et aux expériences culinaires.

En effet, pour ce marché, les professionnels de la restauration, l'hôtellerie mais aussi les consommateurs souhaitent agrémenter leurs plats avec une gamme de plantes spontanées disposant d'une bonne puissance aromatique naturelle qui permet de rehausser leur gastronomie.

A ce titre, ils sont à la recherche des plantes aromatiques fraîches de haute qualité présentant des informations nutritionnelles couplées à l'histoire et l'usage du produit. Ceci présente une attractivité élevée pour les entreprises tunisiennes.

L'objectif du voyage de référence vise à organiser des réunions avec les acteurs les plus avancés (acheteurs, concurrents, experts etc.) en rapport avec l'hypothèse du segment stratégique le plus compétitif identifié suite à l'analyse de l'attractivité des segments.

Toutefois, en raison des conditions sanitaires Covid 19, le groupement CDCGE/AFC avec la Task-Force ont arrêté la liste des acheteurs les plus avancés dans quelques pays (France, Italie, USA, Pays-Bas...) qui ont été interviewés par visioconférence au cours de la deuxième moitié du mois de novembre 2020.

Les leçons tirées de ces entretiens ont été utilisées pour l'analyse stratégique faisant ressortir les gaps entre la chaîne de valeur actuelle et la chaîne de valeur idéale. Elles ont été présentées au niveau des réunions des groupes stratégiques.

L'objectif de ces réunions est d'impliquer les principaux acteurs économiques dans la réflexion stratégique. Deux réunions de stratégie ont servi de confirmer l'hypothèse du segment stratégique le plus attractif qui va conduire à définir le plan d'investissement et d'amélioration des affaires.

2. Description du cluster national

La région du Nord-Ouest compte 44% des paysages forestiers nationaux :

- 15 paysages forestiers qui sont concernés par la filière Plantes aromatiques et médicinales :
- 2.6% de la superficie nationale des plantes médicinales cultivées
- 21.4% de superficie nationale des plantes aromatiques cultivées
- 15 paysages forestiers qui sont concernés par la filière Plantes aromatiques et médicinales :

Le romarin, le lentisque, le thym et le myrte sont les principales espèces exploitées dans cette zone, elles représentent :

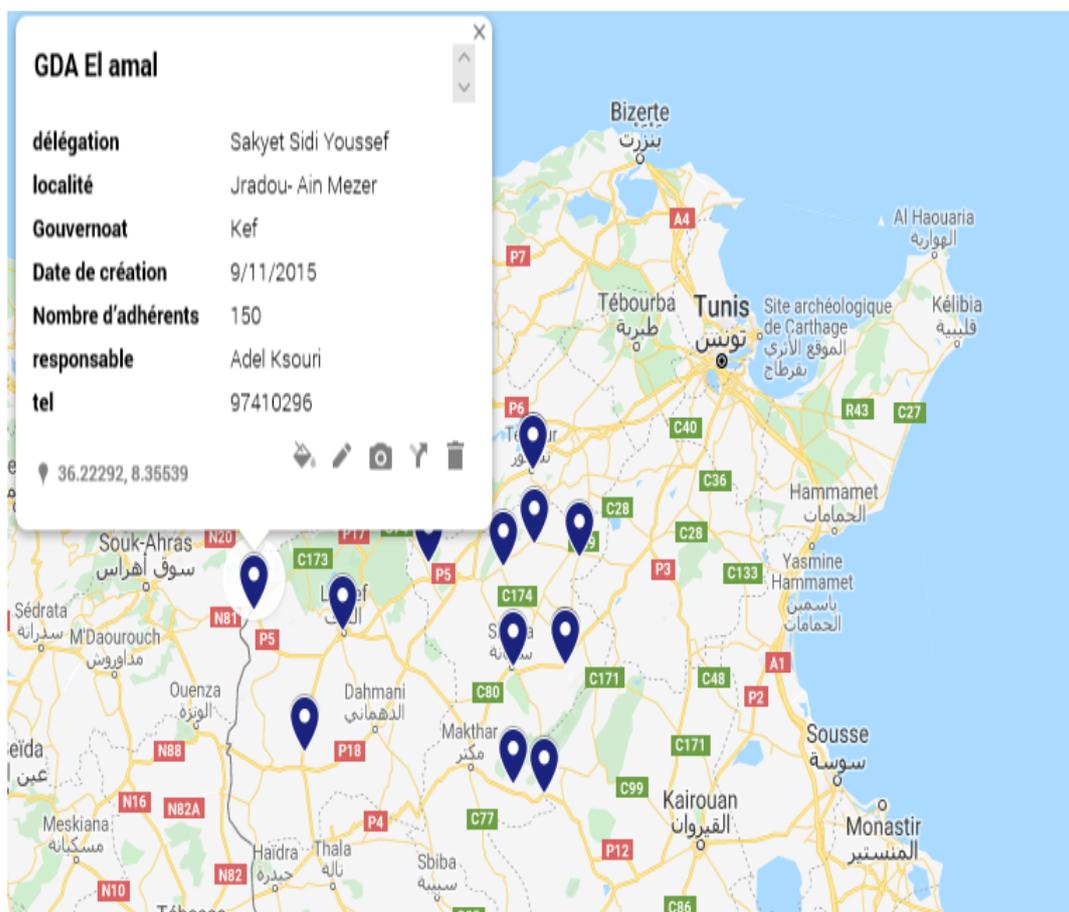
- 47% de la superficie nationale en Romarin (95020 ha)
- 46% de la superficie nationale en Thym (16075 ha)
- 45% de la superficie nationale en Myrte (1170 ha)
- 25% de la superficie nationale en Lentisque (17417 ha)

- Pour la mise à la vente, on enregistre en moyenne 40% de la superficie par an pour le romarin et 45% de la superficie pour le myrte et thym

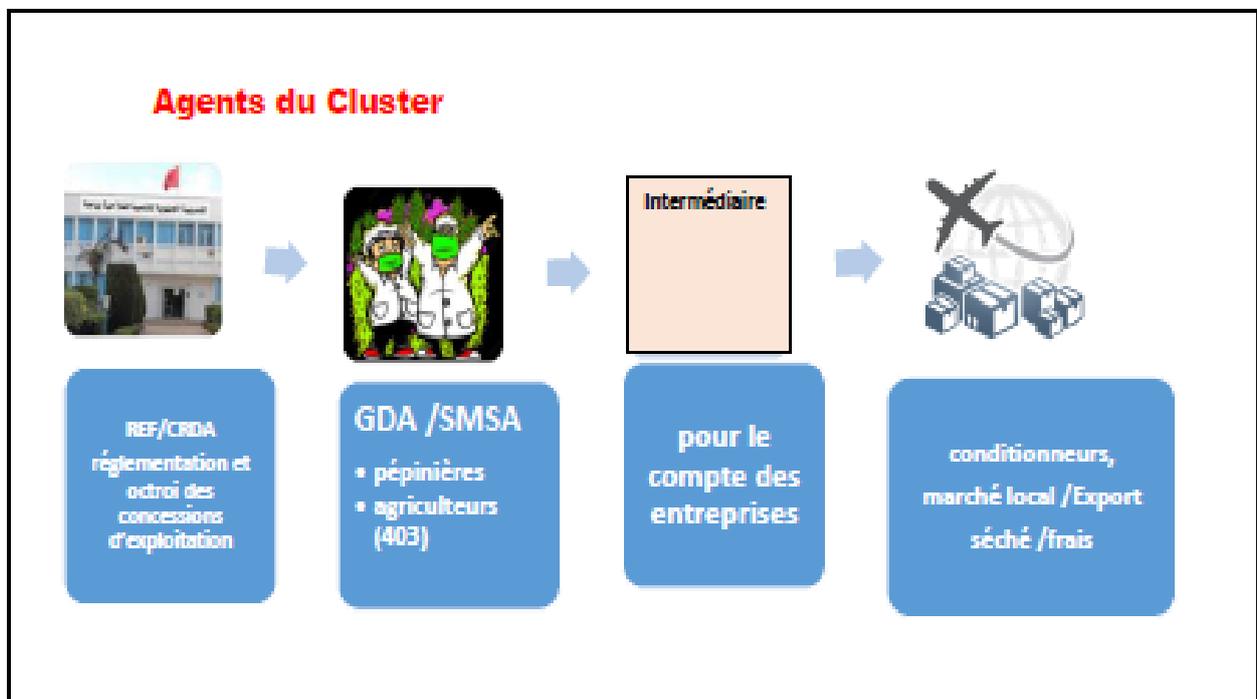
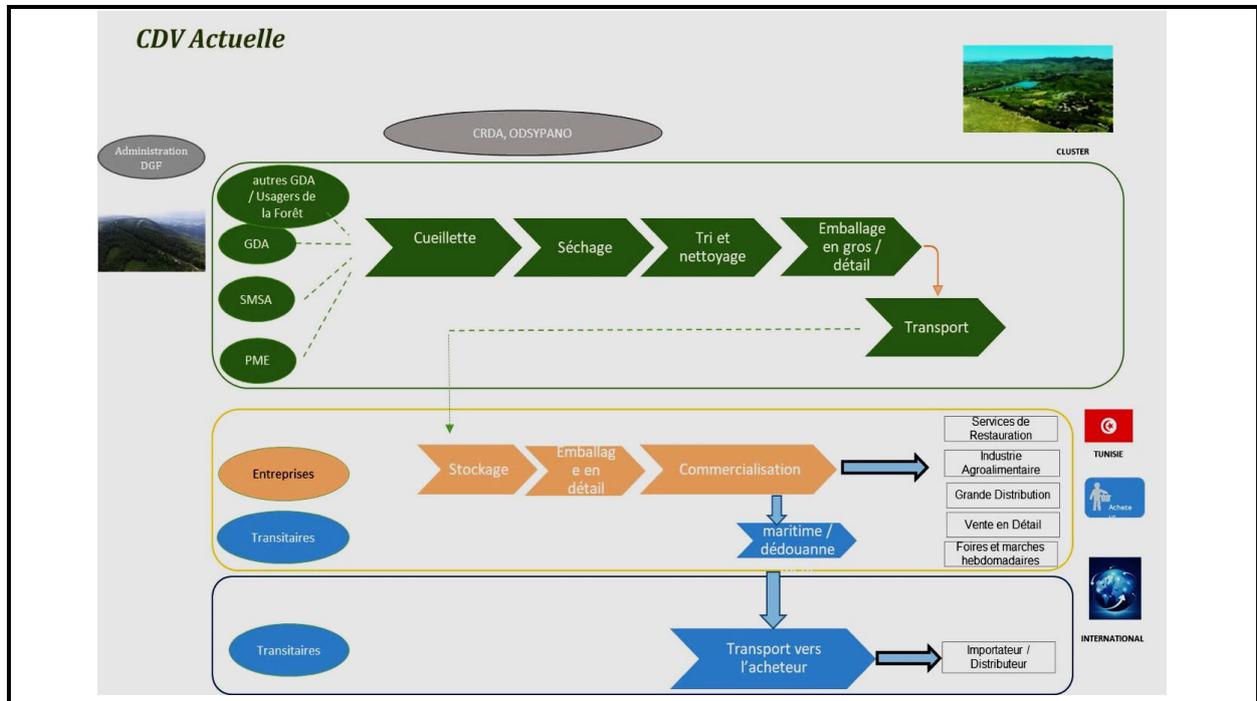
Les acteurs du cluster se répartissent comme suit :

- 27 GDA (1126 agriculteurs)
- 403 agriculteurs de plantes cultivées
- 08 SMSA
- 06 Unités de transformation

Carte (géolocalisation) du cluster des acteurs



Bref descriptif de la chaîne de valeur actuelle



Points forts et points faibles du Cluster PAM Culinaires du Nord-Ouest

Il est à noter que l'étude de la situation du secteur des PAMs permet de dégager les points forts, les faiblesses et les opportunités de ce secteur

*i. **Points forts :***

- Flore riche et diversifiée ;
- Main-d'œuvre abondante ;
- Faible coût de production ;
- Opportunités d'exportation croissantes (proximité d'un marché important, l'Europe en particulier) ;
- Traditions historiques dans le domaine de l'utilisation des PAM ;
- Secteur privatisé, de la collecte à la transformation et à la commercialisation (contrairement au liège)
- Bonne gestion des zones sauvages du PAM par les autorités compétentes
- Stratégie de développement existante pour la production biologique

*ii. **Points Faibles :***

- Le système d'appel d'offres actuel reste vulnérable à la création d'organisations professionnelles dans le secteur ;
- Connaissance limitée des normes internationales et des opportunités parmi la plupart des acteurs du secteur privé ;
- Utilisation de techniques de qualité inférieure dans la collecte et le traitement pour la plupart des exploitations industrielles ;
- Maîtrise limitée de la chaîne du froid ;
- Accès limité au financement et coût élevé des investissements en capital qui en résulte ;
- Difficulté à assurer une régularité au niveau de l'approvisionnement de certaines plantes ;

3. Analyse stratégique initiale

Matrice des segments

	Prêt à consommer plantes aromatiques homogènes ou des mélanges spécifiques à une utilisation particulière	Biologique	Découverte
Plantes aromatiques culinaires séchées	-	-	A3
Plantes aromatiques culinaires fraîches	-	B2	B3

Pour la segmentation du marché des plantes aromatiques, nous avons distingué les plantes aromatiques séchées et les plantes aromatiques culinaires fraîches. Ainsi, les segments concernés sont les suivants :

- **A3** – plantes aromatiques culinaires séchées destinées au marché gourmet
- **B2** – plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché du biologique.
- **B3** – plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché de découverte (marché gourmet) comportant une utilisation orientée vers la restauration.

L'attractivité a permis de dégager les éléments suivants :

- **A3** – Attractivité faible
- **B2** – Attractivité élevé
- **B3** – Attractivité relativement élevée

4. Hypothèses à vérifier lors de la réalisation du voyage

Dans cette analyse, les concurrents et les acheteurs avancés du marché des plantes aromatiques fraîches culinaires, placés sur la scène mondiale sont :

- Les plus grands exportateurs de Frais (Chine (15,4%), Italie (14,5%), Pays-Bas (14,1%), Mexique (7,1%), Etats Unis (6,6%) ;
- Les plus grands importateurs de Frais (Allemagne (12,3%), les USA (10,9%), le Royaume Uni (9,4%), La France (8,2%) et le Canada (6%) ;

A titre d'illustration, pour le romarin frais, on trouve :

- Top importateurs : USA et Afrique du sud
- Top exportateurs : La Colombie, les Etats Unis, Honduras, Mexique et Israël.

Ainsi, les résultats de l'analyse et des recherches effectués dans notre travail, ont apporté les hypothèses suivantes qui vont être confirmées lors des entretiens avec les acheteurs les plus avancés dans quelques pays ciblés :

- Il y a un changement important de la tendance de consommation en cours dans ce marché qui intéresse les productions du Nord-ouest de la Tunisie.
- On voit émerger un nouveau consommateur que l'on pourrait qualifier de consommateur socialement responsable qui va introduire dans ses critères d'achat le goût, la qualité certifiée, l'origine et la découverte.
- Il y a des options stratégiques qui confirment le segment considéré : **Plantes aromatiques fraîches biologiques**
- De ce fait, les exigences en matière de contrôle de la qualité et de la chaîne du froid et la présentation du produit (Emballage) sont nécessaires.
- Le Benchmarking permet-il d'évaluer les déterminants de la compétitivité de ce segment et son positionnement par rapport à l'international.
- L'analyse du secteur des PAM fournit des exemples de Benchmarking d'autres pays qui ont relevé des défis similaires à ceux identifiés dans la zone d'étude.
- Les solutions à ces goulots d'étranglement peuvent servir de bonnes pratiques et inspirer des changements dans les pratiques du secteur tunisien des PAM.

5- Entretiens avec les acheteurs les plus avancés

5.1. Descriptif de quelques destinations considérées pour le voyage de référence

- i.** L'Italie et la France : Les deux pays sont aussi très sensibles à une alimentation de haute qualité, chargée de symboles et de dimensions sociales affirmées (signes de qualité, commerce équitable, traçabilité des produits etc..). Par contre, les circuits commerciaux des deux pays sont profondément différents, l'Italie privilégiant le commerce spécialisé de proximité, et la France les grandes et moyennes surfaces.
- ii.** L'Allemagne : si l'Allemagne est aussi très sensible aux aspects sociaux et écologiques des produits alimentaires, la composition de son alimentation reste orientée sur des produits de première nécessité en nombre réduit et avec des références bien établies sur des volumes importants
- iii.** Les Pays Bas : le marché hollandais est une porte d'entrée majeure du marché européen pour les produits de masse (dont les quelques fruits et légumes présents sur le marché mondial comme les pommes, la banane et les fruits exotiques), mais traite essentiellement des gros volumes sur des spécialités bien référencées à l'échelle internationale. La plate-forme hollandaise dessert secondairement avec l'Allemagne (Hambourg), l'Europe du Nord et le Royaume Uni.
- iv.** Les USA en tant que plus grand importateur du frais.

5.2. Contacts sélectionnés

Dans un premier lieu, la perspective de la première intention a été envisagée en Europe en se focalisant sur la France et l'Italie ainsi que les Pays-Bas. D'autres destinations ont été proposées au fur et à mesure de l'avancement de la conduite des entretiens et de l'analyse de Benchmarking, il s'agit des USA en tant que premier pays importateur, de l'Espagne qui bénéficie d'une logistique de froid non négligeable qui couvre toute l'Europe et du Portugal qui nous a été recommandé par un acheteur avancé lors des interviews ainsi qu'un restaurateur.

Tableau comparatif des différents contacts

Pays	Exigences / Nature du produit	Nature du marché
France	Produits spécifiques avec signes de qualité	Marchés structurés : de gros, grandes et moyennes surfaces
Italie	Produits spécifiques avec signes de qualité/ produits bien identifiés	Commerce spécialisé de proximité (atomisé)
Allemagne	Produits avec références établies	Volume important
Pays bas	Produits de masse/gros volumes	Plate-forme pour l'Europe
USA	Produits avec références établies	Volume important
France	Produits spécifiques avec signes de qualité	Marchés structurés : de gros, grandes et moyennes surfaces
Italie	Produits spécifiques avec signes de qualité/ produits bien identifiés	Commerce spécialisé de proximité (atomisé)
Allemagne	Produits avec références établies	Volume important
Pays bas	Produits de masse/gros volumes	Plate-forme pour l'Europe
Pays bas	Produits de masse/gros volumes	Plate-forme pour l'Europe
USA	Produits avec références établies	Volume important

A- FRANCE

La filière des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM) est une filière très diversifiée, aussi bien au niveau de ses productions (plus de 150 espèces végétales et plus de 500 références produits) qu'au niveau des usages des produits : alimentaire, parfumerie, cosmétique, pharmaceutique, compléments alimentaires, vétérinaires, ...

Les matières premières produites sont utilisées sous différentes formes : en frais, en sec, en surgelé et sous forme d'extraits (90 % des productions). C'est une filière en fort développement : passage de 32 000 ha en 2000, à 38 000 ha en 2010 puis à 48 000 ha en 2015. **Cette dynamique concerne** principalement les plantes aromatiques utilisées en cuisine et les plantes médicinales non exclusives utilisés dans les compléments alimentaires, qui sont réglementairement des aliments

Surfaces (en ha)	2010	2016	Évolution 2010/20
Plantes aromatiques	2 500	6 255	150%

Source : FranceAgriMer, recensements agricoles et déclarations PAC

En France, la filière des plantes à parfum, aromatiques et médicinales est organisée au travers de groupes de producteurs assistés par des structures techniques et économiques spécifiques. Elle a réussi se maintenir grâce à un positionnement sur des marchés spécifiques, de qualité, valorisant l'origine et sur des petites productions traditionnelles. Les différentes études et les liens constants de FranceAgriMer avec les secteurs industriels utilisateurs de ces plantes, ont permis de mettre en évidence une demande croissante pour les produits à base de plantes aromatiques notamment dans les secteurs du cosmétique et de l'alimentation. Ce sont des opportunités de développement pour les producteurs français. Les plantes endémiques sont d'un intérêt croissant, car elles portent une forte image territoriale, véritable valeur ajoutée pour des marchés cibles.

L'innovation est une préoccupation majeure de cette filière, en effet, c'est elle qui permet aux productions de rester compétitives vis-à-vis d'autres pays avec des coûts de main d'œuvre plus faibles.

La filière française des PPAM dispose d'atouts naturels, techniques et organisationnels et d'une très bonne structuration autour de nombreux organismes.

B- ITALIE

L'Italie, avec 6 000 exploitations agricoles actives et 24 000 hectares cultivés, est le 4ème pays de l'UE pour les superficies des plantes médicinales aromatiques et condiments, après la Pologne, la Bulgarie et la France²⁸.

Le marché est en constante expansion, notamment en raison d'un phénomène typique des dernières années : la redécouverte du concept de naturalité et d'authenticité, ainsi qu'une alimentation saine, qui ont provoqué un véritable boom des produits d'origine naturelle tant en restauration qu'en cuisine à la maison, et pour le soin et le bien-être de votre corps.

Le retour des Italiens à la nature a donné lieu à un engouement pour les herbes aromatiques portant la demande nationale à 25 000 tonnes en 2018. C'est ce qui ressort d'une analyse de Coldiretti²⁹.

Selon les données rapportées dans le plan sectoriel de ces plantes, environ 3000 exploitations italiennes sont engagées sur une superficie cultivée en plantes aromatiques, médicinales et condimentaires de plus de 7 000 hectares, qui ne couvrent cependant que 30% des besoins nationaux tandis que les autres 70% sont satisfaits par des importations.

28 https://www.ilsole24ore.com/art/cresce-consumo-erbe-aromatiche-e-settore-rilancia-l-osservatorio-e-nuovi-investimenti-ADe6hjjg?refresh_ce=1

29 Confédération nationale des agriculteurs Italie

Selon une estimation de Coldiretti (Confédération nationale des agriculteurs) qui est la plus grande association de représentation et d'assistance de l' agriculture italienne, le potentiel du secteur en Italie est considérable avec la production nationale qui pourrait plus que doubler avec des effets significatifs sur l'emploi et sur les industries connexes.

Ces dernières années, il y a eu une augmentation significative de la culture des herbes aromatiques, dans de nombreuses régions d'Italie notamment en Sicile qui, grâce aux conditions pédoclimatiques présentes dans de nombreuses régions, représente un substrat idéal pour le développement de ces essences qui, poussant spontanément dans la nature, ont des caractéristiques de rusticité et une capacité marquée à s'adapter par rapport à la plupart des cultures de fruits et légumes les plus courantes.

Dans la grande distribution italienne, les herbes aromatiques sont considérées comme un produit de service pour compléter le rayon fruits et légumes et ont une gamme plus limitée que les grandes chaînes de distribution étrangères³⁰.

C- ESPAGNE

L'Espagne³¹ utilise intensivement les herbes culinaires et la consommation nationale de certaines herbes est élevée. Avec son climat favorable, l'Espagne est capable de cultiver la plupart des herbes toute l'année. Pour les producteurs marocains, il peut être intéressant de fournir des herbes fraîches supplémentaires.

Les producteurs d'herbes espagnols sont responsables de la satisfaction de la demande locale ainsi que d'autres marchés européens. En Espagne, les herbes populaires comprennent la coriandre, le romarin et le persil. Le basilic et l'origan sont populaires dans toute la région méditerranéenne, y compris en Espagne.

Les producteurs professionnels utilisent des champs ouverts et des tunnels en plastique pour faire pousser des herbes tout au long de l'année. Lorsque la production ralentit, les importations en provenance des pays voisins augmentent. Dans ce cas, les entreprises espagnoles se tournent de plus en plus vers le Maroc pour étendre leur productivité. En 2019, l'Espagne a importé pour 9,8 millions d'euros d'herbes fraîches du Maroc (entre autres légumes - voir la description du produit ci-dessus), une valeur qui a augmenté de plus de 2,5 fois depuis 2015. Cela fait de l'Espagne le principal marché d'achat des producteurs d'herbes marocaines.

D- PAYS-BAS

Les Pays-Bas³² ont la deuxième valeur d'importation la plus élevée d'herbes fraîches (parmi d'autres légumes de niche). La consommation locale augmente, mais la plupart des produits frais importés sont reconditionnés et réexportés vers les pays voisins. La tradition néerlandaise en matière de commerce et de logistique est essentielle pour de nombreux fournisseurs étrangers.

30Maria Teresa Manuelli , <https://www.ilsole24ore.com/>

³¹ICI Business/<https://www.icibusiness.com/>

³²ICI Business/<https://www.icibusiness.com/>

Les Pays-Bas se sont toujours positionnés comme un fournisseur de produits internationaux et ont en même temps une production horticole d'herbes fraîches. Les producteurs ont fait un effort pour introduire de nouvelles variétés d'herbes en cultivant différents types d'herbes fraîches dans des serres. Pendant l'hiver, des produits étrangers s'ajoutent à cette offre locale.

Aux Pays-Bas, la menthe est très populaire et souvent utilisée pour faire du thé à la menthe fraîche. L'influence indo-asiatique augmente la consommation de coriandre et de citronnelle.

Les importations néerlandaises ont atteint une valeur de 136 millions d'euros en 2019. La plupart sont importées de Belgique, d'Espagne, d'Italie et d'Allemagne. Le Kenya est le principal fournisseur non européen avec 2,9 millions d'euros. Plusieurs millions d'euros de la valeur totale des importations concernent le gombo et d'autres légumes exotiques, par exemple du Suriname, de la République dominicaine et du Costa Rica. Les Pays-Bas resteront une plaque tournante importante pour les plantes exotiques, qui offrent également des opportunités aux exportateurs de variétés d'herbes de niche.

6- Informations sur les acteurs figurant dans l'agenda des entretiens

Pour cette analyse, 6 pays ont été retenus dans lesquels 9 acteurs ont été interviewés : France, Italie, Etats Unis, Pays Bas, Espagne et Portugal. Des entreprises ou acheteurs leaders ont été sélectionnés et ont fait l'objet d'entretiens avec les principaux responsables dont on retrace ci-après le contenu avec une présentation de l'entreprise/acteur, l'objectif de l'entrevue et les leçons tirées de ces entretiens.

6.1. Entreprise dFarm /USA



24155 Drake Road, Farmington Hills,

Michigan 48335, USA .

Email: info@dfarminc.com

Phone : [+248-553-7379](tel:+248-553-7379)

<http://www.dFarminc.com>

DFarm est passionnée par la transformation de la chaîne d'approvisionnement agricole pour le bien-être des agriculteurs et des consommateurs - et de tous ceux qui se trouvent entre les deux.

Le système de gestion de l'information agricole (AIMS) de dFarm est une solution AG SCM qui utilise des technologies telles que la blockchain, l'intelligence artificielle, le Big Data, et un modèle commercial Software-as-a-Service (SaaS) pour créer la chaîne d'approvisionnement des produits plus visibles, transparente et efficace.

AIMS améliore la rentabilité des grossistes et détaillants de produits :

En augmentant la disponibilité de produits plus frais et de meilleure qualité

En automatisant et en accélérant les processus de règlement financier

En utilisant les données et les informations pour améliorer le suivi, le traçage, les prévisions et l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement

L'intelligence d'entreprise AIMS fournit aux grossistes et aux détaillants des données complètes sur la chaîne d'approvisionnement des produits, leur permettant de mieux optimiser la chaîne d'approvisionnement, de générer plus d'efficacité et d'augmenter les profits.

AIMS assure le suivi de la production des certifications GAP, FSMA, PACA et toute autre certification requise et garantit la conformité tout au long de la chaîne de valeur, de l'agriculteur au détaillant, en fournissant aux détaillants des produits de qualité supérieure qui peuvent atteindre des prix élevés et améliorer la satisfaction des consommateurs.

AIMS TM est une application basée sur le cloud qui utilise la blockchain et d'autres technologies avancées pour aider les grossistes et les détaillants de production à optimiser leur chaîne d'approvisionnement en produits. Cette technologie permet la mise en œuvre d'un registre distribué en temps réel, de contrats intelligents, de suivi et de traçage, d'une tarification équitable, de la surveillance des données et d'un règlement financier rapide tout en minimisant les erreurs humaines.

L'AIMS augmente la visibilité des services à valeur ajoutée disponibles, connectant les agriculteurs à de nouveaux marchés extérieurs régionaux, étatiques et mondiaux, et améliorant l'accès au marché pour les agriculteurs tout en offrant une rentabilité plus élevée.

La plateforme offre de nombreuses fonctionnalités liées à la qualité du produit, à la demande et à l'offre pour les produits, tels que les prix, les caractéristiques techniques et les avis des consommateurs, et toutes ces données sont disponibles à travers l'application.

Objectifs de l'entrevue :

Comprendre les exigences et les caractéristiques de l'activité des herbes fraîches, y compris celles liées aux services logistiques comme l'une des composantes majeures des herbes fraîches.

Personne interviewee : Mr Venkatesh B. Vadlamud
Tél: +248-553-7379

Date de l'interview : 12 Novembre 2020

Leçons tirées

Y a-t-il pour la chaîne de valeur des herbes aromatiques fraîches une opportunité pour l'adoption d'une telle application pour le suivi de toutes les opérations de la chaîne d'approvisionnement : de la production à la commercialisation.

La solution présentée par DFarm peut être un bon facteur d'optimisation et de pilotage de chaînes existantes et déjà installées, autant il nous semble qu'il ne peut pas prendre en charge le démarrage d'une nouvelle chaîne et l'acquisition d'expérience correspondante.

Il vaut beaucoup mieux pour cela se lancer à partir des demandes de marchés constatées côté acheteurs mais avec prudence et en développant peu à peu l'offre de produits.

6.2. Paris Herbes /France



Paris Herbes

Leader des herbes aromatiques à Rungis

2121 Avenue du Lyonnais Bâtiment A2 Cp 50501 94577

Rungis Cedex, France

Tel/ +33 6 65 24 88 99

EMAIL : parisherbes@gmail.com

Site web : <https://www.parisherbes.com/>

Paris Herbes est l'un des grossistes et vendeurs d'herbes aromatiques leader sur le Marché de Rungis. Avec une superficie importante au bâtiment, comportant un espace de vente en surface, une surface de stockage de 200 m² en sous-sol et des bureaux en mezzanine.

- Les spécialités sont principalement :
- La menthe, la coriandre et le persil.
- Les salades fraîches (romaine, batavia, scarole, etc.).
- Les divers légumes, aulx, oignons, échalotes, poivrons et courges
- Ou encore des fruits.

En tant que grossiste et Importateur, nous avons une position d'expert dans la connaissance des produits, leurs variétés, et leur disponibilité. Pour cela nous cherchons toujours les produits de saison à travers le monde entier.

Notre spécialité et fonds de commerce reposent sur les herbes (en tête desquelles la menthe, la coriandre et le persil), avec une vingtaine de référence en permanence.

Notre gamme a cependant déjà été étendue aux salades fraîches (romaine, batavia, scarole, etc.) pour répondre aux besoins de notre clientèle.

Paris herbes est également un importateur de légumes et de fruits afin de répondre à la demande de nos clients.

En se situant au plus près des besoins des clients, nous sommes souvent de plus en plus amenés à livrer, proposer des produits originaires de tous les continents à un niveau optimal de maturité de calibre et de conditionnement.

Objectifs de l'entrevue :

Comprendre les exigences des grossistes /revendeurs et quels éléments doivent être modifiés pour s'adapter à l'exportation de plantes aromatiques notamment fraîches

Personne interviewée : Mr Ismail Mrhari

Date de l'interview : 18 Novembre 2020

Leçons tirées

Tous les producteurs ont réussi à laver, grouper et emballer leurs herbes et commencer à les refroidir dans les trois heures suivant la récolte, même si pendant cette période, ils sont restés à température ambiante. La pulvérisation ou le trempage d'herbes dans l'eau est une méthode pour prévenir la perte d'humidité.

Les herbes fraîches ont besoin d'un emballage protecteur pour conserver leur fraîcheur et leur qualité. Les exigences d'emballage varient selon les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement, tels que les importateurs, les réemballeurs, les grossistes et les détaillants. Cependant, la plupart des herbes importées sont réemballées par le fournisseur.

On est bien dans l'univers des fruits et légumes, de l'ultra-frais et donc assez loin de la cueillette, de l'équitable etc. Ça veut dire éventuellement de la cueillette pour les herbes méditerranéennes, mais conduite très rigoureusement, et sinon de la culture elle aussi très soignée, avec derrière une chaîne de présentation et logistique impeccable, et donc les investissements correspondants.

On n'est ni sur le luxe avec son aspect authenticité et découverte, ni sur le bio et l'éthique avec des consommateurs soucieux de ces aspects. Il faut donc des entretiens aussi avec ce type de créateurs.

6.3. Herbes de Meaux/France



Herbes de Meaux

MIN de RUNGIS, 2 rue de Carpentras - bât D3

94312 RUNGIS France

Tel:01.46.86.87.00

Email:hdm.rungis@orange.fr

<https://www.herbesdemeaux.com/>

Producteur et fournisseur d'herbes aromatiques et jeunes pousses en Seine-et-Marne en France. Herbes de Meaux vend sur le M.I.N. (marché d'intérêt national) de RUNGIS et livre des plateformes de grandes surfaces les produits de l'exploitation pendant la saison. Afin de fidéliser la clientèle, Herbes de Meaux commercialise hors saison, ces mêmes produits provenant de fournisseurs réguliers situés en Espagne, Maroc, Israël...

La production s'effectue sur environs 50 hectares permettant 2 à 3 récoltes par an. Herbes de Meaux bénéficie de la proximité de la région parisienne et vise à assurer une qualité optimale par la fraîcheur des produits, par le choix des fournisseurs et par les processus utilisés.

Elle récolte, conditionne et commercialise ses produits sur le MIN de Rungis.

PRODUITS :

Aneth • Menthe

Basilic • Oseille

Cerfeuil • Persil plat et frisé

Ciboulette • Pousse épinard

Coriandre • Romarin

Epinard • Roquette

Estragon • Sauge/Thym/ Mélisse.

Jeunes pousses de salades

Les traitements sont raisonnés et remplacés quand cela est possible par des solutions agronomiques (rotation de cultures, binages, bande d'herbes pour chasser les insectes, désinfection thermique...).

Les herbes aromatiques sont bottelées et conditionnées à la main directement dans les champs 6 jours sur 7. Les jeunes pousses de salades et épinards sont récoltées à la machine.

Objectifs de l'entrevue :

Comprendre les conditions d'achat et de commercialisation au niveau global ainsi que les facteurs clés pour être compétitif sur un marché du frais.

Personne interviewée : Mr Grégoire Maurice

Date de l'interview : 19 Novembre 2020

Leçons tirées

Suite à cet entretien, il ressort que la base, c'est la culture, et une culture de type maraicher, notamment pour les principales herbes aromatiques (persil, coriandre, menthe, ciboulette, aneth, basilic, estragon etc.).

On rentre ici dans les plantes courantes, avec la concurrence avec le Maroc, l'Espagne ou Israël. La qualité est impérative et il est peu probable d'avoir une meilleure qualité que ce qu'on peut trouver ; par contre, il est indispensable de l'égaliser, et on a vu que cela procédait de la culture, de la récolte, des façons après récolte, de l'emballage, de la chaîne de froid des conditions de transport etc.

A côté de ces plantes, il y a bien des plantes plus rustiques comme le thym, le romarin, et autres arbustes méditerranéens. Ces dernières plantes peuvent être cultivées ou cueillies, sont moins difficiles à conserver. Cet ensemble suppose plusieurs choses : des fermes de culture maraichère, avec irrigation et abris froids éventuels. Les chaînes de façonnage et emballage peuvent être regroupées avec des plantes de cueillette, et la concurrence se fera alors sur la gamme, la qualité suivie et la continuité de livraison.

La Tunisie pourrait se placer si elle fournit à certains moments où d'autres sont empêchés, quand il fait froid ou pendant les fêtes quand la demande est forte. On peut se limiter à des plantes de cueillette, mais dans ce cas, la gamme sera beaucoup plus restreinte en espèces (thym, romarin, sarriette.). Il faudra la même rigueur de récolte, façonnage, conditionnement, transport, chaîne de froid. Pour certaines plantes comme le thym, on peut trouver un goût spécifique à la provenance Tunisie, lié à l'équilibre entre variétés locales de thym sur le terrain. La gamme doit être pensée de façon large, et il faut peut-être intégrer de la myrte ou d'autres espèces potentiellement cueillies. On est dans cet exemple beaucoup moins sur le marché global aromatique frais, mais plus dans des "spécialités".

Le développement de la pourriture est un facteur majeur limitant la durée de conservation de la plupart des herbes fraîches et l'industrie de la restauration exige une faible charge microbienne. Les températures froides utilisées dans les entrepôts variaient de 2 à 6 ° C.

6.4. Aromidicampo/Italie



Azienda Aromidicampo

C.da Peralta SP 25 Km 13,100 SN –

97100 Ragusa, Italia

Téléphone: + 3486456080

Courriel: info@aromicampo.it

Site web: <https://www.aromicampo.it/>

L'Azienda Agricola Campo, créée dans les années 80, est située dans le sud-est de la Sicile à quelques kilomètres de la bande côtière de la province de Raguse, dans une zone caractérisée par un climat doux qui a toujours favorisé la production de diverses cultures maraîchères. "Campo" n'est pas seulement un nom, mais c'est aussi une véritable vocation, un dévouement aux produits les plus nobles de la terre.

Depuis 2010 la Société, après trente ans d'expérience dans la culture de plantes à fleurs et aromatiques en pot, a converti sa production en plantes aromatiques coupantes, notamment le basilic, la menthe, le persil, la sauge, le romarin et le piment.

L'entreprise est également présente avec ses produits en grande distribution : au travers de deux plateformes très appréciées sur le territoire, elle commercialise ses produits dans des barquettes de tailles et de poids variés.

La vocation, la mission de notre entreprise est de fournir un produit de la plus haute qualité respectant le goût et la tradition des pays méditerranéens.

Nos produits s'adressent à la grande et moyenne distribution à travers certaines des plateformes les plus importantes opérant sur le territoire sicilien. Engagement à garantir un service d'approvisionnement ininterrompu pendant les 12 mois de l'année, grâce à un calendrier qui nous permet de garantir des approvisionnements sans fluctuation de qualité et de prix. Fiers de suivre un principe de qualité que nous réalisons également à travers une déclaration sur les traitements, utilisant majoritairement des produits bio.

Les emballages garantissent la fraîcheur des produits, afin de permettre aux arômes frais d'exprimer toute la bonté d'un produit lié au territoire et à sa tradition gastronomique.

Objectifs de l'entrevue :

Avoir une idée sur la manière de produire et de vendre le produit dans des marchés de proximité.

Personne interviewée : Mr Maurizio Campo

Tél: +3486456080

Date de l'interview : 24 Novembre 2020

Leçons tirées

La fourniture journalière d'herbes aromatiques se compare davantage à une prestation de services qu'à un pur métier de production agricole :

- Coupe à la demande chaque jour de 20 produits différents
- Emballages personnalisés
- 100% de taux de livraison sur les commandes même sans prévisionnel
- Outils de promotion sur le lieu de vente clients (affiches, présentoirs...)
- Colis et transport quelles que soient les quantités
- Départs chaque jour de la ferme pour toutes les destinations

Mais aussi

- Mise en place de variétés ou de productions pour le compte de clients
- Développement d'emballages personnalisés.
- Pour éviter l'entassement des produits, utilisation de petits cartons

6.5. Easy fresh logistics/Espagne

Easy fresh



Phone : + 34963218021

Mobile : +34667495684

Email : rl.ho@easyfresh-logistics.com

Visit www.easyfresh-logistics.com

Easyfresh est un fournisseur mondial de logistique frigorifique, interagissant avec les compagnies maritimes de manière neutre et indépendante, avec notre propre connaissance maison multimodal.

Easyfresh sert des clients du monde entier, étant un partenaire stratégique dans la chaîne d'approvisionnement de bon nombre de nos clients. Nous assurons la plus large gamme de services logistiques et à valeur ajoutée pour les denrées périssables.

Easyfresh se concentre sur la logistique du fret frais et congelé. De plus, nous exploitons, possédons ou sous-traitons des entrepôts frigorifiques et ajoutons la distribution intérieure, les dédouanements et d'autres services à valeur ajoutée au fret maritime.

Reefer Logistics est la gestion synchronisée des achats, de la production, des ventes et de la distribution des denrées périssables avec la demande. Cela ajoute à la compétitivité de nos clients et permet une augmentation de la valeur de l'entreprise en réduisant les coûts de la chaîne d'approvisionnement et en réduisant les temps de transit totaux.

Nos solutions de transport multimodal ou combiné reposent sur des entrepôts frigorifiques, shortsea, route.

Objectifs de l'entrevue :

Comprendre les exigences et les caractéristiques de l'activité des herbes fraîches, y compris celles liées aux services logistiques comme l'une des composantes majeures des herbes

Personne interviewée : Mr Rafael Llerena

Tél: +34667495684

Date de l'interview : 25 Novembre 2020

Leçons tirées

Les coûts d'exportation sont élevés en raison des exigences de stockage au frais tout au long de la chaîne de manutention pour garantir la fraîcheur et la seule dépendance à un fret aérien coûteux. Par conséquent, les producteurs doivent avoir des opérations de production et de commercialisation efficaces.

La qualité et la fraîcheur sont essentielles pour pénétrer le marché des herbes fraîches. La manutention des produits, le fret, les certifications et les exigences des acheteurs sont un obstacle majeur pour la plupart des fournisseurs. Les producteurs et exportateurs d'herbes qui réussissent approvisionnent le marché européen principalement du Kenya, du Maroc et d'Israël et souvent hors saison.

La logistique du froid oblige les opérateurs à connaître l'intégralité des processus en détail et à faire extrêmement attention au bon respect de la chaîne du froid au niveau de leur poste de travail.

6.6. BrimaPack/Pays-Bas



**BrimaPack BV
't Goor 18
7071 PB Uft
Pays-Bas**

Tel: +31 (0) 315 640731

Email: info@brimapack.com

Email: rp@brimapack.com / rp@pavert.nl

Site web: www.brimapack.com

BrimaPack est devenue un des leaders sur le marché des solutions de manutention des légumes, pour les laitues Iceberg, les Brocolis, ainsi que pour bien d'autres légumes et fruits. BrimaPack a développé les systèmes d'emballage « NicePack » qui permettent une durée de conservation supérieure pour des coûts d'emballage moindre, comparativement à d'autres technologies. En privilégiant des solutions intégrées (System Integrated Solutions), plutôt que des machines individuelles, BrimaPack propose des solutions d'emballage complètes destinées aux installations de conditionnement et aux activités d'emballage dans les champs, qui permettent d'économiser jusqu'à 50 % sur les coûts d'emballage tout en améliorant la durée de conservation et la présentation du produit.

Pour les applications dans les champs, une gamme complète de plateformes autopropulsées a été développée, intégrant les technologies les plus modernes. Elles permettent de réaliser aussi bien les activités de plantation que de récolte. Chaque unité est développée sur mesure pour répondre à vos besoins. Le système unique de guidage e-Drive de BrimaPack permet de diminuer considérablement les coûts de carburant ainsi que les émissions de gaz à effet de serres, tout en permettant une maniabilité optimale pour répondre aux demandes actuelles et aux attentes futures. Notre approche System Integrated Solutions (intégrant les technologies de pré- et de post-calibrage, le traitement des données, l'étiquetage, l'impression et la logistique) permet de proposer la solution optimale adaptée à vos besoins spécifiques.

Objectifs de l'entrevue :

Avoir des informations sur les technologies employées pour les produits frais, les délais de livraison, la distance minimale/ maximale entre pays importateurs/exportateurs.

Personne interviewée : Ron van de Pavert

Tél: ++31 (0) 315 640731

Date de l'interview : 27 Novembre 2020

Leçons tirées

On remarque que l'investissement à envisager au niveau de la logistique froid est totalement dépendant de l'organisation technique et économique de la chaîne de valeur en Tunisie. On peut ainsi envisager des chaînes autonomes par entité commerciale ou par région avec des formats réduits et différents selon les productions, ou, à l'opposé, un ou deux lieux de façonnage auquel on apporterait par camion des conteneurs d'herbes réfrigérés et qui travailleraient à façon pour des entités commerciales ou techniques distinctes ou sous marque commune et commercialisation groupée, tant en matière d'espèces que de types de produits, incluant l'emballage final et l'étiquetage adapté selon une seule marque ou différentes marques, en séparant clairement le bio et le non bio, ce qui est une obligation réglementaire qui se respecte soit avec des chaînes distinctes, soit avec des processus rigoureux de nettoyage /désinfection/circulation /stockage entre bio et non bio. Il est donc nécessaire d'avoir une vision assez complète de la chaîne de valeur en partie amont avant d'envisager les investissements opportuns en la matière.

6.7. Aromáticas de Palma.



Monte de Palma
7005-719 Évora ; Portugal

Phone : +965 890 100

Email : aromaticasdepalma@gmail.com

Site: http://www.aromaticasdepalma.com/

Aromáticas de Palma est une marque appartenant à la société Ghenadie Belostecinic, dédiée à la production et à la vente de plantes aromatiques, médicinales et à base de plantes. Nous profitons pleinement des ressources naturelles qui nous entourent, conduisant à nos clients les meilleures herbes produites en production biologique, tout en préservant l'environnement.

La marque est née du besoin de se rapprocher de nos consommateurs, en vendant également nos produits en petites quantités qui répondent à leurs besoins. Le nom de la marque " Aromáticas de Palma " est apparu à travers le nom de la ferme. Monte de Palma, situé dans l'Alentejo, sur une superficie d'environ 2 hectares. L'Aromáticas de Palma est un projet visant la production et la commercialisation d'herbes aromatiques à base de plantes. La production est entièrement biologique, ce qui garantit aux plantes une qualité supérieure.

Sa mission est d'assurer la satisfaction de nos clients en produisant des plantes aromatiques et médicinales de qualité biologique, en préservant l'environnement.

Ses Valeurs : Fournir la meilleure qualité et une sélection d'herbes ; Qualité ; Travail en équipe ; Engagement envers nos clients ; Éthique ; Innovation ; Dévouement ; Durabilité ;

BrimaPack est un acteur majeur des solutions de manutention des légumes pour la laitue Iceberg, le brocoli et divers autres légumes et fruits.

BrimaPack a développé les systèmes d'emballage « NicePack » offrant une durée de conservation supérieure et des coûts d'emballage inférieurs par rapport à d'autres technologies. En se concentrant sur la fourniture de solutions intégrées au système, plutôt que sur des machines individuelles, BrimaPack propose des solutions d'emballage complètes pour les opérations d'emballage et d'emballage sur le terrain, ce qui permet d'économiser jusqu'à 50% sur les coûts d'emballage et améliore la durée de conservation et la présentation des produits.

Pour les applications sur le terrain, une gamme complète de plates-formes de terrain autopropulsées de pointe a été développée. Ils conviennent à la fois aux travaux de plantation et de récolte. Chaque unité est conçue sur mesure pour répondre à vos besoins. Le système e-Drive unique de BrimaPack réduit considérablement les coûts de carburant et les émissions de gaz à effet de serre et vous offre

une conduite optimale adaptée aux demandes d'aujourd'hui et aux attentes futures. Notre approche des solutions intégrées au système (y compris les technologies de pré et post-tri, la technologie des données, l'étiquetage / impression et la logistique) garantit une solution optimale adaptée à vos besoins spécifiques.

Objectifs de l'entrevue :

Exigences du marché notamment pour les produits bio et comportement des acheteurs pour les différents types d'espèces d'herbes aromatiques sauvages ou cultivées.

Personne interviewéev : Mr. Ghenadie Belostecinic

Tél: +965 890 100

Date de l'interview : 01 Décembre 2020

Leçons tirées

Sur le plan commercial, la majorité des herbes produites sont vendues sous forme de produits séchés en raison de la facilité de transport, de commercialisation et de stockage.

Certains restaurants et Hôtels font appel aux produits frais notamment gourmet. Pour cela , il faut avoir accès aux managers et restaurateurs pour y accéder en présentant de bons produits sur le plan visuel et de la qualité.

6.8. Celtic Developers Grup/CDG

<p>Mr Ali DAYDALI Corporate chef pour un groupe de restaurants basé à Manhattan, le CDG (Celtic Developers Group). Tél: +216 25 144 440 add@alideydaly.com</p> 	
<p>Celtic Developers Group possède et exploite l'établissement victorien de Lillie à Times Square et Union Square, Papillon Bistro & Bar à Midtown et Oscar Wilde dans le quartier NoMad pour des rafles potentielles sur le meilleur décor de vacances à New York pendant la période la plus festive de l'année.</p> <p>Ali DAYDALI est un chef de cuisine gastronomique et un développeur de concept d'hospitalité. Il a travaillé dans plusieurs hôtels et restaurants de renommée tels que Dorchester Collection, Plaza Athénée et Le Meurice Paris, Groupe Le Duff à Shanghai, entre autres. Ali est le premier chef tunisien à remporter le concours international de la Toque d'Or en France.</p> <p>Chef Ali Dey Daly est diplômé d'une institution française de cuisine, il a obtenu un master en innovation culinaire</p> <p>Il gère actuellement un réseau de restaurants à New York (CDG) suite à une proposition de créer une chaîne de restaurants nord africains</p>	
<p>Objectifs de l'entrevue : Confirmer le segment Plantes aromatiques culinaires séchées et fraîches gourmet</p>	
<p>Date de l'interview : 26/11/2020 dans les locaux de la TFDCVC</p>	

Leçons tirées

- Le romarin est utilisé dans plusieurs cuisines, il est utilisé séché, en poudre et à l'état frais dans les restaurants de luxe,
- Les herbes aromatiques fraîches sont ajoutées à la fin de la préparation pour éviter l'oxydation, les herbes séchées sont plus utilisées, elles sont utilisées dans les fonds de sauces,
- Les critères d'achat du romarin frais : uniformité de la taille et de la couleur, intensité de la saveur, le story telling est aussi important (exp la marque 846 d'huile d'olive tunisienne). Il n'est pas d'exigé que les PAM soient sauvages,
- Existence d'une tendance de consommation de produits locaux sur le marché américain,
- En saison, on utilise la fleur du romarin qui a un goût plus fin, en plus de la fleur qui ornemente le plat. Le thym citron est également très demandé.
- Etudier la partie éducation.
- Références : Baldor, US Food, Chef's warehouse, Koppert Cress, René Zzepi qui sont les fournisseurs des restaurants du Chef Ali Dey Daly à New York
- Il est conseillé de ne pas utiliser les emballages en plastique.
- 75 % n'aiment pas à faire manger. Existence d'une tendance vers la commercialisation des meals kit (exp : Hello Fresh, Blue Apron (USA))
- En France la consommation tend beaucoup plus vers le frais.
- La restauration de luxe a surtout pour objectif de promouvoir des chefs ou des hôtels et ne constitue pas en elle-même un projet rentable financièrement. Les chefs introduisent des plats (10 à 20 ans pour introduire un plat), Ceux sont plutôt les bistrot et les brasseries qui offrent des expériences culinaires et des plats spécifiques à des régions du monde ; évolution du nombre des bistrot et brasserie : New-York 75000 restaurants. A ce propos, La Tunisie n'est pas connue aux USA comme ayant une spécificité particulière, mais comme faisant partie du Nord de l'Afrique,
- Depuis 2005-2007 : croissance du marché des thés : romarin et thym qui présente une marge plus importante que les PAM utilisées dans la restauration vue que les PAM constituent le centre d'intérêt contrairement à la restauration où ils constituent un ingrédient parmi d'autres,
- Utilisation d'applications mobile (Yuka) qui donne les constituants et les vertus nutritionnels des PAM
- Le prix de vente du romarin au Kg est aux alentours de \$43/KG, cela étant les prix peuvent doubler quand les contenants sont plus petits. Le thym est aux alentours de de \$54/kg et aussi varie selon les contenants.
- Mr Ali nous a recommandé de contacter deux de ces fournisseurs de plantes aromatiques fraîches à savoir :
 - Tony Calderone/The Chefs' Warehouse, Inc./ tcalderone@chefswarehouse.com / +1 (347) 386-8979
 - Alexia/Paris Gourmet/+1 (201) 245-8600 / <https://www.linkedin.com/in/alexia-mur-2b28066/>

6.9. Flore en Thym

Mr Guillaume Bouguet
ZAE Les Hautes Garrigues,
Route du Frouzet. 34380 Saint-Martin-de-Londres – France
Téléphone : + 33 9 62 68 86 60
commercial@flore-en-thym.com
www.flore-en-thym.com

FLORE
EN
THYM

L'entreprise Flore en Thym est installée dans le village de Saint Martin de Londres, au cœur des garrigues et au pied du célèbre Pic Saint-Loup.

L'entreprise a été créée en 2012 par Guillaume Bouguet qui se présente comme ayant le statut de « Paysan chercheur ». L'entreprise exploite des ressources sauvages

Flore en Thym est reconnue Jeune Entreprise Innovante (JEI) depuis sa création. L'entreprise a développé ses savoirs et savoir-faire sur la base des savoirs traditionnels locaux associés aux connaissances scientifiques modernes. Cette alchimie particulière entre science et tradition a permis d'aboutir à un modèle original d'entreprise, dont les activités sont :

- La cueillette, la transformation et la commercialisation de Plantes Aromatiques et Médicinales (PAM) sauvages Bio.
- La réalisation de prestations de services : R&D, expertise, conférences et animations

Passionné par les garrigues et leur incroyable biodiversité, convaincu par le bio et la nécessité d'intégrer harmonieusement les activités humaines dans l'environnement, Mr Guillaume a exploré le monde des PAM pour révéler tout leur potentiel (culinaire, santé...). Il a développé une approche de production de PAM sauvage, pratique et scientifique, lui permettant de participer à des projets scientifiques en collaboration avec des laboratoires de recherche (INSERM, CNRS, CIRAD...) afin d'approfondir les connaissances sur la biologie et l'écologie des PAM ou encore la mise au point de méthodes durables de gestion des PAM, mais aussi de travailler avec professionnels de santé (médecins, pharmaciens, naturopathes...).

Objectifs de l'entrevue :

Confirmer le segment Plantes aromatiques séchées et fraîches sauvages

Date de l'interview :

02/12/2020 dans les locaux de la TFDCVC (via appel téléphonique)

Leçons tirées

- Les plantes aromatiques sauvages sont commercialisées dans la catégorie Bio-Qualité,
- Les plantes aromatiques sauvages ont des caractéristiques aromatiques supérieures à celles des plantes cultivées, ceci est prouvé par des travaux scientifiques
- Les plantes aromatiques sauvages, certifiés Bio sont vendus de 2 à 10 fois le prix des plantes aromatiques cultivées conventionnelles
- Pour pouvoir mettre en valeur les PAM tunisiennes, il est recommandé de les caractériser pour identifier leurs spectres aromatiques et les valoriser en tant que tels ; sachant que même dans une seule région, les caractéristiques des PAM peuvent différer d'une zone à une autre et avoir des caractéristiques aromatiques différentes,
- En réponse à la question relative à la stabilité des propriétés visuelles des plantes aromatiques sauvages, l'interviewé confirme que l'acceptation de la couleur des PAM sauvage (Gris vert) est une habitude de marché,
- L'entreprise a essayé de commercialiser des PAM sauvages fraîches, mais à un prix de revient plus cher, vu les exigences de logistique et de conditionnement ;
- Pour les PAM séchées, la technique de séchage a un rôle très important pour conserver les caractéristiques des PAM. L'entreprise a développé une technique de séchage en collaboration avec un centre de recherche, le séchage est fait autour de 30°C-35°C
- La commercialisation des PAM séchées nécessite également une histoire à raconter autour du produit,
- Il est possible de monter un projet de vente de PAM qui se focalise sur 2 ou 3 plantes uniquement.

ANNEXE : Guide d'entretien du voyage de référence

Date de l'entretien :

I- Identification ³³
Entreprise :
Date de création :
Statut :
Chiffre d'affaires :
Site web :
Personne interviewée (nom et prénom) :
Fonction :
Contact : - E-mail :
- Tél/GSM :
II- Critères d'achat
- Comment vous choisissez vos fournisseurs ? Quels sont vos critères de sélection des produits ? (Qualité, quantité, Marque de produit, facilité de disponibilité, service fournisseur, prix...)
.....
.....
.....

³³Les données d'identification pourraient être recueillies du site web de l'entreprise à visiter

.....
.....
- Pouvez-vous nous donner une idée sur le circuit d'approvisionnement ? les différents intervenants dans la chaîne de distribution...

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Quels sont les critères que vos clients exigent ? (Produits naturels/ produits BIO/ etc.)

.....
.....
.....
.....

- Exigent-ils des plantes spécifiques et souhaitent-ils comprendre leurs propriétés ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Sont-ils intéressés par l'origine du produit, l'histoire du producteur / l'utilisation traditionnelle/artisanales du produit ...)

.....

.....

.....

.....

III- Options stratégiques

- Quelles sont les technologies employées pour le frais, les délais de livraison, la distance minimale/ maximale entre pays importateurs/exportateurs ?

.....

.....

.....

.....

- Quelles sont les conditions de développement de l'activité (investissement lourd, besoins en connaissances techniques...)

.....

.....

.....

.....

- Quel est le niveau de concentration du secteur (la part de marché des entreprises leaders au niveau mondial) ?

.....

.....

.....

.....

- Quel est le niveau des barrières non tarifaires au commerce international ?

.....

.....

.....

.....
.....
- Existe-t-il des substituts des PA fraîches pouvant assouvir le même besoin ? (Lesquels)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Comment évolue la consommation de ces substituts ou la santé financière des entreprises productrices de ces substituts ?

.....
.....
.....
.....
.....

DB

**CARTOGRAPHIE DU CLUSTER ET BASE DE
DONNEES**

(Version Finale)

Producteurs GDA et SMASA

Liste des acteurs privés

N°	Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Date de création	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	E-mail	Date des entretiens	DPP1	Groupe réflexion Stratégique	DPP2	WG1	WG2	WG3	DPP3
1	GDA Tabouba	Nefza	Tabouba	Béja	2005		Lamjed Abdelli	96623716		10/06/2020	25/11/2020						
2	GDA Oued Maaden	Nefza	Oued Maaden	Béja	2007	135	Chokri Taboubi	98822916		#####	25/11/2020						
3	GDA knouz Djebba	Thibar DJEBBA		Béja		12	Farida DJEBBI			#####							
4	GDA Khayrat Fellahat	Thibar DJEBBA		Béja		18	Monia Djebbi			#####							
5	GDA Beit EL Mouna	Testour		Béja		10	Asma Rouissi										
6	GDA EL MELIKA	NEFZA	EDHHRAT	Béja		40	Maryam Ayadi et Salwa Mekni	98704333		#####		12/12/2020					21/04/2021
7	GDA Ech Ezzitoun	Nefza	Ech Ezzitoun	Béja	2018	30	Naima /samira aloui	96809783/94401437			25/11/2020				avr-21		#####
8	GDA Khayrat Nefza	Nefza	Bellif	Béja	2019	13	alaeddine Romdhani	90448453			25/11/2020						
9	GDA Essendayne	Nefza	Ouled Salem	Béja	2006	350	mokhtar Aloui	97933276			25/11/2020						
10	GDA Knouz Djebba	Thibar DJEBBA	Djebba	Béja			Farida Djebbi	97795467		#####		12/12/2020	15/12/2020				21/04/2021
11	GDA Argoub Adila	Nefza	Argoub	Béja	2018	40	Noura Ezzamali	24350835			25/11/2020						
12	GDA Achoumoukh	Goubellat	Goubellat	Béja	2018	170	Aziza Sahli	98299514			25/11/2020						
13	GDA Nassaiem Andaloussia	Testour	Testour	Béja	2017	15	Fatma Dridi	94725735			25/11/2020						
14	GDA El Baraka	Ain Draham	Ettbainya	Jendouba	2013	43	Mabrouka athmini	96442954		#####	25/11/2020	12/12/2020	15/12/2020				21/04/2021
15	GDA Pure nature	Ain Draham	Babbouche	Jendouba	10/08/2018	51	Rihen Bchini	92698856		#####	25/11/2020		15/12/2020	avr-21	avr-21	avr-21	

16	GDA OUED EZZINE	Ain Draham	Thbainia	Jendouba	30/06/1905	258	Brahim Soltani	96091932					15/12/2020				
17	GDA Ain babbouch	tejerouin	Ain Babouch	Kef	04/07/2016	20	Fadhila Cherni	98682456	#####	25/11/2020	12/12/2020	15/12/2020	avr-21				21/04/2021
18	GDA El amal	Sakyat S. Youssef	Jradou- Ain Mezer	Kef	11/09/2015	150	Adel Ksouri	97410296	#####	25/11/2020							
19	GDAtakrouna	Sakiet Sidi Youssef		Kef	14/06/2006	70	Hafidha Lidhari	95637322									21/04/2021
20	GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	2016	10	Sonia gammoudi	28409433	#####	25/11/2020	12/12/2020	15/12/2020	avr-21			avr-21	21/04/2021
21	GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	2017	22	Kalthoum mimouni	20661347	#####	25/11/2020	12/12/2020	15/12/2020	avr-21	avr-21	avr-21	avr-21	21/04/2021
22	GDA Vita	Gaafour	Gaafour	Siliana	2017	5	Yosra Oueslati	25375369	01/05/2020		12/12/2020	15/12/2020	avr-21	avrii2021	avr-21		
23	GDA Bou K'HIL	Krib	Krib	Siliana	2012	73	Mohamed Salah Abidi	55341533		25/11/2020							
24	SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	2017	150	Noura Nouioui	93036159	#####	25/11/2020	12/12/2020	15/12/2020	avr-21				
25	SMSA el falah	Boussalem	boussalem	Jendouba	2013	12	Fadhel Barkaoui	25238248									
26	SMSA El Amen	Fernana	Fernana	Jendouba	2013	320	Mounir Hezzi	55565048									
27	SMSA Apiservices	Fernana	fernana	Jendouba	2018	45	Jalel Chaabani	95327137									
28	SMSA LELLA BAYA	Jendouba		Jendouba	2018	10	Safa Athimni	21454875									
29	SMSA Fontaines bennies	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	2017	52	Nouii Noura	9298856									
30	SMSA Najeh	Jedha	Jedha	Kef	2000	217	Zoghلامي Abd Nasser	98710014									
31	SMSA Sidi Hmada			Siliana	2017	50	Hmadi Imed	97302212									
32	GDA Essassa	Touiref	ouljet essedra	Kef	2006	105	Mohamed Smailia	40370363									
33	GDA Dar Mhania	Sidi Bourouis	Bourouis	Siliana	2017	25	Moufida Sliti	94652504									
34	GDA Bouk hil	Krib	Krib	Siliana	2012	73	Mohamed Salah Abidi	55341533									
35	GDA El Hayet	Kalaat Snen	Kalaat Snen	Kef	2005	25	Essia Lamlum	93391904									
36	SMSA Dar Sayar Bouebdellah	Kesra	Kesra	Siliana	En cours	32	Thouraya Askri	97 035 374									
37	SMSA Kozira	Siliana	Siliana	Siliana	2020	241	Mohamed Ali Ben Belgacem										
38	SMSA Sidi Hmada	Sidi Hmada	Siliana	Siliana	2017	50	Imed El hmadi	29 841 871									

Acteurs publics

Acteurs publics													
N°	Institution	Nom et prénom	Fonction	Téléphone	Mail	Date des entretiens	DPP1	Groupe réflexion Stratégique	DPP2	WG1	WG2	WG3	DPP3
1	Arrondissement forêt Ain Draham	Amri Haithem	Chef d'arrondissement	78603426	crda.jendouba@iresa.agrinet.tn		25/11/2020		15/12/2020				21/04/2021
2	Arrondissement forêt Béja	Askri Zied	Chef d'arrondissement	78450344	crda.beja@iresa.agrinet.tn	12/06/2020	25/11/2020		15/12/2020				
3	Arrondissement forêt Siliana	Wallani Sabri	Chef d'arrondissement	78872790	crda.siliana@iresa.agrinet.tn		25/11/2020						21/04/2021
4	Arrondissement forêt Kef	Ferchichi Amor	Chef d'arrondissement	78224711	crda.kef@iresa.agrinet.tn	18/06/2020	25/11/2020						
5	CRDA Kef	Dridi Kamel	CRDA	78224711	crda.kef@iresa.agrinet.tn	18/06/2020	25/11/2020						
6	CRDA Béja	Jaziri Abderraouf	CRDA	78450344	crda.beja@iresa.agrinet.tn	11/06/2020	25/11/2020						
7	CRDA Jendouba	Afli Abdejellil	CRDA	78603426	crda.jendouba@iresa.agrinet.tn	20/06/2020	25/11/2020						
8	CRDA Siliana	Hermi Moncef	CRDA	78805222	crda.siliana@iresa.agrinet.tn	19/06/2020	25/11/2020						21/04/2021
9	Office de développement sylvopastoral du Nord-Ouest	Kherimi Hichem	Directeur Général	78450500	dgle.odesypano@email.ati.tn	11/06/2020	25/11/2020						
10	Institut Sylvopastoral	Lamjed Toumi	Directeur	78672542	isptabarka@iresa.agrinet.tn	#####	25/11/2020						
11	APIA Béja	Fekhfekh Faouzi	Directeur régional	78451652	dr.beja@apia.com.tn	16/06/2020	25/11/2020						
12	APIA Jendouba	Rajhi Abdelhakim	Directeur régional	78600741	dr.jendouba@apia.com.tn	21/06/2020	25/11/2020						
13	APIA Siliana	Jaouadi Samir	Directeur régional	78872174	dr.kef@apia.com.tn	19/06/2020							

14	APIA Kef	Jabnoun Anissa	Directrice régional	78224398	dr.siliana@apia.com.tn	18/06/2020								21/04/2021
15	APII Béja	Hidri Jallel	Directeur régional	78457205	dr.beja@apii.tn	30/04/2020								
16	APII Jendouba	Hedhli Ridha	Directeur régional	78601577	dr.jendouba@apii.tn	19/06/2020	25/11/2020							
17	APII Siliana	Oueslati Taoufik	Directeur régional	78871463	dr.siliana@apii.tn									
18	APII Kef	Bouhjar Ines	Directeur régional	78224463	dr.kef@apii.tn									
19	Centre de formation professionnelle (Hakim Sud Jendouba)			78604835	cfpahakimsud@gmail.com									
20	DAB Béja	Radhia Dridi	Responsable bbio	78450344	crda.beja@iresa.agrinet.tn	#####								
21	URAP Béja	Olfa Souissi		78442841	urapbeja@gmail.com	#####								
22	DRPS CRDA Béja	Youssef Neili		78450344	crda.beja@iresa.agrinet.tn	#####								
23	Division Bio Siliana	Samah Jbali		78805222	crda.siliana@iresa.agrinet.tn	#####								
24	URAP Siliana	Khalil Ayari		78873493	urapsiliana@gmail.com	#####								
25	PGIP Kef	Riadh Salhi		78224711	crda.kef@iresa.agrinet.tn	#####								
26	DG/Agriculture bio	Maamar Samia		71786833/ 71780391	dgab@iresa.agrinet.tn	#####								
27	CFPA Rimel Menzel Jmil Bizerte	Hasnaoui Mahmoud et Grami Mabrouk		72446966	cfpafremel@gmail.com	#####								
28	AVFA	Khemais Zayani		71789025	avfa@iresa.agrinet.tn	#####								
29	Projet PROFITS	Daghari abdenacer		95929535	daghari@gmail.com									21/04/2021
30	INAT	Faical ben Jeddi		71287110	inatfremel@gmail.com	#####								

Unités de transformation

Acteurs PME de 1ère et 2ème Transformation																
N°	Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Date de création	Responsable	tel	Email	Date des entretiens	DPP1	Groupe réflexion Stratégique	DPP2	WG1	WG2	WG3	DPP3
1	Herbe de Tunisie	Kesra	Mansoura	Siliana	2002	Abdelhamid El Ayachi Zammel	78 820 050			25/11/2020						
2	Herbiotech AROMA	Bouarada	Bouarada	Siliana	2 011	Leith TLEMCANI	29 374 652		#####	25/11/2020						
3	Flora Nature	Bouaouen	Boussalem	Jendouba	2016	Sarra ncibi (gérante de la société)	53664932	s.ncibi@gmail.com	#####	25/11/2020		15/12/2020		avr-21	avr-21	21/04/2021
4	Nature's Fragrances,	Tabarka				Chaker SLAYMI	52 297 884	c.slaymi@gmail.com		25/11/2020						
5	Novaroma	Babbouche	Ain Draham	Jendouba		Hassani Mansour	25979954	Mansourhassani15@gmail.com		25/11/2020		15/12/2020		avr-21	avr-21	
6	Agromatica	fernana	fernana	jendouba		Jalel Chaabani	95327137			#####						
7	Plurielles	Testour	Testour	Béja		Hajer Farhoud	58536676			#####						

B1

DOCUMENT DU 1^{er} BRIEFING

+

FEUILLE DE PRESENCE

Le public de la DPP1

Partant de l'identifiant méthodologique du projet à savoir l'approche participative, certains mots clés structurent l'ensemble du contenu et des outils de mise en œuvre : dialogue, communication, collaboration, partenariat...

Afin de décliner ces concepts en mesures pratiques, une base de données a été créée couvrant tous les opérateurs économiques et institutionnels, acteurs PAC et HE, et ce dans les quatre gouvernorats : Béja, Jendouba, Le Kef et Siliana.

Cette base de données est constituée :

- D'une liste exhaustive des acteurs privés à savoir : 28 GDA, une SMSA, 06 Sociétés et 1 association
- D'une liste de tous les opérateurs institutionnels composée de 29 structures
- De 24 pépinières

La majorité des GDA invités sont des structures féminines, présidées par des femmes. Ces GDA invités représentent en fait 690 adhérents(es) :

Le PGIP a adressé des invitations aux participants par courrier électronique. L'agenda des DPP 1 et le lien de la vidéo conférence (à travers Google Meet) ont été partagé dans le même courrier électronique. Le PGIP et le Groupement CDCGE/AFC ont procédé à des appels téléphoniques à tous les invités pour confirmer leur participation. On s'attend à la participation d'une quarantaine de personnes. Des relances téléphoniques seront assurées par le Groupement un jour avant les réunions. Par ailleurs, la TFDCVC se chargera de la gestion technique des liens de la visioconférence.

Objectif

La première réunion de Dialogue Public Privé vient clôturer la première phase du projet³⁴. C'est donc une activité (A8) qui se doit d'être une synthèse de ce qui précède et une introduction à ce qui va suivre comme activité. Tout comme les autres activités, elle doit contribuer à décliner l'objectif global de la phase 1 en objectifs opérationnels.

Rappelons que cette phase 1 s'est fixée deux objectifs :

- Réaliser un diagnostic participatif de la chaîne de valeur visée à travers la dynamique du secteur à l'échelle mondiale et la situation actuelle des entreprises et des acteurs du cluster dans la région avec une identification des futurs défis.
- Retenir l'attention des agents de la chaîne de valeur locale et les inciter à participer à l'initiative et leur transmettre la volonté de changer et d'en apprendre davantage.

En déclinant ces deux objectifs de la phase 1 en objectifs opérationnels à l'ordre du jour de cette première réunion et en investissant les acquis des activités précédentes, il s'agit donc d'une part de :

- Informer les acteurs sur l'IRC
- Motiver les acteurs à participer
- Inciter les acteurs à s'exprimer lors de ce dialogue ouvert (commentaires, remarques, propositions, inquiétudes, frustrations etc) : c'est le moment ou jamais

³⁴Guide opérationnel p 2

Réaction et objections potentielles de la part des participants

Durant les entretiens avec les participants, nous avons pu percevoir un intérêt assez positif sur les travaux à mener dans le cadre de développement des deux chaînes de valeur, PAC et HE, conduits sous l'égide du PGIP. Cependant, certains acteurs publics et privés présentent un regard critique quant à certaines activités menées par le PGIP dans la région du Nord-Ouest. Ceci peut être formulé par les participants durant les DPP 1 comme suit :

-  La situation actuelle de la CDV est caractérisée par : une faible diversification de l'offre, une production réduite à un petit nombre d'espèces (la plupart spontanée), une mise en valeur insuffisante (équipement traditionnel, absence de la deuxième transformation), une performance limitée des acteurs sur le plan utilisation des ressources, un travail collaboratif et une synergie entre ces acteurs très limités ainsi qu'un marché exigu
-  Les mauvaises conditions de travail des petits producteurs qui les empêchent d'atteindre un niveau plus élevé de productivité et de qualité des produits. Cet obstacle a ensuite une incidence sur la performance globale de la chaîne de valeur, dans la mesure où il devient de plus en plus difficile pour les exportateurs de satisfaire aux exigences de qualité et de répondre à une demande croissante sur le marché mondial.
-  La lecture de la convention de cogestion et de l'alliance productive par certaines SMSA et certains GDA a permis de construire un premier plaidoyer sur cette approche qui selon les membres de ces organisations professionnelles rend la femme rurale une main d'œuvre pour le compte de l'opérateur économique alors que la vision de ces organisations de producteurs est d'appuyer les opérateurs économiques et notamment les femmes à devenir autonomes.
-  Plusieurs GDA font actuellement face à des difficultés de commercialisation et se suffisent des opportunités de participation aux foires et salons pour l'écoulement de la production.
-  Certains GDA font face à des difficultés d'accès aux ressources vu les contraintes réglementaires. En effet, ces GDA ont de faibles ressources financières et ne peuvent pas accéder aux adjudications.

Réponses des animateurs du DPP 1 :

Par rapport aux différentes questions éventuellement soulevées par les participants comme expliquées ci-dessous, les animateurs devront écouter chaque participant et puis essayer de contourner chaque intervention tout en essayant de basculer les discussions vers le débat initial.

Nous recommandons fortement au PGIP et à la DGF de ne pas répondre aux différentes questions posées par les participants c'est le rôle des animateurs

Principaux messages clés



La réussite de la réunion est assurée si tous les participants (acteurs privés, acteurs publics, PME du maillon transformation...) quittent la salle avec une conviction : « **le secteur des PAMs offre des nouvelles opportunités socio-économiques** ».

En effet, les messages clés à transmettre suivants

1. Les secteurs des plantes aromatiques culinaires et des huiles essentielles connaissent des évolutions importantes à l'échelle mondiale
2. Les acteurs publics sont engagés dans une démarche de développement structurel des CDV PA Culinaires et Huiles essentielles pour faire de ses activités de vraies filières économiques viables pour la région et le pays.
3. Ça marche ailleurs faut-il améliorer/ changer dans la région ?

Agenda des DPP1

En raison des conditions sanitaires (Covid19), ce dialogue sera organisé par le Projet PGIP, le Groupement CDCGE/AFC et la Taskforce, sous forme de visioconférence. Pour ce faire, et en vue de permettre aux GDA de participer à cet évènement, 4 points focaux ont été choisis pour rassembler ces acteurs : Béja, Siliana, Ain Draham et Kef.

L'agenda des deux DPP 1 est prévu comme suit :

1^{ier} DPP - IRC Plante aromatique culinaire au NO : du 09h 00 à 11h 30		Intervenant
09h 00 – 9h30 : Accueil et enregistrement des invités-IRC PAC		
09h 30 – 09h 40	Mot de bienvenue de la Direction Générale des Forêts Ouverture du 1 ^{ier} DPP IRC PAC	Directeur Général des Forêts
09h 40 – 10h 00	Aperçu sur le secteur des plantes aromatiques : dans le monde, en Tunisie et au Nord-Ouest.	Expert CDCGE/AFC et Equipe de la TFDCVC
10h 00 – 11h 00	Débat : défis à venir	Expert CDCGE/AFC et Equipe de la TFDCVC
1^{ier} DPP - IRC Huile Essentielle au NO : du 11h 00 à 13h 00		Intervenants
11h 00 – 11h 30 : Accueil et enregistrement des invités-IRC HE		
11h 30 – 11h 40	Mot de bienvenue de la Direction Générale des Forêts Ouverture du 1 ^{ier} DPP IRC HE	Directeur Général des Forêts
11h 40 – 12h 00	Aperçu sur le secteur des plantes aromatiques : dans le monde, en Tunisie et au Nord-Ouest.	Expert CDCGE/AFC et Equipe de la TFDCVC
12h 00 – 13h 00	Débat : défis à venir	Expert CDCGE/AFC et Equipe de la TFDCVC

Comment (ton de la présentation) ?

Le Dialogue Public Privé a pour but d’instaurer une confiance mutuelle et de rapprocher les points de vue, afin de jeter les fondements d’une analyse conjointe des problèmes, puis des politiques et réformes propres à instaurer un environnement plus favorable au développement de la chaîne de valeur. Grâce à ce dialogue, il y a plus de chances pour que les responsables du projet (PGIP) promeuvent des réformes raisonnables et pragmatiques et que les acteurs s’y rallient

Tout au long de la réunion, le souci du facilitateur est de promouvoir des processus de dialogue horizontaux et d’améliorer les liaisons et les communications verticales. Ce facilitateur se doit d’être **un chef d’orchestre crédible et neutre. C’est que la transparence et la communication à la fois verticale et horizontale renforcent l’appropriation** du projet par les participants.

Toutefois, il est prévisible de rencontrer une résistance au changement due soit à l’incompréhension soit à un égo très développé de certains participants. Or, le facilitateur est évidemment appelé à être ouvert, disponible et à l’écoute des autres, mais il est aussi responsable de l’atteinte des objectifs escomptés.

Autant il veille à ce que chaque participant participe et se respecte autant il doit veiller aussi à ce que la réunion soit organisée et efficace et les objectifs atteints.

Il doit donc être à la fois humble et empathique mais aussi ferme et structuré dans sa façon de diriger le déroulement de la réunion.

Liste de présence Briefing DPPI PAC -5-10-2020

Nom et Prénom	Organisme	Mail
Sihem Aoun	PGIP	sihem_aoun@yahoo.fr
Abid Raja	PGIP	abidraja2007@yahoo.fr
Jamel kailene	DG/F	jamelkailene@gmail.com
Hasna Boughanmi	PGIP	hasna1boughanmi@gmail.com
Chokri Rejeb	TF	Rejebchokri68@gmail.com
Héla Zghidi	TF	hzghidi@gmail.com
Hasna Hamzaoui	TF	hasna.hamzaoui@gmail.com
Inès Zegnani	TF	ineszegnani@yahoo.fr
abir. toumi.sghaier	TF	abir.toumi.sghaier@gmail.com
Khalifa Khaled	TF	khalifa.khaled69@gmail.com
Bedoui Mongi	CDCGE/AFC	Mongibedoui.cdc@gmail.com
Maouane Chikhaoui	CDCGE/AFC	chikhaom@gmail.com
Bouhlel Youssef	CDCGE/AFC	youssef.bouhlel1@gmail.com
Abdelhakim Khaldi	CDCGE/AFC	Khaldi.cdc@gmail.com

B2

DOCUMENT DU 2^{ème} BRIEFING

+

FEUILLE DE PRESENCE

Table des matières

I-	OBJECTIFS DE LA REUNION DU BRIEFING.....
II-	LE PUBLIC DU DPP2.....
III-	DEROULEMENT DE LA PHASE II.....
IV-	RÉACTIONS ET OBJECTIONS POTENTIELLES DE LA PART DES PARTICIPANTS.....
V-	PRINCIPAUX MESSAGES CLÉS DU DPP2
VI-	AGENDA DU DPP2.....
VII-	TON DE LA PRÉSENTATION ET DE L'ANIMATION

I. OBJECTIFS DE LA REUNION DU BRIEFING

- Avoir de l'appui et de l'autorité pour entamer les travaux de la phase 2 : Analyse stratégique.
- Appuyer et soutenir les propositions de l'équipe Technique.
- Obtenir l'engagement DGF/UGO PGIP pour adopter la stratégie définie et soutenir le processus de changement souhaité.
- Mettre au point le discours de la prochaine étape avec DGF/UGO PGIP.

II. LE PUBLIC DU DPP2

Conformément au guide méthodologique, et plus précisément en exécution des activités 9-10-11-12 et 13, l'équipe technique de l'IRC-PAC-NO, a mené une investigation pour définir les critères d'achat du consommateur le plus avancé, les options stratégiques génériques ainsi que les facteurs clés de succès. Les résultats de ces investigations ont fait l'objet de vérification lors du voyage de référence par des entretiens réalisés avec les acteurs les plus avancés. Après le voyage de référence, une analyse approfondie a été menée sur les trois thèmes pour confirmer et valider les résultats dégagés dans des réunions de stratégie avec les acteurs du cluster.

Suite à ces travaux de terrain, l'équipe technique CDCGE/AFC et de la TFDCVC se propose de tenir la deuxième réunion du Dialogue Public Privé (DPP 2), pour le développement de l'IRC PAC-NO le mercredi 16 décembre 2020 à distance/ présentielle (à cause des mesures de précaution prises par le gouvernement contre la contamination du Covid19).

A cet effet, les invités seront les représentants des acteurs rencontrés notamment les GDA, les SMSA, les représentants des organismes concernés et impliqués dans la chaîne de valeur, et tout autre acteur économique et partie prenante dans cette chaîne de valeur.

L'UGO du Projet PGIP a adressé des invitations par courrier électronique à tous les acteurs publics et privés pour susciter leurs intérêts à participer à cet événement. L'équipe technique procédera à des appels téléphoniques à tous les invités pour confirmer leurs participations.

Des relances téléphoniques seront assurées par le Groupement et la TF un jour avant la réunion.

III. DEROULEMENT DE LA PHASE II

La phase II du projet dite analyse stratégique est consacrée à identifier une stratégie de repositionnement du cluster des PAC-NO suivant une démarche de traitement en trois étapes :

- **Etape 1** : c'est une étape d'analyse du mode de fonctionnement du marché à travers un recensement des critères d'achat du consommateur le plus avancé, des options stratégiques génériques, les facteurs clés de succès pour l'option la plus innovante et la construction de la chaîne de valeur idéale le diamant de Porter. Les travaux de l'étape sont basés sur des entretiens réalisés avec les intervenants les plus avancés au niveau de chaque maillon de la chaîne de valeurs la plus performante ou avec des experts renommés dans une spécialité bien précise en rapport avec l'activité cible.
- **Etape 2** : Ces trois catégories de données ont permis, à travers un benchmarking du cluster local par rapport au cluster idéale, :

1- La détermination des options stratégiques faisables pour le cluster du NO qui sont matérialisées par trois segments :

- Le segment des plantes aromatiques séchées (segment actuel)
- Le segment des plantes aromatiques fraîches biologiques
- Le segment des plantes aromatiques fraîches dédiées au marché gourmet.

2- La délimitation des domaines d'amélioration : ce sont des corrections nécessaires qui doivent être appliquées pour atteindre le niveau de qualité exigé par le consommateur final. Les travaux menés par l'équipe technique ont abouti à définir trois niveaux à développer à savoir : la maîtrise de la chaîne de valeurs des plantes aromatiques, la commercialisation et le financement.

➤ **Etape 3** : Les travaux de l'équipe IRC-PAC-NO ont été poursuivis par deux réunions dites de stratégie qui ont eu lieu le 09 Décembre 2020 par visio-conférence et ce, avec deux groupes d'acteurs privés parmi les plus motivés et impliqués. Ces réunions ont constitué des événements de partage : des options stratégiques de départ, les résultats du voyage de référence et les domaines à améliorer.

IV. RÉACTIONS ET OBJECTIONS POTENTIELLES DE LA PART DES PARTICIPANTS

Durant les travaux menés en groupes techniques, l'équipes technique CDCGE/AFC et la TF, a pu percevoir un intérêt assez positif sur les résultats de l'analyse stratégique et une attention favorable de la part des acteurs privés à adopter les recommandations qu'elle comporte. Cependant, des actions rapides et réalistes sont attendues de la part des acteurs (GDA particulièrement) leur permettant de se positionner dans cette nouvelle stratégie de valorisation des plantes aromatiques.

En effet, quelques points peuvent être abordés lors du déroulement du DPP2 ; il s'agit notamment de :



Rassurer les agents du cluster et les autres intervenants sur l'appui du projet pour la concrétisation de la stratégie issue de tout ce processus de dialogue et de concertation engagés par l'Administration ;



La nécessité de rassurer les acteurs de l'aspect réaliste de la stratégie définie et la disponibilité de l'administration à appuyer sa réalisation ;



L'impératif d'un renforcement des capacités des différents intervenants pour la pérennisation de cette ambitieuse stratégie ;

V. PRINCIPAUX MESSAGES CLÉS DU DPP2

La réussite de la réunion est assurée si tous les participants (acteurs publics, acteurs privés, représentant tous les maillons de chaîne) quittent la salle avec une conviction :

« LA STRATEGIE ADOPTEE ET LA MEILLEURE OPPORTUNITE REALISABLE ACTUELLEMENT POUR LA CREATION DE LA VALEUR AJOUTÉE PROFITABLE POUR TOUS »

A travers cet évènement, il est nécessaire de passer les messages suivants :



L'exportation des plantes aromatiques biologiques fraîches est une alternative pour valoriser et préserver les ressources naturelles de la région du Nord-Ouest



La stratégie à mettre en œuvre ne peut réussir qu'avec l'effort des acteurs et les parties prenantes :

Administration, Acteurs Publics et Privés

VI. AGENDA DU DPP2

2^{ème} DPP - IRC PAC Fraîches au NO : Mercredi le 16 Décembre 2020 par vidéoconférence

<i>Heure</i>	<i>Activité</i>	<i>Intervenant</i>
<i>09h 00 – 9h30</i>	<i>Accueil et enregistrement des invités</i>	
<i>09h 30 – 09h 40</i>	Mot de bienvenue de la Direction Générale des Forêts Ouverture du 2 ^{ème} DPP PAC	Directeur Général des Forêts
<i>09h 40 – 10h 20</i>	Options stratégiques pour les acteurs et Domaines à améliorer.	Equipe CDCGE-AFC/Equipe TFDCVC/
<i>10h 20 – 11h 00</i>	Débat	Equipe CDCGE-AFC et Equipe de la TFDCVC

VII. TON DE LA PRÉSENTATION ET DE L'ANIMATION

Le Dialogue Public Privé a pour but d'instaurer une confiance mutuelle et de tisser des liens avec les acteurs.

C'est pour cela, le ton de la réunion sera positif, convivial et motivant durant tout au long de cet évènement afin de favoriser une ambiance ouverte sur le dialogue et l'écoute des participants.

Le modérateur est évidemment appelé à être ouvert, disponible et à l'écoute des autres, il veille au bon déroulement du débat, il doit être à la fois humble et empathique mais aussi ferme et structuré dans sa façon de diriger la réunion pour l'atteinte des objectifs.

Liste de présence Briefing DPP2 PAC -14-11-2020 de 10h à 11h à distance sur le lien de Google Meet : <https://meet.google.com/mgt-jiao-dbp>

	Nom et prénom	Structure
1	Mme. Hasna BOUGHANMI	DGF/ PGIP
2	Mme. Raja ABID	DGF/ PGIP
3	M. Samir BELHAJ SALAH	DGF/ PGIP
4	M. Mohamed Chokri REJEB	TFDCVC
5	Mme. Hela ZGHIDI	TFDCVC
6	Mme Hasna Hamzaoui	TFDCVC
7	M. Khaled KHALIFA	TFDCVC
8	M. Mongi BEDOUI	CDCGE/AFC
9	M. Marouane Chikhaoui	CDCGE/AFC

B3

DOCUMENT DU 3^{ème} BRIEFING

+

FEUILLE DE PRESENCE

Table des matières

I-OBJECTIFS DE LA REUNION DU BRIEFING	
II- LE PUBLIC DU DPP3.....	
III- DEROULEMENT DE LA PHASE III.....	
IV- RÉACTIONS ET OBJECTIONS POTENTIELLES DE LA PART DES PARTICIPANTS	
V- PRINCIPAUX MESSAGES CLÉS DU DPP3	
VI- AGENDA DU DPP3.....	
VII- TON DE LA PRÉSENTATION ET DE L'ANIMATION	

I. OBJECTIFS DE LA REUNION DU BRIEFING

- Avoir de l'appui et de l'autorité pour entamer les travaux de la phase 3 : Lignes d'action et Plan d'Investissement et d'Amélioration (PIA)
- Appuyer et soutenir les propositions de l'équipe Technique
- Obtenir l'engagement DGF/UGO PGIP face aux actions proposées.
- Mettre au point le discours de la prochaine étape avec DGF/UGO PGIP

II. LE PUBLIC DU DPP3

Conformément au guide méthodologique, et plus précisément en exécution des activités 16-17-18 et 19, l'équipe technique de l'IRC-PAC-NO, a constitué des groupes techniques et a mené des discussions avec ces groupes en vue de leur présenter les domaines d'amélioration de la chaîne de valeur ciblée.

Suite à ces travaux de terrain, l'équipe technique CDCGE/AFC et de la TFDCVC se propose de tenir la troisième réunion du Dialogue Public Privé DPP 3, pour le développement de l'IRC PAC-NO le mercredi 21 avril 2021 à distance/ présentielle (à cause des mesures de précaution prises par le gouvernement contre la contamination du Covid19).

A cet effet, les invités seront les représentants des acteurs rencontrés notamment les GDA, les SMSA, les représentants des organismes concernés et impliqués dans la chaîne de valeur, et tout autre acteur économique et partie prenante dans cette chaîne de valeur.

L'UGO du Projet PGIP a adressé des invitations par courrier électronique à tous les acteurs publics et privés pour susciter leurs intérêts à participer à cet événement. L'équipe technique procédera à des appels téléphoniques à tous les invités pour confirmer leurs participations.

Des relances téléphoniques seront assurées par le Groupement et la TF un jour avant la réunion.

III. DEROULEMENT DE LA PHASE III

La phase III du projet dite élaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration (PIA) se propose d'identifier et élaborer des lignes d'actions et la liste des recommandations liées à des réformes de politiques économiques aidant les agents et les acteurs du cluster à se préparer pour les défis d'avenir et d'adapter l'environnement à leurs besoins. L'activité couvre la définition et l'affinité des lignes d'actions en concertation avec les acteurs du cluster, les experts et les services administratifs selon la démarche suivante :

- Définition des lignes d'actions
- Création et animation des groupes de travail
- Entrevues avec des agents et experts dont l'expertise couvre les domaines à améliorer
- 3ième réunion publique (DPP3).

Les travaux menés s'articulent sur l'identification et l'élaboration des lignes d'actions et les recommandations liées aux réformes politiques économiques qui sont reprises en détail dans le document Plan d'investissement et d'amélioration (PIA) et le livre blanc. Ces derniers traitent les éléments suivants :

- Les lignes d'actions
- Les réformes politiques économiques
- L'évaluation de compétences nécessaires et identification des compétences manquantes.

Les travaux de l'équipe IRC-PAC-NO ont été renforcées par des réunions avec les acteurs et agents du cluster les plus avancés et les plus motivés en vue de débattre et discuter sur les lignes d'actions identifiées d'une part et recueillir, mieux définir et affiner les lignes d'actions en faisant appel à des experts pour le renforcement des travaux des groupes de travail.

La concertation avec les acteurs a été faite avec 03 groupes de travail selon la répartition suivante :

- Groupe de travail « maîtrise de la chaîne de valeur des PAMs fraîches »
- Groupe de travail « Commercialisation »
- Groupe de travail « Financement »

A l'issue des travaux de l'équipe de l'IRC, les résultats des groupes de travail, les avis des experts, et la concertation avec les administrations et institutions publiques ont abouti aux lignes d'actions et actions suivantes :

1- Maîtrise de la chaîne de valeur des PAMs fraîches

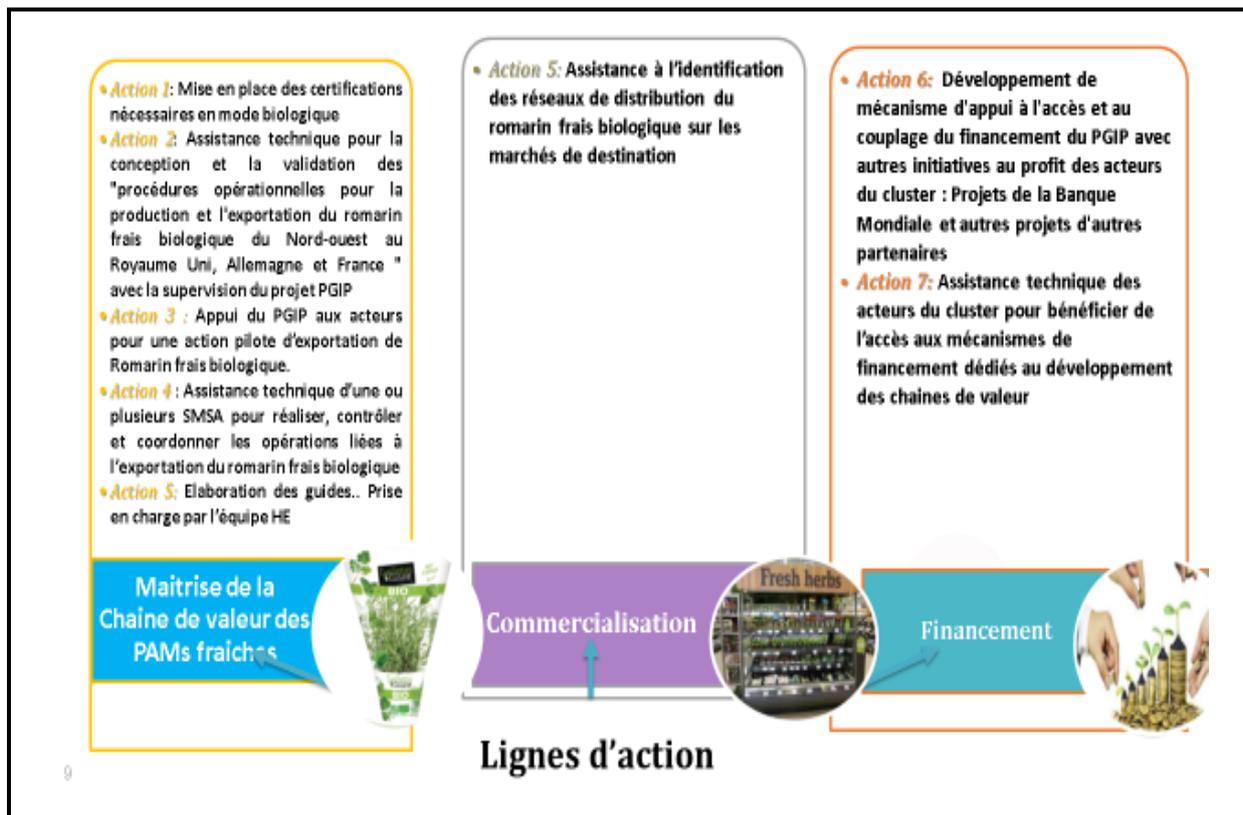
- **Action 1** : Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique
- **Action 2** : Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France "avec la supervision du Projet PGIP.
- **Action 3** : Appui du projet PGIP aux acteurs pour une action pilote d'exportation de romarin frais biologique.
- **Action 4** : Assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique.
- **Action 5** : Elaboration d'un référentiel PAM (Prise en charge par l'IRC HENO).

2- Commercialisation

- **Action 6** : Assistance à l'identification des réseaux de distribution du romarin frais biologique sur les marchés de destination.

3- Financement

- **Action 7** : Développement de mécanismes d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires.
- **Action 8** : Assistance technique aux acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur.



IV. RÉACTIONS ET OBJECTIONS POTENTIELLES DE LA PART DES PARTICIPANTS

Durant les travaux menés en groupes techniques, l'équipes technique CDCGE/AFC et la TF, a pu percevoir un intérêt assez positif sur le développement de la chaîne de valeur « des plantes aromatiques culinaires dans la région de Nord-Ouest ». Cependant, des actions rapides et réalistes sont attendues de la part des acteurs (GDA particulièrement) leur permettant de se positionner dans cette nouvelle stratégie de valorisation des plantes aromatiques.

En effet, quelques points peuvent être abordés lors du déroulement du DPP 3 ; il s'agit notamment de :

- 
 Rassurer les agents du cluster et les autres intervenants sur l'appui du projet pour la mise en place et la concrétisation des lignes d'actions issues de tout ce processus de dialogue et de concertation engagés par l'Administration ;
- 
 La nécessité d'assurer l'articulation et l'enchaînement logique des lignes d'actions pour garantir une mise en œuvre cohérente du programme prévu par le projet PGIP ;
- 
 L'impératif d'un renforcement des capacités des différents intervenants pour la pérennisation de cette ambitieuse stratégie ;

V. PRINCIPAUX MESSAGES CLÉS DU DPP3

La réussite de la réunion est assurée si tous les participants (acteurs publics, acteurs privés, représentant tous les maillons de chaîne) quittent la salle avec une conviction :

« LE CLUSTER PEUT REUSSIR UN CHANGEMENT STRUCTUREL BASE SUR LA CREATION DE LA VALEUR AJOUTÉE PROFITABLE POUR TOUS »

A travers cet évènement, il est nécessaire de passer les messages suivants :



L'exportation des plantes aromatiques biologiques fraîches est une alternative pour valoriser et préserver les ressources naturelles de la région du Nord-Ouest



La stratégie à mettre en œuvre ne peut réussir qu'avec l'effort des acteurs et les parties prenantes :

Administration, Acteurs Publics et Privés

VI. AGENDA DU DPP3

Mercredi le 21 Avril 2021

à l'Office de Développement du Nord-Ouest à Siliana / à distance

Horaires	Objet	Intervenant
09h 30 - 10h 00	Enregistrement	
10h 00 - 10h 05	Mot de bienvenue	DG ODNO
10h 05 - 10h 10	Ouverture	PGIP
10h 10 - 10h 20	Rappel des options stratégiques et présentation des WG	TFDCVC et CDCGE/AFC
10h 20 - 11h 10	Présentation des lignes d'actions	WG
11h10 - 11h 40	Discussions	Participants
11h 40 - 12h 00	Prochaines étapes	PGIP
12h 00	Clôture	TFDCVC et CDCGE/AFC

VII. TON DE LA PRÉSENTATION ET DE L'ANIMATION

Le Dialogue Public Privé a pour but d'instaurer une confiance mutuelle et de tisser des liens avec les acteurs.

C'est pour cela, le ton de la réunion sera positif, convivial et motivant durant tout au long de cet évènement afin de favoriser une ambiance ouverte sur le dialogue et l'écoute des participants.

Le modérateur est évidemment appelé à être ouvert, disponible et à l'écoute des autres, il veille au bon déroulement du débat, il doit être à la fois humble et empathique mais aussi ferme et structuré dans sa façon de diriger la réunion pour l'atteinte des objectifs escomptés.

Liste de présence Briefing DPP3 PAC -20-04-2021 de 12h à 113 à distance sur le lien de Google Meet : <https://meet.google.com/jbm-wvpn-qmc>

N°	Nom et Prénom	Organisme
1	Samir Bel Haj Salah	PGIP
2	Abid Raja	PGIP
3	Hasna Boughanmi	PGIP
4	Chokri Rejeb	TF
5	Héla Zghidi	TF
6	Khalifa Khaled	TF
7	Bedoui Mongi	CDCGE/AFC
8	Marouane Chikhaoui	CDCGE/AFC
9	Monia Manai	CDCGE/AFC
11	Abdelhakim Khaldi	CDCGE/AFC

P1

PRESENTATION DU DPP1

+

FEUILLE DE PRESENCE



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



Initiative de Renforcement de la Compétitivité



Plantes Aromatiques Culinaires dans la région du Nord-Ouest

1 ère réunion de dialogue Public privé

07 Octobre 2020



Initiative de Renforcement de Compétitivité (IRC) **Plantes aromatiques culinaires dans le nord ouest**

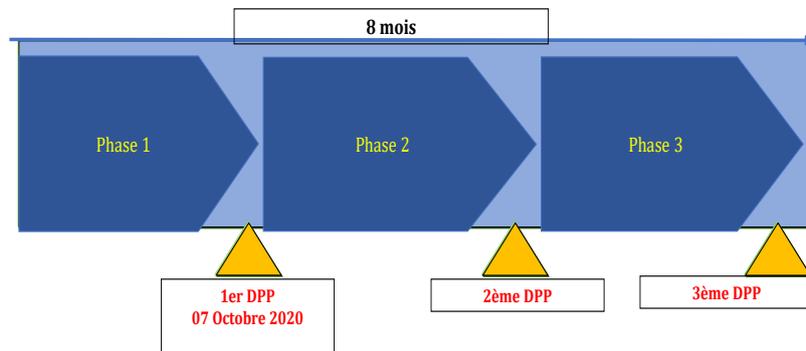


Agenda

- **Calendrier de l'IRC**
- **Le secteur des PAMs dans le monde**
- **Le secteur des PAMs dans la région NO**
- **Les défis à venir**
- **Prochaines échéances**

IRC Plantes aromatiques culinaires

Plan de travail



Initiative de Renforcement de Compétitivité (IRC) Plantes aromatiques culinaires dans le nord ouest



Agenda

- Calendrier de l'IRC
- Le secteur des PAMs dans le monde
- Le secteur des PAMs dans la région NO
- Les défis à venir
- Prochaines échéances

OFFRE MONDIALE

La valeur des exportations a atteint en 2018, **5,6 MILLIARDS DE DOLLARS** pour les épices et plantes aromatiques sous toutes leurs formes (séchés, frais, mélanges).



- **Inde et Chine** : deux premières sources d'épices et de plantes aromatiques
- **Allemagne et Pays-Bas** : se positionnent comme plateformes d'import/transformation/export

DEMANDE MONDIALE

TAUX DE CROISSANCE



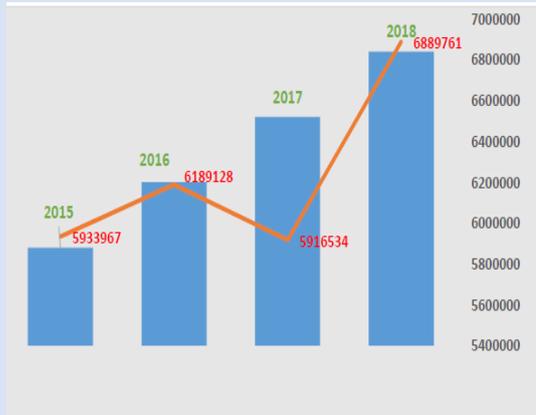
**+2% en valeur et +7% en quantité pour Produit : (070999)
Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré**



**-11% en valeur et -10% en quantité pour Produit :
(121190) Plantes, parties de plantes**

DEMANDE MONDIALE

La valeur des importations a atteint en 2018, **5,878 MILLIARDS DE DOLLARS** pour les épices et plantes aromatiques sous toutes leurs formes (séchés, frais, mélanges).



source: International Trade Center

Les principaux pays importateurs : les États-Unis, la Chine, le Japon , l'Allemagne et la Corée.

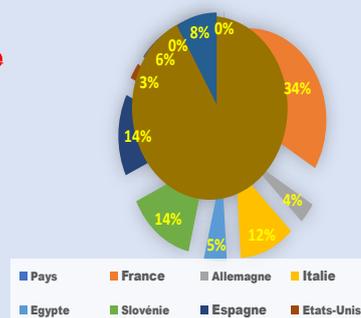
OFFRE NATIONALE

En Tunisie, le potentiel exploitable en PAM est évalué par la DGF à environ :

- ❖ 340.000 ha pour le Romarin, (REF 2020)
- ❖ 33.000 ha pour le Myrte (REF 2020)
- ❖ 60 000Ha pour le Lentisque (REF 2020)

❖ La production annuelle exportée pour le PpP (HS12 12190) à une moyenne de 2550 T (INS Série 2017) pour une valeur de 8,9 MDT.

❖ France, Italie et Espagne sont les principaux marchés de la Tunisie



Initiative de Renforcement de Compétitivité (IRC)
Plantes aromatiques culinaires dans le nord ouest



Agenda

- Calendrier de l'IRC
- Le secteur des PAMs dans le monde
- Le secteur des PAMs dans la région NO
- Les défis à venir
- Prochaines échéances

LE CLUSTER

Le Nord-Ouest en Chiffres (source: DG/F /REF) :

15 paysages forestiers

47% de la superficie nationale en Romarin

46% de la superficie nationale en Thym

45% de la superficie nationale en Myrte

25% de la superficie nationale en Lentisque

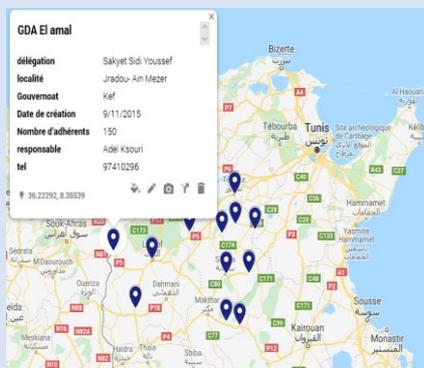
**2.6% de la superficie nationale des plantes
médicinales cultivées**

**21.4% de superficie nationales des plantes
aromatiques cultivées**

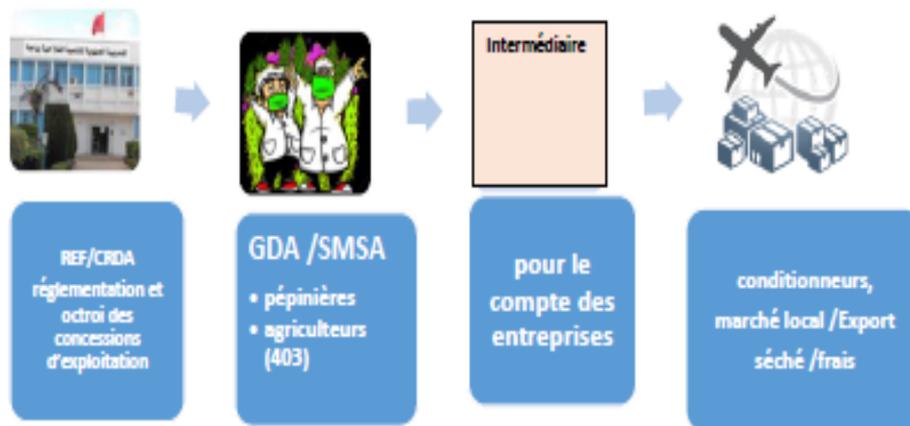
22 GDA (1126 agriculteurs)

1 SMSA

06 Unités de transformation



Agents du Cluster



Initiative de Renforcement de Compétitivité (IRC) Plantes aromatiques culinaires dans le nord ouest



Agenda

- Calendrier de l'IRC
- Le secteur des PAMs dans le monde
- Le secteur des PAMs dans la région NO
- Les défis à venir
- Prochaines échéances

Quels sont les problèmes qui entravent le développement de ce secteur dans la région et en Tunisie

ما هي المشاكل التي تعيق تطوير هذا القطاع في المنطقة وفي تونس؟



D'après ce qui a été présenté, où vous positionnez votre produit?

Pensez vous que vous vous adressez au meilleur marché?

حسب ما تم تقديمه ، أين يمكنك تصنيف منتوجاتك، و في أي من الأسواق العالمية؟

هل تعتقد أنك تتجه نحو أفضل سوق؟



Comment vous verrez l'avenir de la filière PAM dans la région?

كيف ترى مستقبل قطاع الأعشاب العطرية و الزيوت الأساسية في المنطقة و في تونس؟



Initiative de Renforcement de Compétitivité (IRC)
Plantes aromatiques culinaires dans le nord ouest



Agenda

- **Calendrier de l'IRC**
- **Le secteur des PAMs dans le monde**
- **Le secteur des PAMs dans la région NO**
- **Les défis à venir**
- **Prochaines échéances**

Prochaines échéances



CONTACTS:



Nom et prénom: M. Khaled KHLIFA
Email: khalifa.khaled69@gmail.com
GSM: 54 432 723



CDCGE/AFC
Email: mb.cdcgeconsultinggmail.com
Tel: +216 71 86 03 82

Liste de Présence du 7/10/2020 - DPP1 : HE & PAC

Liste des acteurs privés/GDA

N°	Structure	Délégation	Localité	Gouver	Date de création	Nombre d'adhérents	Responsable	tel
1	GDA Ech Ezzitoun	nefza	Ech Ezzitoun	Béja	2018	30	Naima Aloui/ Samira Aloui	96809783/ 94401437
2	GDA Khayrat Nefza	Nefza	Bellif	Béja	2019	13	alaeddine Romdani	90448453
3	GDA Tabouba	Nefza	Tabouba	Béja	2005		Lamjed Abdelli	96623716
4	GDA Essendayen	Nefza	Aouled Salem	Béja	2006	350	Mokhtar Aloui	97933276
5	GDA Argoub Adila	Nefza	Argoub	Béja	2018	40	Noura Zamali	24350835
6	GDA Oued Maaden	nefza	Oued Maaden	Béja	2007	135	Chokri Taboubi	98822916
8	GDA Nassaem Andaloussia	Testour	Testour	Béja	2017	15	Fatma Dridi/ Hedia Jdey	54800056/94727535
9	SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	2017	150	Noura Nouioui	93036159
10	GDA Hrayer Gloub Ethiren	Fernana	Gloub Ethiren	Jendouba	2017	60	Houda Hamdi	96249419
	GDA oued Ezzin	Ain Draham	Tebainia	Jendouba	2008	258	Moncef Soltani	96091932
11	GDA El Baraka	Ain Draham	Ettbainya	Jendouba	2013	43	Mabrouka athmini	96442954
12	GDA Pure nature	Ain Draham	Babbouche	Jendouba	10/08/2018	51	Rihen Bchini	92698856
13	GDA Ain babbouch	tejerouin	Ain Babouch	Kef	04/07/2016	20	Fadhila Cherni	98682456
14	GDA Sidi Rabah	Sakiet sidi Youssef	Sidi Rabeh	Kef	2018	60	Kamel Labidi	97386195
15	GDA El Hayet	Kalaat Snen	Kalaat Snen	Kef	07/07/1905	25	Essia Lamloum	93391904
16	GDA El amal	Sakyet S. Youssef	Jradou- Ain Mezer	Kef	11/09/2015	150	Adel Ksouri	97410296
17	GDA Essâsâ	Ettouiref	Weljet Essedra	Kef	14/11/2006	105	Med Ismalia	40370463
18	GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	2016	10	Sonia gammoudi	28409433
19	GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	2017	22	Kalthoum mimouni	20661347
21	GDA Vita	Gaafour	Gaafour	Siliana	2017	5	Yosra Oueslati	25375369
22	GDA Ain Bousaidia	Bargou	Ain Bousaadia	Siliana	2019	15	Ahmed Jed	26539270
23	GDA Bou K'HIL	Krib	Krib	Siliana	2012	73	Mohamed Salah Abidi	55341533

Acteurs PME de 1ère et 2ème Transformation

N°	Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Date de création	Responsable	tel	Email
1	plurielles	Testour	Testour	Béja		Hajer farhoud	58 536 676	farhoudhager@yahoo.fr
2	Agromatica	Fernana	Fernana	Jendouba		Jalel Chaabani	95 327 137	jalelchaabani@gmail.com
3	Flora Nature	Bouaouen	Boussalem	Jendouba	2016	Sarra ncibi (gérante de la société)	53664932	s.ncibi@gmail.com
5	Société des Produits non ligneux	Zouaraa	Neza	Beja		Jalel Hlali	93237867	
6	KB Flora	Balta	Boussalem	Jendouba		Khaoula Balti	52192234	khaoula_balti@yahoo.fr
7	Bio Nord	Tabarka	Tabarka	Jendouba		Basma Zaghdoudi	92573839	bionord.bh@gmail.com /basmarosa@hotmail.fr
8	Novaroma	Babbouche	Ain Draham	Jendouba		Hassani Mansour	25979954	Mansourhassani15@gmail.com
9	Tunaroma	Jendouba	Jendouba	Jendouba		Amel Marzouki	93 189 532	tunaroma.marzouki@gmail.com

SECTEUR PUBLIC REGIONAL

N°	Institution	Nom et prénom	Fonction	Téléphone	Mail
1	Arrondissement forêt Ain Draham	Amri Haithem	Chef d'arrondissement	78603426	crda.jendouba@iresa.agrinet.tn
2	Arrondissement forêt Béja	Askri Zied	Chef d'arrondissement	78450344	crda.beja@iresa.agrinet.tn
3	Arrondissement forêt Siliana	Wallani Sabri	Chef d'arrondissement	78872790	crda.siliana@iresa.agrinet.tn
4	Arrondissement forêt Kef	Ferchichi Amor	Chef d'arrondissement	78224711	crda.kef@iresa.agrinet.tn
5	Office de développement sylvopastoral du Nord-Ouest	Chahinaz Azizi	Directeur	78450500	dgle.odesypano@email.ati.tn

PROJET PGIP/TASKFORCE/CDCGE/AFC

N°	Institution	Nom et prénom	Fonction	Téléphone
1	Projet PGIP / DGF	Mohamed Boufaroua	Directeur Général	
2	Projet PGIP	Sihem aouinti	Coordinatrice	
3	Projet PGIP	Raja Abid		
4	Projet PGIP	Boughanmi Hasna		
5	Projet PGIP	Sihem Hadj Ameer		
6	Taskforce	Chokri rejev	Directeur Exécutif	
7	Taskforce	Hela Zghidi		
8	Taskforce	Ines Zegnani		
9	Taskforce	Abir TOUMI SGHAIER		
10	Taskforce	Hamzaoui Hasna		
11	Taskforce	KhaledKhalifa		
12	CDCGE/AFC	Bedoui Mongi	Coordinateur des Projets	
13	CDCGE/AFC	Marouane Chikhaoui	Expert terrain PAC	
14	CDCGE/AFC	Nizar Chouchen	Expert terrain HE	
15	CDCGE/AFC	Youssef Bouhlel	Expert Politiques	
16	CDCGE/AFC	Khaldi Abdelhakim	Backstopping	

P2

PRESENTATION DU DPP2

+

FEUILLE DE PRESENCE



Initiative de Renforcement de la Compétitivité

النباتات العطرية للطهي
في منطقة الشمال الغربي



2^{ème} Réunion de Dialogue Public Privé

Mercredi 16 Décembre 2020



الهدف



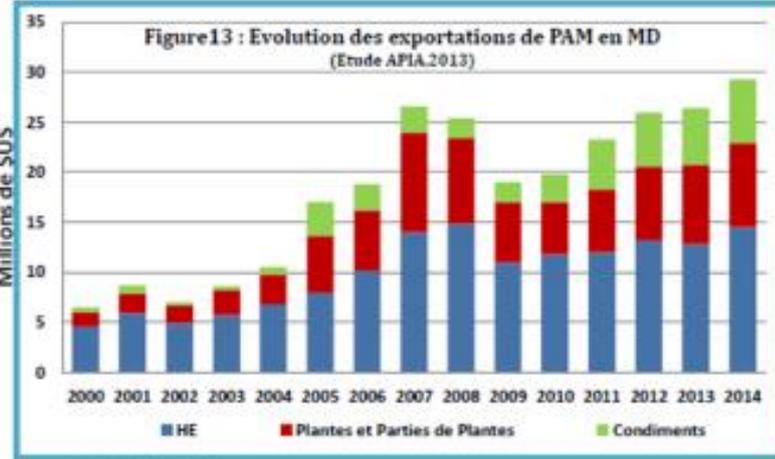
مشاركة وتأكيد الاستراتيجية التي سنتبناها الجهات الفاعلة في منطقة الشمال

الغربي



1.1 الوضعية الحالية

✓ تونس هي ثاني أكبر مصدر
لزيوت الإكليل في العالم
✓ 0,3 % من الصادرات
العالمية في مجال النباتات
العطرية المعدة للطهو
والبهارات المجففة PAM
Séchées
✓ مساهمة شبه منعدمة في
الصادرات العالمية من
النباتات العطرية المعدة
للطهو والبهارات الطازجة
(PAM Fraiches)



Source: Etude APIA, 2013

5



2.1 مثال مجسد: خارطة إنتاج الإكليل في العالم



✓ أهم البلدان المنتجة: كولمبيا، الولايات المتحدة الأمريكية، الهندوراس، فلسطين، إسرائيل
✓ أهم البلدان الموردة: الولايات المتحدة الأمريكية وإفريقيا الجنوبية

6



3.1 أمثلة من المؤسسات العالمية في سوق النباتات العطرية المجففة

✓ المبيعات: 25 مليار دولار أمريكي
 ✓ الموارد البشرية: 37000 شخص



✓ المبيعات: 5,3 مليار دولار أمريكي
 ✓ الموارد البشرية: 12400 شخص



7



4.1 توجهات الاستهلاك في العالم

محركات الطلب

توجهات الطلب

1. الفوائد الغذائية والصحية للمنتجات

- منتجات طازجة ومنتجات الفصول
- منتجات بيولوجية



2. اكتشاف مذاقات جديدة

- مذاقات وتجارب: أدوات وأطباق جديدة من العالم

3. وعي بتأثير المنتجات على المحيط

- استهلاك منتجات محلية



4. تأثير فيروس كورونا

- استهلاك أكبر للنباتات العطرية المعدة للطهو



5.1 النباتات العطرية المعدة للطهي الطازجة البيولوجية Plantes Aromatiques Fraiches Biologiques



ابتداء من 750 دت (وزن مجلف)
Equiv 175 à 230 euros le Kg (en séché)



6.1 كيفاش نجمو ننافسوا ؟





نضارة النباتات

*التحكم في سلسلة التبريد

* تغليف مناسب

ممارسات جيدة للإنتاج

شهادة منتج بيولوجي

سلسلة التوزيع منتجات متخصصة

*كميات صغيرة

*سلاسل التوزيع المتخصصة: المتاجر البيولوجية ، المطاعم
النباتية ، إلخ- محلي / دولي



2. المراجع العالمية





مؤسسات إنتاج



مؤسسات تغليف



مؤسسات اللوجستيك



Paris Herbes
Leader des herbes aromatiques à Rangb

مؤسسات توريد
وتوزيع



علي داي دالي : شالف
تونسي في مطاعم
راقية بنيويورك



3. الخيارات الاستراتيجية



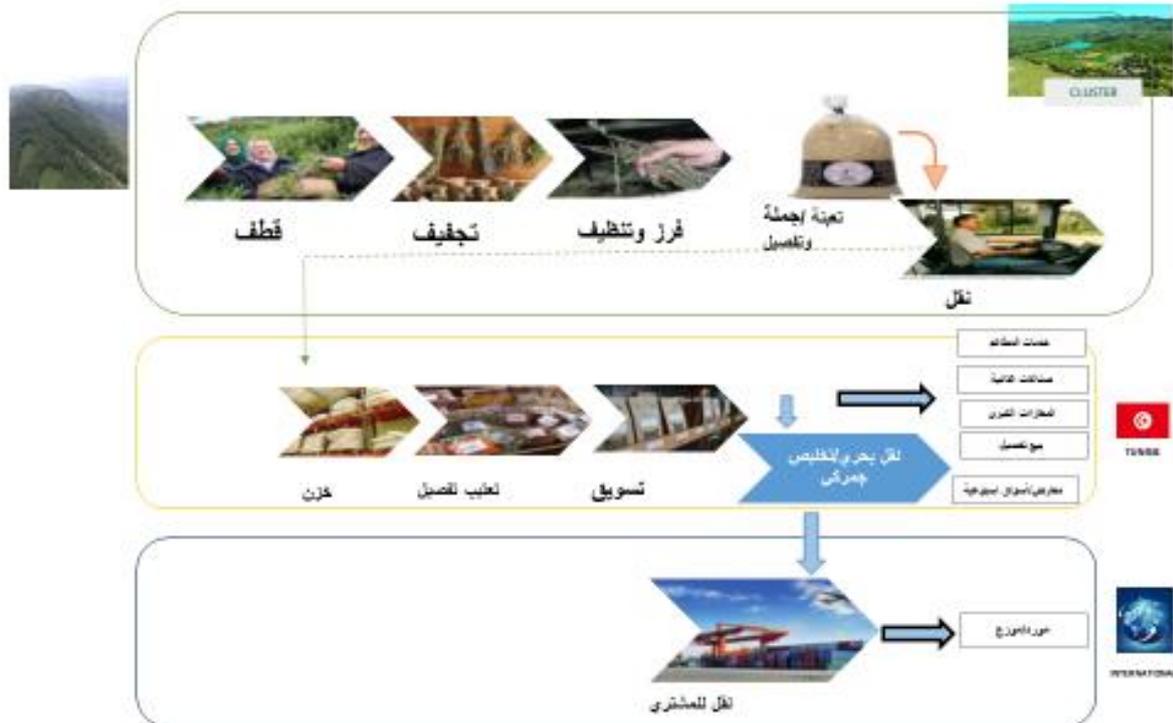


سلسلة القيمة الحالية والمثالية
CDV Actuelle VS CDV Idéale



15

سلسلة القيمة الحالية
CDV Actuelle (Plantes Aromatiques séchées)



سلسلة القيمة المثالية CDV Idéale (plantes aromatiques fraîches)



• الامتثال لممارسات الإنتاج الجيدة لكل نبتة: طريقة القطف، جدول القطف
 • الامتثال لمتطلبات الجودة / النظافة لكل نبتة
 المظهر: تجنب وجود أي علامات: تبييض، سواد، اصفرار، حرق، رطوبة، لون غير موحد،
 أجسام غريبة، رائحة غريبة
 السيقان: سمك الساق، الأوراق الممزقة أو المكسورة،
 الآفات والأمراض والأضرار المرتبطة بها
 التعبئة والتغليف: توحيد الحجم،





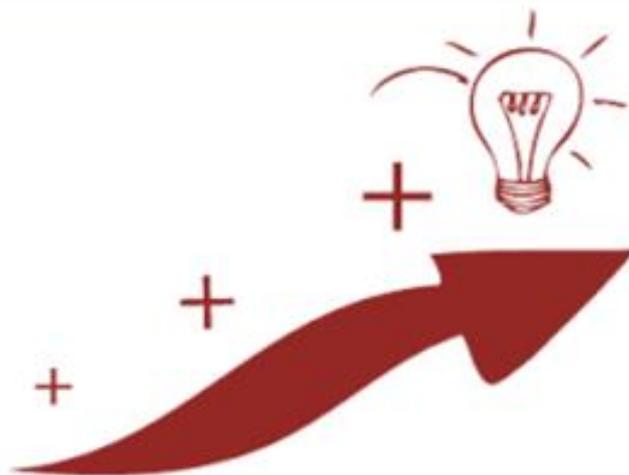
- المصقات ، الوزن ، درجة الحرارة
- الامتثال لمتطلبات التتبع
- التحكم في سلسلة التبريد: التحكم في درجة الحرارة والرطوبة الملائمة لكل نبات
- تغليف مناسب لكل نبتة/ نوع النقل (الجوي أو البحري) للحفاظ على نضارة وحالة



19



مجالات التحسين Domaines d'Amélioration



20



1.
التحكم في سلسلة
النباتات العطرية الطازجة
(الإنتاج ، اللوجستيك ، التغليف ، التبريد ، الاعتماد)



2.
التسويق



3.
التمويل

21



شكرا على الانتباه

22

Liste de Présence DPP2 du 15/12/2025 : PAC Fraiches

Acteurs privés/GDA							
Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Date de création	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel
SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	2017	150	Noura Nouioui	93036159
GDA oued Ezzin	Ain Draham	Tebainia	Jendouba	2008	258	Ibrahim Soltani	96091932
GDA El Baraka	Ain Draham	Ettbainya	Jendouba	2013	43	Mabrouka athmini	96442954
GDA Pure nature	Ain Draham	Babbouche	Jendouba	10/08/2018	51	Rihen Bchini	92698856
GDA Ain babbouch	tejerouin	Ain Babouch	Kef	04/07/2016	20	Fadhila Cherni	98682456
GDA Ain babbouch	tejerouin	Ain Babouch	Kef	04/07/2016	20	Imen Cherni	98682456
GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	2017	22	Kalthoum mimouni	20661347
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	2016	10	Sonia gammoudi	28409433
GDA Knouz Djebba	-	Djebba	Béja			Ferida Djebbi	97795467
GDA Knouz Djebba	-	Djebba	Béja			Yosra Ben Aymen	
GDA VITA	gaafour	gaafour	Siliana	2017	7	Sana jbali	28139567

Acteurs PME							
Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Date de création	Responsable	Tel	Email
Flora Nature	Bouaouen	Boussalem	Jendouba	2016	Sarra ncibi (gérante de la société)	53664932	s.ncibi@gmail.com
Novaroma	Babbouche	Ain Draham	Jendouba		Hassani Mansour	25979954	Mansourhassani15@gmail.com

SECTEUR PUBLIC REGIONAL				
Institution	Nom et prénom	Fonction	Téléphone	Mail
Arrondissement forêt Ain Draham	Rabab Dabboussi			
Arrondissement forêt Ain Draham	Haithem El Amri	Chef d'Arrondissement	78603426	crda.jendouba@iresa.agrinet.tn

PROJET PGIP/TASKFORCE/CDCGE/AFC				
N°	Institution	Nom et prénom	Fonction	Téléphone
1	Projet PGIP / DGF	Mohamed Boufaroua	Directeur Général	
2	Projet PGIP	Sihem aouinti	Coordinatrice	
3	Projet PGIP	Raja Abid		
4	Projet PGIP	Boughanmi Hasna		
5	Projet PGIP	Sihem Hadj Ameer		
6	Taskforce	Chokri rejeb	Directeur Exécutif	
7	Taskforce	Hela Zghidi		
8	Taskforce	Ines Zegnani		
9	Taskforce	Abir TOUMI SGHAIER		
10	Taskforce	Hamzaoui Hasna		
11	Taskforce	KhaledKhalifa		
12	CDCGE/AFC	Bedoui Mongi	Coordinateur des Projets	
13	CDCGE/AFC	Marouane Chikhaoui	Expert terrain PAC	
14	CDCGE/AFC	Nizar Chouchen	Expert terrain HE	
15	CDCGE/AFC	Youssef Bouhlel	Expert Politiques	
16	CDCGE/AFC	Khalidi Abdelhakim	Backstopping	

P3

PRESENTATION DU DPP3

+

FEUILLE DE PRESENCE



Initiative de Renforcement de la Compétitivité

Plantes Aromatiques Culinaires
dans la région du Nord-Ouest



Troisième réunion du Dialogue Public Privé

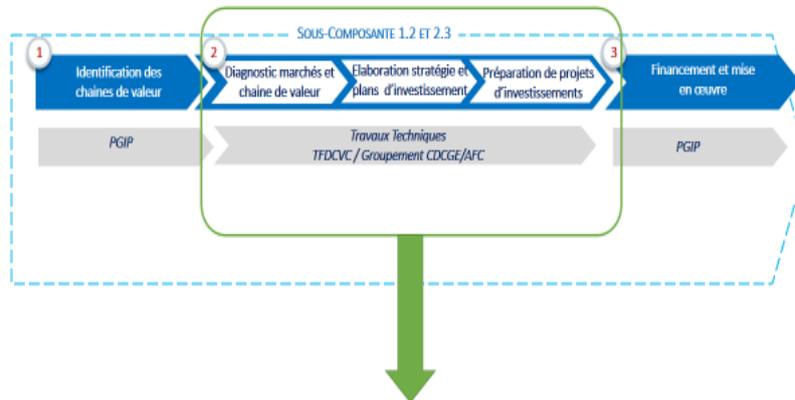
21 Avril 2021 à l'ODNO, Siliana



Contexte de la Troisième Réunion du Dialogue
Publique Privé



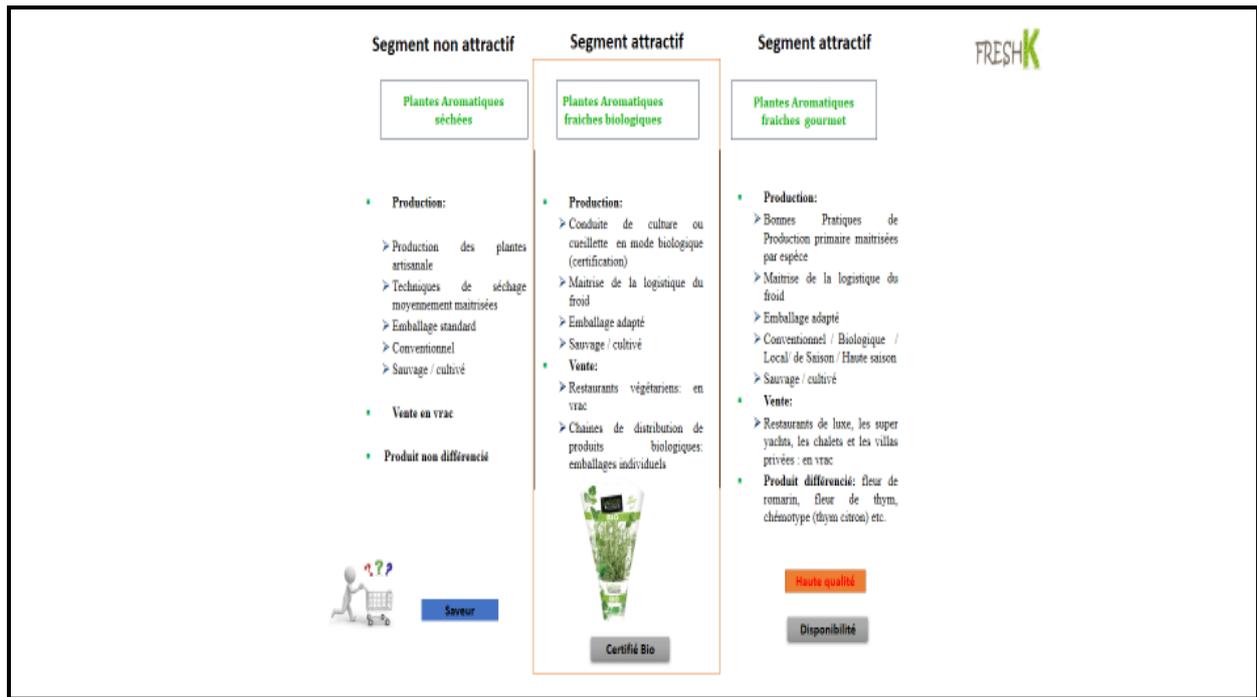
Processus de l'IRC Plantes Aromatiques Culinaires dans le Nord Ouest



5

IRC Plantes Aromatiques Culinaires dans le Nord Ouest Travaux techniques





FRESHK

UN PRODUIT DE NICHE

- Produit certifié biologique
- Une fraîcheur du produit et maîtrise de la chaîne de froid
- Un emballage sophistiqué






UN CONCEPT INTEGRE

- Création d'expérience personnalisée
- une histoire à communiquer sur un produit du terroir





CHAINE DE DISTRIBUTION

- Petits volumes
- Relation avec des spécialistes
- locale ou/et internationale



13

FRESHK







➔



↑



15



.1.
Maitrise de la Chaine de valeur des PAMs fraiches



.2.
Commercialisation



.3.
Financement



.1.
Maitrise de la Chaine de valeur des PAMs fraiches

W.G. N° 01
Porte parole : Mme. Noura NOUIOUI



.2.
Commercialisation

W.G. N° 02
Porte parole : Mme. Noura NOUIOUI



.3.
Financement

W.G. N° 03
Porte parole : Mme. Noura NOUIOUI

- **Action 1:** Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique
- **Action 2:** Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France " avec la supervision du projet PGIP
- **Action 3 :** Appui du PGIP aux acteurs pour une action pilote d'exportation de Romarin frais biologique.
- **Action 4 :** Assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique
- **Action 5:** Elaboration d'un référentiel PAM (Prise en charge par l'IRC HENO)

Maitrise de la Chaîne de valeur des PAMs fraîches



- **Action 6:** Assistance à l'identification des réseaux de distribution du romarin frais biologique sur les marchés de destination

Commercialisation



- **Action 7:** Développement de mécanisme d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires
- **Action 8:** Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur

Financement



Lignes d'action



Ligne d'action.1.
Maitrise de la Chaîne de valeur des PAMs fraîches

Action 1: Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique

Objectifs:

Objectif 1 : Certifier 6.500 Ha de domaines forestiers répartis comme suit.

Objectif 2 : Certifier le mode de production de Romarin frais biologique



Zone	Gouvernorat/ Délégation	Localité	Surface proposé	Espèces de PAM concernées dans la zone	Observations/justificatifs
Zone 1	Tajerouine/Kef	Jbels de Menzel Salem et Tajerouine	2500 ha	Thym et Romarin	Kef détient 31,4% des superficies nationales de thym et 19,3% de romarin
Zone 2	Bargou/ Siliana	J Bargou	2000 ha	Romarin et thym	Siliana détient 19,2 % des superficies nationales de romarin et de 7% thym
Zone 3	Kesra/ Siliana	Jbels de Kesra	2000 ha	Romarin et thym	

Résultats:

Augmentation des productions de Romarin frais biologique.

Source : CDCGEA/AFIC

Action 1: Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique

Activités:

- Etape 1 : Identification des GDAs désirant bénéficier de la certification biologique
- Etape 2 : Assistance technique des bénéficiaires pour l'obtention de la certification biologique
- Etape 3 : Recrutement d'organisme de certification des parcours forestiers et des bénéficiaires



	M01				M02	M03	M04	M05	M07				M08				M09				M10				M11				M12				M13				M14				M15				M16				M17			
	01	02	03	04					01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04				
Étape 1 : Réalisation de la demande de certification des bénéficiaires et des parcours forestiers	Préparer l'AMI																																																			
	Lancer l'AMI																																																			
Étape 2 : Appui technique pour la conception des procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique	Rédiger les TOs																																																			
	Lancer l'appel d'offres																																																			
Étape 3 : Réalisation de la demande de certification des bénéficiaires et des parcours forestiers																																																				

Action 2: Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France « avec la supervision du projet PGIP

Objectifs:

Objectif 1 : Maitriser toutes les procédures de production de romarin frais (Pré récolte - Récolte - Transformation - Exportation - HACCP)



Objectif 2 : Tester le Manuel des procédures opérationnelles (SOP)



Objectif 3 : Réaliser trois opérations d'export de romarin frais biologique par remorque frigorifique et par fret aérien au Royaume Uni, Allemagne et France.



Action 2: Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France « avec la supervision du PGIP

Résultat:

Résultat 1 : Le Manuel des procédures opérationnelles (SOP) en sa version Draft

Résultat 2 : Un document Excel contenant toutes les informations qui pourrait éventuellement être saisi pour assurer la traçabilité du produit

Résultat 3 : Un rapport détaillé sur les expéditions pilotes réalisées, y compris toutes les activités importantes pour la pertinence des pilotes, accompagnés de contrats et de reçus (preuves).

Résultat 4 : Une version du SOP révisée en arabe et en français

Résultat 5 : Le matériel de formation sur les SOP en arabe et en français

Résultat 6 : Une vidéo de formation pour le SOP (max 10 minutes) en anglais et en arabe

Résultat 7 : Une vidéo promotionnelle des résultats des expéditions pilotes (max 3 minutes), en arabe et en français

Résultat 8 : Termes de références pour le recrutement de fournisseurs de logistique froid et ce, sur la base des SOP révisé

Résultat 9 : Rapport sur l'atelier de sensibilisation des fournisseurs de logistique de froid à Tunis

Résultat 10: Rapport détaillée sur les modalités de l'assistance technique de(s) SMSA

Action 2: Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France « avec la supervision du PGIP

Activités:

Activité 1 : La rédaction d'un Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique

Activité 2 : Tester le Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique lors d'expéditions pilotes de romarin frais biologique vers l'Allemagne, la France et le Royaume uni (par remorque frigorifique et par fret aérien)

Activité 3 : Révision du Manuel des procédures opérationnelles (SOP) sur la base des expériences tirées des expéditions pilotes

Activité 4 : Élaboration des termes de références pour le recrutement fournisseurs de logistique froid et ce, sur la base des SOP révisé et organisation d'un atelier de sensibilisation auprès des prestataires de services potentiels à Tunis

Activité 5 : Assistance technique de(s) SMSA retenue (s) conformément au Manuel des procédures opérationnelles révisés (voir action 3)

Calendrier :

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037
Stratégie 101	Stratégie 101															
Stratégie 102	Stratégie 102															
Stratégie 103	Stratégie 103															
Stratégie 104	Stratégie 104															
Stratégie 105	Stratégie 105															
Stratégie 106	Stratégie 106															
Stratégie 107	Stratégie 107															
Stratégie 108	Stratégie 108															
Stratégie 109	Stratégie 109															
Stratégie 110	Stratégie 110															
Stratégie 111	Stratégie 111															
Stratégie 112	Stratégie 112															
Stratégie 113	Stratégie 113															
Stratégie 114	Stratégie 114															
Stratégie 115	Stratégie 115															
Stratégie 116	Stratégie 116															
Stratégie 117	Stratégie 117															
Stratégie 118	Stratégie 118															
Stratégie 119	Stratégie 119															
Stratégie 120	Stratégie 120															
Stratégie 121	Stratégie 121															
Stratégie 122	Stratégie 122															
Stratégie 123	Stratégie 123															
Stratégie 124	Stratégie 124															
Stratégie 125	Stratégie 125															
Stratégie 126	Stratégie 126															
Stratégie 127	Stratégie 127															
Stratégie 128	Stratégie 128															
Stratégie 129	Stratégie 129															
Stratégie 130	Stratégie 130															
Stratégie 131	Stratégie 131															
Stratégie 132	Stratégie 132															
Stratégie 133	Stratégie 133															
Stratégie 134	Stratégie 134															
Stratégie 135	Stratégie 135															
Stratégie 136	Stratégie 136															
Stratégie 137	Stratégie 137															
Stratégie 138	Stratégie 138															
Stratégie 139	Stratégie 139															
Stratégie 140	Stratégie 140															
Stratégie 141	Stratégie 141															
Stratégie 142	Stratégie 142															
Stratégie 143	Stratégie 143															
Stratégie 144	Stratégie 144															
Stratégie 145	Stratégie 145															
Stratégie 146	Stratégie 146															
Stratégie 147	Stratégie 147															
Stratégie 148	Stratégie 148															
Stratégie 149	Stratégie 149															
Stratégie 150	Stratégie 150															
Stratégie 151	Stratégie 151															
Stratégie 152	Stratégie 152															
Stratégie 153	Stratégie 153															
Stratégie 154	Stratégie 154															
Stratégie 155	Stratégie 155															
Stratégie 156	Stratégie 156															
Stratégie 157	Stratégie 157															
Stratégie 158	Stratégie 158															
Stratégie 159	Stratégie 159															
Stratégie 160	Stratégie 160															
Stratégie 161	Stratégie 161															
Stratégie 162	Stratégie 162															
Stratégie 163	Stratégie 163															
Stratégie 164	Stratégie 164															
Stratégie 165	Stratégie 165															
Stratégie 166	Stratégie 166															
Stratégie 167	Stratégie 167															
Stratégie 168	Stratégie 168															
Stratégie 169	Stratégie 169															
Stratégie 170	Stratégie 170															
Stratégie 171	Stratégie 171															
Stratégie 172	Stratégie 172															
Stratégie 173	Stratégie 173															
Stratégie 174	Stratégie 174															
Stratégie 175	Stratégie 175															
Stratégie 176	Stratégie 176															
Stratégie 177	Stratégie 177															
Stratégie 178	Stratégie 178															
Stratégie 179	Stratégie 179															
Stratégie 180	Stratégie 180															
Stratégie 181	Stratégie 181															
Stratégie 182	Stratégie 182															
Stratégie 183	Stratégie 183															
Stratégie 184	Stratégie 184															
Stratégie 185	Stratégie 185															
Stratégie 186	Stratégie 186															
Stratégie 187	Stratégie 187															
Stratégie 188	Stratégie 188															
Stratégie 189	Stratégie 189															
Stratégie 190	Stratégie 190															
Stratégie 191	Stratégie 191															
Stratégie 192	Stratégie 192															
Stratégie 193	Stratégie 193															
Stratégie 194	Stratégie 194															
Stratégie 195	Stratégie 195															
Stratégie 196	Stratégie 196															
Stratégie 197	Stratégie 197															
Stratégie 198	Stratégie 198															
Stratégie 199	Stratégie 199															
Stratégie 200	Stratégie 200															

37



Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches

Action 3: Appui du PGIP aux acteurs pour une Action pilote d'exportation de Romarin frais biologique



Objectifs et Résultats:
Objectif 1 : Exporter 50 Tonnes de romarin frais biologique

39

Action 4: Assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique"



45

Objectifs et Résultats:

Objectif 1 : Assistance technique d'au moins une SMSA dans le Cluster pour la réalisation, le contrôle et la coordination des opérations d'export du romarin frais biologique

Objectif 2 : Acquisition de matériel nécessaire à l'SMSA pour assurer ses activités (Equipement, camions frigorifiques, chambre frigorifique etc.)

Résultat 1 : Créer un service commun relatif à l'exportation de romarin frais biologique au profit des acteurs du cluster

Action 4: Assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique"

Activités:

Etape 1 : Identification d'une ou plusieurs SMSA désirant bénéficier de cette action

Etape 2 : Assistance technique de(s) SMSA (s) conformément au Manuel des procédures opérationnelles révisés (voir activité 5, action 2)

Etape 3 : Renforcement des capacités techniques et logistiques de(s) SMSA afin de pouvoir fournir appliquer le SOP révisé et ce, à travers l'acquisition de matériel, équipements, camions frigorifiques etc. La liste du matériel nécessaire sera identifiée ultérieurement après avoir identifié le(s) SMSA et en fonction du SOP Révisé.

Etape 4: Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de logistique de froid

47

Action 4: Assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique"

Calendrier :

	2021			2022			2023			2024			2025			2026			2027			2028			2029			2030			2031			2032		
	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi	vi		
Étape 1: Préparation des produits à exporter (SMA)	Préparer l'ASG																																			
	Mettre l'ASG																																			
Étape 2: Assistance technique pour la mise en œuvre de l'ASG	Assistance technique de la SMA (y compris le suivi des produits organiques et/ou bio) (voir article 5, article 2)																																			
	Acquisition de matériel, équipements, services logistiques etc.																																			
Étape 3: Renforcement des capacités des SMSA																																				
Étape 4: Mise en œuvre des opérations de l'ASG	Opérations de l'ASG																																			
	Opérations de logistique de base																																			

Action 5: Elaboration d'un référentiel PAM



IRC HUILES ESSENTIELLES
AU NORD-OUEST



Ligne d'action.2.
Commercialisation

Action 6: Assistance à l'identification des réseaux de distribution du romarin frais biologique sur les marchés de destination



Objectifs:

Commercialiser le romarin frais biologique dans les marchés cibles.

Activités:

Etape 1 : Identification des bénéficiaires désirant profiter de cette action liée à l'identification des circuits de distribution des PAMs fraîches biologiques

Etape 2 : Recrutement d'un cabinet de conseils ou d'un consultant pour l'identification des circuits de distribution pour un pays de destination

Etape 3 : Accompagner les bénéficiaires à rapprocher des marchés à travers la contractualisation avec un Acheteur

Action 6: Assistance à l'identification des réseaux de distribution du romarin frais biologique sur les marchés de destination

Calendrier :

	M01					M02					M03					M04				
	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05	01	02	03	04	05
Étape 1: Identification des bénéficiaires de la production de romarin frais biologique sur les marchés de destination	Préparer l'ASD																			
	lancer l'ASD																			
						Évaluer et identifier les participants														
Étape 2.1: Recensement d'un maximum de contacts pour l'identification des réseaux de distribution potentiels de destination						préparation des TDR														
						Lancer l'appel d'offre international														
											Évaluer et Exécuter le cabinet									
																lancer et suivre les travaux de cabinet				
Étape 2.2: Accompagner les producteurs de romarin frais biologique à travers les procédures de contractualisation des réseaux de destination																organiser et suivre une séance				
																Assister les producteurs aux procédures de contractualisation des brokers				



Ligne d'action.3.
Financement

Action 7 : Développement de mécanisme d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires



Objectifs et résultats:

Objectif 1: faciliter et diversifier l'offre de financement des acteurs économiques des Produits Aromatiques Culinaires

Résultat 1 : faciliter l'accès aux crédits et diversifier l'utilisation des offres à l'aide de l'appui du Projet PGIP et par des accords spécifiques entre le ce dernier et les acteurs de financement.

Résultats 2 : Renforcer l'accompagnement des acteurs économiques pour mieux utiliser les financements et assurer les remboursements.

Action 7 : Développement de mécanisme d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires

Activités:

Dans ce cadre, on propose développer un mécanisme qui consiste à :

-Faciliter le ciblage des outils spécifiques de financements BTS, Micro crédit comme ENDA et autres, Economie Sociale et Solidaire, financements à cibles spécifiques des autres projets de développement qui s'appliquent aux acteurs de la CDV.

- Conclure des accords entre les acteurs appuyés par le PGIP et les acteurs de financements en ce qui concerne des financements bien déterminés.

-Assurer l'appui et l'accompagnement du PGIP aux acteurs en la matière.

Financement

Action 7 : Développement de mécanisme d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires

Calendrier :

	M01	M02	M03	M04	M05	M06	M07	M08	M09	M10	M11	M12	M13	M14	M15
Etape 1: Identification des partenaires et concertation	recherche de partenaires et réunion de concertation														
Etape 2: Etudes des modalités et exigences de partenariat discussions avec les acteurs de la région				Etudes des modalités et exigences de partenariat, discussions avec les acteurs concernés et montage											
3) Etablissement des accords et modalités mise en œuvre entre l'UGO /PGIP et les acteurs de la région										Etablissement des accords et modalités mise en œuvre entre l'UGO /PGIP et les acteurs de la région concernée					

Financement

Action 8 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur



Objectifs et résultats:

Objectif 1 : Appuyer les acteurs du cluster à la constitution de leurs dossiers (l'élaboration de leurs plans d'affaires, les autorisations nécessaires, ...) afin d'accéder aux mécanismes de financement dont ils peuvent bénéficier.

Résultat 1 : Les acteurs sont capables de présenter des dossiers complets et défendable devant les comités d'évaluation pour le financement.

Résultat 2 : Les délais de constitution et d'évaluation des dossiers sont rétrécis.

Résultat 3 : Les acteurs sont plus conscients et plus impliqués dans la conception de leurs projets.

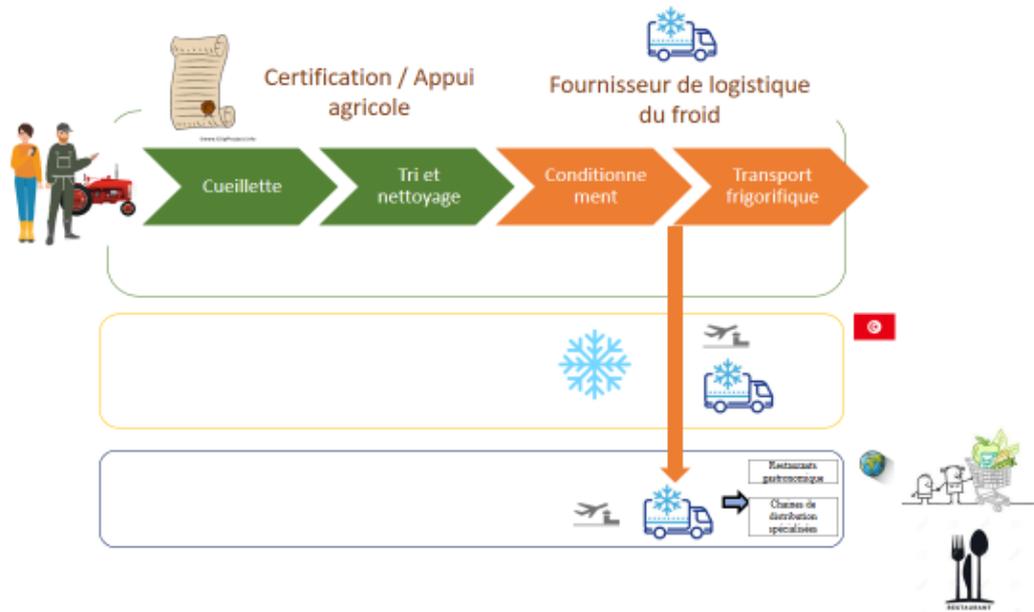
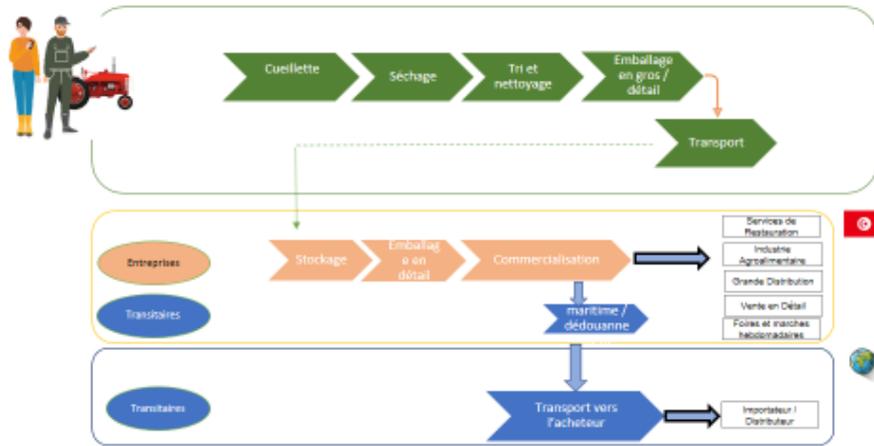
Action 8 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur

Activités:
Etape 1 : Identification des bénéficiaires (GDAs, SMSAs, Entreprises etc) désirant bénéficier de cette action
Etape 1 : Recrutement d'un expert spécialisé dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.

Action 8 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur

Calendrier :

	MO1				MO2				MO3				MO4				
	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	04	
Etape 1 : Identification des bénéficiaires (GDAs, SMSAs, Entreprises etc) désirant bénéficier de cette action	Préparer l'AND																
		Inscrire l'AND															
				Evaluation (voir l'Etat) SMSA													
Etape 2 : Recrutement de l'expert spécialisé dans la constitution des dossiers de candidature	Rédiger les TDR				Assistance technique des bénéficiaires dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.												
		Appeler l'expert candidat															
		Evaluation des candidatures															
		Contractualisation															



Processus de l'IRC Plantes Aromatiques Culinaires dans le Nord Ouest



Feuille de Présence du 21/04/2021- DPP3 : PAC

Initiative de Renforcement de la Compétitivité « Plantes Aromatiques Culinaires au Nord-Ouest »

FRESHK

3^{ème} REUNION DU DIALOGUE PUBLIC FRYE

Mardi 21 Avril 2021 à l'Unité de Développement du Nord-Ouest - Béni

N°	Organisme/Entreprise	Représentant/ fonction	E-mail	Tel	Signature
1	S.D.A Moor	présidente	kathraoummimoueni01@gmail.com	20661347	
2	Djebbi Faïda S.D.A	présidente S.D.A K'mouza Djebbi	djebbifaïda@gmail.com	97.795.467	
3	Azyadi Meriam	Présidente S.D.A ED Thalita	meriamazyadi63@yaho.com	98404333	
4	McKari I Pich	Membre S.D.A ED Thalita	salwa.mckari07@gmail.com	52320811	
5	Bedoui Margi	CDCGE/AFC	margi.bedoui.cdc@gmail.com	25302262	
6	Monia Manai	CDCGE/AFC	manai.monia@gmail.com	28228384	
7	Youssef. hachem	CDCGE/AFC	youssef.hachem@gmail.com	98401030	
8	Marouane Chikhaoui	CDCGE/AFC	CHIKHAOUI@gmail.com	22537590	
9	TFDCVC	Khaled Khalife	khalife.khaled65@gmail.com	54432723	
10	TFDCVC	Hicham Zghal	hicham.zghal@gmail.com	28100000	

5^{ème} REUNION DU DIALOGUE PUBLIC PRIVE

Mardi 21 Avril 2021 à l'Office de Développement du Nord-Ouest - Sôssa

	Organisme/Entreprise	Représentant/ Fonction	E-mail	Tel	Signature
11	M ^{me} Chakri Rajeb	TFDEV	rajebchakri.68@gmail.com		
12	GDA SAFA	Présidente	gamsoudisawa@hotmail.fr	28409433	
13	CRDA Sôssa	Chef APSôssa	Sabuwallanica@yahoo.fr	28127611	
14	CRDA Silmi	chef de la S.F. Silmi	Reich. reidjellah12@gmail.com	92917467	
15	CRDA Jendouba	chef. g. foab. Jendouba	hadha.dava@gmail.com	99.611.620	
16	Khassabte fahou	Coord. agricole fahou@khassabte.com	Khassabtefahou@yahoo.fr	98532765	
17	Chaïb Adel	APIA Silmi	dr.sliam@apia.com.tn	98813153	
18	DAGHARI Abdenour	Membre du PRA-15 CRAP Silmi	daghari@gmail.com	95529526	

	Organisme/Entreprise	Représentant / fonction	E-mail	Tel	Signature
19	GDA Ain behich	Floretejerini	Flore.tejerino@gmail.com	98682456	a distance
20	GDA EL Baraka	Mabrouka Athimni	etbeinia12@gmail.com	96244452	a distance
21	Association Projet PROFITS	Dr. Dr. Mohamed DAGHARI Naboucar	daghara@gmail.com	95529535	
22	GDA Takrama	Hafidha kebbar	afefir.k@gmail.com	98553090	a distance
23	P GIP	17 ^{ème} Raja abacha	—	—	a distance
24	CDCG C/AF	Abdelhakim khaldi	—	—	a distance
25	P GIP	Bouhanni Hama	—	—	a distance
26	Flora Natma	—	—	—	a distance
27	Tej Flora	Patricia Janni	—	—	—

PS

PRESENTATION DE GROUPE STRATEGIQUE

+

FEUILLE DE PRESENCE



Initiative de Renforcement de la Compétitivité

**PLANTES AROMATIQUES CULINAIRES
FRAICHES DANS LA REGION DU NORD-
OUEST**

Réunion de réflexion stratégique

Mercredi 9 décembre 2020

Objectif



**Partager et confirmer la stratégie à adopter avec un échantillon d'acteurs du
secteur privé.**

SOMMAIRE

1 Résultats de l'analyse stratégique

2 Références internationales

3 Options stratégiques

4 Domaines à améliorer

3

Tendances et Perspectives

Conducteurs de la Demande	Tendances de la demande	Adaptation des entreprises
<p>1. Les vertus nutritionnels et de santé des produits alimentaires et des boissons</p> <p>2. La commodité des produits pour un usage plus facile</p> <p>3. La découverte de nouveaux goûts</p> <p>4. La conscience des enjeux environnementaux et sociétaux</p> <p>5. Impact Covid</p>	<p>1. Alimentation</p> <p>2. Produits Frais/De saison/fonctionnelle/Micro</p> <p>3. Les produits biologiques</p> <p>4. Une tendance « Grow your own »</p> <p>5. Les goûts et les expériences culinaires</p> <p>6. Durabilité des végétaux et fruits, dont les plantes aromatiques culinaires</p> <p>7. Le Local pour le local</p> <p>8. Plus grande consommation de PAM</p> <p>9. Home Cooking</p>	     

Plantes Aromatiques sèches gourmet	Plantes Aromatiques fraîches biologiques	Plantes Aromatiques fraîches gourmet
	 <p>1,64 euros/18,71 g 1,63 Euros/14,17 g</p>  <p>1,64 Euros/14,17 g</p>	
115 à 395 euros le Kg	Equiv 175 à 230 euros le Kg (en séché)	Equiv 196 à 300 euros le Kg (en séché)

Segment moyennement attractif	Segment attractif	Segment attractif
<p style="text-align: center;">Plantes Aromatiques sèches gourmet</p>	<p style="text-align: center;">Plantes Aromatiques fraîches biologiques</p>	<p style="text-align: center;">Plantes Aromatiques fraîches gourmet</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Production: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Bonnes Pratiques de Production primaire maîtrisées par espèce ➢ Techniques de séchage maîtrisées ➢ Conventionnel / Biologique / Biodynamique ➢ Sauvage / cultivé • Vente: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Restaurants gastronomiques: en vrac ➢ Chaines de distribution spécialisées: emballages individuels de luxe • Produit différencié: indication du chémotype (thym citron) etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Production: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Conduite de culture ou cueillette en mode biologique (certification) ➢ Maîtrise de la logistique du froid ➢ Emballage adapté ➢ Sauvage / cultivé • Vente: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Restaurants végétariens: en vrac ➢ Chaines de distribution de produits biologiques: emballages individuels <div style="text-align: center;">  <p>Certifié Bio</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Production: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Bonnes Pratiques de Production primaire maîtrisées par espèce ➢ Maîtrise de la logistique du froid ➢ Emballage adapté ➢ Conventionnel / Biologique / Local / de Saison / Haute saison ➢ Sauvage / cultivé • Vente: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Restaurants de luxe, les super yachts, les chalets et les villas privées : en vrac • Produit différencié: fleur de romarin, fleur de thym, chémotype (thym citron) etc. <div style="text-align: center;"> <p>Haute qualité</p> <p>Disponibilité</p> </div>
 <p>Savoir</p> <p>Histoire</p>		



Comment peut-on être concurrentiel?



7

UN PRODUIT DE NICHE

- Produit certifié biologique
- Une fraîcheur du produit et maîtrise de la chaîne de froid
- Un emballage sophistiqué



UN CONCEPT INTEGRE

- Création d'expérience personnalisée
- une histoire à communiquer sur un produit du terroir



CHAINE DE DISTRIBUTION

- Petits volumes
- Relation avec des spécialistes
- locale ou/et internationale



8

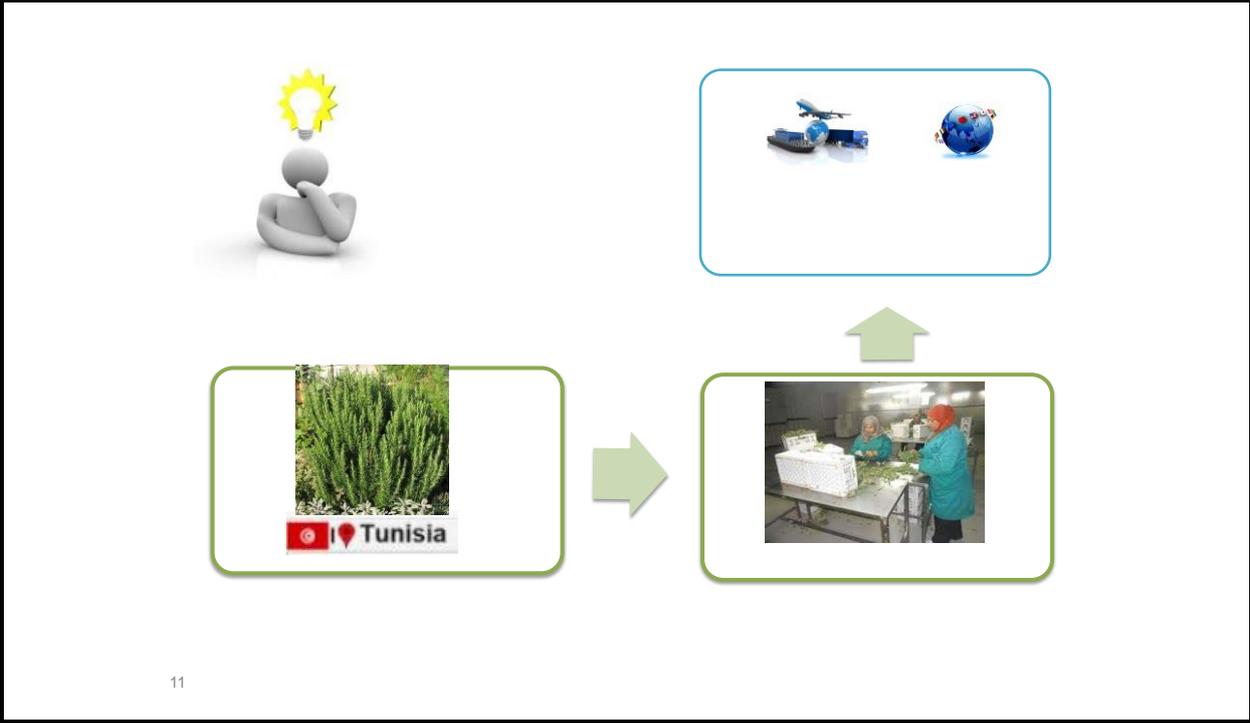


REFERENCES INTERNATIONALES

9

Enterprises repertoriées par catégories d'acteurs

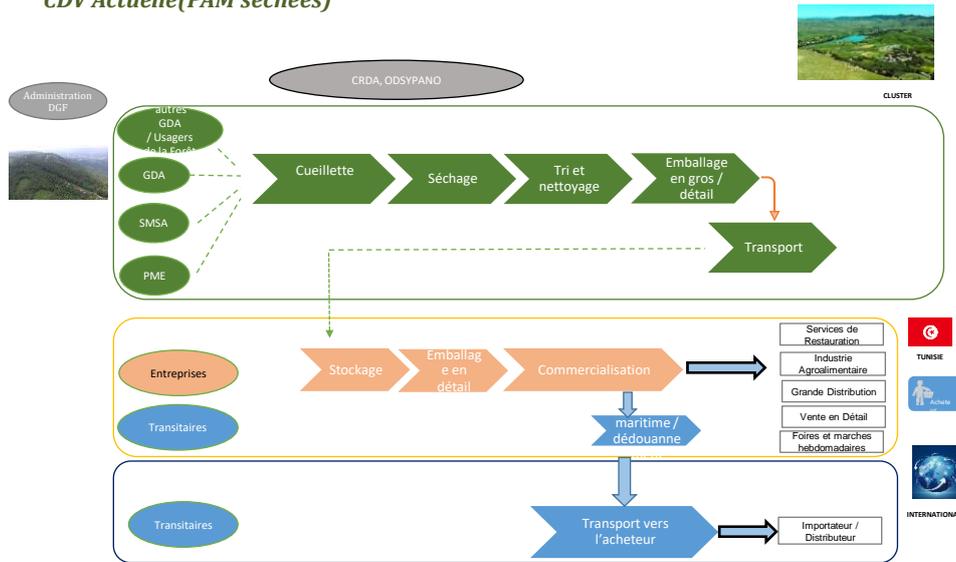
Producteur	 Herbes de Meaux	 CITRICS EL PLÀ	 AROMATICAS d'aroma	 FLORE EN THYM
Emballage	 BrimaPack <i>Innovation in vegetable handling</i>	 campo		
Logistique de froid			 EASY FRESH	 dFarm ...eat better
Distributeur	 Paris Herbes Leader des herbes aromatiques à Rangis			
Chef de cuisine gastronomique				



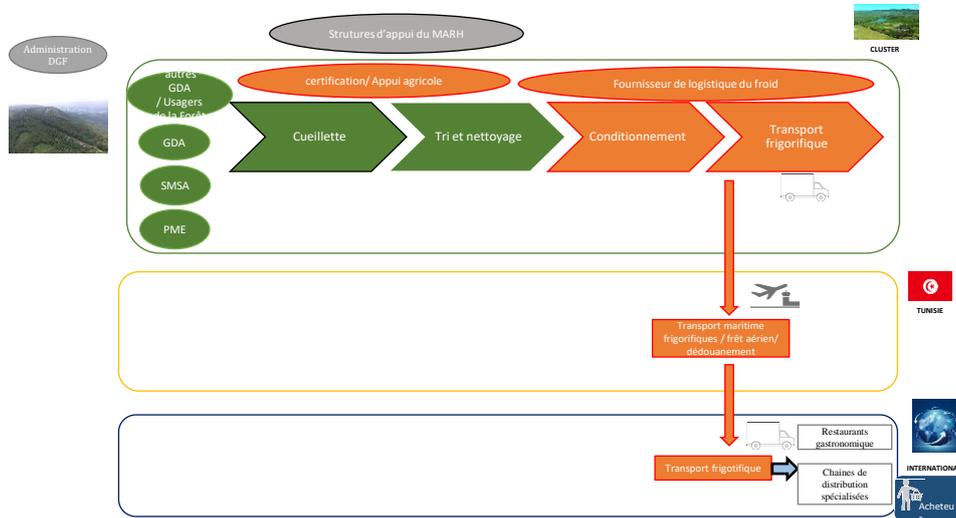

CDV Actuelle VS CDV Idéale

12

CDV Actuelle (PAM séchées)



CDV Idéale (plantes aromatiques fraîches BIO)





Options stratégiques faisables pour les acteurs de la CDV idéale

15



Fournisseurs des PAM



transport



Conditionnement



Emballage



Acheteurs finale

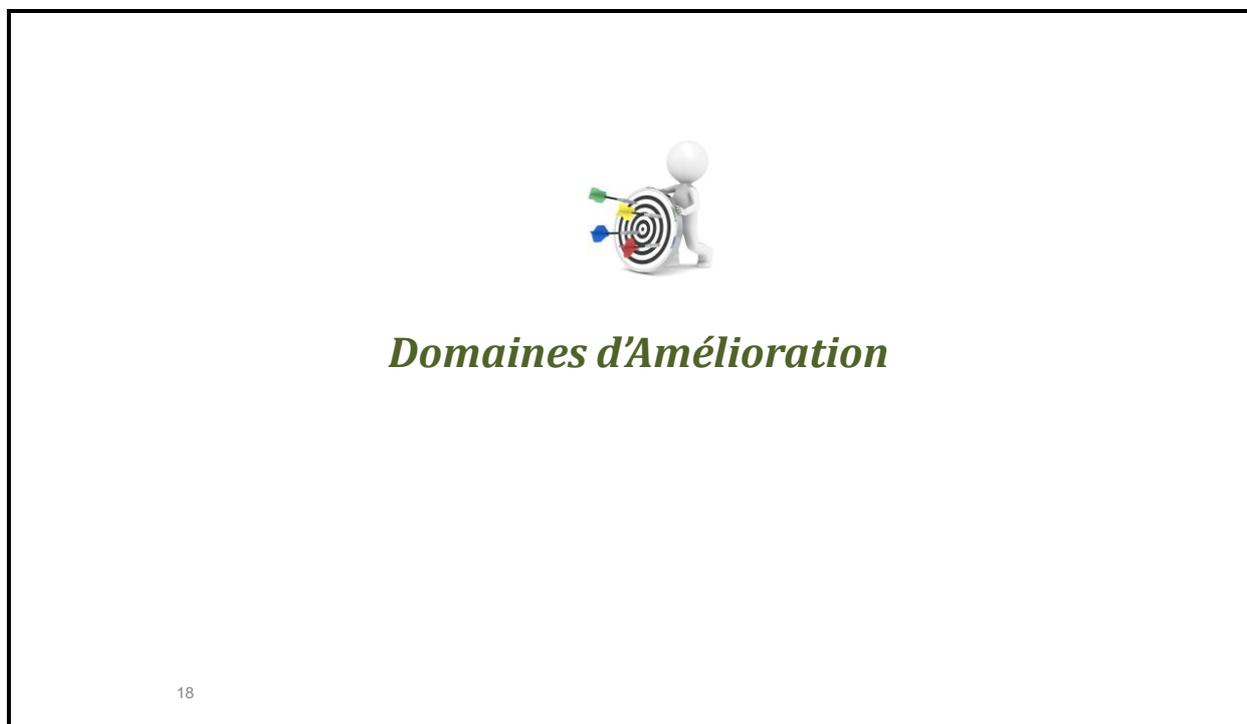
ACTUEL

- Cueillette en majorité non certifiée:
L'accès aux s ressources naturelles sauvages se fait à travers
des adjudications annuelles
- Cueillette et Transport non conditionné

Plante aromatique
fraîche bio

- **Planification de la cueillette**
- **maitrise de mode de production Biologique (sauvage)**
- **respect des exigences de qualité de la MP**
- **Respect des bonnes pratiques de production pour chaque plante: mode de cueillette, maturité, mode de stockage, etc.**
- **Respect des exigences de traçabilité et de stockage**

16





.1.
Amélioration de la production
(certification BIO)



.2.
Maitrise de la chaîne de froid



.3.
Emballage spécifique et marketing

19



.1.
Amélioration de la production
(certification BIO)



Disponibilité de la matière première et bonne pratique de production

Certification BIO

Maitrise du processus de conditionnement

Réformes réglementaires et suivi du Changement

20



.2. *Maitrise de la chaîne de froid*



Disponibilité de transport et stockage frigorifique

Réformes réglementaires et suivi du Changement

21



.3. Emballage spécifique et marketing



Amélioration de savoir faire en matière de design emballage correspondant au segment



Promotion des produits (histoire , originalité , ...etc)

Réformes réglementaires et suivi du Changement

22

Groupe Stratégique 1 : Mercredi 9 décembre 2020 groupe stratégique 1 : de 9h à 11 h

N°	Structure	délégation	localité	Gouvernorat	responsable	tel	Mail
1	GDA Kounouze Djebba	Tibar	Djebba	Béja	Farida Djebbi	97795467	djebbfarida@gmail.com
2	SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	Noura Nouioui	93036159	nouiouinoura@gmail.com
3	GDA Ain babbouch	tejerouin	Ain Babouch	Kef	Fadhila Cherni	98682456	cherni_fadhila@yahoo.fr
4	GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr

Groupe Stratégique 2 : Mercredi 9 décembre 2020 Groupe stratégique 2 : 11h15 à 13h

N°	Structure	délégation	localité	Gouvernorat	responsable	tel	Mail
1	GDA El Malika	Nefza	Edhhirat	Béja	Maryem Ayadi et salwa mekni	98704333	salwamekni07@gmail.com mariemayadi63@yahoo.com
2	GDA El Baraka	Ain Draham	Ettbainya	Jendouba	Mabrouka athmini / NAWEL khemiri	97765700	NAWEL-khemiri@hotmail.fr

24

WG

**FEUILLES DE PRESENCE DES GROUPES DE
TRAVAIL**

Planification des réunions du groupe de travail

IRC Plantes Aromatiques Culinaires au Nord-Ouest



Date proposée : **Mardi 13 Avril 2021**

Lieu : Office de Développement du Nord-Ouest, salle dédiée prévue pour 30 personnes, tout en respectant le protocole sanitaire et la distanciation.

Ordre du jour proposé :

Horaires	Objet
10h 00 – 11h 00	WG 1: Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches
11h 00 – 11h 05	<i>Pause</i>
11h 05 – 12h 05	WG 2: Commercialisation
12h 05 – 12h 10	<i>Pause</i>
12h10 – 13h 10	WG 3: Financement

Liste des participants par WG :

WG : Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches

Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	Mail
SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	150	Noura Nouioui	93036159	nouiouinoura@gmail.com
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	10	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr
GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	22	Kalthoum mimouni	20661347	
					Vice-présidente	96719450	
GDA KNOUZ	DJEBBA	DJEBBA	BEJA		Farida djebbi	97 795 467	djebbifarida@gmail.com
Flora TEJ							A distance

WG : Commercialisation

Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	Mail
SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	150	Noura Nouioui	93036159	nouiouinoura@gmail.com
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	10	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr

GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	22	Kalthoum mimouni	20661347	
					Vice-présidente	96719450	
GDA KNOUZ	DJEBBA	DJEBBA	BEJA		Farida djebbi	97 795 467	djebbfarida@gmail.com
Flora TEJ							A distance

WG : Financement

Structure	Délégation	Localité	Gouvernorat	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	Mail
SMSA Yanabiia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	150	Noura Nouioui	93036159	nouiouinoura@gmail.com
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	10	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr
GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	22	Kalthoum mimouni	20661347	
					Vice-présidente	96719450	
GDA KNOUZ	DJEBBA	DJEBBA	BEJA		Farida djebbi	97 795 467	djebbfarida@gmail.com
Flora TEJ							A distance

Initiative de Renforcement de la Compétitivité « Plantes Aromatiques Culinaires au Nord-Ouest »
Groupe de travail , Maitrise de la chaîne des PAMs Fraiches
Mardi 13 Avril 2021 à l'ODNO, Siliana

	Organisme/Entreprise	Représentant/ fonction	E-mail	Tél	Signature
1	G. D. A : Krouz Djebba - Beja	Djebbi Farida Présidente: G.D.A	djebbfarida@gmail.com	97.795.467	
2	GDA El Malika Nefza / Beja	Ayadi Meriem Présidente GDA	meriemayadi63@yahoo.com	38 704 333	
3	Kalthoum mimouni	Présidente GDA Nour	kalthoummimouni01@gmail.com	20 661347	
	GDA SAFA	Présidente	gammoudisonia@hotmail.fr	28409433	
	COGUE	Wahid / Anouar	ecoss@stepnet.ro	+41771338480	
	CDCGE	Monia Manai	manai.monia@yahoo.fr	28 228 384	
	CDCGE	Mary Bedoui	marybedoui.cdc@gmail.com	21302262	
	TFDCUC	JMALGA KHALIFA	khalifa.khalifa60@gmail.com	54332787	
	GDA SAFA	Vice présidente	faikacchir1988@gmail.com	96719450	

Initiative de Renforcement de la Compétitivité « Plantes Aromatiques Culinaires au Nord-Ouest »

Groupe de travail . Commercialisation

Mardi 13 Avril 2021 à l'ODNO, Siliana

Organisme/Entreprise	Représentant/ fonction	E-mail	Tél	Signature
Nano Naniou à distance				
flore -tej à distance				

D6

DOCUMENT DE LIGNES D'ACTION (Version Finale)



Document de lignes d'action
Initiative de Renforcement de la Compétitivité :



**Plantes Aromatiques Culinaires
dans la région du Nord-Ouest**

**PROJET : GESTION INTEGREE DES PAYSAGES DANS LES REGIONS LES
MOINS DEVELOPPEES DE LA TUNISIE (PGIP)**

Septembre 2021

Table des matières

Initiative de Renforcement de Compétitivité : Plantes Aromatiques Culinaires au Nord-Ouest....

1. Rappel de la stratégie
2. Groupes de travail et résumé des lignes d'action.....

Ligne d'action n°1 : Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches

Justificatifs de la ligne d'action

Objectif global

Résultats

Indicateurs

FICHE ACTION N°1 : Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique.....

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs impliqués.....
4. Description de l'action
5. Calendrier
6. Budgétisation de l'action

FICHE ACTION N°2 : Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France.....

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs impliqués.....
4. Description de l'action
5. Calendrier :
6. Budgétisation de l'action

FICHE ACTION N°3 : Appui du PGIP aux acteurs pour une action d'exportation de Romarin frais biologique

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs impliqués.....
4. Description de l'action
5. Calendrier
6. Budgétisation de l'action

FICHE ACTION N°4 : Mise à niveau d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique par rapport aux exigences du SOP

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs concernés

4. Description de l'action
5. Calendrier
6. Budgétisation de l'action

FICHE ACTION N°5 : Elaboration d'un REFERENTIEL PAM destinée Plantes aromatiques culinaires et vulgarisation de ses informations techniques.....

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs impliqués.....
4. Description de l'action
5. Calendrier
6. Budgétisation de l'action

Ligne d'action n°2 : Commercialisation

- Justificatifs de la ligne d'action
- Objectif global
- Résultats
- Indicateurs

FICHE ACTION N°6 : Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination.....

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs impliqués.....
4. Description de l'action
5. Calendrier :
6. Budgétisation de l'action

Ligne d'action n°3 : Financement.....

- Justificatifs de la ligne d'action
- Objectif global
- Résultats
- Indicateurs

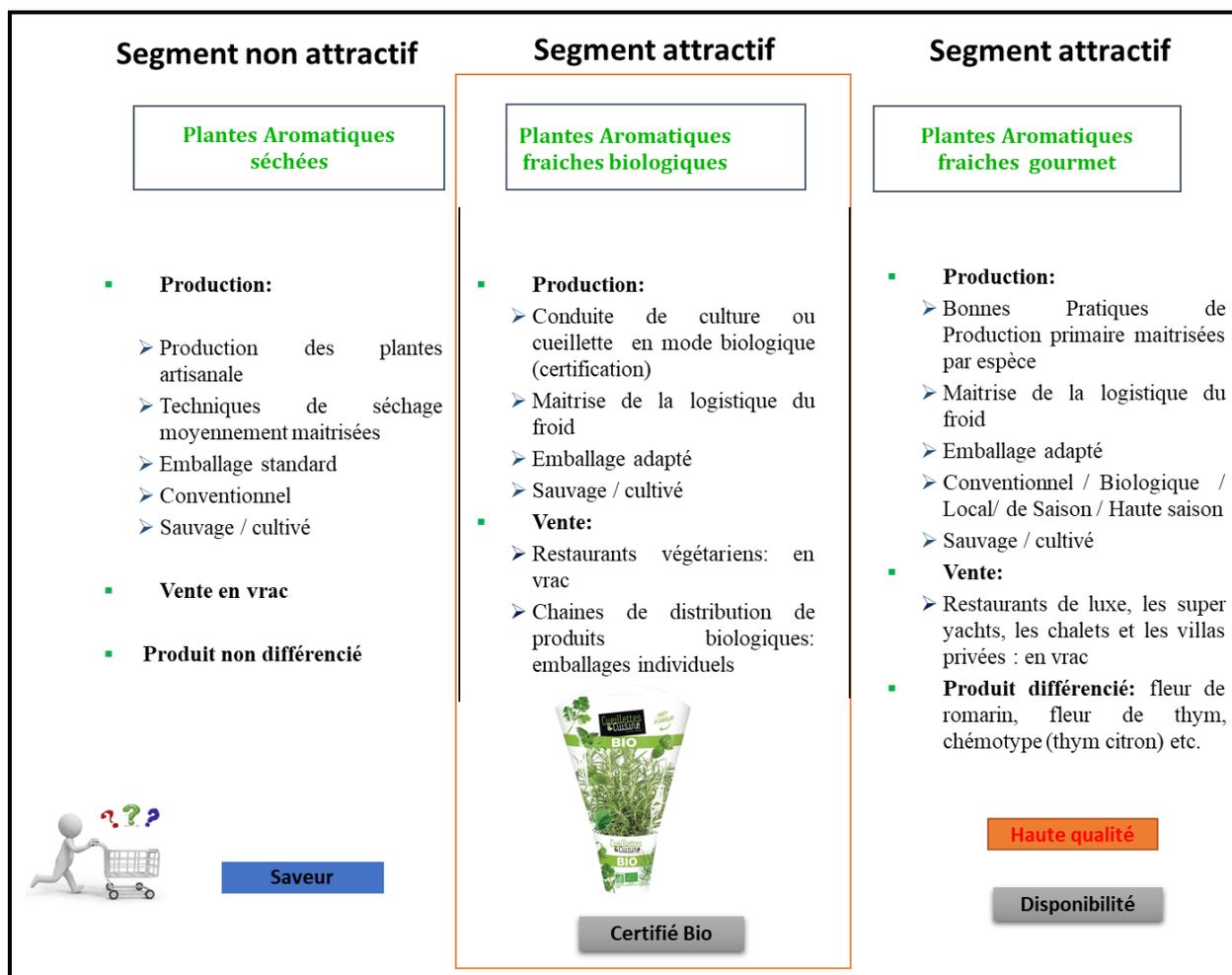
FICHE ACTION N°7 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaines de valeur.....

1. Contexte.....
2. Objectifs
3. Acteurs impliqués.....
4. Description de l'action
5. Calendrier
6. Budgétisation de l'action

Initiative de Renforcement de Compétitivité : Plantes Aromatiques Culinaires au Nord-Ouest

1. Rappel de la stratégie

Une analyse du secteur des plantes aromatiques nous a mené à identifier trois produits destinés à trois marchés différents, comme suit :



- Plantes aromatiques culinaires séchées destinées au marché traditionnel
- Plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché du biologique.
- Plantes aromatiques culinaires fraîches destinées au marché de découverte (marché gourmet) comportant une utilisation orientée vers la restauration.

L'analyse de l'attractivité de ces segments a permis d'identifier le segment le plus attractif qui a fait l'objet d'un examen couvrant toutes les activités de la phase 2 de l'IRC. Ce travail a fait apparaître **les domaines d'amélioration suivants :**

1 Maitrise de la chaine de PAM Fraiches

2 Commercialisation

3 Financement

2. Groupes de travail et résumé des lignes d'action

Il était convenu de définir trois groupes de travail constitué par les acteurs du cluster du Nord-Ouest les plus motivées et engagés à participer à la mise en œuvre des actions.

Les travaux menés ont abouti à ce résumé des lignes d'actions



1. Justificatifs de la ligne d'action

Les activités de recherche liées à l'IRC-PAC-NO, ont confirmé une spécialisation du cluster locale dans la production des plantes aromatiques culinaires séchées dédiées principalement au marché local et la production des huiles essentielles. Ces deux activités sont exercées d'une manière artisanale dépourvue de toute innovation valorisante et génératrice de valeur ajoutée profitable aux producteurs qui sont généralement des femmes rurales. La migration du cluster du segment actuel vers le segment des plantes aromatiques culinaires biologiques fraîches nécessite une mise à niveau de l'activité dans toutes ses dimensions : connaissances techniques, procédés de production, équipements de production, relation inter-acteurs, etc. Les nouvelles obligations du cluster lui imposent un niveau de discipline d'exécution des tâches non vécu auparavant car le nouveau consommateur se distingue par des exigences spécifiques de qualité de produit.

La qualité des produits ne peut être garantie que par une qualification consciente de tous les intervenants qui deviennent non pas des bons producteurs mais plutôt des professionnels reconnus par leurs partenaires et concurrents. Pour arriver à ce stade, la maîtrise de la chaîne devient une condition nécessaire pour réussir toute la mission et principalement la facilité du changement. Cette maîtrise de la chaîne de valeur des plantes aromatiques culinaires biologiques fraîches se résume brièvement en sept actions interdépendantes à savoir :

- Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique ;
- Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France " ;
- Appui du PGP aux acteurs pour une action d'exportation de Romarin frais biologique ;
- Mise à niveau d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique par rapport aux exigences du SOP ;
- Elaboration d'un REFERENTIEL PAM destinée Plantes aromatiques culinaires et vulgarisation de ses informations techniques ;
- Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination ;
- Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur.

Ces actions sont orientées en premier lieu vers les adhérents des GDA et SMSA constituants de la force du travail du cluster dont dépendra toute l'activité ainsi que ses résultats. Le ciblage de ces agriculteurs est basé sur une volonté de l'intégration de la population forestière marginalisée dans une activité économique formelle, équitable et pérenne leurs permettant de garantir un revenu suffisant et stable.

2. Objectif global

La réalisation harmonieuse et rigoureuse des actions susmentionnées permettra d'ancrer une activité économique basé sur l'innovation comme source de valeur ajoutée moyennant une valorisation des produits locaux. Cet objectif résulte de :

- La dotation de la population forestière des compétences professionnelles scientifiquement justifiées et reconnues (court et moyen terme) ;
- La création d'un espace de travail mutuel parfaitement coordonné pour offrir un produit conforme aux attentes du consommateur final (moyen et long terme).

- L'instauration d'une logistique de froid dans le Nord-Ouest dédiée au plantes aromatiques culinaires (moyen et Loing terme) ;
- La constitution de liens commerciaux solides et durables avec des partenaires étrangers de grande notoriété (moyen et long terme),

3. Résultats

- Assembler les ingrédients de base pour le déclenchement d'une synergie de changement au sein du cluster régional en vue de la réalisation de la stratégie adoptée ;
- Une adhésion complète des acteurs à la mise en œuvre des activités pour la production d'un produit conforme à la qualité exigée ;
- Une répartition des tâches de production claire et bien coordonnée ;

4. Indicateurs

Le suivi et l'évaluation de la concrétisation de la ligne d'action peuvent être appréciés à travers :

- Le nombre de parcours forestiers certifiés BIO
- Le nombre d'unité de transformation certifié BIO
- La quantité de romarin frais biologique exporté
- Le nombre d'SMSs mise à niveau.
- Nombre de référentiels élaborés
- Le nombre des bénéficiaires pour chaque action

FICHE ACTION N°1 : Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique

1. Contexte

L'agriculture biologique est un mode de production qui permet de fournir des produits agricoles et agroalimentaires sains, sans résidus chimiques de synthèse. Ce mode de production préserve les ressources naturelles, la biodiversité, l'environnement et la santé humaine.

De ce fait, les produits bio connaissent ainsi une demande accrue et le marché bio est devenu prospère. Pour encourager les opérateurs à se convertir vers l'agriculture biologique, l'état accorde à tous les opérateurs une subvention égale à 70% des frais de contrôle et de certification.

Pour certifier un produit comme étant issu de l'agriculture biologique, tout opérateur doit être contrôlé par un organisme de contrôle et de certification agréé par le ministère de l'agriculture dans le domaine de l'agriculture biologique. La certification peut concerner une exploitation mais aussi un territoire. C'est ce mode de certification par zone ou territoire qui est préconisé pour le romarin sauvage. Par ailleurs, la production du romarin frais biologique nécessite la maîtrise de différentes techniques concernant les opérations de collecte, conservation, séchage, extraction et commercialisation. Ainsi, une assistance technique des agriculteurs pour se conformer aux exigences de la certification biologique s'avère indispensable pour mieux réussir cette activité. La raison principale de cette action est la production de romarin frais biologique qui répond aux exigences du marché biologique, à travers la certification, l'appui aux GDA/SMSA porteurs de cette action ainsi que le développement des compétences des acteurs, notamment des femmes rurales collectrices du Romarin.

2. Objectifs

- **Objectif 1** : Certifier 6.500 Ha de domaines forestiers répartis comme suit :

Zone	Gouvernorat/ Délégation	Localité	Surface proposé	Espèces de PAM concernées dans la zone	Observations/justificatifs
Zone 1	Tajerouine/Kef	Jbels de Menzel Salem et Tajerouine	2500 ha	Thym et Romarin	Kef détient 31,4% des superficies nationales de thym et 19,3% de romarin
Zone 2	Bargou/ Siliana	J Bargou	2000 ha	Romarin et thym	Siliana détient 19,2 % des superficies nationales de romarin et de 7% thym
Zone 3	Kesra/ Siliana	jbels de Kesra	2000 ha	Romarin et thym	

Source : CDCGE/AFC

- **Objectif 2** : Certifier le mode de production de Romarin frais biologique
- **Résultat 1** : Augmentation de la production de romarin frais biologique

3. Acteurs impliqués

- Les deux CRDA des gouvernorats de Siliana et le Kef.
- Les deux arrondissements forêts de Siliana et le Kef.
- Tous les agents du cluster intéressés par l'IRC : GDAs, SMSAs, PME,...
- Organisme de certification.
- Bureau chargé de l'assistance technique.

4. Description de l'action

La certification en mode biologique se fait en deux étapes ; i) la certification des parcours forestiers et ii) la certification des GDAs qui vont assurer la transformation primaire de romarin frais biologique.

Activité 1.1 : Identification des GDAs désirant bénéficier de la certification biologique.

- Préparer l'appel à manifestations d'intérêt pour identifier GDAs désirant bénéficier de la certification biologique.
- Lancer l'appel à manifestation d'intérêt.
- Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des agents du cluster pour collecter les demandes de participation
- Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste des bénéficiaires
- Signature de conventions avec les agents du cluster retenu

Activité 1.2 : Recrutement d'un organisme chargé de l'assistance technique des bénéficiaires pour la mise en place des référentiels biologiques à savoir le Cahier des charges type pour la production végétale selon le mode biologique³⁵ et le Cahier des charges des produits transformés selon le mode biologique³⁶.

- Préparer les Tdrs de l'assistance technique.
- Lancer l'appel d'offre.
- Evaluer les offres reçues et sélectionner l'organisme chargé de l'assistance technique
- Signer un contrat avec l'organisme retenu chargé de l'assistance technique.

Activité 1.3 : Assistance technique des bénéficiaires : Pour chaque cahier des charges, l'assistance couvrira les volets suivants :

- Diagnostic
- Formation
- Mise en place
- Audit interne et suivi

Activité 1.4: Recrutement d'organisme de certification des parcours forestiers et des bénéficiaires

- Préparer les Tdrs
- Lancer l'appel d'offre
- Evaluer les offres reçues
- Signer un contrat avec l'organisme de certification retenu

Activité 1.5 : Certification des parcours forestiers

³⁵Arrêté du ministre de l'agriculture et des ressources hydrauliques du 28 Février 2001 relatif au cahier des charges de la production végétale selon le mode biologique et l'ensemble des textes qui l'ont modifié et complété notamment l'arrêté du ministre de l'agriculture 28 Février 2016.

³⁶Arrêté du ministre de l'agriculture et des ressources hydrauliques du 03 Décembre 2005 relatif au cahier des charges des produits transformés selon le mode biologique.

6. Budgétisation de l'action

Activité 1.1 : Identification des GDAs désirant bénéficier de la certification biologique	Estimation de N ^{bre} H/j ³⁷	Budget alloué en DT	Frais opérationnels	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Préparation et lancement de l'appel à manifestations d'intérêt pour identifier GDAs désirant bénéficier de la certification biologique.		000	-	PGIP	Agents du cluster (GDA, SMSA, PMEs.)
Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des agents du cluster pour collecter les demandes de participation	-	-	3000	PGIP	
Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste des bénéficiaires		000	-	PGIP	
Signature de conventions avec les agents du cluster retenus.		000	-	PGIP	
Coût total de l'activité 1.1			3000 TND		
Activité 1.2 : Recrutement d'un organisme chargé de l'assistance technique des bénéficiaires pour la mise en place des référentiels biologiques (02 Cahier des charges)	Estimation de N ^{bre} H/j ¹	Budget alloué en DT	Frais opérationnels	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Préparation des Tdrs et Lancement de l'appel d'offre de l'assistance technique.		000		PGIP	Agents du cluster (GDA, SMSA, PMEs.)
Evaluation des offres et Sélection de l'organisme chargé de l'assistance technique		000		PGIP	
Signature de contrat avec l'organisme retenu chargé de l'assistance technique		000		PGIP	
Coût total de l'activité 1.2		000			
Activité 1.3 : Assistance technique des bénéficiaires : Pour chaque cahier des charges, l'assistance couvrira les volets suivants :	Estimation de N ^{bre} H/j ¹	Budget alloué en DT	Frais opérationnels	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Diagnostic	2	1400	-	Organisme chargé de l'assistance technique	Agents du cluster (GDA, SMSA, PMEs.)
Formation	3	2100	-		
Mise en place	5	3500	-		
Audit interne et suivi	2	1400	-		

³⁷ Un H/J est estimé pour 700 TND (expert national)

Coût total de l'assistance technique des bénéficiaires pour un seul cahier des charge	12	8400	-		
Coût total de l'activité 1.3		16800 TND		-	
Activité 1.4 : Recrutement d'organisme de certification des parcours forestiers et des bénéficiaires	Estimation de N ^{bre} H/j ⁱ	Budget alloué en DT	Frais opérationnels	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Préparation des Tdrs et Lancement de l'appel d'offre		000	-	PGIP	GDAs/SMSAs
Evaluation des offres et Sélection de l'organisme de certification		000	-	PGIP	
Signature de contrat avec l'organisme de certification retenu		000	-	PGIP	
Coût total de l'activité 1.4		000			
Activité 1.5 : Certification des parcours forestiers	Estimation de N ^{bre} H/j ⁱ	Budget alloué en DT	Frais opérationnels	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Parcours forestiers		6500 Ha	-	Organisme de certification	GDAs/SMSAs
Coût estimatif de la Certification de 1000 Ha		15000 (y compris le prix d'éventuels analyses exigés par l'organisme de certification)	-		
Coût total de l'activité 1.5		97500 TND			

Coût estimatif total de l'action 1 : 117 300 DT

FICHE ACTION N°2 : Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France

1. Contexte

La production du romarin frais, récolté depuis le domaine forestier, devrait suivre des procédures particulières et précises lui permettant de garder la fraîcheur et la haute qualité exigés par l'acheteur. La maîtrise de ces procédures par tous les acteurs de la chaîne de valeur est primordiale pour garantir l'exportation du romarin frais conformément aux exigences de l'acheteur.

Actuellement, la chaîne du froid n'est pas installée au niveau du Nord-Ouest tunisien et par conséquent, les acteurs de la chaîne de valeur du romarin ne connaissent pas les procédures à suivre pour la production du romarin frais. C'est dans ce cadre qu'il est proposé d'élaborer un Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP), de la récolte au consommateur final, pour garantir la meilleure conservation et durée de conservation du romarin frais tout en minimisant l'impact environnemental et en améliorant les impacts sociaux. La SOP devra en fin de compte être conçue pour garantir que la qualité du romarin frais livré aux marchés d'exportation est maintenue tout au long de la chaîne de valeur, du domaine forestier au consommateur.

Le choix du romarin pour l'élaboration du SOP et par conséquent l'exportation vers des marchés de destination (Action 3 et 4) est motivé par les points suivants :

- La Disponibilité de la matière première (Romarin) : 75% des nappes de romarin exploitées sont situées au Kef et à Siliana.
- La surface exploitée en Tunisie en matière du PAM est essentiellement en Romarin. En effet, l'exploitation des nappes de PAM en Tunisie concerne une surface moyenne annuelle de 80 000 ha pour le romarin, 15 000 ha pour le myrte et 12000 ha de lentisque.
- Le romarin est une plante toujours verte et peut être collectée sur toute l'année (exceptée la période de floraison)
- Le romarin est une plante riche en antioxydant qui prévient la dégradation oxydative et microbienne des aliments. Il est largement utilisé dans l'industrie alimentaire.
- L'utilisation d'herbes fraîches comme agents aromatisants dans une gamme de préparations culinaires a un rôle important dans l'amélioration de la saveur globale des aliments.
- L'appel pour les produits biologiques a augmenté dans le monde en raison de la prise de conscience des consommateurs de leurs bienfaits sur la santé, et cela devrait profiter aux entreprises d'herbes fraîches dans les années à venir.

Afin d'expérimenter la faisabilité technique et financière des acteurs du cluster à exporter le romarin frais biologique tout en respectant toute la chaîne du froid, il est proposé de tester le Manuel des procédures opérationnelles (SOP), élaboré lors d'exportations pilotes d'une petite quantité de romarin frais biologique vers l'Allemagne et la France (par camion frigorifique et/ou fret aérien).

Après avoir réalisé l'action d'expérimentation de l'exportation du romarin frais, il est proposé d'installer la chaîne de logistique de froid en se référant à la nouvelle version du Manuel des procédures opérationnelles (SOP). Cette nouvelle version aura à prévoir la meilleure façon de coordonner les opérations nécessaires à l'export entre les différents acteurs de la chaîne de valeur. Cette action ne pourra être bien rédigée qu'après avoir réalisé l'action d'expérimentation parce que la nouvelle version du SOP permettra de :

- Identifier les acteurs à mobiliser pour la continuité de la chaîne de froid et par conséquent, le PGIP pourra engager les procédures de passation de marché nécessaires au recrutement de ces acteurs

- Élaboration des termes de références pour le recrutement de fournisseurs de logistique froid et ce, sur la base des SOP révisé

2. Objectifs

- Objectif 1** : Maitriser toutes les procédures de production de romarin frais (Pré récolte – Récolte – Transformation – Exportation – HACCP)
- Objectif 2** : Tester le Manuel des procédures opérationnelles (SOP)
- Objectif 3** : Réaliser deux opérations d’export de romarin frais biologique par remorque frigorifique et par fret aérien vers l’Allemagne et la France.

- Résultat 1** : Le Manuel des procédures opérationnelles (SOP) en sa version Draft
- Résultat 2** : Un document Excel contenant toutes les informations qui pourrait éventuellement être saisi pour assurer la traçabilité du produit
- Résultat 3** : Un rapport détaillé sur les expéditions pilotes réalisées, y compris toutes les activités importantes pour la pertinence des pilotes, accompagnés de contrats et de reçus (preuves).
- Résultat 4** : Une version du SOP révisée en arabe et en français
- Résultat 5** : Le matériel de formation sur les SOPs en arabe et en français
- Résultat 6** : Une vidéo de formation pour les SOPs (max 10 minutes) en anglais et en arabe
- Résultat 7** : Une vidéo promotionnelle des résultats des expéditions pilotes, en arabe et en français
- Résultat 8** : Termes de références pour le recrutement de fournisseurs de logistique froid et ce, sur la base des SOP révisé
- Résultat 9** : Rapport sur l’atelier de sensibilisation des fournisseurs de logistique de froid à Tunis
- Résultat 10** : Rapport détaillée sur les modalités de l’assistance technique de l’SMSA

3. Acteurs impliqués

Le PGIP, Consultant ou bureau de consulting, GDA, SMSA

4. Description de l’action

Activité 2.1 : Recrutement d’un consultant individuel ou un bureau de consulting pour l’Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l’exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au vers l’Allemagne et la France".

Il est proposé de recruter un consultant individuel ou bureau de consulting ayant au moins deux expériences confirmées dans tous les travaux cités au niveau de l’activité 2.2.

- Préparer les Tdrs pour le recrutement du consultant ou un bureau de consulting
- Lancer l’appel d’offre international
- Evaluer les offres reçues et sélectionner le consultant ou le bureau de consulting retenu
- Signer un contrat avec le consultant ou le bureau de consulting retenu

Activité 2.2: Réalisation de l'Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France "

Ce consultant ou bureau de consulting aura en charge de réaliser 04 activités distinctes :

Etape 1 : La rédaction d'un Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique (version draft) qui doit prendre en compte au moins les aspects suivants :

1. Le SOP détaillera tous les plans et étapes nécessaires de la récolte (au niveau de l'exploitation) à la destination (au détail), y compris notamment toutes les activités de la chaîne de valeur au Nord-Ouest et en Tunisie et sur les deux marchés de destination ciblés (Allemagne, France). Les étapes identifiées dans le SOP devraient inclure tous les points de la chaîne de valeur nécessaires pour assurer la traçabilité / durabilité conformément aux exigences de l'UE et des acheteurs les plus avancés.
2. Pour chaque étape, les SOP doivent être élaborées au moins selon les paramètres qui sont spécifiés comme suit :
 - a. Transformation du romarin : délais et températures maximales, manutention physique, traitements, procédures d'emballage, étiquetage etc.
 - b. Impact environnementale
 - c. Certifications en mode biologique
 - d. Flux financiers : coût des services engagés à chaque étape de la chaîne de valeur et par qui
3. Toutes les informations seront fournies dans un format qui pourrait éventuellement être saisi pour assurer la traçabilité du produit

Etape 2 : Tester le Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique lors d'expéditions pilotes de romarin frais biologique vers l'Allemagne et la France (respectivement par fret aérien et par remorque frigorifique), y compris les activités suivantes :

1. Achat d'au moins une expédition de chaque récolte auprès de GDAs identifiés par le projet PGIP
2. Récolte et transport vers une usine d'emballage locale, dans les conditions spécifiées dans les SOP
3. Louer les services de la station d'emballage pour nettoyer, trier, emballer, etc., conformément aux SOP
4. Organisation, réservation et paiement de l'expédition vers les deux destinations par camion frigorifique et/ou par fret aérien
5. Tracer et suivre les expéditions et les recevoir à destination, conformément aux SOP
6. Évaluer la qualité du produit et la durée de conservation d'un échantillon de produits (au moins 3) à chacune des dates suivantes :
 - a. À l'arrivée
 - b. Tous les jours jusqu'à la détérioration du produit
 - c. La quantité de romarin frais biologique à expédier sera calculée en fonction des besoins de test ci-dessus
7. Suivre de près toutes les opérations citées ci-dessus auprès de l'SMSA identifiée par le PGIP

Etape 3 : Révision du Manuel des procédures opérationnelles (SOP) sur la base des expériences tirées des expéditions pilotes.

- Réviser le SOP sur la base des résultats de l'étape 2
- Formation des acteurs du cluster sur la SOP : Le consultant ou bureau de consulting sera en charge notamment d'assurer des sessions de formation aux parties prenantes (GDAs, SMSAs, etc.) sur le SOP révisé. Le nombre de session de formation sera déterminé par le projet PGIP
- Elaboration du matériel de formation sur la SOP en français et en arabe
- Elaboration d'une vidéo de formation pour la SOP (max 10 minutes) en français et en arabe
- Elaboration d'une vidéo promotionnelle des résultats des expéditions pilotes (max 3 minutes), en français et en arabe

Etape 4 : Élaboration des termes de références pour le recrutement de fournisseurs de services

- Sur la base du SOP révisé, rédaction des termes de références pour le recrutement de i) fournisseur de logistique froid et ii) unité de conditionnement

Tous les livrables doivent être livrés en arabe et en français.

5. Calendrier :

	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49	S50	S51	S52	S53	S54	S55	S56	S57	S58	S59	S60	S61	S62	S63	S64	S65	S66	S67	S68	S69	S70	S71	S72	S73	S74	S75	S76	S77	S78	S79	S80			
Activité 2.1: Recrutement du consultant ou bureau de	Rédiger les TDRs																																											
				Lancer l'appel à candidature																																								
				Evaluation des candidats																																								
																	Contractualisation																											
Activité 2.2: Réalisation de l'Assistance technique																						Etape 1																						
																												Etape 2																
																																						Etape 3						
																																												Etape 4

6. Budgétisation de l'action

Activité 2.1 : Recrutement d'un consultant individuel ou un bureau de consulting pour l'Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France "	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires	
Préparation des Tdrs pour le recrutement du consultant ou un bureau de consulting	-	000	000	PGIP		
Lancer l'appel d'offre international	-	000	000	PGIP		
Evaluer les offres reçues et sélectionner le consultant ou le bureau de consulting retenu	-	000	000	PGIP		
Signer un contrat avec le consultant ou le bureau de consulting retenu	-	000	000	PGIP		
Coût total de l'activité 2.1	-	000	000			
Activité 2.2: Réalisation de l'Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France"	Estimation de N ^{bre} H/j ³⁸	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires	
Etape 1 : La rédaction d'un Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique (version draft)						
Rédaction du SOP	20	65400	-	Consultant ou Bureau de consulting	PGIP Agents du cluster (GDA, SMSA, PMEs.)	
Etape 2 : Tester le Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique lors d'expéditions pilotes de romarin frais biologique vers l'Allemagne, la France (par remorque frigorifique et par fret aérien), y compris les activités suivantes :						
Achat d'au moins une expédition de chaque récolte auprès de GDAs identifiés par le projet PGIP Une expédition est estimée à 110 KG Prix d'achat : 1 DT le Kg	12	39240	110	Consultant ou Bureau de consulting		
Récolte et transport vers une usine d'emballage locale, dans les conditions spécifiées dans les SOP Récolte : 0.3 DT le kg Transport : 0.1 DT le Kg			44			
Louer les services de la station d'emballage pour nettoyer, trier, emballer, etc., conformément aux SOP Coût des services : 5 DT le Kg			550			

³⁸ Coût d'HJ expert international estimé à 1000 Euro calculé avec un taux de change de 3.27

Organisation, réservation et paiement de l'expédition vers les deux destinations par camion frigorifique et/ou par fret aérien Coût de l'expédition de 10 Kg par avion vers l'Allemagne : 5DT le Kg. Coût de l'expédition de 100 Kg par remorque frigorifique vers la France : 2 DT le Kg			250		
Tracer et suivre les expéditions et les recevoir à destination, conformément aux SOP Coût billet d'avion Tunis- Paris CDG (aller – retour): 1000 DT (classe économique) Coût billet d'avion Tunis- Francfort (aller – retour): 1000 DT (classe économique)			2000		
Évaluer la qualité du produit et la durée de conservation d'un échantillon de produits			-		
Suivre de près toutes les opérations citées ci-dessus auprès de l'SMSA identifiée par le PGIP			-		
Etape 3 : Révision du Manuel des procédures opérationnelles (SOP) sur la base des expériences tirées des expéditions pilotes.					
Réviser le SOP			-		
Formation sur le SOP révisé					
Manuel des procédures opérationnelles révisé (SOP) en français et en arabe Traduction en arabe : Impressions en arabe et en français : x copies	5	16350	Comptabilisé en hj	Consultant ou Bureau de consulting	
Matériel de formation sur la SOP en français et en arabe			Comptabilisé en hj		
Une vidéo de formation pour le SOP (max 10 minutes) en français et en arabe Coût du montage de la vidéo de formation en arabe et en français			3000		
Une vidéo promotionnelle des résultats des expéditions pilotes (max 3 minutes), en français et en arabe			Réalisé par le consultant (comptabilisé en hj)		
Etape 4 : Élaboration des termes de références pour le recrutement de fournisseurs de services					
Elaboration des TDRs	2	6540	-	Consultant ou Bureau de consulting	PGIP
Coût total de l'activité 2.2	19	62130	5954	Consultant ou Bureau de consulting	PGIP Agents du cluster (GDA, SMSA, PME.s.)
Coût de l'action 2	39	127530	5954		

Coût estimatif total de l'action 2 : 133 484 DT

FICHE ACTION N°3 : Appui du PGIP aux acteurs pour une action d'exportation de Romarin frais biologique

1. Contexte

Il est proposé de procéder à des opérations d'exportations du romarin frais biologique vers des marchés de destination conformément au Manuel des procédures opérationnelles (SOP), élaboré au niveau de l'action précédente. Les acteurs du cluster du nord-Ouest concernés par cette action, ont été formé sur ledit Manuel et les services nécessaires pour compléter la nouvelle chaîne de valeur seront assurés par le projet PGIP.

Cette action d'exportation nécessite un accompagnement rapproché en vue d'examiner et de valider les conditions d'exécution. La nécessité de cet appui a été formulée par les acteurs privés d'une part à cause du manque d'expérience dans le suivi et la coordination entre tous les acteurs et d'autre part à cause de leurs incapacités financières pour se lancer dans une activité d'exportation pour la première fois. Il est proposé ainsi que cet appui sera assuré par le projet PGIP en tant qu'unité de mise en œuvre de cette action.

2. Objectifs

Objectif : Exporter 50 tonnes de romarin frais biologique.

Résultat : Instaurer une nouvelle opportunité économique pour les acteurs du cluster du Nord-Ouest

3. Acteurs impliqués

- 4 GDA (20 adhérent(e)s / GDA) pour la Collecte Romarin (capacité de production 5600 Kg par jour soit 224 tonnes sur deux mois)
- 05 SMSA concernés par l'activité d'exportation du Romarin

4. Description de l'action

Activité 3.1 : Identification des GDAs/SMSA pour l'action de l'exportation du Romarin Frais Biologique

- Préparer l'appel à manifestations d'intérêt pour identifier GDAs/SMSA
- Lancer l'appel à manifestation d'intérêt
- Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des agents du cluster pour collecter les demandes de participation
- Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste des bénéficiaires
- Signature de conventions avec les candidats retenus

Activité 3.2 : Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de conditionnement du romarin frais biologique

- Rédiger les termes de références pour le recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de service pour le conditionnement du romarin frais biologique
- Lancer l'appel d'offre national pour le recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de service pour le conditionnement du romarin frais biologique
- Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information pour présenter l'appel d'offre national et collecter, éventuellement, les demandes de participation
- Evaluation des offres reçues

- Contractualisation d'un ou plusieurs fournisseurs de service retenus

Activité 3.3 : Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de logistique de froid

- Lancer l'appel d'offre national (ou international) pour le recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de services pour le transport et l'exportation du romarin frais biologique conformément aux Termes de références rédigés dans l'action n°2
- Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information pour présenter l'appel d'offre national (international) et collecter, éventuellement, les demandes de participation
- Evaluation des offres reçues
- Contractualisation d'un ou plusieurs fournisseurs de service retenus

Activité 3.4 : Réalisation de l'action pour l'exportation du romarin frais biologique avec l'appui du PGIP

5. Calendrier

	S70	S71	S72	S73	S74	S75	S76	S77	S78	S79	S80	S81	S82	S83	S84	S85	S86	S87	S88	S89	S90	S91	S92	S93	S94	S95	S96	S97	S...	
Activité 3.1 : Identification des bénéficiaires	Préparer l'AMI																													
		Lancer l'AMI																												
			réunions d'information																											
					identifier les participants					signature de conventions																				
Activité 3.2 : Recrutement fournisseurs de conditionnement	Préparer Tdrs																													
		Lancer l'AO																												
			réunions d'information																											
					évaluer les offres				Contractualisation																					
Activité 3.3 : Recrutement fournisseurs de logistique de froid												Lancer l'AO																		
														réunions d'information																
																évaluer les offres														
																							Contractualisation							
Activité 3.4 : Réalisation de l'action pour l'exportation																														

Action d'exportation du romarin frais biologique

6. Budgétisation de l'action

Activité 3.1 : Identification des GDAs/SMSA pour l'action d'expérimentation de l'exportation du Romarin Frais Biologique	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Préparer et lancer l'appel à manifestations d'intérêt pour identifier GDAs/SMSA	-	000	000	PGIP	GDAs/SMSA
Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des agents du cluster pour collecter les demandes de participation	-	000	3000	PGIP	
Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste des bénéficiaires	-	000	000	PGIP	
Signature de conventions avec les candidats retenus	-	000	000	PGIP	
Coût total de l'activité 3.1	-	000	3000		
Activité 3.2: Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de conditionnement du romarin frais biologique	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget Alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Lancer l'appel d'offre national pour le recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de service pour le conditionnement du romarin frais biologique conformément aux Termes de références rédigés dans l'action n°2	-	000	000	PGIP	Unité de conditionnement
Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information pour présenter l'appel d'offre national et collecter, éventuellement, les demandes de participation		000	3000	PGIP	
Evaluation des offres reçues	-	000	000	PGIP	
Contractualisation d'un ou plusieurs fournisseurs de service retenus	-	000	000	PGIP	
Coût total de l'activité 3.2	-	000	3000		
Activité 3.3: Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de logistique de froid	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Lancer l'appel d'offre national (ou international) pour le recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de services pour le transport et l'exportation du romarin frais biologique conformément aux Termes de références rédigés dans l'action n°2	-	000	000	PGIP	Fournisseur de logistique de froid
Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information pour présenter l'appel d'offre national (international) et collecter, éventuellement, les demandes de participation	-	000	000	PGIP	

Evaluation des offres reçues		000	3000	PGIP	
Contractualisation d'un ou plusieurs fournisseurs de service retenus	-	000	000	PGIP	
Coût total de l'activité 3.3	-	000	3000		
Activité 3.4: Réalisation de l'action pour l'exportation du romarin frais biologique avec l'appui du PGIP	Estimation de N ^{bre} d' H/j	Budget alloué d'hj ³⁹	Frais opérationnel en DT	Réalisation	Bénéficiaires
Récolte des Matières premières selon le SOP	10		000 ⁴⁰	GDA/ SMSA	GDAs / SMSAs /
Transport réfrigéré de la Matière première (Romarin frais biologique) vers une usine d'emballage locale, dans les conditions spécifiées dans les SOP Transport : 0.1 DT le Kg Quantité estimée : 60 tonnes		000	6 000	GDAs/SMSA	
Nettoyer, triage, emballer, conditionnement conformément aux SOP Coût des services : 5 DT le Kg Quantité estimée : 50 Tonnes		000	250 000	SMSA / unité de conditionnement	
Transport réfrigéré du Romarin frais biologique conditionné vers le port de rades ou vers l'aéroport Tunis Carthage Transport : 0.1 DT le Kg Quantité estimée : 50 Tonnes		000	5000	SMSA/ Fournisseur de logistique de froid	
Expédition vers l'UE par camion frigorifique et/ou par fret aérien Coût de l'expédition par avion : 5DT le Kg pour une quantité estimée de 5 tonnes Coût de l'expédition par remorque frigorifique : 1 DT le Kg pour une quantité estimée de 45 Tonnes		000	25 000 DT (par avion) 45 000 DT (par remorque)	SMSA	
Coût total de l'activité 3.4	10	000	359 000 DT (pour une expédition par avion) 379 000 DT (pour une expédition par remorque)		
Coût Total de l'action 3	10	000	368 000 DT (pour une expédition par avion) 388 000 DT (pour une expédition par remorque)		

Coût estimatif total de l'action 3 : 388 000 DT⁴¹

³⁹ L'assistance technique est réalisée par le PGIP

⁴⁰ **Scénario 1** : SMSA Exportatrice pour son compte : l'SMSA achète la MP auprès des GDAs à prix intéressant pour les GDAs. **Scénario 2** : l'SMSA exporte pour son compte et pour le compte des GDAs : Une avance sera accordée par l'SMSA aux GDAs lors de la livraison des MP conforme aux SOP. Le reste sera apuré après calcul des revenus des exportations

⁴¹ Le budget estimatif pour le scénario le plus cher (exportation par remorque)

FICHE ACTION N°4 : Mise à niveau d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique par rapport aux exigences du SOP

1. Contexte

Dans le but de mettre en place la chaîne du froid au Nord-Ouest et fournir ce service à tous les agents du cluster, il est proposé de renforcer les capacités matérielles et immatérielles d'une ou plusieurs SMSA à identifier par le projet PGIP. Cette proposition est justifiée par le fait que l'SMSA, en tant qu'acteur privé, peut jouer un rôle important dans la coordination de toutes les opérations liées à l'exportation du romarin frais. Ayant une bonne relation avec les GDAs et tous les agents du cluster, le renforcement d'une ou plusieurs SMSA permettra d'instaurer un service relatif à l'exportation du romarin frais biologique ou tout autre produit frais et ce au profit des agents du cluster.

2. Objectifs

Objectif 1 : Assistance technique d'au moins une SMSA dans le Cluster pour la réalisation, le contrôle et la coordination des opérations d'export du romarin frais biologique.

Objectif 2 : Acquisition de matériel nécessaire à l'SMSA pour assurer ses activités (Equipement, camions frigorifiques, chambre frigorifique etc.).

Résultat 1 : Créer un service commun relatif à l'exportation de romarin frais biologique au profit des acteurs du cluster.

3. Acteurs concernés

GDAs, SMSs, Fournisseurs de logistique.

4. Description de l'action

Activité 4.1 : Identification d'une ou plusieurs SMSA désirant bénéficier de cette action.

- Préparer l'appel à manifestations d'intérêt pour identifier SMSA(s)
- Lancer l'appel à manifestation d'intérêt
- Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des SMSAs pour collecter les demandes de participation
- Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste de(s) SMSA(s) retenu (s)
- Signature de conventions avec le(s) SMSA(s) retenu (s)

Activité 4.2 : Assistance technique de(s) SMSA (s) conformément au Manuel des procédures opérationnelles révisés (voir activité 2.2, étape 2)

Activité 4.3 : Renforcement des capacités techniques et logistiques de(s) SMSA afin de pouvoir appliquer le SOP révisé et ce, à travers l'acquisition de matériel, équipements, camions frigorifiques etc. La liste du matériel nécessaire sera identifiée ultérieurement après avoir identifié le(s) SMSA et en fonction du SOP Révisé

6. Budgétisation de l'action

Activité 4.1 : Identification d'une ou plusieurs SMSA désirant bénéficier de cette action.	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Réalisation	Bénéficiaires
Préparer l'appel à manifestations d'intérêt pour identifier SMSA(s)	-	000	000	PGIP	SMSAs
Lancer l'appel à manifestation d'intérêt		000	3000		
Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des SMSAs pour collecter les demandes de participation	-	000	0000	PGIP	
Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste de(s) SMSA(s) retenu (s)	-	000	000	PGIP	
Signature de conventions avec le(s) SMSA(s) retenu (s)	-	000	3000	PGIP	
Coût total de l'activité 3.1	-	000	3000		
Activité 4.2: Assistance technique de(s) SMSA (s) conformément au Manuel des procédures opérationnelles révisés	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Réalisation	Bénéficiaires
Le coût de cette activité a été pris en compte au niveau de l'action 2 et plus précisément au niveau de l'activité 2.2, étape 2	-	-	-	Consultant ou bureau de consulting	SMSA
Coût total de l'activité 4.2	-	-	-		
Activité 4.3: Renforcement des capacités techniques et logistiques de(s) SMSA afin de pouvoir appliquer le SOP révisé et ce, à travers l'acquisition de matériel, équipements, camions frigorifiques etc.	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT <small>Estimé et Plafonné à (pour une seule SMSA)</small>	Réalisation	Bénéficiaires
Génie Civil	-		60 000	PGIP	Une seule SMSA
Matériel et équipements			80 000	PGIP	
Matériel roulant			100 000	PGIP	
Coût total de l'activité 4.3	-	-	240 000		

Coût estimatif total de l'action 4 : 243 000 DT⁴²

⁴² Le coût prévoit les frais du renforcement de capacité d'une seule SMSA

FICHE ACTION N°5 : Elaboration d'un REFERENTIEL PAM destinée Plantes aromatiques culinaires et vulgarisation de ses informations techniques

1. Contexte

Quelques soient des plantes aromatisants ou des plantes à vertus thérapeutiques, conduits en mode cultivé ou sauvage, les acteurs du secteur des plantes aromatiques culinaires au nord-ouest sont confrontés à des difficultés pour les identifier et les classer (surtout du point de vue Taxonomie scientifique). Le producteur doit avoir une bonne connaissance des plantes existante dans sa zone : son espèce, ses composantes, ses chémotypes, ses vertus thérapeutiques et culinaires, sa périodicité de production, sa période de cueillette, le stade optimal de sa maturité (rendement/ qualité), la partie de la plante qu'il faut utiliser, ainsi que les conditions générales de transport et de stockage, les bonnes pratiques de conduite et d'hygiène et les bonnes pratiques de traçabilité du produit, etc.

Lors des entretiens que l'équipe a menés avec les acteurs les plus avancés, il s'est avéré qu'un bon produit est conditionnée par des bonnes pratiques de conduite, de cueillette et de production et qui sont spécifiques pour chaque plante (sauvage ou cultivée).

En se basant sur ces propos, un référentiel relatif à un recensement des différentes plantes, (les plus importantes pour cette industrie) de la région sera établi, l'information qu'il contient sera diffusée chez les acteurs et vulgarisée, dans le cadre de cette initiative, afin de favoriser l'amélioration de la productivité (maîtrise des rendements et de la qualité).

Il s'agit d'un ensemble des guides (documents) prêts à être partager avec l'AVFA (Agence de la vulgarisation et de la formation agricoles) afin d'élaborer une référence des compétences de la formation professionnelle spécialisée.

Une fois le référentiel est élaboré :

- Une action de formation sera mise en place au profit des producteurs et acteurs du cluster.
- Ce référentiel sera diffusé aussi auprès de l'AVFA, des différents districts des forêts et des CRDA des 4 gouvernorats et toutes autres structures publiques relevant des ministères chargés de l'agriculture et/ou d'industrie.
- Les bureaux de consulting et les cabinets de formation agricole peuvent aussi être des bénéficiaires de ce référentiel à travers une formation dédiée aux formateurs.

Cette action de formation dite « formation des formateurs (publics ou privés) constituera une opportunité pour diffuser ce référentiel au profit de tout autre acteur des PAM dans toute la Tunisie.

Les formations doivent être adaptées selon la cible. La vulgarisation des données et des informations figurant dans les guides est nécessaire pour mieux garantir une production des plantes aromatiques culinaires de bonne qualité.

Ce référentiel sera mis dans une application téléphonique/web pour faciliter l'accès à la formation à tous les acteurs (publics et/ou privés) et à tout moment. L'information sur l'application devrait être aussi fiable et simple à comprendre, à travers des schémas, des courtes vidéos et autres outils de communication permettant à tout type d'acteur d'assimiler l'information.

Il est à signaler que ce référentiel devrait être mis à jour périodiquement.

Le référentiel comportera les documents suivants :

N

DOCUMENT ETHOBOTANIQUE CIBLANT LES PLANTES DESTINEES A DES FINS CULINAIRES.

Document VERTICAL

- Un document par plante
- L'information à présenter dans les guides est une information scientifique mais elle doit être vulgarisée.
- Les documents doivent être solides du point de vue scientifique, utilisables par les acteurs, pas de simples bases de données scientifiques, des documents pratiques et pédagogiques avec des schémas.
- Les guides doivent se présenter par plante, c'est à dire par espèce, puisqu'on ne va pas pouvoir traiter toutes les plantes de la région du nord-ouest. On propose de se concentrer et de fixer une liste de 10 plantes maximum.
- Nous devons créer des guides complets par plante.
- Les guides comporteront des GARDES-FOUS
- Le contenu des guides comportera :
 - Partie botanique et taxonomique
 - Partie relative aux bonnes pratiques de conduite des plantes spontanées, le cas échéant les bonnes pratiques culturales si les plantes peuvent être cultivées.
- Les domaines d'exploitation et d'utilisation de cette plante
- Partie relative aux bonnes pratiques de cueillettes (respect de la biodiversité, de l'environnement et des ressources forestières)
- Partie relative aux bonnes pratiques de stockage, transport, manutention et conditionnement intermédiaire des parties des plantes à exploiter
- Traçabilité et bloc Chain

DOCUMENT DE PREMIERE TRANSFORMATION

Document VERTICAL

- Partie relative aux bonnes pratiques et de traitement des parties des plantes a exploitées
- Traçabilité et bloc Chain.
- Fiches de transformation par plante

DOCUMENT GUIDE DES ENTREPRENEURS ET DES ACTEURS DU SECTEUR DES PLANTES AROMATIQUES CULINAIRES

- Un document qui va expliquer les mécanismes administratifs pour opérer dans ce secteur et les mécanismes de contrôle et d'évaluation de la conformité à suivre
- Volet obligatoire réglementaire et volet volontaire normatifs et basé sur des référentiels et des initiatives privées

2. Objectifs

Objectif 1 : Avoir une référence sur les PAM ciblant les plantes aromatiques culinaires pour maîtriser la qualité des Matières Premières et des produits finis.

Objectif 2 : améliorer la production des PAM.

Résultat 1 : Une référence adéquate pour les PAM est mise à disposition des acteurs.

Résultat 2 : Matières premières des produits respectant les normes de qualité et les bonnes pratiques de culture et de cueillette.

Résultat 3 : des acteurs du cluster sont formés sur les bonnes pratiques selon le référentiel.

Résultat 4 : 20 accompagnateurs /formateurs des structures publiques et privées (à raison de 05 par gouvernorat) sont prêts à diffuser les bonnes pratiques aux acteurs du cluster.

3. Acteurs impliqués

Cette action nécessite la mobilisation de compétences nationales et capitalisation des travaux existants en Tunisie, le cas échéant, faire appel à des compétences externes.

Porteur et superviseur de l'action : l'action sera lancée, pilotée et supervisée par le projet. Le projet peut constituer **un comité technique** comprenant des représentants des directions ou structures concernées (publics et/ou privés) pour assister le projet dans la mise en œuvre des activités de cette action.

Les bénéficiaires : tout acteur public ou privé de la filière PAM au Nord-Ouest de la Tunisie, en particulier les GDA, SMSA et PME montrant une volonté et une capacité pour la valorisation des plantes aromatiques culinaires dans la région.

Les partenaires : l'AVFA, les CRDA et les directions relevant du ministère chargé de l'agriculture et du ministère chargé de l'industrie, ainsi les bureaux de formation et de consulting privé spécialisés dans ce domaine d'activité.

Le prestataire : Des experts en matière de :

- Botanique et ethnobotanique
- Expert en réglementation sectorielle et en évaluation de la conformité de ce type de produits.
- Créateur des application Web/Téléphonique

4. Description de l'action

L'action consiste à recruter des experts dans différentes spécialités pour l'élaboration des différents guides, ces guides seront validés par des comités publics-privés. La mise en place de l'application téléphonique/web sera assuré par un bureau TIC spécialisé.

Ces guides seront vulgarisés auprès des différents intervenants ou acteurs du cluster.

Les experts seront recrutés pour ces différentes missions :

Mission N°1 : élaboration des différents documents relevant de ce référentiel : Le prestataire recrutera les experts nécessaires pour l'élaboration du document.

La rédaction des documents nécessite une expertise multiple :

- **Le document 1** : DOCUMENT ETHNOBOTANIQUE CIBLANT LES PLANTES DESTINEES A DES FINS CULINAIRES. Un expert en botanique, en ethnobotanique en science sylvopastorale, en aromathérapie, en chimie, en biochimie des huiles essentielles ou autre spécialité similaire.
- **Le document 2** : DOCUMENT DE PREMIERE TRANSFORMATION : Traitement et conditionnement des plantes aromatiques dédiées à des fins culinaires (de la cueillette jusqu'au consommateur final).

- **Pour le document 4** : DOCUMENT GUIDE DES ENTREPRENEURS ET DES ACTEURS DU SECTEUR DES PLANTES AROMATIQUES CULINAIRES : Un expert en certification et en qualité, un expert qui comprends les circuits administratifs relatifs à l'entrepreneuriat, expert-comptable ou autre spécialité similaire.

Mission N°2 : digitalisation du référentiel à travers la conception d'une application web/téléphonique pour la vulgarisation de l'information auprès des acteurs du cluster et assurer une veille des informations à travers la mise à jour périodique ou sur demande des données instaurées dans l'application. (Service après-vente).

Mission N° 3 : formation des formateurs sur (i) le contenu du référentiel et (ii) sur l'utilisation de l'application web. Cette formation sera destinée à l'AVFA, CRDA et autres structures relevant du ministère chargé de l'agriculture et de l'industrie, ainsi que toute structure privée spécialisée dans la formation agricole en particulier les PAM, et ce pour assurer la suite de la dynamique du cluster.

Mission N°4 : assurer un cycle de formation pour les acteurs intéressés par la production des plantes aromatiques culinaires dans la zone du nord-ouest et ce sur (i) le contenu du référentiel (sur des supports pédagogiques adéquats à la cible) et (ii) sur l'utilisation de l'application web.

Pour se faire, le projet est appelé à réaliser les activités suivantes :

➤ **Activité 6.1 : Elaboration d'un référentiel plantes aromatiques culinaires :**

Le projet est appelé à lancer un appel d'offre aux bureaux de consulting ou des groupes des experts spécialistes pour l'élaboration des différents guides du référentiel en se basant sur les critères mentionnés dans le paragraphe 1- et le paragraphe 5-

Le projet choisira de 5 à 10 plantes aromatiques les plus utilisées dans la zone du Nord-Ouest pour commencer l'élaboration de référentiel.

Des référentiels sur d'autres plantes peuvent être élaborés selon la nécessité dans le cadre d'autre projet de développement.

Profil des experts : Des experts en matière de :

- Botanique et ethnobotanique
- Expert en réglementation sectorielle et en évaluation de la conformité de ce type de produits.
- Ou autres spécialités similaires

Missions des experts : les détails du contenu de chaque guide sont décrits dans le Paragraphe 1. Les missions des experts seront :

- Recueil des données et des guides existants.
- Visite de la zone et exploration des espèces existantes par plante
- Elaboration des guides
- Contribuer à la rédaction du cahier de charge pour le recrutement d'un bureau de développement web.
- Organisation des séances de travail avec le bureau de développement web pour l'insertion des données dans l'application et suivre toutes les étapes des essais et validation de l'application.
- Préparations des guides de formation pour les formateurs (publics et privés)

- Préparation des guides de formations pour les acteurs du cluster (guides numériques dédiés pour l'application + guides pédagogiques en papier).
- Préparer un dispositif de veille et de mise à jour des informations de référentiel.
- Assurer des séances de formations aux formateurs publics et privés
- Assurer des séances de formations des acteurs du cluster.

Livrables et Output de l'activité :

- Référentiel contenant les guides demandés.
- Guide de formation des formateurs.
- Guide de formation des acteurs.
- Un dispositif de veille et de mise à jour périodique du référentiel.

Les sous-activités que doit assurer le projet pour la mise en œuvre de l'activité 6.1 :

- Réunir les différentes parties prenantes et les acteurs du cluster pour identifier les plantes à étudier. (Le projet peut former un comité technique pour le suivi et la supervision de différentes activités de cette action. Les membres du comité seront présents dans cette réunion pour le choix des plantes sujets du référentiel)
- Elaborer les TDR et lancer l'AO.
- Recevoir et Evaluer les offres techniques et financières.
- Suivre la réalisation des tâches demandées et validation des livrables.

➤ Activité 6.2 : Digitalisation du référentiel

Un bureau de développement web sera appelé pour **l'élaboration d'une application web/mobile (iPhone et Android) / pour Windows ou Mac** permettant de regrouper les informations retenues des guides préparés dans l'activité 6.1.

Des réunions de travail seront organisées entre ce bureau et les experts de l'activité 6.1 pour assurer l'insertion des informations techniques et définir les fonctionnalités de l'application à élaborer.

Les missions du bureau de développement web

1. Assimiler l'idée d'application et la cible des utilisateurs : à travers l'organisation des réunions avec le projet et les experts de l'activité 6.1
2. Définir les fonctionnalités : tracer des diagrammes en détaillant chaque partie et trier les fonctionnalités nécessaires des fonctionnalités secondaires.
3. Concevoir l'application : en conformité du cahier de charge et des guides de formations préparés dans l'activité 6.1:
 - Charte graphique,
 - Contenu adapté aux besoins,
 - Facilité de l'accès à l'information en tenant compte des différents types d'utilisateur (courte vidéo de démonstration pratiques, dessins animés figurants une activité ou un message clé, effets sonores, etc.)
 - Langues de l'application (Ar et Fr) pour s'adapter à tous utilisateurs
 - Insertion d'un speech parlé avec un dialecte et accent compris par tout utilisateurs, etc.
 - Fluidité de l'information, etc.

4. Coder et tester l'application : une application sera fonctionnelle sur web, pour Mac et Windows, et sur Mobile (iPhone et Android)
5. Présenter et tester l'application avec le projet et toutes les parties prenantes (acteurs du cluster et autres structures intéressées) et ce pour une validation préliminaire de l'application et son architecture
6. Faire tester avant le lancement : validation finale
5. Mettre l'application en ligne
6. Prendre en compte les feedbacks : mettre en place un système pour avoir des retours des utilisateurs, leurs avis et les fonctionnalités les plus utilisés en identifiant des mots clés (en concertation avec les experts de l'activité 6.1 et le projet).
7. Participer aux séances de formations sur l'application aux formateurs et aux acteurs du cluster.
8. Mise à jour de l'application : après une période d'essai sur marché (6 à 12 mois), le bureau est appelé à adapter l'application selon les exigences et les avis des utilisateurs.

Les livrables et les outputs demandés :

- Une application web/mobile (iPhone et Android) / pour Windows ou Mac mise en ligne
- Un support de formation sur l'utilisation de l'application.

Les sous-activités que doit assurer le projet pour mener cette activité :

- Elaborer le Cahier des charges pour le recrutement du bureau de développement web (les experts de l'activité 6.1 contribueront à la préparation)
- Lancer l'AO.
- Recevoir et évaluer les offres techniques et financières
- Signer un contrat de réalisation avec le bureau de développement web comprendra, au moins trois clauses concernant les services Après-Vente : (i) une clause sur l'entretien et la maintenance de l'application sur 02 ans, (ii) une clause sur un rapport trimestriel sur le retour de feedback, et (iii) une assistance des services informatiques des services concernés sur le backoffice de l'application
- Suivre la réalisation des tâches demandées et valider les livrables demandés.

➤ **Activité 6.3 : Formation de formateurs sur le référentiel et l'utilisation de l'application**

Les experts recrutés pour l'activité 6.1 et l'activité 6.2 assureront des sessions de « formation des formateurs sur le référentiel et l'utilisation de l'application ». La formation sera destinée aux consultants de l'AVFA, consultants des différents districts des forêts, des CRDA des 4 gouvernorats et toutes autres structures publiques relevant des ministères chargés de l'agriculture et/ou d'industrie. Les bureaux privés de consulting et les cabinets privés de formation agricole et industrielle seront aussi appelés pour bénéficier de cette formation gratuite. Les guides et les supports de formation sont déjà préparés et validés par le projet (comité technique) lors de l'activité 6.1 et l'activité 6.2.

Le projet est appelé ainsi à lancer un appel à candidature auprès de toutes les structures publiques ou privées pour sélectionner les candidats éligibles pour participer à cette formation selon un guide d'évaluation élaboré par le comité technique pour évaluer les CVs reçus selon des critères de sélections définis dans les TDRs de l'appel à candidature. Il s'agit principalement de :

Principaux Critères de sélection des candidats pour la « Formation des Formateurs » :

La formation s'adresse aux agents de développement, d'encadrement et d'animation rurale, agricoles et qui répond aux conditions suivantes :

- Avoir au minimum 15 ans d'expérience en tant qu'accompagnateur, formateur, dans le domaine agricole. L'expérience dans la formation du domaine des PAM.
- Avoir un âge de 50 ans au maximum.
- Avoir un diplôme universitaire en agronomie, développement rural ou similaires. Soit au minimum BAC + 4.
- Avoir suivi une formation pédagogique ou ayant une expérience avérée dans l'animation de groupe.
- Être disponible pour suivre la formation des formateurs sans rémunération.
- Être disponible pour travailler comme formateur sur le terrain dans les régions Nord-Ouest.
- Avoir une volonté de coopération et d'échange.

Les personnes susceptibles de bénéficier de la formation peuvent être du :

➤ **Secteur public :**

- Compétences des différentes structures du Ministère chargé de l'Agriculture.
- Vulgarisateurs ayant des prérequis d'animation.
- Vulgarisateurs de l'ODESYANO.
- Formateurs des Centres de formation de l'AVFA.

➤ **Secteur privé :**

- Coach formé par l'APIA.
- Bureaux de Formation (privés).
- Conseillers agricoles privés.
- Techniciens agriculteurs volontaires.

Les dossiers de candidature constitué des documents suivants :

- ✓ Une demande d'inscription.
- ✓ Un curriculum vitae.
- ✓ Une lettre de motivation.

Les sous-activités à mettre en place par le projet :

- Lancer l'Appel à candidature
- Evaluer les dossiers et les CVs reçus
- Organiser les séances de formation : assurer les aspects logistiques et techniques
- Suivre le déroulement de la formation et l'évaluation des candidats
- Remise des attestations aux participants retenus

Output de l'activité 6.3:

- Liste des Formateurs qualifiés et prêts à accompagner les acteurs du cluster
- Liste de présence aux séances de formation
- Les preuves de l'évaluation de la formation et les attestations.

➤ **Activité 6.4 : Sessions de formation pour les acteurs du cluster sur le référentiel et l'utilisation de l'application : Les bonnes pratiques de production des PAC :**

Les experts recrutés pour l'activité 6.1 et l'activité 6.2 assureront des sessions de « formation sur les bonnes pratiques de production des plantes aromatiques culinaires » tels que définis dans le référentiel. Une session de cette formation sera dédiée à l'initiation sur l'utilisation de l'application web/mobile du

référentiel. La formation sera destinée aux acteurs du cluster engagés dans le processus de changement stratégique.

Sur ce, le projet lancera un appel à candidature auprès de tous les acteurs du cluster. Une liste des candidats sera sélectionnée sur la base des critères exigés dans le TDRs de l'appel à candidature. Les acteurs qui ont manifesté leurs intérêts pour participer à l'**Action N°1** et qui ont été sélectionnés dans l'**Activité 1.1** seront prioritaires pour participer à cette formation.

Les candidats sont appelés à remplir **une fiche de demande de participation** préparés par le projet (comité technique).

Principaux Critères de sélection des candidats pour la « Formation sur le référentiel » :

- Actif dans la région du Nord-Ouest
- Actif dans le domaine des PAM.
- Représentant d'un GDA, SMSA, une entreprise de transformation, un entrepreneur ou acteur indépendant.

Les sous-activités à mettre en place par le projet :

- Lancer l'Appel à candidature
- Evaluer les demandes de participation
- Organiser les séances de formation : assurer les aspects logistiques et techniques
- Suivre le déroulement de la formation et l'évaluation des candidats
- Remise des attestations aux participants retenus

Output de l'activité 6.4 :

- Acteurs du cluster formés sur les BPP des PAC.
- Liste de présence
- Les preuves de l'évaluation de la formation et les attestations.

9. Calendrier

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28
Activité 6.1 : Elaboration d'un référentiel plantes aromatiques culinaires	Réunir les différentes parties prenantes et																											
			Elaborer les TDR																									
				lancer l'AO.																								
					Recevoir les offres techniques et financières					Evaluer les offres	Contractualisation	Suivre la réalisation des tâches demandées et validation des livrables.																
Activité 6.2 : Digitalisation du référentiel				Elaborer le Cahier des charges pour le																								
						Lancer l'AO			Recevoir les offres techniques et financières				Evaluer les offres	Contractualisation	Suivre la réalisation des tâches demandées et valider les livrables demandés													
Activité 6.3 : Formation de formateurs sur le référentiel et l'utilisation de l'application									Préparer l'AC																			
										Lancer l'Appel à		Evaluer les	Organiser les séances de formation : assurer les aspects logistiques et techniques Suivre le déroulement de la formation et l'évaluation des candidats															
Activité 6.4 : Sessions de formation pour les acteurs du cluster sur le référentiel et l'utilisation de l'application : Les bonnes pratiques de production des PAC :																												
																			Remise des	Préparation de	Lancer l'AC							
																					Évaluation	Organiser les séances de formation : assurer les aspects logistiques et techniques Suivre le déroulement de la formation et l'évaluation des candidats						
																											Remise des attestations	

10. Budgétisation de l'action

Activité 6.1 : Elaboration d'un référentiel PAM, HE et Produits Cosmétiques	Estimation de N ^{bre} d'H/j ¹⁴³	Budget alloué	Réalisation	Bénéficiaires
Réunir les différentes parties prenantes et les acteurs du cluster pour identifier les plantes à étudier.		0	PGIP	TOUTE LA REGION Les 4 gouvernorats
Lancer l'appel AO, évaluer les offres et sélection de bureau		0		
Recueil des données et des guides existants.	2	2000 TND	Le bureau sélectionné pour l'élaboration du référentiel	
Visite de la zone et exploration des espèces existantes par plante	5	5000 TND		
Elaboration des guides	100	100000 TND		
Contribuer à la rédaction du cahier de charge pour le recrutement d'un bureau de développement web.	3	3000 TND		
Organisation des séances de travail avec le bureau de développement web pour l'insertion des données dans l'application et suivre toutes les étapes des essais et validation de l'application.	10	10000 TND		
Préparations des guides de formation pour les formateurs (publics et privés) 5HJ	5	5000 TND		
Préparation des guides de formations pour les acteurs du cluster 5HJ	5	5000 TND		
Préparer un dispositif de veille et de mise à jour des informations de référentiel. 10HJ/année On prévoit : 5 ans de prise en charge.	50	50000 TND		
Assurer des séances de formations aux formateurs publics et privés 10 HJ	10	10000 TND		
Assurer des séances de formations des acteurs du cluster 10 HJ.	10	10000 TND		
TOTAL			200 000 TND	
Activité 6.2 : Digitalisation du référentiel	Estimation de N ^{bre} d'H/j ¹	Budget alloué	Réalisation	Bénéficiaires
Elaborer le Cahier des charges pour le recrutement du bureau de développement web (les experts de l'activité 6.1 contribueront à la préparation)		0	PGIP	Acteurs du cluster
Lancer l'AO, évaluer les offres et choisir le prestataire		0		
Mise en ligne de l'application	-	60000 TND	Bureau de développement Web sélectionné	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entretien et la maintenance de l'application sur 02 ans, ✓ Élaboration d'un rapport trimestriel sur le retour de feedback (durant 02 année), ✓ Assistance des services informatiques des services concernés sur le backoffice de l'application. 	-	20000 TND		

¹ Un H/J est estimé pour 1000 TND (national ou international)

TOTAL		80 000 TND		
Activité 6.3 : Formation de formateurs sur le référentiel et l'utilisation de l'application	Estimation de N^{bre} d'H/j¹⁴⁴	Budget alloué	Réalisation	Bénéficiaires
Lancer l'appel à candidature et évaluer les CV reçus		0	PGIP	Bureau de formation Directions concernées
Organiser les séances de formation : assurer les aspects logistiques et techniques		60000 TND		
TOTAL		60000TND		
Activité 6.4: Sessions de formation pour les acteurs du cluster sur le référentiel et l'utilisation de l'application : Les bonnes pratiques de production des PAC.	Estimation de N^{bre} d'H/j¹	Budget alloué	Réalisation	Bénéficiaires
Lancer l'appel à candidature et évaluer les CV reçus		0	PGIP	Les acteurs du cluster
Organiser les séances de formation : assurer les aspects logistiques et techniques		60000 TND		
TOTAL		60000 TND		

Coût estimatif total de l'action n°5 : 400 000 DT

¹ Un H/J est estimé pour 1000 TND (national ou international)

Ligne d'action n°2 : Commercialisation

➤ **Justificatifs de la ligne d'action**

Lors des travaux techniques tout au long de l'IRC et plus précisément lors des entretiens avec les acheteurs les plus avancés conduits dans le cadre du voyage de référence, l'équipe technique a confirmé le fait que l'exportation des plantes aromatiques fraîches est une activité nouvelle pour les acteurs du cluster et qu'elle impose une connaissance la plus détaillée possible des réseaux de distribution pour les plantes fraîches biologiques. Les acteurs du cluster sont incapables de déterminer les réseaux de distribution de ces produits pour plusieurs raisons dont la connexion à ces réseaux se fait à travers des blogueurs ou autres personnes influentes (grands chefs cuisiniers, dégustateurs de la gastronomie fine etc.) moyennant des canaux de communication particuliers. La recherche et l'accès aux marchés spécifiques du romarin frais biologique constituent une demande des acteurs de la zone du Nord-Ouest. En effet, l'accès à ces marchés se fait à travers des cabinets de conseil spécialisé qui renseignent sur la manière de vendre le romarin frais biologique en fournissant des conseils pratiques sur des brookers spécialisés etc. et de plus, ils assistent les acteurs du cluster à la signature de contrat avec les acheteurs potentiels choisis.

➤ **Objectif global**

L'objectif de cette ligne d'action est d'aboutir, à court terme, à la signature d'au moins un contrat de vente par bénéficiaire (exportateurs de la région du Nord-Ouest). Ce contrat de vente est nécessaire à la mise en œuvre de l'action n°3 prévue dans ce PIAA. En effet, l'action d'exportation du romarin frais biologique visée à l'article 3 prévoit la production et l'exportation du romarin à au moins un acheteur identifié lors de cette ligne d'action.

A long terme, l'assistance technique à l'identification des circuits de distribution matérialisé par la signature de contrat de vente permettra aux bénéficiaires d'acquérir des compétences en matière de commercialisation de leurs produits frais biologiques.

➤ **Résultats**

Le résultat de la mise en œuvre de cette ligne d'action est de permettre aux bénéficiaires de la région du Nord-Ouest à commercialiser les PAMs fraîches biologiques dans les marchés cibles.

➤ **Indicateurs**

Nombre de contrat de vente signé par bénéficiaire.

FICHE ACTION N°6 : Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination

1. Contexte

Le passage de la production à la commercialisation est une étape importante pour les producteurs de romarin frais biologiques. Le marché cible est bien spécifique et se caractérise par une différenciation permettant à la fois de réduire les risques de la monopolisation, de contractualiser sur de petits débouchés, d'élargir ses marchés, d'accroître ses parts de marché et d'améliorer sa rentabilité, autant d'éléments qui fournissent aux producteurs les moyens financiers d'une croissance future. La recherche et l'accès à ces marchés spécifiques constituent une demande primordiale pour les acteurs de la zone du Nord-Ouest. Il s'est avéré que l'accès à ces marchés se fait à travers des cabinets de conseil spécialisé, implanté dans chaque pays et qui renseignent sur la manière de vendre les romarins frais biologiques entre autres en fournissant des conseils pratiques sur des brookers spécialisés etc.

N'ayant pas les informations pertinentes et pratiques sur l'approche commerciale à adopter pour accéder aux marchés frais biologiques, il est proposé de fournir une assistance technique aux exportateurs pour les aider à rapprocher les marchés de leurs choix.

2. Objectifs

Objectif : Signature d'au moins un contrat de vente par bénéficiaire

Résultat : Commercialiser les PAMs fraîches biologiques dans les marchés cibles.

3. Acteurs impliqués

Cabinets de conseil, Exportateurs (SMSAs et/ou PME)

4. Description de l'action

Activité 6.1 : Identification des bénéficiaires désirant profiter de cette action liée à l'identification des circuits de distribution des PAMs fraîches biologiques

- Préparer l'appel à manifestation d'intérêt pour identifier les bénéficiaires
- Lancer un appel à manifestation d'intérêt
- Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des bénéficiaires pour collecter les demandes de participation
- Evaluer les candidatures reçues et publication de la liste des candidats retenus : capacité d'exportation, périodes et dates d'exportation prévues, marché de destination ciblé, conditions d'exportations etc.
- Signature de conventions avec les candidats retenus

Activité 6.2 : Recrutement d'un cabinet de conseil pour l'identification des circuits de distribution pour un pays de destination.

- Rédaction des termes de références de l'appel d'offre.
- Lancer l'appel d'offre international pour le recrutement d'un cabinet de conseils pour l'identification des circuits de distribution et par conséquent les acheteurs / importateurs/ Magasins spécialisés etc. pour un pays de destination.
- Evaluation des candidatures reçues
- Contractualisation du cabinet de conseils retenu
- Suivi et évaluations des livrables fournis (les listes demandées et les informations pratiques pour l'exportations)

Activité 6.3 : Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination

Le cabinet de conseil retenu est chargé d'identifier les circuits de distribution du romarin frais biologique et par conséquent fournir une liste d'acheteurs / importateurs/ Magasins spécialisés etc. pour chaque destination ciblée par les producteurs du romarin frais biologiques, intéressés à participer à cette action. Ces listes devront comporter tous les détails et les informations pratiques pour chaque acheteur ou magasin spécialisé ou importateur identifié : ses coordonnées, ses expériences et ses références, le prix de chaque service fourni, etc.

Pour se faire, la mission du cabinet de conseil retenu s'articule autour de la :

- Prospection commerciale de quatre marché (France, Allemagne, Italie, Espagne)
- Présentation des résultats de la prospection commerciale lors d'un atelier de travail avec les bénéficiaires sélectionnés
- Prise de contact avec les acheteurs choisis par les bénéficiaires
- Négociation des contrats
- Assistance des bénéficiaires aux procédures de contractualisation avec les acheteurs

Il est à noter que la concrétisation de cette action est prévue au niveau de l'action 3 relative à l'exportation du romarin frais biologique

5. Calendrier :

	S57	S58	S59	S60	S61	S62	S63	S64	S65	S66	S67	S68	S69	S70	S71	S72	S73	S74	S75	S76	S77	S78	S79	S80	S81	S82	S83	S84	S85	S86	S87	S88	S89	S90					
Activité 6.1 : Identification des bénéficiaires	Préparer l'AMI																																						
		lancer l'AMI																																					
			réunion information																																				
										signature conventions																													
Activité 6, 2 : Recrutement d'un cabinet de conseil		préparation TDRs																																					
			Lancer l'appel d'offre																																				
							evaluation																																
										contractualisati on																													
Activité 6, 3: Assistance à l'identification des réseaux de distribution																																							

Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination

6. Budgétisation de l'action

Activité 6.1 : Identification des bénéficiaires désirant profiter de cette action liée à l'identification des circuits de distribution des PAMs fraîches biologiques	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Préparer et lancer l'appel à manifestation d'intérêt pour identifier les bénéficiaires	-	000	000	PGIP	SMSAs / PMEs
Organisation d'une ou plusieurs réunions d'information ou/et visite des bénéficiaires pour collecter les demandes de participation	-	3000	0000	PGIP	
Evaluer les candidatures reçues et publication de la liste des candidats retenue : capacité d'exportation, périodes et dates d'exportation prévues, marché de destination ciblé, conditions d'exportations etc.	-	000	000	PGIP	
Signature de conventions avec les candidats retenus					
Coût total de l'activité 6.1	-	0000	3000		
Activité 6.2: Recrutement d'un cabinet de conseils pour l'identification des circuits de distribution pour un pays de destination.	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Rédaction des termes de références et lancer l'appel d'offre international pour le recrutement d'un cabinet de conseils pour l'identification des circuits de distribution et par conséquent les acheteurs / importateurs/ Magasins spécialisés etc. pour un pays de destination.	-	000	000	PGIP	Cabinet de conseil
Evaluation des candidatures reçues		000	000	PGIP	
Contractualisation du cabinet de conseils retenu		000	000	PGIP	
Suivi et évaluations des livrables fournis		000	000	PGIP	
Coût total de l'activité 6.2	-	000	000		
Activité 6.3: Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj ⁴⁵	Frais opérationnel en DT	Responsable de mise en œuvre	Bénéficiaires
Prospection commerciale (France, Allemagne, Italie, Espagne)		50 000	-	Cabinet de conseil	SMSAs / PMEs
Présentation des résultats de la prospection commerciale lors d'un atelier de travail avec les bénéficiaires sélectionnés Frais de l'organisation d'un atelier de travail avec les acteurs concernés : 3000 DT	50	3000	3000	PGIP Cabinet de conseil	
Prise de contact avec les acheteurs choisis par les bénéficiaires					Pour un seul bénéficiaire
Négociation des contrats (Objectif d'au moins un contrat par bénéficiaire)	10	10 000	-	Cabinet de conseil	
Assistance des bénéficiaires aux procédures de contractualisation avec les acheteurs					
Coût total de l'activité 6.3	60	60 000	3000		
Coût de l'action 6	60	60 000	3000		

Coût estimatif total de l'action n°6 : 63 000 DT⁴⁶

⁴⁵ Coût d'un hj est estimé à 1000 DT (expert national)

⁴⁶ Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

Ligne d'action n°3 : Financement

➤ **Justificatifs de la ligne d'action**

Expliquez rapidement la raison de l'existence de la ligne d'action. Par exemple, qui bénéficie de l'action et quelle est la mesure du succès.

Autre que les fonds communs qui peuvent être accessibles aux investisseurs indépendamment de la nature de leurs activités, il existe des fonds alloués uniquement sous certaines des critères fixés d'avance dont ceux dédiés au financement des projets de développement des chaînes de valeur. L'assistance souhaitée est une activité de sensibilisation et d'accompagnement des acteurs demandeurs de financement. L'action a été évoquée par les acteurs privés et exécutables à travers une collaboration de plusieurs institutions (appui, finance, ...) et intervenants individuels (experts, consultants, bureaux d'études, ...) de différentes spécialités.

➤ **Objectif global**

A court terme, l'objectif de la mise en œuvre de cette ligne d'action est d'appuyer les acteurs du cluster à la constitution de leurs dossiers (l'élaboration de leurs plans d'affaires, les autorisations nécessaires etc.) afin d'accéder aux mécanismes de financement dont ils peuvent bénéficier.

Cette ligne d'action permettra aux bénéficiaires également de se familiariser, à long terme avec la conception de leur projet et la gestion de leur ressource financière et ce, à travers la session de formation et l'accompagnement pré et post financement prévu à cet égard.

➤ **Résultats**

Résultat 1 : Les acteurs sont capables de présenter des dossiers complets et défendables devant les comités d'évaluation pour le financement.

Résultat 2 : Les délais de constitution et d'évaluation des dossiers sont rétrécis.

Résultat 3 : Les acteurs sont plus conscients et plus impliqués dans la conception de leurs projets.

➤ **Indicateurs**

Nombre de bénéficiaires ayant accédé à au moins un mécanisme de financement.

Nombre d'accès aux mécanismes de financement par bénéficiaire.

FICHE ACTION N°7 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur

1. Contexte

La majorité des acteurs sont des femmes rurales qui n'ont pas les connaissances nécessaires pour identifier les mécanismes de financement dont elles peuvent bénéficier pour bien mener leurs affaires. De plus, la difficulté d'accès aux mécanismes financiers ordinaires à cause de l'absence de garanties exigées constitue une restriction majeure pour les acteurs du cluster faisant déjà partie de la population vulnérable de la zone forestière.

2. Objectifs

Objectif 1 : Appuyer les acteurs du cluster à la constitution de leurs dossiers (l'élaboration de leurs plans d'affaires, les autorisations nécessaires, ...) afin d'accéder aux mécanismes de financement dont ils peuvent bénéficier.

Objectif 2 : Accès à au moins un mécanisme de financement par bénéficiaire

Résultat 1 : Les acteurs sont capables de présenter des dossiers complets et défendable devant les comités d'évaluation pour le financement.

Résultat 2 : Les délais de constitution et d'évaluation des dossiers sont rétrécis.

Résultat 3 : Les acteurs sont plus conscients et plus impliqués dans la conception de leurs projets.

3. Acteurs impliqués

GDAs, SMSA, PME

4. Description de l'action

L'action porte sur le recrutement d'un expert spécialisé dans la conception et le montage des affaires pour assister les acteurs à l'élaboration des plans d'affaires de leurs projets ainsi que la constitution des dossiers de candidature pour le financement auprès des institutions financières. L'action se réalise en deux étapes comme suit :

Activité 8.1 : Identification des bénéficiaires (GDAs, SMSAs, Entreprises etc) désirant bénéficier de cette action

- Préparer l'appel à manifestations d'intérêt
- Lancer l'appel à manifestation d'intérêt
- Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste des candidats retenus
- Signature de convention avec les candidats retenus

Activité 8.2 : Recrutement d'un expert spécialisé dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.

- Elaboration des Tdrs pour le recrutement d'un expert spécialisé.
- Lancement de l'appel à candidature
- Evaluation des candidatures reçues.
- Signature du contrat.

Activité 8.3 : Assistance technique des bénéficiaires dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.

- Etude des mécanismes de financement existants
- Renforcement de capacités des acteurs sur les mécanismes de financements existants et les plus adéquats pour leur business

- Présentation des résultats de l'étude lors d'un atelier de travail avec les bénéficiaires sélectionnés
- Renforcement de l'inclusion financière des acteurs par l'accompagnement dans la préparation et soumission de candidatures, ainsi que des services d'accompagnement post-financement pour la gestion des ressources financières

5. Calendrier

	S70	S71	S72	S73	S74	S75	S76	S77	S78	S79	S80	S81	S82	S83	S84	S85
Activité 8.1 : Identification des bénéficiaires	Préparer l'AMI															
			Lancer l'AMI													
				réunions d'information												
						identifier les participants										
Activité 8.2 : Recrutement d'un expert spécialisé	préparation TDRs															
			Lancer l'appel d'offre													
				évaluation												
						contractualisation										
Activité 8.3 : Assistance technique des bénéficiaires																
									Assistance technique des bénéficiaires dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.							

6. Budgétisation de l'action

Activité 8.1 : Identification des bénéficiaires (GDAs, SMSAs, Entreprises etc) désirant bénéficier de cette action	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Réalisation	Bénéficiaires
Préparer et lancer l'appel à manifestation d'intérêt pour identifier les bénéficiaires	-	000	000	PGIP	GDAs / SMSAs / PME
Evaluation des candidatures reçues et publication de la liste des candidats retenus		000	000	PGIP	
Signature de convention avec les candidats retenus		000	000	PGIP	
Coût total de l'activité 8.1	-	0000	000		
Activité 8.2 : Recrutement d'un expert spécialisé dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj	Frais opérationnel en DT	Réalisation	Bénéficiaires
Elaboration des Tdrs pour le recrutement d'un expert spécialisé.	-	000	000	PGIP	Expert national
Lancement de l'appel à candidature		000	000	PGIP	
Evaluation des candidatures reçues.		000	000	PGIP	
Signature du contrat.		000	000	PGIP	
Coût total de l'activité 8.2	-	000	000		
Activité 8.3 : Assistance technique des bénéficiaires dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.	Estimation de N ^{bre} H/j	Budget alloué d'hj ⁴⁷	Frais opérationnel en DT	Réalisation	Bénéficiaires
Etude des mécanismes de financement existants	13	10 400	-	Expert national	GDAs/ SMSAs / PME
Renforcement de capacités des acteurs sur les mécanismes de financements existants et les plus adéquats pour leur business Frais de l'organisation d'une session de formation avec les acteurs concernées : 3000 DT			3000		
Présentation des résultats de l'étude lors d'un atelier de travail avec les bénéficiaires sélectionnés Frais de l'organisation d'un atelier de travail avec les acteurs concernés : 3000 DT			3000		
Renforcement de l'inclusion financière des acteurs par l'accompagnement dans la préparation et soumission de candidatures, ainsi que des services d'accompagnement post-financement pour la gestion des ressources financières	5	4 000	-		Par bénéficiaire
Coût total de l'activité 8.3	18	14 400	6 000		
Coût total de l'action 8	18	14 400	6 000		

Coût estimatif total de l'action 8 : 20 400 DT⁴⁸

⁴⁷ Coût d'un hj est estimé à 800 DT (expert national)

⁴⁸ Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

D8

**LIVRE BLANC : DOCUMENT DE REFORMES
POLITIQUES
(Version Finale)**

Table des matières

1- Contexte.....
2. Présentation des deux nouvelles chaînes de valeur
2-1. Chaîne de valeur Plantes aromatiques culinaires fraîches Bio
Rappel de la stratégie PAM
2-2 Chaîne de valeur Huiles Essentielles couplées services thalasso thérapies
Rappel de la stratégie HE
3. Principaux textes législatifs et réglementaires régissant les deux chaînes de valeur PAC et HE
4.Réformes et recommandation proposées
4-1. Réformes proposées
4-1-1. Réformes relatives à « l'accès aux ressources » :
4-1-2. Réformes relatives au « Statut des GDA » :
4-2. Recommandations
4-2-1. Recommandation (1) : La certification biologique des produits PAC/HE et la promotion des démarches de la qualité des PAC et des huiles essentielles.....
4-2-2. Recommandation (2) : Tenir compte de la réglementation internationale en matière de commercialisation des HE et des produits cosmétiques.....
4-2-3. Recommandation (3) : Encouragement de la culture des PAM

1. Contexte

Le Projet Gestion Intégrée des Paysages dans les régions défavorisées de la Tunisie (PGIP), comprend une composante dédiée à l'appui technique au développement des chaînes de valeur agro-forestières, notamment les PAM, en vue d'une meilleure valorisation des produits. L'objectif global est d'assurer un aménagement et une valorisation des ressources forestières non ligneuses permettant d'élargir leur rôle socio-économique et d'améliorer leurs impacts économiques aux niveaux locaux, régional et national.

En effet l'importance du secteur des PAM ne cesse d'augmenter en relation, d'une part, avec la forte augmentation de la demande mondiale enregistrée ces dernières décennies pour les PAM et leurs produits dérivés et, d'autre part avec le nombre croissant d'utilisateurs et la diversité des domaines de leur valorisation.

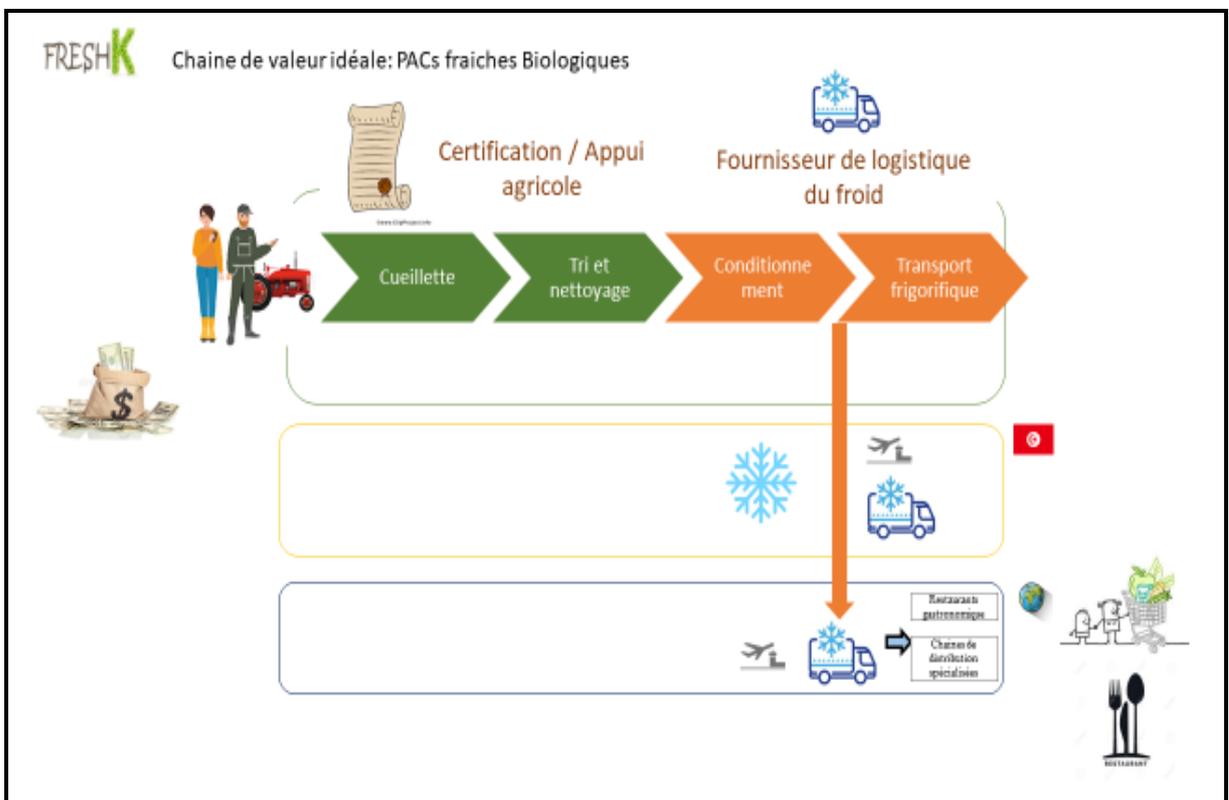
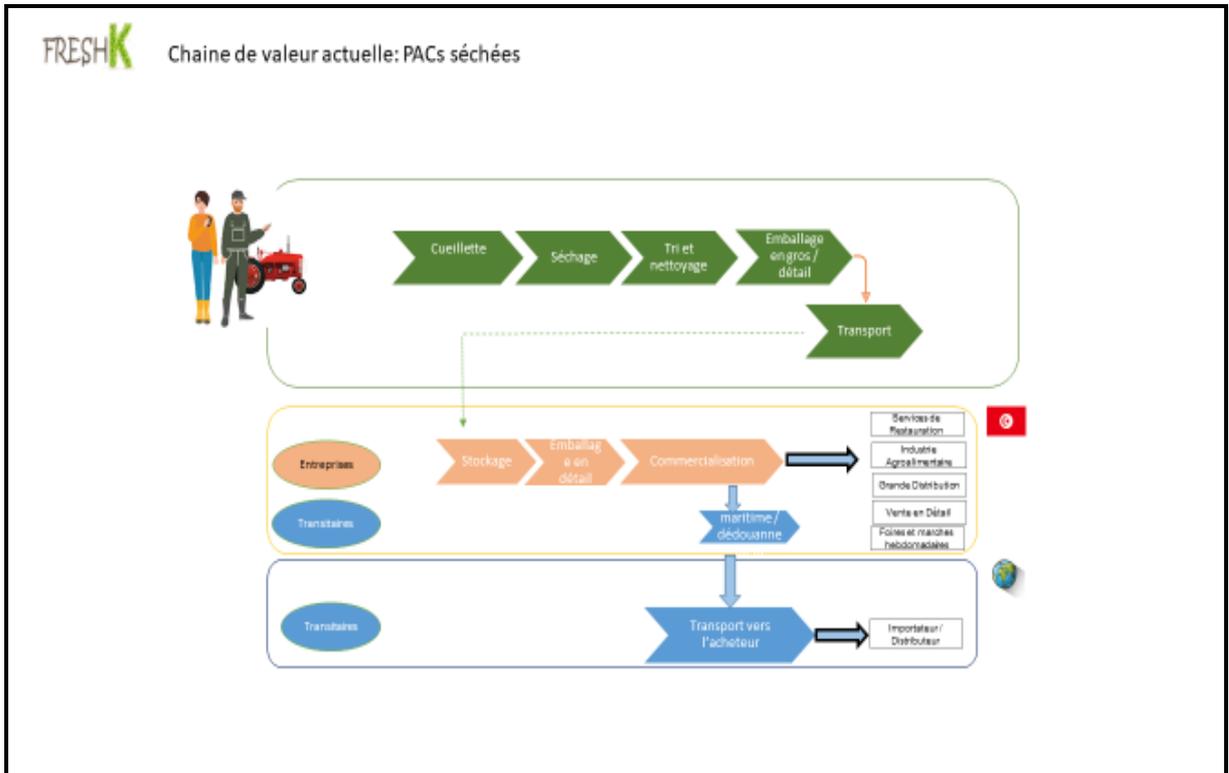
Cette conjoncture offre une réelle opportunité de développement pour la Tunisie, par le renforcement des chaînes des valeurs, dans le domaine de la gestion, l'exploitation et la valorisation des PAM. En effet, ces dernières constituent des ressources à forte valeur ajoutée, capables de contribuer à l'amélioration du niveau de vie des populations démunies en Tunisie notamment dans les régions du nord-ouest.

La promotion des chaînes PAC/HE-NO nécessite l'instauration d'un environnement économique et législatif permettant de favoriser les dynamiques de production, de transformation, de commercialisation et d'encourager les initiatives des acteurs de développement qu'elles soient individuelles ou collectives ainsi que le développement d'une recherche appliquée et innovatrice qui doit être en mesure de mieux faire connaître le potentiel naturel de la région, de le préserver et de proposer des solutions techniques à l'ensemble des questions qui se posent à tous les niveaux des 2 Chaînes, depuis la production jusqu'à la commercialisation.

Ainsi, le renforcement de ces chaînes de valeur permettra d'exploiter la demande croissante des huiles essentielles et des plantes aromatiques et de créer de nouveaux postes d'emploi au niveau local.

2. Présentation des deux nouvelles chaînes de valeur

2-1. Chaîne de valeur Plantes aromatiques culinaires fraîches Bio



Rappel de la stratégie PAM

L'analyse d'attractivité des différents segments par l'outil des 5 forces de Porter a permis d'identifier que deux segments stratégiques attractifs à savoir les « plantes aromatiques culinaires fraîches gourmet » : « plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques.

Les options stratégiques pour le cluster :

Actuellement les acteurs du cluster opèrent dans le segment des plantes aromatiques séchées pour un marché local relativement restreint mais aussi sur le marché international très concurrentiel. Les entreprises exercent sur ces marchés avec de faibles possibilités de différenciation du produit vu sa disponibilité selon les saisons entre les deux hémisphères nord et sud, d'autant plus que ce produit est pour une consommation courante.

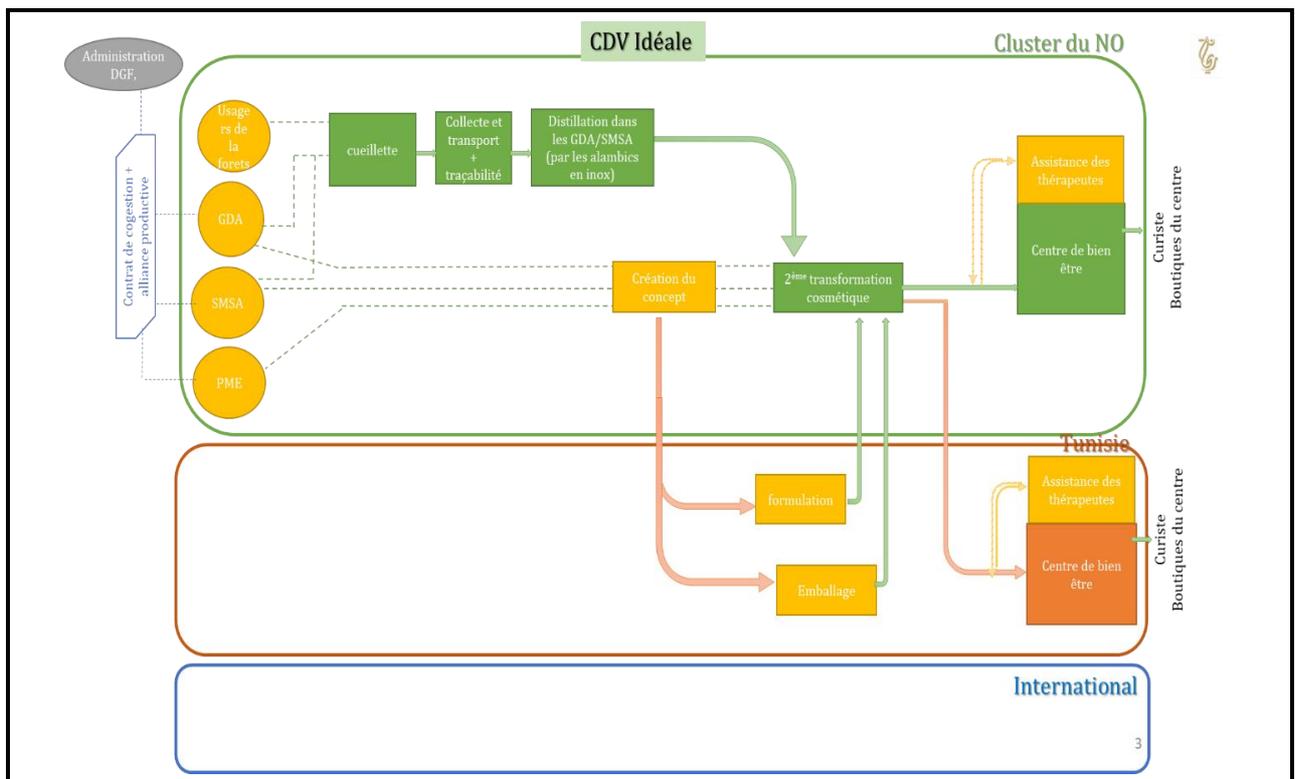
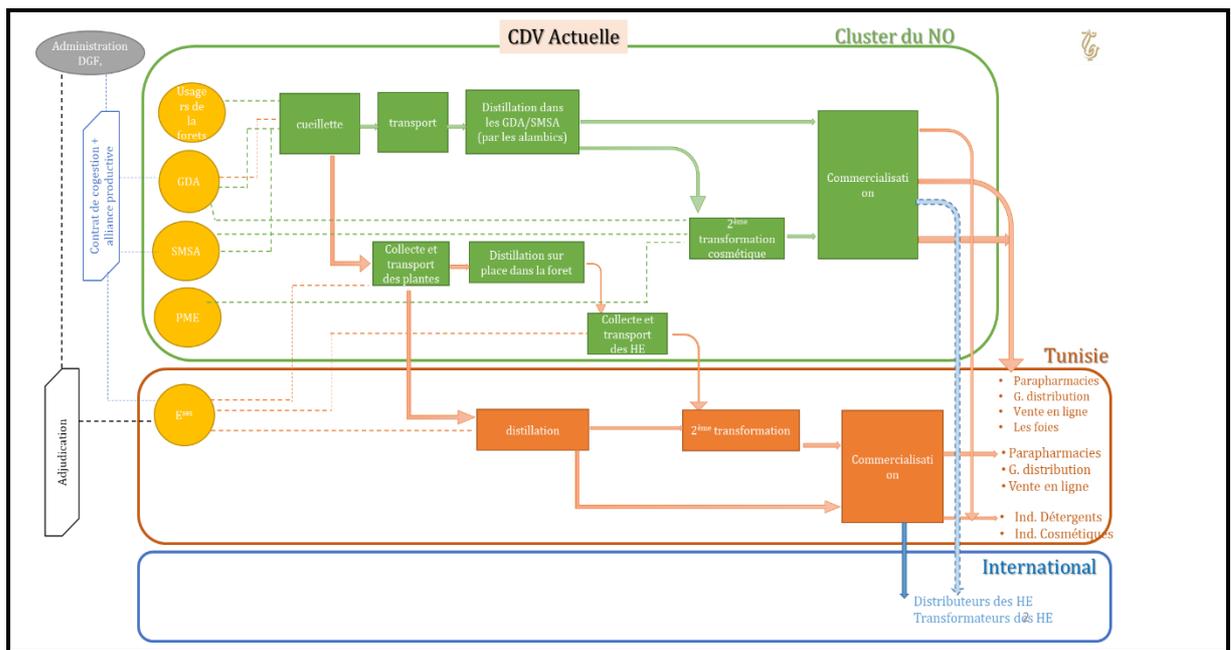
Le segment « plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques » est porté sur les produits consommés Bio. Les consommateurs cherchent la qualité, le goût, la fraîcheur et l'aspect attrayant. Cette orientation donne la possibilité aux entreprises tunisiennes qui ne peuvent pas rivaliser avec la pression des prix et les grandes quantités de fournisseurs de premier plan au monde, de se positionner sur un marché de niche qui traitant avec des fournisseurs de produits spécifiques telles que les herbes aromatiques fraîches biologiques.

Il y a lieu de signaler qu'une fois l'orientation ci-dessus mentionnée maîtrisée, elle devrait enrichie à long terme par le segment « **plantes aromatiques culinaires fraîches gourmet** ». En effet, ces plantes fraîches gourmet, en tant que produit de niche, sont destinés à des restaurants de luxe pour une utilisation gourmande de plantes aromatiques culinaires ou des fleurs de plantes, transportées de manière à préserver leur goût et leurs apparences faisant ainsi appel à une logistique bien appropriée.

En tenant compte de ce besoin de migration à la nouvelle chaîne de valeur, le plan d'investissement prévu dans cette initiative de renforcement de compétitivité de la chaîne PACs fraîches biologiques se base sur les trois axes suivants :

- La Maîtrise de la Chaîne de valeur des PAMs fraîches par : (i) : la mise en place des certifications nécessaires en mode biologique(ii) l'assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France (iii) et l'assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique
- La promotion de la commercialisation par l'assistance à l'identification des réseaux de distribution du romarin frais biologique sur les marchés de destination
- Le financement des actions de la chaîne des valeurs par (i) Le développement de mécanisme d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires (ii) et l'assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur.

2-2 Chaîne de valeur Huiles Essentielles couplées services thalasso thérapies



Rappel de la stratégie HE

L'analyse d'attractivité des différents segments par l'outil des 5 forces de Porter a permis d'identifier que le segment stratégique le plus attractif est le segment « **SPECIFIQUE** ». Il s'agit de « **produits cosmétiques naturels et extraits des PAM associés à un service de bien-être** » : Un concept intégrant d'un côté une gamme de produits cosmétiques à développer à base des huiles essentielles et des extraits des PAM et d'un autre côté une expérience offerte à un consommateur très exigeant en termes de qualité de produit et cherche à personnaliser ses services de spa, beauté, bien-être, etc.

En effet les acteurs du cluster sont appelés, à travers cette stratégie, de passer d'un segment conventionnel basé sur la production des Huiles essentielles dédiés pour un marché à faible valeur ajoutée vers un segment répondant à la tendance des consommateurs par la production d'une gamme des produits cosmétiques naturels à base des huiles essentielles et des extraits des PAM, couplés à un service de bien-être et dédiée pour un marché à haute valeur ajoutée favorisant un développement social et économique des différents acteurs de la chaîne de valeur dans la région (collecteurs, GDA et SMA et PME).

Les options stratégiques pour le cluster :

Actuellement la majorité des entreprises du cluster fabrique uniquement des huiles essentielles à partir des PAM. Pour eux le produit fini est l'huile essentielle, ils se sont focalisés seulement sur les marchés de destination qui restent à faible valeur ajoutée.

Étant donné que l'entreprise du cluster, selon la nouvelle stratégie, nécessite le développement des nouveaux produits, elle peut commencer à élargir sa gamme de produits et améliorer les services relatifs aux SPA et aux centres d'aromathérapie pour accéder ainsi le marché local. Cela signifie qu'elle doit acquérir des compétences et de faire des recherches sur les produits et de formuler d'autres cosmétiques plus élaborés que les huiles essentielles, comme les savons, les crèmes, les peelings, les gommages, les masques, etc. nécessaires pour tout traitement SPA/ bien-être.

Une fois que l'entreprise aura l'expérience locale, elle peut exporter ses produits et les services de bien-être qui y affèrent vers d'autres pays pour devenir globale ou multi-locale.

Ainsi le plan d'investissement qui va assurer la migration de la chaîne actuelle à la nouvelle chaîne de valeur se basera sur les axes suivants :

- **Le développement des nouveaux produits** par : (i) la fourniture des services de développement d'une gamme de produits cosmétiques naturels (ii) la Formation des Formulateurs (iii) les Formations des préparateurs ;
- **L'amélioration de la visibilité de territoire** par : (i) le lancement d'un Concours régional « *Territoire & Découvertes* » pour la production des films ou spot promotionnels et (ii) l'amélioration des circuits écotouristiques dans la région ;
- **L'Amélioration de la production** par : (i) l'élaboration d'un « référentiel des PAM/ HE/P. Cos », (ii) et la formation et vulgarisation de l'information technique des guides du référentiel.

3. . Principaux textes législatifs et réglementaires régissant les deux chaînes de valeur PAC et HE

Les 2 chaînes de valeur des huiles essentielles et PAC sont régies par les lois, les décrets et les arrêtés suivants :

➤ **En matière des forêts**

- *Le code forestier promulgué par la loi n° 88-20 du 13 avril 1988*
- *La loi 2005-13 du 26 janvier 2005, modifiant et complétant le code forestier*
- *La loi 2001-28 du 19 mars 2001, portant simplification des procédures administratives dans le secteur de l'agriculture et de la pêche (modifiant notamment le code forestier)*

Articles 18 du code forestier Textes d'application

Décret n°91-1656 du 6 novembre 1991, fixant les modalités d'octroi des autorisations des cessions de gré à gré des produits provenant du domaine forestier de l'Etat et les seuils des compétences des autorités habilitées à les autoriser.

- Arrêté du ministre de l'agriculture, des ressources hydrauliques et de la pêche et du ministre des domaines de l'Etat et des affaires foncières du 10 mai 2016, fixant le tarif de vente des produits provenant du domaine forestier de l'Etat.
- Décision du ministre de l'agriculture n°233 du 14 août 1993 portant fixation de la liste des produits forestiers sujet de vente aux enchères publiques
- Arrêté du ministre de l'agriculture du 3 avril 1993, portant approbation du cahier des charges fixant les conditions générales et spéciales des cessions des produits provenant du domaine forestier de l'Etat.

Articles 36 et 38 du code forestier Textes d'application

- Arrêté du ministre de l'agriculture du 13 décembre 1988, réglementant l'exercice du droit d'usage dans le domaine forestier de l'Etat
- Décret n°96-2261 du 26 novembre 1996, fixant les conditions de délivrance des autorisations d'exercice du droit d'usage dans les forêts de l'Etat

Articles 75 et 76 du code forestier Textes d'application

- Arrêté du ministre de l'agriculture et des ressources hydrauliques du 29 juin 2006, fixant les conditions d'octroi des autorisations des occupations temporaires dans le domaine forestier de l'Etat
- Arrêté du ministre de l'agriculture et des ressources hydrauliques et du ministre des finances du 29 juin 2006, fixant la liste des occupations temporaires déclarées d'utilité publique

Article 68 et 69 du code forestier Textes d'application

Arrêté du ministre chargé de l'agriculture du 27 janvier 2017, non publié au JORT et portant le numéro 296 (Enregistrement administratif)

➤ **En matière de création et d'organisation des coopératives, GDA, SMSA et associations**

- La loi n° 84-28 organisant les unités coopératives de production agricole exploitant des terres domaniales agricoles

- La Loi n° 99-43 du 10 mai 1999, relative aux Groupements de développement agricole et de la pêche (GDAP)
- La Loi n° 2004-24 du 15 mars 2004, modifiant et complétant la précédente, relative aux Groupements de développement agricole et de la pêche (GDAP)
- La loi n° 2005-94 du 18 octobre 2005, relative aux sociétés mutuelles de services agricoles,
- La Loi n°2020-30 sur l'économie sociale et solidaire du 30 juin 2020.
- Décret n°96-2372 du 9 décembre 1996, portant approbation du statut-type des associations forestières d'intérêt collectif.
- Le décret n° 99-1819 du 23 août 1999, portant approbation du statut type des GDAP telle que modifié par le décret n°2001-3006 du 31 décembre 2001, le décret 2005-978 du 24 mars 2005 et le décret 2006-2559 du 25 septembre 2006.

➤ **En matière d'investissement**

- La loi n° 2008-23 du 1er avril 2008 relative au régime des concessions,
- La loi 2015-49 du 27 novembre 2015 relative aux contrats de partenariat public privé.
- La n° 2016-71 du 30 Septembre 2016 portant loi de l'investissement
- Les décrets n° 388 à 390 du 9 mars 2017 (Textes d'application de la loi n°2016-71)
- La loi 2019-47 relative à l'amélioration du climat de l'investissement
- Le décret n° 2010-1753 du 19 juillet 2010 fixant les conditions et procédures d'octroi des concessions ;

➤ **En matière de conformité, qualité et sécurité des produits**

- Loi n°92-117 du 7 décembre 1992, relative à la protection du consommateur
- La loi n° 99-30 du 5 avril 1999 relative à l'agriculture biologique.
- Loi n°99-40 du 10 mai 1999, relative à la métrologie légale.
- La loi n°99-57 du 28 juin 1999, relative aux appellations d'origine contrôlée et aux indications de provenance des produits agricoles.
- Loi n°2009-38 du 30 juin 2009 relative au système national de normalisation
- Loi n° 2019-25 du 26 février 2019, relative à la sécurité sanitaire des denrées alimentaires et des aliments pour animaux.
- Loi n° 2019-38 du 30 avril 2019, relative au système national d'accréditation des organismes d'évaluation de la conformité
- Le Décret n°94-1744 du 29 août 1994, relatif aux modalités de contrôle technique à l'importation et à l'exportation et aux organismes habilités à l'exercer.
- Le Décret gouvernemental n° 2019-949 du 29 octobre 2019, complétant le décret n° 94- 1744 du 29 août 1994, relatif aux modalités de contrôle technique à l'importation et à l'exportation et aux organismes habilités à l'exercer.
- Le Décret n°2003-1718 du 11 août 2003, relatif a la fixation des critères généraux de la fabrication, de l'utilisation et de la commercialisation des matériaux et objets destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires.
- L'Arrêté du secrétaire d'État aux finances et au commerce du 20 novembre 1959, relatif à la protection des denrées alimentaires, mises en vente, exposées ou transportées en vue de la vente.

- L'Arrêté du Ministre de l'économie nationale du 18 septembre 1993, fixant les modalités de prélèvement des échantillons prévues par la loi n°92-117 du 7 décembre 1992 relative à la protection du consommateur.
- L'Arrêté du ministre de l'économie nationale du 30 août 1994, fixant les listes des produits soumis au contrôle technique à l'importation et à l'exportation tels que modifié par l'arrêté du ministre du commerce et de l'artisanat du 15 septembre 2005
- L'Arrêté du Ministre du commerce du 30 juillet 2002, fixant les modalités techniques de contrôle des préemballages.
- L'Arrêté des ministres du commerce et de l'artisanat, de la santé publique, de l'industrie, de l'énergie et des petites et moyennes entreprises du 3 septembre 2008, relatif à l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires préemballées.
- L'Arrêté du ministre de la santé, du ministre de l'industrie, du ministre du commerce et de l'artisanat, du ministre de l'agriculture et du ministre de l'équipement et de l'environnement du 13 mai 2013, fixant la liste des limites maximales pour certains contaminants dans les denrées alimentaires et les méthodes de prélèvement d'échantillons et d'analyse pour le contrôle officiel.

4. Réformes et recommandation proposées

Il est à noter que le document des réformes politiques couvre les deux IRC PAC et HE, ce choix est justifié par les raisons suivantes :

- Les deux chaînes de valeur exploitent les mêmes ressources naturelles en l'occurrence les plantes aromatiques
- Les acteurs des deux chaînes sont de même nature et type (GDA, SMSA, PME, ...).
- Les deux chaînes sont soumises au même cadre législatif et réglementaire

Aussi et après analyse des textes réglementaires et législatifs organisant les aspects les plus importants des deux chaînes de valeur et l'étude de l'impact de la migration de l'ancienne chaîne de valeur à la nouvelle chaîne de valeur, on a pu conclure que les problématiques qu'affrontent les deux nouvelles chaînes de valeur et relevant de la politique du développement du secteur et de la réglementation sont les mêmes aussi.

Ainsi, 2 réformes et 3 recommandations ont été proposées pour appuyer le changement stratégique choisi pour chaque chaîne de valeur d'une part et de soutenir le développement des deux nouvelles chaînes de valeur d'autre part.

4-1. Réformes proposées

4-1-1. Réformes relatives à « l'accès aux ressources » :

➤ Problématiques :

Les plantes aromatiques et médicinales spontanées sont des produits qui poussent sous forme sauvage et en général dans zones forestières et de ce fait la gestion et l'exploitation de ces plantes est soumise à la réglementation forestière notamment le code forestier et ses textes d'applications.

A ce titre l'exploitation de la flore forestière est soumise à des autorisations des autorités forestières dont les procédures réglementaires et administratives ainsi que les conditions financières sont assez complexes notamment pour les riverains et les GDA qui constituent notre cible dans les deux chaînes de valeur en question.

En effet, en étudiant les articles clés du code forestier et leurs textes d'application qui traitent de l'accès aux ressources forestières notamment :

- L'article 18 pour les adjudications et les cessions de gré à gré
- Les articles 35, 36, 37 et 38 pour le droit d'usage
- L'article 75 pour les occupations temporaires de terrains dans le domaine forestier
- Les articles 68 et 69 pour les encouragements de l'Etat à la promotion des actions sylvopastorales

Il ressort ce qui suit :

Accès aux ressources forestières

Base juridique et réglementaire	Nature et description sommaire	Procédure d'octroi	Difficultés constatées dans la réglementation pour les GDA	Difficultés constatées dans la pratique pour les GDA
Articles 36 et 38 du code forestier et textes d'application (voir partie veille réglementaire)	Le droit au riverain d'utiliser gratuitement pour ses besoins et à raison de son domicile certains produits des forêts.	Autorisation préalable	Interdiction du caractère commercial ou industriel.	1/ Ne permet pas d'avoir une activité à caractère commercial ou industriel légale. 2/ Prolifération des exploitations informelles des ressources
Articles 75 et 76 du code forestier et textes d'application (voir partie veille réglementaire)	Occupation temporaire du domaine forestier pour le développement sylvo-pastoral	Autorisation préalable pour une période de 5 ans renouvelable	C'est une option pour avoir un terrain forestier pour un projet de développement	Ne correspond pas au but des GDA dans notre chaîne de valeur qui consiste à accéder aux plantes aromatiques et médicinales pour des activités commerciale et industrielle
Article 68 et 69 et textes d'application (voir partie veille réglementaire)	<p>Dans le cadre de l'encouragement de l'Etat à la promotion des actions sylvo- pastorales. Ces actions bénéficient de subventions, de crédits, d'aides en nature ou toute forme d'encouragement.</p> <p><i>Dans le cas précis du projet PGIP, l'arrêté du ministre de l'agriculture et des ressources hydrauliques et de la pêche du 27 Janvier 2017 a autorisé la DGF d'établir des contrats avec les GDA permettant l'accès gratuit au ressource forestière contre la réalisation de travaux et services pour la protection et le développement du domaine sylvo-pastoral</i></p>	Contrat	Pas de difficulté et cette disposition représente une opportunité intéressante pour les GDA et la réussite des actions engagées avec les GDA pour les deux chaînes de valeur PAC et HE au nord-ouest	<p>Dans la pratique, le contrat établi avec les GDAs leur permettant l'accès gratuit au ressources forestières a été conditionné par la signature d'un contrat de vente exclusive, entre les GDAs et un opérateur économique, de toute la quantité de ces ressources forestières. Par conséquent, les GDAs ne peuvent pas transformer et vendre les ressources forestières récoltés pour leur propre compte.</p> <p>Il est à signaler que cette pratique a été réalisée par le PGIP dans le cadre de la sous composante 02 relative à l'alliance productive.</p>

<p>Article 18 du code forestier et textes d'application (voir partie veille réglementaire)</p>	<p>Les modalités d'octroi des cessions de gré à gré des produits provenant des domaines forestiers</p>	<p>Effectuer une demande comportant la nature des produits demandés, leur quantité, le lieu de leur prélèvement ainsi que leur utilisation projetée.</p> <p>Article premier : Des cessions de gré à gré des produits...pourront être autorisées pour des raisons dûment justifiées ou en cas d'urgence ou d'impossibilité de procéder à la vente par adjudication publique et notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en cas de vente des menus produits non susceptibles d'être soumis à la publicité et ne figurant pas sur une liste établie par décision du ministre de l'agriculture.⁴⁹ - en cas de vente à des personnes publiques ou privés utilisant les produits pour leur propre usage sans toutefois que cette utilisation revête un caractère commercial - dans le cas de produits invendus après une adjudication publique infructueuse. 	<p>Le Romarin et le Myrte ne sont pas des produits forestiers à considérer dans les cessions de gré à gré (Art 1^{er})</p> <p>Interdiction du caractère commercial (Art 1^{er})</p> <p>Paiement au comptant des produits objets de cessions de gré à gré (Art 3)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ne permet pas aux GDAs de bénéficier de l'autorisation pour la cession de gré à gré car les conditions d'éligibilités fixés par l'article premier sont éliminatoires du fait que les GDAs ont besoin des produits forestiers pour des raisons purement commerciales. 2) Les GDAs ont besoin de l'accès aux romarin et myrte forestiers (pour les deux chaînes de valeur PAC et HE) 3) Dans la majorité des cas, les adjudications publiques sont toujours fructueuses de par la forte demande sur les produits forestiers (Romarin et Myrte) ainsi que leur faible coût.
	<p>Des procédures de l'adjudication et des cessions de gré à gré (suite à une adjudication infructueuse)</p>	<p><u>Procédures de l'adjudication :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérification de la solvabilité des preneurs (Art 9) - Approbation des clauses particulières relatives à l'adjudication (Art 9) - Déroulement de l'adjudication conformément à l'Article 6 	<p>Restriction des produits objets de la cession (Art 29)</p> <p>Les plantes aromatiques fraîches ne sont pas couvertes par l'adjudication ou le marché de gré à gré (Article 50)</p> <p>Restriction du droit de concession aux personnes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Compte tenu de leur assises financière, les GDAs ne peuvent pas participer aux enchères (Art 6) 2) Les GDAs ne peuvent pas disposer de caution ou de certificateur de caution ni de dépôt immédiat de cautionnement (Art 9).

⁴⁹ Décision du Ministre de l'agriculture n°233 du 14 août 1993, portant fixation de la liste des produits forestiers sujet de vente aux enchères publiques (Art 2 : les produits dont le Romarin et le Myrte)

		<p>- Elaboration et signature des minutes des procès-verbaux d'adjudication sur le lieu de l'adjudication par le président de vente et les adjudicataires (Art 11).</p> <p>- Paiement du cautionnement fixé au dixième du prix principal d'adjudication (Art 10)</p> <p>- Production d'un certificat remis à l'adjudicataire, après le récolement par la direction générale des forêts (Art 10)</p> <p>- Avertissement par simple lettre recommandée de mise en demeure suite à un défaut de paiement du prix principale de l'adjudication (Art 14)</p> <p><u>Procédures de cessions de gré à gré</u></p> <p>Ces procédures auront lieu conformément au décret n°91-1656.</p>	<p>physiques ou morales justifiant de leur qualité de transformateurs est éliminatoire pour les GDAs (Article 52)</p>	<p>3) Problème financier pour les GDAs : le prix est majoré (Art 14 et Art 18)</p> <p>4) Problème financier pour les GDAs : ils doivent effectuer une avance (Article 19).</p> <p>5) Les GDAs ne disposent pas de moyens financier pour payer un cautionnement fixé au dixième du prix principal de la cession (Art 20).</p> <p>6) Problème financier pour les GDAs : Paiement d'une indemnité fixe pour chaque demande de prolongation (Art 24)</p> <p>7) Exigence difficile à appliquer par les GDAs : un budget considérable devrait être prévus pour les réparations mentionnées dans l'article 28.</p>
--	--	--	---	---

A travers cette analyses des articles sus-indiqués du code forestier et leurs textes d'application et les pratiques dans le secteur on peut avancer les conclusions suivantes :

1/ Les dispositions de l'article 18 et ses textes d'application présentent un système d'adjudication et de concession de gré à gré reste un système cohérent pour la gestion des ressources forestier pour des usages purement industrielles et commerciales et jugé de notre part difficile à modifié ou à amender et nous proposons de ne pas l'amender. Toutefois, on note qu'il s'est avéré dans la pratique et depuis l'application de ces textes que cette démarche réglementaire favorise les grands exploitant forestiers et élimine les riverains et les GDA de l'accès aux ressources forestière notamment les PAM.

2/ Les dispositions des article 75 et 76 et leurs textes d'application règlementent l'obtention d'une autorisation d'avoir un terrain forestier pour un projet de développement, donc l'objectif principal de cette option n'est l'accès aux ressources forestières. Il n'est pas opportun de les modifier.

3/ Les articles 35, 36,37 et 38 du code forestier précisent que ces droits sont gratuits mais sont limités aux besoins de l'usager et de sa famille. Ils ne peuvent en aucun cas revêtir un caractère commercial ou industriel et leur exercice est subordonné à la bonne conservation de l'état forestier des lieux. Une piste d'amélioration de ses dispositions dans le sens d'autoriser les riverains à un accès aux ressources contrôlé pour des activités commerciales et industrielles.

4/ Les articles 68 et 69 du code forestier et l'arrêté du ministre chargé de l'agriculture du 27 janvier 2017, non publié au JORT et portant le numéro 296 (Enregistrement administratif), présentent une opportunité intéressante pour l'accès aux ressources forestières pour les petits exploitants notamment pour les GDA. Mais dans ces articles il n'est pas prévu d'arrêtés, ce qui confère à l'arrêté du 27 Janvier 2017 une fragilité juridique qui peut toucher la pérennité des dispositions prises dans cet arrêté pour l'accès aux ressources.

➤ **Objectif des réformes**

Accorder l'accès aux ressources forestières notamment aux plantes aromatiques et médicinales aux GDA sur la base de contrats d'exploitation à moyen et long terme pour une exploiter durable et rentable et intégrer les deux nouvelles chaînes de valeur et adhérer d'une façon pérenne dans le développement des nouveaux segments stratégiques à haute valeur ajoutée avec un engagement assurant l'exploitation durable des ressources.

➤ **Description des réformes**

Réforme 1 : Au niveau de la section 4 : des droits et obligations des usagers du domaine forestier Code Forestier (de l'article 35 à l'article 42) et notamment au niveau de l'article 37 qui stipule :

- « **Article 37 :** *Les droits d'usage sont strictement limités aux besoins personnels de l'usager et des membres de sa famille demeurant avec lui, sans pouvoir jamais revêtir un caractère commercial ou industriel et leur exercice est subordonné à la bonne conservation de l'état forestier des lieux. La famille est composée des personnes d'un seul ménage. Les droits d'usage ne sont pas susceptibles de cession. »*

Contenu de la réforme : Modification de l'article 37 du code forestier pour :

- Lever l'interdiction du caractère commercial et industriel ; et
- Prévoir un arrêté qui définit les conditions et les procédures d'octroi d'une autorisation pour ce type d'exploitation.

Réforme 2 : Au niveau du chapitre VII du code forestier : De l'encouragement de l'Etat à la participation pour la promotion des actions sylvopastorales notamment aux niveaux des deux articles 68 et 69 qui stipulent :

- « **Article 68.-***La protection du territoire national contre la désertification et le développement des ressources sylvopastorales constituent des actions d'intérêt national. Ces actions bénéficient de l'encouragement de l'Etat sous forme de subventions, de crédits, d'aides en nature ou toute forme d'encouragement. »*
- « **Article 69.-** *Les mesures d'encouragement prises par l'Etat dans le cadre de la présente loi, visent à susciter la participation des particuliers, des collectivités ou de toute autre personne morale, à la réalisation d'actions destinées à accroître la production ligneuse et fourragère. Ces mesures d'encouragement ont également pour objectif, l'amélioration des conditions de vie économique et sociales des populations forestières. »*

Pour cette partie du code l'idée c'est :

- Encourager le développement des ressources sylvopastorales ; et
- Améliorer les conditions socio-économiques des populations forestières

Contenu de la réforme : de ce fait, la modification proposée au niveau de l'article 68 consiste à :

- Prévoir une autorisation pour accéder aux ressources forestières pour les petits exploitants (GDA, SMSA, personne physique ...), comme encouragement de l'Etat aux actions de développement des ressources ;
- Prévoir un arrêté pour définir les conditions et les procédures d'octroi d'une autorisation pour ce type d'encouragement en nature qui permet l'accès aux ressources (Contrats, conventions, ...)

Dans ce cas, l'autorisation est accordée pour les petits exploitants qui ne sont pas nécessairement des riverains.

Cette réforme prévoit un arrêté ce qui va permettre d'avoir une base juridique solide pour l'établissement d'un arrêté qui accorde l'accès aux ressources (Comme l'arrêté du ministre chargé de l'agriculture du 27 janvier 2017, non publié au JORT et portant le numéro 296).

Toutefois, pour la situation actuelle des deux chaînes de valeur PAM et HE, il est proposé de continuer l'application de l'arrêté du 27 janvier 2017 susmentionné pour les GDA adhérents dans le processus de changement proposé dans les deux IRC présentées ci-dessus et d'autres GDA actifs dans le secteur sans lier l'autorisation d'accès aux ressources prévue par ledit arrêté avec les contrats de commercialisation auprès d'une société déterminée.

➤ **Départements concernés :**

Le Ministère chargé de l'Agriculture

4-1-2. Réformes relatives au « Statut des GDA » :

➤ **Problématiques**

Créée en 1999 par la loi n° 99-44 du 10 mai 1999, relative aux Groupements de développement agricole et de la pêche (GDAP) telle que modifiée par la loi n° 2001-28 du 19 mars 2001 relative à la

simplification des procédures administratives dans le secteur de l'agriculture et de la pêche et par la loi n° 2004-24 du 15 mars 2004 et réglementé par le décret 99-1919 du 23 Aout 1999, portant approbation des statuts-types de ces structures telle que modifié par le décret n°2001-3006 du 31 décembre 2001, le décret 2005-978 du 24 mars 2005 et le décret 2006-2559 du 25 septembre 2006.

➤ **Missions des GDA :**

L'article 4 de la loi n° 2004-24 du 15 mars 2004, modifiant et complétant la loi n°99-43 du 10 mai 1999 relative aux groupements de développement dans le secteur de l'agriculture et de la pêche énumère les missions suivantes :

- La protection des ressources naturelles, la rationalisation de leur utilisation et leur sauvegarde
- L'équipement de leurs périmètres d'intervention en équipement et infrastructures de base agricoles et rurales,
- La participation à l'encadrement de leurs adhérents et leur orientation vers les techniques agricoles et de la pêche les plus fiables pour augmenter la productivité de leurs exploitations agricoles et leurs activités de pêche et d'aquaculture et vers le développement des systèmes de parcours et des techniques d'élevage ;
- L'aide des organismes concernés à l'apurement des situations agraires ;
- L'établissement de relations de coopération et d'échange des expériences dans le domaine de l'agriculture et de la pêche avec d'autres organismes agricoles locaux et étrangers ;
- L'accomplissement, d'une manière générale, de toute mission visant l'appui des intérêts collectifs de leurs adhérents.

Toutefois, dans la pratique les GDA ont des activités économiques de production et de commercialisation à coté de leurs missions ce qui a généré certaines problématiques dans les plus importantes :

- **Problématique 1 :** Les GDA ne peuvent pas distribuer des bénéfices (Article 36 du Décret 99-1819)
- **Problématique 2 :** Certains fonctionnaires de l'administration forestière sont des membres des GDA ce qui peut constituer un conflit d'intérêt (Constat). La loi n° 2020-30 du 30 juin 2020, relative à l'économie sociale et solidaire a mis en place le cadre de référence de l'économie sociale et solidaire.

A cet effet l'article 2 de ladite loi a bien définie les sociétés de l'économie social et solidaire qui intègre bien les groupements de développement dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche maritime à condition de respecter les dispositions de la présente loi et de disposer du label «entreprise de l'économie sociale et solidaire» mentionné à l'article 3 de la présente loi qui stipule : *«Il est attribué aux entreprises de l'économie sociale et solidaire le label « entreprise de l'économie sociale et solidaire », et ce, au plus tard dans un délai d'un mois à compter de la date de dépôt de la demande. A l'expiration de ce délai, la demande est réputée acceptée.*

Les procédures et les conditions d'attribution du label et de son retrait sont fixées par décret gouvernemental qui sera pris au plus tard dans un délai de deux mois à compter de la date d'entrée en vigueur de la présente loi.»

Aussi parmi les avantages de la nouvelle loi sur ESS la nouvelle disposition de l'article 4 qui autorise au Société de l'ESS une lucrativité limitée conformément aux règles suivantes :

- Affectation de 15% des excédents aux réserves obligatoires jusqu'à ce qu'elles atteignent 50% du capital de l'entreprise en cause ;
- Affectation d'un maximum de 5 % des excédents à des activités sociales, culturelles et environnementales ;
- Répartition du surplus des excédents à hauteur d'un pourcentage ne dépassant pas les 25 % par décision de l'Assemblée générale ;
- Le surplus est utilisé pour accroître et développer ses activités ou pour contribuer à la création de nouvelles entreprises dans le cadre de l'économie sociale et solidaire.

En effet, les dispositions de la nouvelle loi ESS présentent des avantages et une évolution pour les GDAP qui ne sont pas actuellement autorisés à distribuer des bénéfices pour leurs adhérents.

➤ **Objectifs :**

Les deux objectifs de la réforme proposée sont :

- Permettre aux GDA de distribuer les bénéfices pour ses adhérents.
- Limiter les conflits d'intérêt au niveau de la gestion des GDA.

➤ **Description de la réforme :**

Réforme 3 :

- Abroger les dispositions juridiques qui interdisent aux GDA de distribuer des bénéfices, au niveau du décret relatif à la création des Groupements de Développement Agricoles, dans le sens de permettre au groupement de distribuer les bénéfices avec des limitations qui prennent en compte les spécificités des missions des GDA.

OU

- Obtention des GDA du label « entreprise de l'économie sociale et solidaire » conformément à la loi n° 2020-30 du 30 juin 2020.

Réforme 4 :

L'amendement de l'article 7 du Décret n°99-1819, dans le sens d'interdire l'adhésion dans les GDA au personnel du corps de métier qui exerce un rôle de gestion ou de contrôle au sein de l'Administration publique.

En effet, les GDA de par leur statut exerce des activités économiques lucratives (Production, transformation, vente échange ...) et la proposition de permettre de partager des bénéfices par ces structures, dont le rôle est très important dans le domaine forestier, va permettre notamment :

- La pérennisation des activités et les missions des GDA et l'encouragement des adhérents de continuer leurs activités au sein des GDA ;
- Augmenté les revenus des riverains et améliorer leur le niveau de vie
- Intégrer les GDA dans les chaînes de valeur forestières.

Ainsi, pour le volet distribution des bénéfices par les GDAP, deux solutions sont proposées pour atteindre l'objectif annoncé :

1/ Modification de l'article 36 du décret n°99-1819 du 23 août 1999, portant approbation des statuts-type des groupements de développement dans le secteur de l'agriculture et de la pêche, par la reformulation des deux paragraphes 2 et 3 de cet article qui stipule :

*« Le groupement est tenu d'agir dans les limites de ses ressources financières disponibles.
En cas de réalisation d'excédents, ils doivent être utilisés pour élargir les domaines d'intervention du groupement.
Il ne peut, en aucun cas être procédé à la distribution de bénéfices. »*

2/ Mutation des GDAP pour obtenir le label « entreprise de l'économie sociale et solidaire » prévu au niveau de l'article 3 de la loi n° 2020-30 du 30 juin 2020, relative à l'économie sociale et solidaire. Pour faciliter cette mutation il faut que le décret gouvernemental relatif aux procédures et aux conditions d'attribution du label et de son retrait prévu par le même article 3 prendra en compte les conditions et les spécifications des GDAP.

3/ Pour la réforme concernant le conflit d'intérêt il est proposé l'amendement de l'article 7 du Décret n°99-1819, dans le sens d'interdire l'adhésion au personnel du corps de métier qui exerce un rôle de gestion ou de contrôle au sein de l'Administration publique.

➤ **Départements concernés :**

Le Ministère chargé de l'Agriculture.

Le Ministère chargé de l'économie sociale et solidaire

4-2. Recommandations

4-2-1. Recommandation (1) : La certification biologique des produits PAC/HE et la promotion des démarches de la qualité des PAC et des huiles essentielles

Il existe en Tunisie, deux types d'exigences qui touche la qualité des produits :

- Le volet obligatoire, qui touche principalement la qualité réglementaire des produits et des services, qui impacte la sécurité du consommateur et qui est couverte essentiellement par des textes réglementaires à application obligatoire
- Le volet volontaire, couvert par les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine, les référentiels normatifs et des cahiers de charges spécifiques ou des référentiels privés.

En effet, l'existence des signes de qualité, liés à l'origine des produits agroalimentaires en Tunisie remonte à la période du protectorat français (1942) où certains vins ont été classifiés VQPRD (Vin de qualité produit dans une région déterminée) obtenant ainsi le label d'appellation d'origine contrôlée (AOC).

Depuis, la législation concernant les signes de qualité et de l'origine des produits agricoles et agroalimentaires a évolué et a incorporé de nouveaux concepts et de nouveaux produits. Il fallait tenir en compte l'ouverture des marchés et les exigences des pays importateurs en matière de sécurité alimentaire et de traçabilité des produits, en plus des attentes des consommateurs.

Actuellement, en Tunisie, il existe 5 signes officiels d'identification de la qualité ou de l'origine (AOC, IP, AB, Food Quality Label, Ecolabel) disponibles aujourd'hui pour labelliser les produits agricoles et alimentaires, encadrés par un dispositif juridique et institutionnel mis en place, à savoir :

- **Les appellations d'origine contrôlées et les indications de provenances AOC/IP (2 signes d'origine)**



- Le label « Agriculture biologique » (BIO),



- L'Ecolabel tunisien



- Label qualité tunisien des denrées alimentaires transformées (Food Quality Label)



Le soutien des pouvoirs publics à de telles démarches pour les produits forestiers peut avoir un intérêt en termes de faciliter l'accès de ces produits à de nouveaux marchés de niche, de différenciation des produits sur les marchés national et certains marchés internationaux et de contribution à la préservation et la valorisation des ressources locales et des produits de terroir.

La mise en place de ces signes a été accompagnée par une réglementation abondante et de nombreuses incitations financières en Tunisie à exploiter par les acteurs de nos chaînes de valeur, à savoir essentiellement des GDA et des SMSA, nous pensons qu'un effort est nécessaire de la part des administrations publiques et organismes d'appui à vulgariser et à informer ces organismes des avantages de la démarche de labellisation et des subventions accordées dans ce cadre.

A titre d'exemple, on peut citer le cas de l'agriculture biologique qui est un mode de production agricole basée sur l'interdiction de la chimie de synthèse, que ce soit pour les traitements de protection des plantes ou pour les engrais, elle se base sur le principe de santé, de l'écologie et la préservation de la biodiversité. Depuis, 1999 le secteur de l'agriculture selon le mode biologique, en Tunisie, a été soutenu par des mesures et des encouragements incitatifs qui ont accompagné l'évolution du secteur. Une stratégie nationale, a été établit pour conduire à de nombreuses réalisations.

La reconnaissance qu'un produit est biologique doit obligatoirement passer par le contrôle d'un organisme tierce de certification.

Relativement aux produits issus des deux chaînes de valeurs PACNO ET HENO la certification en mode biologique constitue une alternative qui peut ajouter de la valeur aux produits. Et ce, principalement pour la chaîne PACNO puisque le segment stratégique auquel, nous souhaitons migrer et un segment qui exige cette certification.

Par rapport à la chaîne HENO nous avons des produits ou des gammes de produits issus des Huiles essentielles destinés aux Spas et aux centres de bien-être : pour ce cas nous avons un produit couplé à un service et la certification biologique des produits constitue une alternative intéressante pour la valorisation des produits cosmétique, à côté d'autres certification et des tendances internationale de la consommation.

4-2-2. Recommandation (2) : Tenir compte de la réglementation internationale en matière de commercialisation des HE et des produits cosmétiques

La réglementation internationale concerne directement ou indirectement **les huiles essentielles**. Elle est assez développée et tend à devenir plus contraignante dans l'avenir surtout dans **les usages cosmétiques**. Cela risque de constituer un frein au renforcement de la chaîne HE couplé produit cosmétique.

Les GDA qui fabriquent et qui commercialisent des HE, constituent un maillon essentiel pour plusieurs industries, ils constituent essentiellement des fournisseurs de matières premières pour la parfumerie, les cosmétiques et les détergents.

Cependant pour accéder aux marchés internationaux, leurs produits doivent être conformes à des exigences de produits, l'une des modalités adoptées par les GDA c'est la certification d'un échantillon type ou bien la certification de lot de produit, fournie par l'INNORPI sur la base de normes spécifiques des Huiles essentielles (Normes Tunisiennes adoptées identiques aux normes internationales de l'ISO).

Ainsi, divers univers réglementaires sont à considérer au regard des perspectives générales de développement de ces productions et des activités induites :

- Les réglementations de protection de la biodiversité ;
- Les réglementations relatives aux espèces, variétés et cultures de plants ;
- La réglementation des produits de santé pour les plantes médicinales et les médicaments ou produits de soins ;
- La réglementation des cosmétiques ;
- La réglementation des arômes et additifs ;
- La réglementation générale des substances chimiques ;
- Les réglementations chimiques spécifiques (pesticides, biocides, colorants...);
- La réglementation phytosanitaire applicable aux productions.

A côté du REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals/ règlements n°1907/2006 du 18 décembre 2006_ JOCE du 30 12 2006 L396) qui oblige les fournisseurs d'ingrédients à enregistrer l'ensemble des substances chimiques qui sont utilisées dans les cosmétiques, y compris les extraits de plantes et huiles essentielles, des nouveaux règlements au niveau du cosmétique et , entré en vigueur depuis 2013, durcit les exigences sur la qualité et la sécurité des produits cosmétiques, y compris au niveau des matières premières.

Les réglementations tendent à accroître la sécurité et la qualité des matières premières employées dans les produits commercialisés en Europe, destination de la majorité de nos exportations, Les industriels doivent être vigilants à la qualité, la traçabilité et les informations fournies sur les plantes médicinales.

4-2-3. Recommandation (3) : Encouragement de la culture des PAM

Actuellement la production des PAM est pratiquement assurée par les PAM spontanées sauvages, la contribution des PAM cultivées ne dépasse pas 1% de la production globale.

La culture des PAM reste traditionnellement modeste et ne joue pas un rôle véritable dans l'accroissement de la production afin de répondre à une demande de plus en plus importante.

Sur le plan mondial, les accords sur la biodiversité incitent la Tunisie à rationaliser la cueillette d'espèces rares et à favoriser la culture des plantes comme une alternative à l'exploitation des peuplements sauvages.

Le Ministère de l'Agriculture devrait prendre le relais pour encourager les agriculteurs et les GDA à la production des PAM. Il faut en effet cesser de puiser uniquement dans l'espace naturel et chercher à développer la domestication et l'intensification des PAM.

Cette politique devrait permettre notamment :

- D'assurer une complémentarité entre les espèces spontanées et celles cultivables notamment en matière de régularité de l'offre de produits`
- Assurer la qualité et la traçabilité des produits ;
- Assurer l'équilibre entre l'offre et la demande des PAM ;
- Valoriser les terrains nus de la forêt (qui dépendent des conditions climatiques) Protéger certaines espèces de plantes menacées et favorisées l'accès à l'eau : Mettre en place une stratégie rationnelle qui prends en considération les besoins des cultures et le besoin de protéger les ressources en eau sachant que notre pays est très pauvre en cette ressource.

Une étude de l'impact de l'encouragement des cultures sur l'environnement, la biodiversité de la région et l'introduction d'espèce cultivables doit être prise en considération.

D7

**RESUME DE PROJET
(PPT)**

Initiative de Renforcement de Compétitivité

Plantes Aromatiques Culinaires

au Nord-Ouest Tunisie






1

Sommaire



- 1 Méthodologie de travail de l'IRC
- 2 Présentation de l'IRC: FRESH K: Plantes Aromatiques Culinaires au nord-ouest
- 3 Résultats de la Phase 1: Identification des défis et opportunités
- 4 Résultats de la Phase 2: Guidage de la stratégie
- 5 Résultats de la Phase 3: Elaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)
- 6 Prochaines étapes

2

Sommaire



- 1 Méthodologie de travail de l'IRC
- 2 Présentation de l'IRC: FRESH K: Plantes Aromatiques Culinaires au nord-ouest
- 3 Résultats de la Phase 1: Identification des défis et opportunités
- 4 Résultats de la Phase 2: Guidage de la stratégie
- 5 Résultats de la Phase 3: Elaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)
- 6 Prochaines étapes

3

Méthodologie de travail de l'IRC

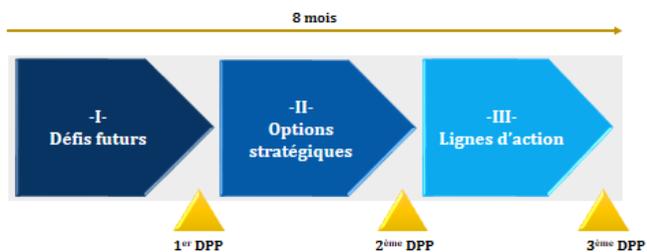


03/2020 → 04/2021 à partir du 04/2021 →



- 1 Identification des chaînes de valeur
- 2 Diagnostic marchés et chaîne de valeur
- 3 Elaboration stratégie et plans d'investissement
- 4 Préparation de projets d'investissements
- 5 Financement et mise en œuvre
 - a. Investissements publics
 - b. Proposition de réformes
 - c. Investissements privés (dans à frais partagés)
 - d. Opportunités d'adéquation entre compétences dispo et besoin des entreprises

4



5

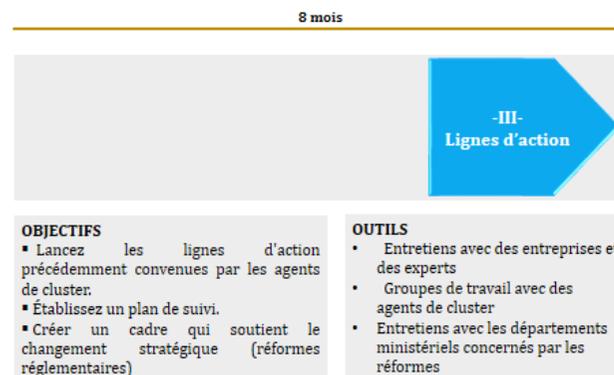
5



6



7



8



- DPP: Réunion du Dialogue Public-Privé, ouverte à tous les agents du secteur;
- Briefing avec le client pour transmettre les résultats et le préparer à la présentation
- Entretiens avec les agents locaux du Cluster Voyages de références
- Groupes de travail avec des agents locaux Entretiens avec des acheteurs les plus avancés

9

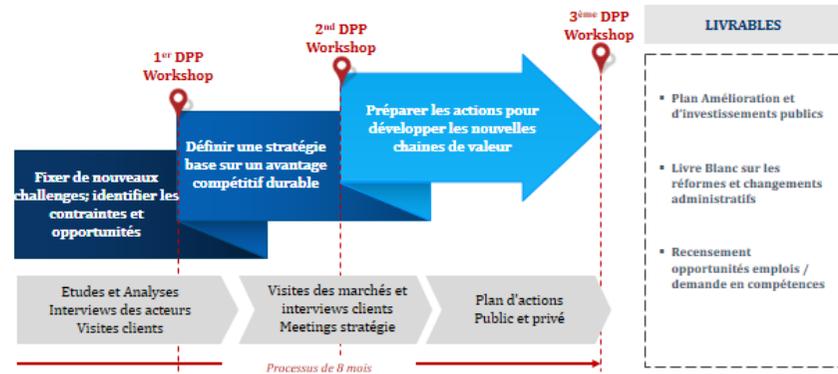
9

★



Les lignes d'action lancées doivent être développées après la fin de la réflexion stratégique de 6 mois. L'intervention du projet, les départements ministériels concernés et les institutions d'appui est essentielle pour adapter le cadre institutionnel et accompagner les acteurs vers la vision d'avenir

10



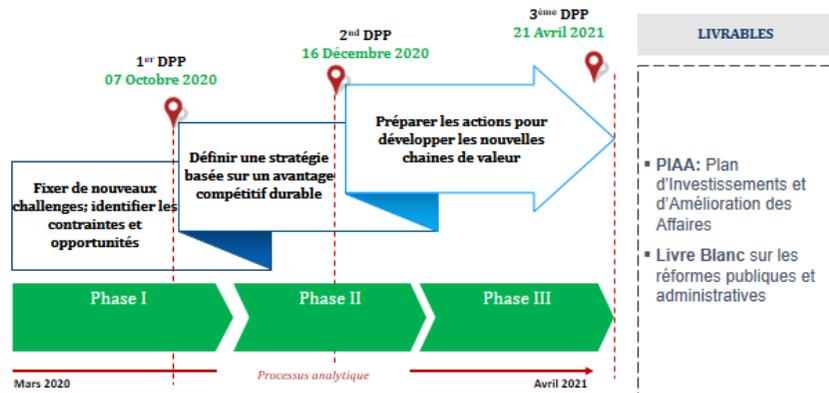
11

★

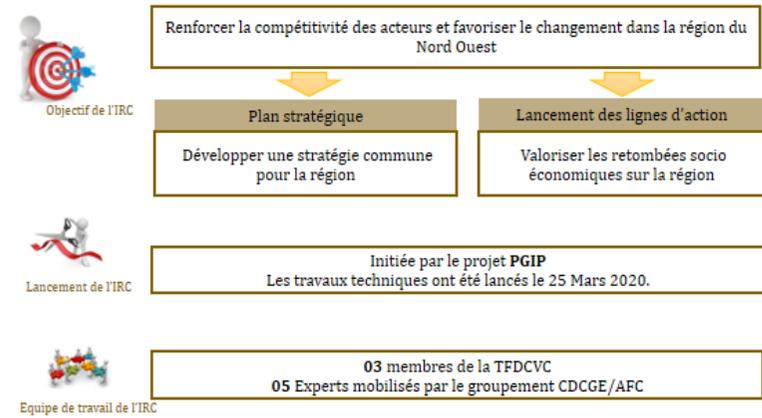
- 1 Méthodologie de travail de l'IRC
- 2 Présentation de l'IRC: FRESH K- Plantes Aromatiques Culinaires au nord-ouest
- 3 Résultats de la Phase 1: Identification des défis et opportunités
- 4 Résultats de la Phase 2: Guidage de la stratégie
- 5 Résultats de la Phase 3: Elaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)
- 6 Prochaines étapes

12

12



13



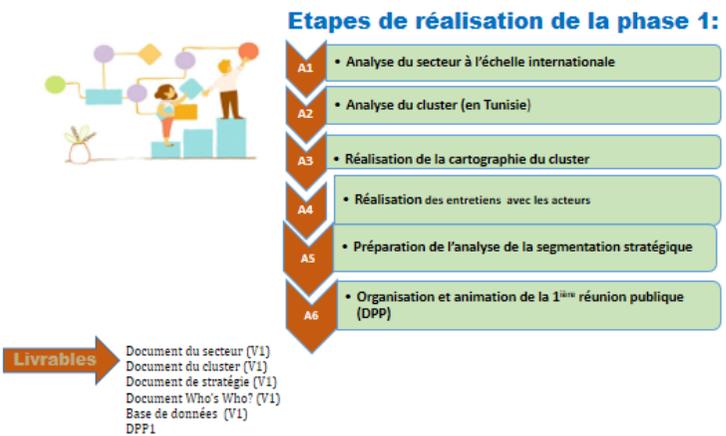
14

- 1 Méthodologie de travail de l'IRC
- 2 Présentation de l'IRC: FRESH K- Plantes Aromatiques Culinaires au nord-ouest
- 3 Résultats de la Phase 1: Identification des défis et opportunités
- 4 Résultats de la Phase 2: Guidage de la stratégie
- 5 Résultats de la Phase 3: Elaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)
- 6 Prochaines étapes

15

15

Phase 1: Identification des défis et opportunités

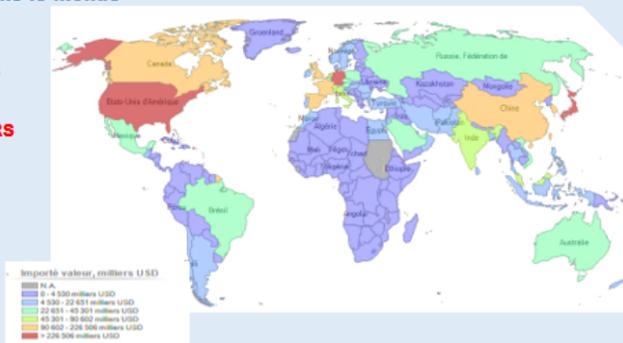


16

Aperçu sur le secteur dans le monde

OFFRE MONDIALE

La valeur des exportations a atteint en 2018, **5,6 MILLIARDS DE DOLLARS** pour les épices et plantes aromatiques sous toutes leurs formes (séchés, frais, mélanges).



source: International Trade Center

- Inde et Chine : deux premières sources d'épices et de plantes aromatiques
- Allemagne et Pays-Bas : se positionnent comme plateformes d'import/ transformation/export

FRESHK

17

Aperçu du Cluster (Tunisie)

OFFRE NATIONALE

En Tunisie, le potentiel exploitable en PAM est évalué par la DGF à environ :

- 340.000 ha pour le Romarin, (REF 2020)
- 33.000 ha pour le Myrte (REF 2020)
- 60 000Ha pour le Lentisque (REF 2020)

La production annuelle exportée pour les PpP (HS12 12190) à une moyenne de 2550 T (INS Série 2017) pour une valeur de 8,9 MDT.

France, Italie et Espagne sont les principaux marchés de la Tunisie



18

Aperçu sur la tendance du consommateur

TAUX DE CROISSANCE

FRESHK



+2% en valeur et +7% en quantité pour Produit : (070999)
Légumes, n.d.a., à l'état frais ou réfrigéré



-11% en valeur et -10% en quantité pour Produit : (121190) Plantes, parties de plantes

19

Romarin et Myrte sont les principales plantes aromatiques en Tunisie

Région du Nord-Ouest	GOVERNORAT	PAYSAGES
1	BEJA	BELIF CAP NEGROU – NEFZA JBAI TABOUBA, OUED ELMSEID – NEFZA
2	JENDOUBA	TABANIA , OUED EZZEN – AIN DRAHEM ATATFA, OULED SEDRA – AIN DRAHEM
3	SILIANA	AIN BOU SAADIA – BARGOU
4	LE KEF	GARN ELHALFAOUIA – TEJEROUINE SIDI RABEH – SAKIET SIDI YOUSSEF

	Myrte		Romarin		Lentisques		Thym	
	Superficie (Ha)	%	Superficie (Ha)	%	Superficie (Ha)	%	Superficie (Ha)	%
Béja	1130	43,46%	13183	6,56%	5837	8,49%	1988	5,76%
Jendouba	40	1,54%	4328	2,15%	9195	13,38%	839	2,43%
Kef	-	-	38707	19,26%	1973	2,87%	10852	31,43%
Siliana	-	-	38802	19,31%	412	0,60%	2396	6,94%
Total	1170	45%	95020	47,28%	17417	25,34%	16075	46,56%

20

Le cluster du Nord Ouest en chiffres

- 44% des paysages forestiers :
 - 47% de la superficie nationale en Romarin
 - 46% de la superficie nationale en Thym
 - 45% de la superficie nationale en Myrte
 - 25% de la superficie nationale en Lentisque
- 2.6% de la superficie national des plantes médicinales cultivées
- 21.4% de la superficie nationale des plantes aromatiques cultivées
- 03 Unités de transformation
- 40% de la superficie mise à la vente pour le romarin
- 45% de la superficie mise à la vente pour le myrte et thym
- 27 GDA totalisant 1126 agriculteurs adhérents
- 403 agriculteurs de plantes cultivées
- 08 SMSA
- 07 Unités de transformation
- 40% de la superficie mise à la vente pour le romarin
- 45% de la superficie mise à la vente pour le myrte et thym.
- Le cluster WKI PAM



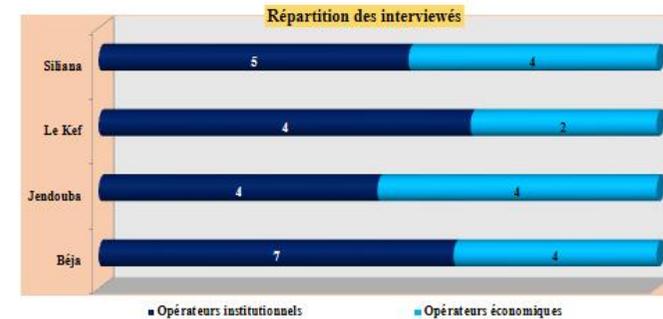
21

Entretiens réalisés

FRESHK



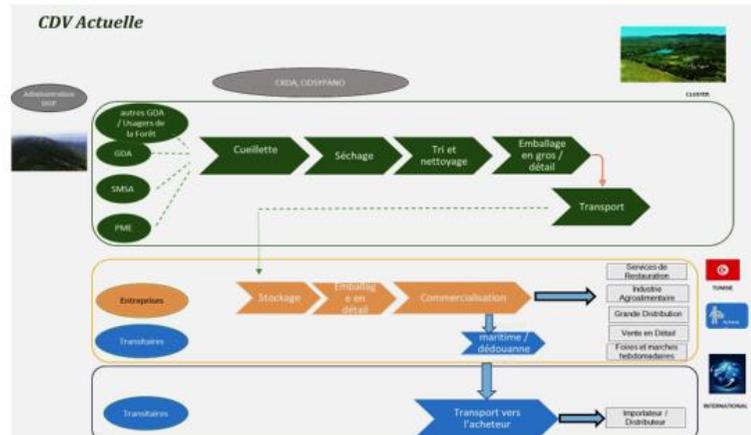
30 entretiens réalisés avec les agents du cluster (publics et privés) et les institutions d'appui afin de présenter le contenu du projet et de recueillir leurs opinions et leur vision de la chaîne de valeur Plantes Aromatiques Culinaires actuelle.



22

Chaîne de Valeur Actuelle

FRESHK



23

Organisation DPP1 : Mercredi 7 Octobre 2020 à distance



54 participants ont pris part à cet évènement :
 -23 GDA,
 -9 Entreprises de première et deuxième transformation,
 -6 Représentants de l'Administration régionale et
 -14 participants de l'administration centrale, de la Taskforce et du Groupement CDCGE/AFC.

- Le programme de ce DPP1 a porté sur une présentation de l'objectif de l'IRC PAC et l'ouverture d'un débat avec les acteurs présents sur les défis de cette chaîne de valeur.

24

Sommaire

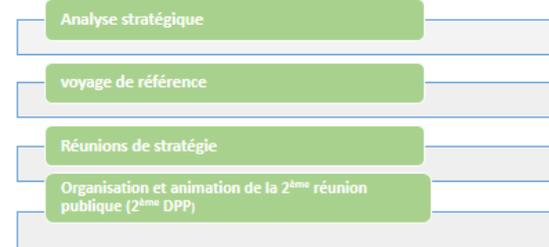


- 1 Méthodologie de travail de l'IRC
- 2 Présentation de l'IRC: FRESH K- Plantes Aromatiques Culinaires au nord-ouest
- 3 Résultats de la Phase 1: Identification des défis et opportunités
- 4 Résultats de la Phase 2: Guidage de la stratégie
- 5 Résultats de la Phase 3: Elaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)
- 6 Prochaines étapes

25

Phase 2: Guidage de la stratégie

Identifier les meilleures options stratégiques pour les entreprises et les entrepreneurs de la chaîne de valeur locale comme résultat d'un travail en plusieurs étapes.



Livrables → Document de stratégie (VF)
Document de voyage de référence (VF)
DPP2

26

Analyse stratégique: 3 segments sont identifiés

<p>Plantes Aromatiques séchées gourmet</p> <p>115 à 395 euros le Kg</p>	<p>Plantes Aromatiques fraîches biologiques</p> <p>1,64 euros/18,71 g 1,63 Euros/14,17 g</p> <p>Equiv 175 à 230 euros le Kg (séché)</p>	<p>Plantes Aromatiques fraîches gourmet</p> <p>Equiv 196 à 300 euros le Kg (séché)</p>
--	---	---

27

Segment moyennement attractif

Segment attractif

Segment attractif

<p>Segment retenu</p>	<p>Plantes Aromatiques séchées gourmet</p> <ul style="list-style-type: none"> Production: <ul style="list-style-type: none"> Bonnes Pratiques de Production primaire maîtrisées par espèce Techniques de séchage maîtrisées Conventionnel / Biologique / Biodynamique Vente: <ul style="list-style-type: none"> Sauvage / cultivé Restaurants gastronomiques: en vrac Chaines de distribution spécialisées: emballages individuels de luxe Produit différencié: indication du chémotype (thym citron) etc. <p>Savoir Histoire</p>	<p>Plantes Aromatiques fraîches biologiques</p> <ul style="list-style-type: none"> Production: <ul style="list-style-type: none"> Conduite de culture ou cueillette en mode biologique (certification) Maîtrise de la logistique du froid Emballage adapté Vente: <ul style="list-style-type: none"> Sauvage / cultivé Restaurants végétariens: en vrac Chaines de distribution de produits biologiques: emballages individuels <p>Certifié Bio</p>	<p>Plantes Aromatiques fraîches gourmet</p> <ul style="list-style-type: none"> Production: <ul style="list-style-type: none"> Bonnes Pratiques de Production primaire maîtrisées par espèce Maîtrise de la logistique du froid Emballage adapté Conventionnel / Biologique / Local/ de Saison / Haute saison Sauvage / cultivé Vente: <ul style="list-style-type: none"> Restaurants de luxe, les super yachts, les chalets et les villas privées : en vrac Produit différencié: fleur de romarin, fleur de thym, chémotype (thym citron) etc. <p>Haute qualité Disponibilité</p>
------------------------------	--	---	--

28



Voyage de référence: hypothèse , pays ciblés , principaux entretiens réalisés , message clés



- ❖ Changement important de la tendance de consommation qui intéresse les productions du Nord-ouest de la Tunisie.
- ❖ Emergence d'un nouveau consommateur qui va introduire dans ses critères d'achat le goût, la qualité certifiée, l'origine et la découverte.
- ❖ Options qui confirment le segment considéré : Plantes aromatiques fraîches biologiques
- ❖ Exigences en matière de contrôle de la qualité et de la chaîne du froid et la présentation du produit (Emballage).

Pour cette analyse, 6 pays ont été retenus dans lesquels 9 acteurs ont été interviewés à distance : France, Italie, Etats Unis, Pays Bas, Espagne et Portugal.

29



Voyage de référence

Producteur

Emballage

Logistique de froid

Distributeur

Chef de cuisine gastronomique

30

Principales leçons tirées :



-Un marché des plantes aromatiques fraîches existe en Europe

- Les PAC sauvages sont commercialisées dans la catégorie Bio-Qualité.
- Les plantes aromatiques sauvages ont des caractéristiques aromatiques supérieures à celles des plantes cultivées.
- Les plantes aromatiques sauvages, certifiés Bio sont vendus de 2 à 10 fois le prix des plantes aromatiques cultivées conventionnelles
- Les PAM tunisiennes, ont besoin d'être caractérisées pour valoriser leurs spectres aromatiques.



-La commercialisation des plantes aromatiques fraîches exige la maîtrise du logistique froid.

31

Analyse des critères d'achats de l'acheteur avancé



32

Options Stratégiques Génériques



Romarin séchée en vrac

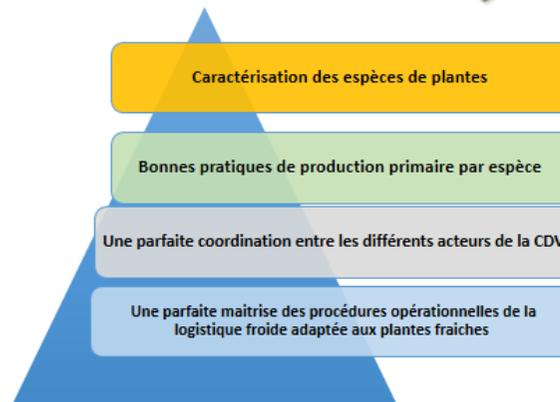


Romarin frais biologique



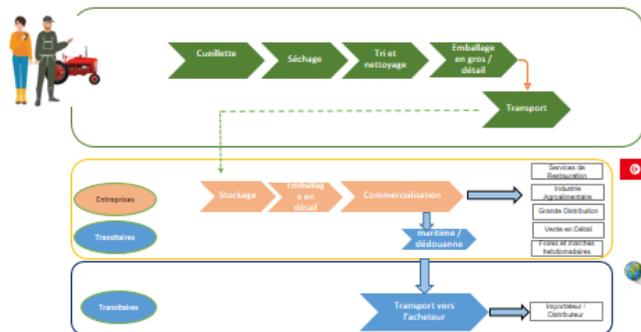
33

Facteurs clés de succès



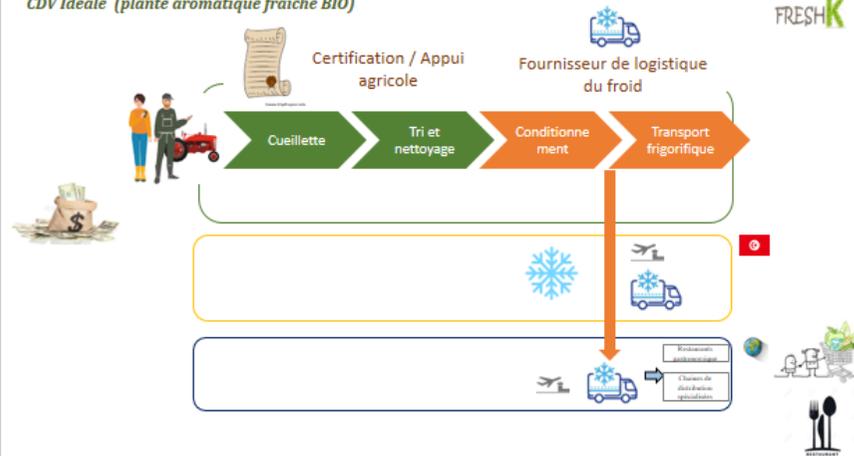
34

CDV Actuelle (Plantes Aromatiques séchées)



35

CDV Idéale (plante aromatique fraîche BIO)



36

Options stratégiques faisables pour les acteurs de la CDV idéale



37

37

Options stratégiques faisables pour les acteurs de la CDV idéale



38

38

Domaines d'amélioration



39

39

Réunion de stratégie

Groupe Stratégique 1 : Mercredi 9 décembre 2020 groupe stratégique 1 : de 9h à 11 h

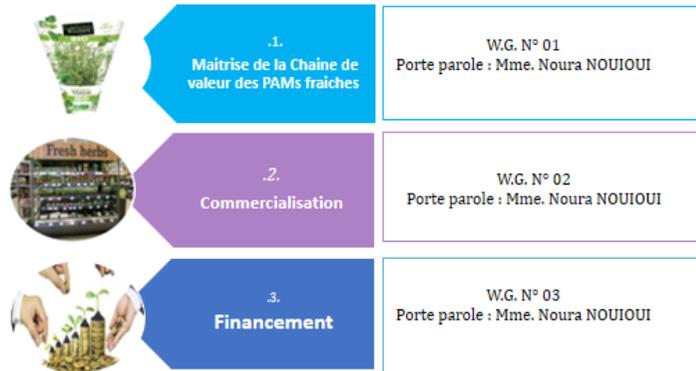
N°	Structure	délégation	localité	Gouvernement	responsable	tel	Mail
1	GDA Kounouze Djebba	Tibar	Djebba	Béja	Farida Djebbi	97795467	djebbifarida@gmail.com
2	SMSA Yanabla El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	Noura Nouloul	93036159	noulounoura@gmail.com
3	GDA Ain babouch	tejerouin	Ain Babouch	Kef	Fadhila Cherni	98682456	cherni_fadhila@yahoo.fr
4	GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr

Groupe Stratégique 2 : Mercredi 9 décembre 2020 Groupe stratégique 2 : 11h15 à 13h

N°	Structure	délégation	localité	Gouvernement	responsable	tel	Mail
1	GDA El Malika	Nefza	Edhhirat	Béja	Maryem Ayadi et salwa mekni	98704333	salwamekni07@gmail.com marieayadi63@yahoo.com
2	GDA El Barska	Ain Draham	Ettainya	Jendouba	Mabrouka zthmini / NAWEL khemiri	97765700	NAWEL.khemiri@hotmail.fr

40

40



41

Organisation DPP2: Mercredi 16 Décembre 2020 à distance



- 26 participants ont pris part à cet évènement :
- 11 GDA et SMSA
- 2 Entreprises de première et deuxième transformation,
- 2 Représentants de l'Administration régionale
- et 11 participants de l'administration centrale, de la Taskforce et du Groupement CDCGE/AFC.

- Le programme de cette journée de présentation DPP2, a porté sur une présentation des résultats de la segmentation stratégique couvrant la phase 2 de cette IRC HE **et l'ouverture d'un débat avec les acteurs présents sur le segment retenu .**

42

Sommaire



43

43

Phase 3: Elaboration du PIAA

Elaboration du Plan d'Investissement et d'Amélioration (PIA) . .



Livrables → Document de lignes d'action (VF)
Document de réformes politiques (VF)
PIAA
DPP3

44

44

Définition des lignes d'action

FRESHK



45

Maitrise de la chaîne de valeur des PAMs Fraîches

FRESHK

Action 1: Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique

Objectifs:

Objectif 1 : Certifier 6.500 Ha de domaines forestiers répartis comme suit .

Objectif 2 : Certifier le mode de production de Romarin frais biologique

Zone	Gouvernorat/ Délégation	Localité	Surface proposé	Espèces de PAM concernées dans la zone	Observations/justificatifs
Zone 1	Tajerouine/Kef	Jbels de Menzel Salem et Tajerouine	2500 ha	Thym et Romarin	Kef détient 31,4% des superficies nationales de thym et 19,3% de romarin
Zone 2	Bargou/ Siliiana	J Bargou	2000 ha	Romarin et thym	Siliiana détient 19,2 % des superficies nationales de romarin et de 7% thym
Zone 3	Kesra/ Siliiana	Jbels de Kesra	2000 ha	Romarin et thym	

Résultats:

Augmentation des productions de Romarin frais biologique.

Source : CDCGE/APC

46

FRESHK

Maitrise de la chaîne de valeur des PAMs Fraîches

Action 1: Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique

Activités:

Etape 1 : Identification des GDAs désirant bénéficier de la certification biologique

Etape 2 : Assistance technique des bénéficiaires pour l'obtention de la certification biologique

Etape 3 : Recrutement d'organisme de certification des parcours forestiers et des bénéficiaires



Budget estimatif : 117 300 TND

Délai de mise en œuvre: 62 semaines

47

47

FRESHK

Maitrise de la chaîne de valeur des PAMs Fraîches

Action 2: Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest au Royaume Uni, Allemagne et France « avec la supervision du PGIP

Objectif: Maitriser toutes les procédures de production de romarin frais

Principaux Résultats :

Résultat 1 : Le Manuel des procédures opérationnelles (SOP) en sa version Draft

Résultat 2 : Un rapport détaillé sur les expéditions pilotes réalisées, y compris toutes les activités importantes pour la pertinence des pilotes, accompagnés de contrats et de reçus (preuves).

Résultat 3 : Une version du SOP révisée en arabe et en français

Résultat 4 : Termes de références pour le recrutement de fournisseurs de logistique froid et ce, sur la base des SOP révisé

Résultat 5 : Rapport détaillée sur les modalités de l'assistance technique de(s) SMSA

48

Action 2(suite)



Activités:

Activité 1 : La rédaction d'un Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique

Activité 2 : Tester le Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP) pour le Romarin frais biologique lors d'expéditions pilotes de romarin frais biologique vers l'Allemagne, la France et le Royaume uni (par remorque frigorifique et par fret aérien)

Activité 3 : Révision du Manuel des procédures opérationnelles (SOP) sur la base des expériences tirées des expéditions pilotes

Activité 4 : Élaboration des termes de références pour le recrutement fournisseurs de logistique froid et ce, sur la base des SOP révisés et organisation d'un atelier de sensibilisation auprès des prestataires de services potentiels à Tunis

Activité 5 : Assistance technique de(s) SMSA retenue (s) conformément au Manuel des procédures opérationnelles révisés (voir action 3)

Budget estimatif : 133 484 TND

Délais de mise en œuvre estimatif : 44 semaines

49

49



Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches

Action 3: Appui du PGIP aux acteurs pour une Action pilote d'exportation de Romarin frais biologique



Objectifs et Résultat:

Objectif : Exporter 50 Tonnes de romarin frais biologique

Résultat : Instaurer une nouvelle opportunité

50

50



Action 3(suite)

Activités:

Etape 1 : Identification des GDAs/SMSA pour l'action d'expérimentation de l'exportation du Romarin Frais Biologique

Etape 2 : Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de conditionnement du romarin frais biologique

Etape 3 : Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de logistique de froid

Budget estimatif : 388 000 DT Délais de mise en œuvre estimatif : 27 semaines



Le budget estimatif pour le scénario le plus cher (exportation par remorque)

51

51



Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches

Action 4: Assistance technique d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique"



Objectif et Résultats:

Objectif 1 : Assistance technique d'au moins une SMSA dans le Cluster pour la réalisation, le contrôle et la coordination des opérations d'export du romarin frais biologique

Objectif 2 : Acquisition de matériel nécessaire à l'SMSA pour assurer ses activités (Equipment, camions frigorifiques, chambre frigorifique etc.)

Résultat 1 : Créer un service commun relatif à l'exportation de romarin frais biologique au profit des acteurs du cluster

52

52

Action 4: (suite)

Activités:

Etape 1 : Identification d'une ou plusieurs SMSA désirant bénéficier de cette action

Etape 2 : Assistance technique de(s) SMSA (s) conformément au Manuel des procédures opérationnelles révisés (voir activité 5, action 2)

Etape 3 : Renforcement des capacités techniques et logistiques de(s) SMSA afin de pouvoir fournir appliquer le SOP révisé et ce, à travers l'acquisition de matériel, équipements, camions frigorifiques etc. La liste du matériel nécessaire sera identifiée ultérieurement après avoir identifié le(s) SMSA et en fonction du SOP Révisé.

Etape 4 : Recrutement d'un ou plusieurs fournisseurs de logistique de froid

Budget estimatif :	243 000 TND	Délais de mise en œuvre estimatif :	88 semaines
--------------------	-------------	-------------------------------------	-------------

Le coût prévoit les frais du renforcement de capacité d'une seule SMSA

53

53

Action 5: Elaboration d'un référentiel PAM



objectif 1 : Disposer d'une référence sur les PAM ciblant les plantes aromatiques culinaires.

Objectif 2 : améliorer la production des PAM.

Résultat 1 : Une référence adéquate pour les PAM est mise à disposition des acteurs.

Résultat 2 : Matières premières des produits respectant les normes de qualité et les bonnes pratiques de culture et de cueillette.

Résultat 3 : 20 accompagnateurs /formateurs des structures publiques et privées (à raison de 05 par gouvernorat) sont prêts à diffuser les bonnes pratiques aux acteurs du cluster.

54

54

Action 5: (suite)

Activités:

Activité 1 : Elaboration d'un référentiel plantes aromatiques culinaires

Activité 2 : Digitalisation du référentiel

Activité 3 : Formation de formateurs sur le référentiel et l'utilisation de l'application

Activité 4 : Sessions de formation pour les acteurs du cluster sur le référentiel et l'utilisation de l'application

Budget estimatif :	400 000 TND	Délais de mise en œuvre estimatif :	28 semaines
--------------------	-------------	-------------------------------------	-------------

55

55

Action 6: Assistance à l'identification des réseaux de distribution du romarin frais biologique sur les marchés de destination

Objectif:

Commercialiser le romarin frais biologique dans les marchés cibles.

Activités:

Etape 1 : Identification des bénéficiaires désirant profiter de cette action liée à l'identification des circuits de distribution des PAMs fraîches biologiques

Etape 2 : Recrutement d'un cabinet de conseils ou d'un consultant pour l'identification des circuits de distribution pour un pays de destination

Etape 3 : Accompagner les bénéficiaires à rapprocher des marchés à travers la contractualisation avec un Acheteur

56

Action 6(suite)

Activités:

- Activité 1 :** Identification des bénéficiaires désirant profiter de cette action.
- Activité 2 :** Recrutement d'un cabinet de conseil pour l'identification des circuits de distribution.
- Activité 3 :** Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination .

Budget estimatif : 63 000 TND Délais de mise en œuvre estimatif : 33 semaines

Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

57

Action 7 : Développement de mécanisme d'appui à l'accès et au couplage du financement du PGIP avec autres initiatives au profit des acteurs du cluster : Projets de la Banque Mondiale et autres projets d'autres partenaires

Objectif et résultats:

- Objectif :** faciliter et diversifier l'offre de financement des acteurs économiques des Produits Aromatiques Culinaires
- Résultat 1 :** faciliter l'accès aux crédits et diversifier l'utilisation des offres à l'aide de l'appui du Projet PGIP et par des accords spécifiques entre le ce dernier et les acteurs de financement.
- Résultats 2 :** Renforcer l'accompagnement des acteurs économiques pour mieux utiliser les financements et assurer les remboursements.



58

Action 7(suite)

Activités:

- Activité 1 :** Identification des bénéficiaires (GDAs, SMSAs, Entreprises etc) désirant bénéficier de cette action
- Activité 2 :** Recrutement d'un expert spécialisé dans la constitution des dossiers pour l'accès aux mécanismes de financement
- Activité 3 :** Assistance technique des bénéficiaires dans la constitution des dossiers de candidature

Budget estimatif : 20 400 TND Délais de mise en œuvre estimatif : 14 semaines

Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

59

Réalisation des entretiens avec des experts et des spécialistes

Des entretiens réalisés avec des experts et spécialistes :

Objectif : mieux définir les lignes d'action et fournir aux groupes de travail les détails nécessaires pour mieux affiner l'action à entreprendre.



60

Organisation des groupes de travail par domaine (date, lieu, présence , etc.)

Objectif: développer et affiner les lignes d'action par la contribution des acteurs clés du cluster et l'apport des experts spécialistes. Pour cela

Date: 13/04/2021

Lieu: ODNO

WG : Maitrise de la chaine de valeur des PAMs Fraiches

Structure	Délegation	Localité	Gouvernement	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	Mail
SMSA Yanabia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	150	Noura Nououi	93036159	nouiounoura@gmail.com
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	10	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr
GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	22	Kalthoum mimouni Vice-présidente	20661347 96719450	
GDA KNOLZ Flora TEJ	D'EBBA	D'EBBA	BEJA		Farida djebbi	97 795 467	dj@bifarida@gmail.com A distance

61

Elaboration des recommandations de réformes publiques (livre blanc)

L'analyse des textes règlementaires et législatifs organisant la chaîne de valeur HE et l'étude de l'impact de la migration de l'ancienne chaîne de valeur à la nouvelle chaîne ont permis de dégager

2 réformes et 2 recommandations qui sont proposées pour appuyer le changement stratégique choisi pour la chaîne de valeur PAC et de soutenir le développement des deux nouvelles chaînes de valeur d'autre part.

Réforme 1 « l'accès aux ressources »

Réformes 2 « Statut des GDA »

Recommandation1: La certification biologique des produits HE

Recommandation3:
Encouragement de la culture des PAM

63



WG : Commercialisation

Structure	Délegation	Localité	Gouvernement	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	Mail
SMSA Yanabia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	150	Noura Nououi	93036159	nouiounoura@gmail.com
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	10	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr
GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	22	Kalthoum mimouni Vice-présidente	20661347 96719450	
GDA KNOLZ Flora TEJ	D'EBBA	D'EBBA	BEJA		Farida djebbi	97 795 467	dj@bifarida@gmail.com A distance

WG : Financement

Structure	Délegation	Localité	Gouvernement	Nombre d'adhérents	Responsable	Tel	Mail
SMSA Yanabia El Khir	Ain Draham	Ain Draham	Jendouba	150	Noura Nououi	93036159	nouiounoura@gmail.com
GDA Safa	Laaroussa	Laaroussa	Siliana	10	Sonia gammoudi	28409433	gammoudisonia@hotmail.fr
GDA NOUR	Krib	Krib	Siliana	22	Kalthoum mimouni Vice-présidente	20661347 96719450	
GDA KNOLZ Flora TEJ	D'EBBA	D'EBBA	BEJA		Farida djebbi	97 795 467	dj@bifarida@gmail.com A distance

62

Organisation DPP3: Mercredi 21 avril 2021 à l'ODNO Siliana



27 participants ont pris part à cet évènement :

- 8 GDA,
- 2 Entreprises de première et deuxième transformation, et spa,
- 5 Représentants de l'Administration régionale et
- 12 participants de l'administration centrale, de la Banque Mondiale , Taskforce et du Groupement CDCGE/AFC.

- Le programme de ce DPP3 a porté sur un rappel des options stratégiques et la présentation des actions à lancer pour aboutir à l'élaboration du PIA .

64

Sommaire

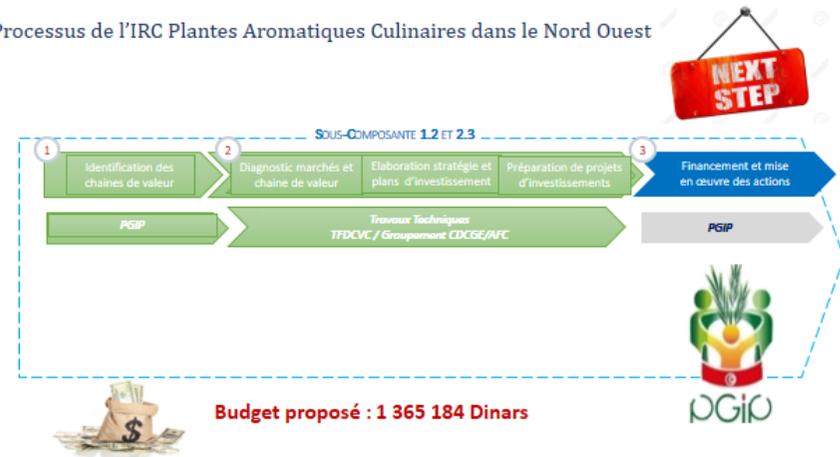


- 1 Méthodologie de travail de l'IRC
- 2 Présentation de l'IRC: FRESH K- Plantes Aromatiques Culinaires au nord-ouest
- 3 Résultats de la Phase 1: Identification des défis et opportunités
- 4 Résultats de la Phase 2: Guidage de la stratégie
- 5 Résultats de la Phase 3: Elaboration du Plan d'investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA)
- 6 Prochaines étapes

65

65

Processus de l'IRC Plantes Aromatiques Culinaires dans le Nord Ouest



66

66

★

D10

**PLAN D'INVESTISSEMENT
ET D'AMELIORATION DES AFFAIRES
« PIAA »**

INTRODUCTION

I. LA SITUATION ACTUELLE

II. LES OPTIONS STRATEGIQUES PROPOSEES

III. LES LIGNES D' ACTIONS.....

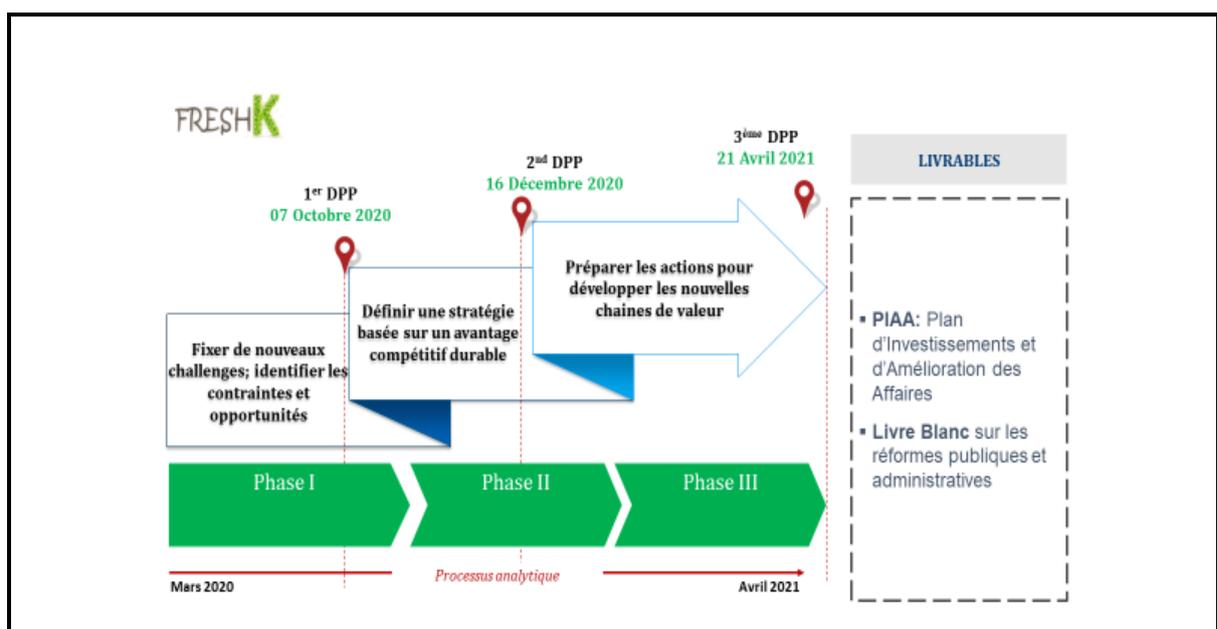
INTRODUCTION



L'Initiative de Renforcement de Compétitivité des Plantes Aromatiques Culinaires du Nord-Ouest de la Tunisie (**Fresh K**) a pour principal objectif le déclenchement d'une dynamique de changement stratégique aboutissant à un repositionnement de l'activité des plantes aromatiques culinaires sur des nouveaux marchés permettant ainsi d'engendrer une plus grande valeur ajoutée au profit des acteurs locaux. La zone d'intervention de l'initiative concerne les quatre gouvernorats du Nord-Ouest : Bèja, Jendouba, Kef et Siliana et plus précisément les paysages forestiers abritant une population forestière vulnérable et des ressources abondantes non bien exploitées.

Le principe de cette initiative est de : (i) identifier un créneau (segment stratégique) à forte valeur ajoutée, sur le quel nos acteurs de la chaîne de valeurs peuvent être bien positionner à l'échelle internationale, (ii) élaborer, ainsi, un Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires (PIAA), en identifiant les lignes d'actions nécessaires à l'amélioration de la qualité de production et la valorisation des produits afin d'accéder à un marché promoteur et créer de revenu. Ce PIAA sera accompagné par iii) un livra blanc de réformes réglementaires et administratives nécessaires à la mise en œuvre des actions d'investissement identifiées.

L'IRC a été commandée par le projet PGIIP (ministère chargé de l'agriculture) et lancée par la TFDCVC, avec l'appui technique du groupement CDCGE/AFC, **le 25 Mars 2020**. Compte tenu de la période de confinement général et des conditions sanitaires exceptionnelles décrétées par le pays, les travaux techniques se sont étalés sur une période d'une année environ lors de laquelle les trois phases de la méthodologie de travail de la TFDCVC ont été réalisées et clôturées chacune par une réunion de dialogue public-privé regroupant les différents acteurs de la chaîne de valeur Plantes aromatiques culinaires dans la région du Nord-Ouest de la Tunisie pour présenter et discuter les résultats des travaux techniques. Ces derniers ont abouti à un Plan d'Investissement et d'Amélioration des Affaires PIAA et un livre blanc sur les réformes politiques favorisant un développement socio-économique des acteurs du cluster.



I. LA SITUATION ACTUELLE

L'Initiative de Renforcement de la Compétitivité des Plantes Aromatiques Culinaires du Nord-Ouest de la Tunisie cible principalement les communautés rurales forestières des quatre gouvernorats du Nord-Ouest de la Tunisie (Jendouba, Béja, Siliana et Kef) qui en général cogèrent les ressources forestières dans des paysages ciblés (plus de 661 000 personnes dont 51% de femmes et 33 % de jeunes)⁵⁰. Ces communautés, actives dans la collecte des produits forestiers, sont organisées dans des GDA/SMSA qui sont au nombre de 35 répartis dans les quatre gouvernorats avec ; 11 GDA à Béja, 7 GDA à Siliana, 5 GDA au Kef, 4 GDA et 4 SMSA à Jendouba et 4 SMSA au Kef et Siliana. Toutefois, le cluster des PAMs au Nord-Ouest est constitué par plusieurs catégories d'acteurs qui interviennent dans les différents maillons de la chaîne de valeur des PAMs. En effet, à côté des communautés rurales forestières, on trouve i) environ 403 agriculteurs de PAMs cultivés⁵¹ sur de petites superficies (de 0.25 à 1 ha) ii) les exploitants individuels qui sont généralement les habitants de la zone forestière dont l'activité se limite à un complément de revenu iii) les intermédiaires qui sont des personnes ayant une bonne connaissance des régions de collecte des PAM et disposant d'une importante assise financière. Ces derniers travaillent généralement pour le compte d'une douzaine d'entreprises PME qui gagnent l'adjudication forestière et produisent les huiles essentielles et/ou les PAMs séchées iv) les institutions nationales et locales d'appui.

La situation actuelle dans La zone du Nord-Ouest est caractérisée par une jonction de deux phénomènes (fléaux sociaux) : chômage et pauvreté. Leur rencontre dans une zone déterminée crée généralement une situation d'exclusion sociale et économique avec des impacts humains désastreux.

En effet, **le taux de chômage** au Nord-Ouest se situe autour de 16,8% de la population active, il atteint dans le gouvernorat de Jendouba le taux de 19, 7 % dépassant de 4 points la moyenne nationale et des **taux de pauvreté absolue** de 12,5% et globale de 28,4%⁵².

Cette combinaison entre pauvreté et chômage crée des processus d'exclusion très graves et favorise « l'héritage » de la pauvreté de père en fils. C'est dans ce cadre que l'inclusion à tous les niveaux devient un objectif majeur dans la zone pour créer une dynamique inverse permettant l'insertion multidimensionnelle : économique, sociale, et territoriale.

Actuellement, la chaîne de valeur des Plantes Aromatiques Culinaires séchées ne favorise pas l'inclusion de la population cible dans l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur, et ce, vu plusieurs difficultés rencontrées dont on cite :

- i. Des Difficultés structurelles liées aux impacts des choix économiques nationaux qui ont créé une fracture entre un littoral développé avec une concentration des activités économiques, des ressources humaines et des infrastructures éducatives et socio culturelles et un intérieur du pays marginalisé avec une structure économique peu développée, des taux de pauvreté et du chômage très élevés, et des infrastructures éducatives et socio culturelles très limitées. L'indice de développement régional (IDR)⁵³, en tant que mesure de la disparité régionale, indique que sur les 24 gouvernorats du pays, le premier des gouvernorats du Nord-Ouest n'arrive qu'à la 17^{ème} position

⁵⁰Source : rapport PAD 1520 Banque Mondiale

⁵¹ Source : selon les statistiques du Ministère de l'Agriculture DGAB 2011

⁵²Source : INS Projection population 2014 /2044

⁵³L'IDR se compose de 27 indicateurs regroupés en quatre rubriques : commodités de la vie(9), aspects socio-démographiques(6), capital humain(3) et envergure du marché de l'emploi (9). Cet indice est disponible pour l'année 2015 (ITCEQ, 2015; ITCE QetOIT, 2017).

(Béja) suivi du Kef (19^{ème} position,) Siliana (21^{ème} position) et Jendouba (24^{ème} position). Ces disparités et cette désintégration entre le littoral et les zones de la Région du Nord-Ouest impacte structurellement la dynamique de la croissance économique et de création d'emplois dans les quatre gouvernorats concernés par la CDV Plantes Aromatiques Culinaires.

- ii. Des difficultés liées à la faible part de la valeur économique des forêts et parcours qui revient à la population concernée. La valeur commerciale des produits forestiers, fourragers et des cultures qui revient à la population concernée n'est que de 33% de la valeur ajoutée globale générée par les forêts et les pâturages estimée à 500 millions de dollars US par an⁵⁴ (14 % du PIB agricole en 2012).
- iii. Des difficultés opérationnelles liées à l'accès limité à la ressource aussi bien pour les usagers que pour les GDA/SMSA ou PME. En effet, dans le cadre de l'article 18 du code forestier, créé en vertu de la loi n° 88-20, une douzaine d'entreprises gagnent les adjudications depuis plusieurs années et dominant par conséquent le secteur des PAM. Par conséquent, il s'avère très difficile aux populations forestières (même celles organisés sous formes de GDA) et aux jeunes promoteurs et nouvelles PME de participer et de gagner des adjudications pour des PAMs suite à la dominance de ces douzaines d'entreprises traditionnellement opérantes dans le secteur.
- iv. Des difficultés d'une gestion des ressources forestières malgré les efforts de réformes actuelles. En effet, le PGIP a obtenu une dérogation spéciale de la part du Ministre chargé de l'Agriculture⁵⁵ autorisant l'exploitation des produits forestiers par les populations forestières organisées (GDA – SMSA). Cette autorisation est matérialisée par la signature de conventions de cogestion entre la Direction Générale de la Forêt (DGF) et les membres de GDA et/ou SMSA. Ainsi, les GDAs/SMSAs bénéficieront de l'accès gratuit aux ressources forestières mais en contrepartie, ils s'engagent à la participation à l'entretien, le gardiennage et la préservation des ressources forestières. Toutefois, l'application de cette procédure a été réalisée dans le cadre de la sous composante relative à l'Alliance productive qui stipule la signature d'un contrat de vente entre les GDAs/SMS et une PME d'où les difficultés de gestion du marché non rentable des PAMs pour les populations forestières et les GDAs/SMSAs.
- v. La faiblesse de revenus de la population (communautés rurales forestières) dans le cadre de l'organisation actuelle du travail. En effet, à titre d'exemple, une femme appartenant à un GDA, collecte le romarin sauvage à raison de 100 kg / jour. Le prix d'achat d'1 kg de romarin sauvage est estimé à 290 millimes/ kg. Toutefois, le GDA paye 180 millimes / Kg à la femme collectrice et garde 110 millimes/kg pour son propre compte. Le GDA justifie le coût de 110 millimes/kg comme suit : 20 millimes pour l'assurance, 50 millimes pour le Groupement et 40 millimes pour paiement des frais de transport par la GDA. A noter qu'il s'agit du même coût d'un ouvrier journalier agricole travaillant pour le compte des agriculteurs privés.
- vi. Le rôle très limité des GDAs, qui agissent dans un cadre réglementaire contraignant par rapport aux possibilités d'investissement, des promotions des projets, de diversification des activités, et d'accès aux marchés et aux ressources. . Ces difficultés ont créé une tendance chez les GDA de recherche continue d'appui gratuit et de compensation des activités auprès des projets de coopération qui interviennent souvent d'une manière non stratégique, peu durable, et sans grande coordination entre les acteurs. Cette tendance d'appui morcelé a été renforcée par une

⁵⁴Ajouter source

⁵⁵ Arrêté du ministre chargé de l'agriculture du 27 janvier 2017, non publié au JORT et portant le numéro 296 (Enregistrement administratif)

approche passive de traitement de la pauvreté et du chômage qui n'a pas pu créer un processus intégré et durable de lutte contre l'exclusion sociale et territoriale au sein de la zone.

Les maillons de la chaîne de valeur ne sont pas intégrés. En effet, les GDA ne s'occupent que de la collecte des produits et sa vente à l'intermédiaire (avec participation limitée aux activités de distillation artisanale d'huiles essentielles).

- vii. Le niveau de compétences et de maîtrise des métiers de collecte sont basiques.
- viii. La valeur ajoutée dans les produits PACs est très limitée surtout qu'ils sont vendus en séchés en vrac et non valorisés, et ce, indépendamment de leur utilisation et de leurs marchés d'écoulement.
Dans leur grande majorité, les SMSA et les GDA sont sous-capitalisés. Plusieurs d'entre eux font actuellement face à des difficultés de commercialisation de leurs produits (huiles essentielles et/ou plantes séchées) et profitent des opportunités de participation aux foires et salons pour l'écoulement de la production. Les difficultés d'accès aux marchés forment un obstacle qui empêche la création d'emplois et la promotion des nouvelles activités.
En effet, la capacité de production de ces acteurs est très limitée, ne dépassant pas pour la majorité une centaine de litres d'huiles essentielles et quelques kilogrammes de plantes séchées. Ces petits producteurs, et même en se regroupant, ne peuvent pas satisfaire des marchés internationaux demandant des grandes quantités avec une stabilité d'exportation/production périodique.
- ix. L'accès difficile aux crédits et à toute sorte de financement et l'orientation vers les aides et les appuis des projets de coopération et de développement qui ne sont généralement pas coordonnés créent souvent une situation de « gestion principalement subventionnée » qui renforcent chez les GDA/SMSA l'attitude d'un traitement passif des difficultés rencontrées.
- x. Dans cette situation déjà difficile, les impacts du Covid 19 sur les activités économiques et notamment sur les populations vulnérables ont accentué la vulnérabilité. Pendant les longues périodes de confinement et de mise en quarantaine, les cueillettes ont dû être suspendues. Les acteurs de commercialisation des produits ont également subi des coûts de transport plus élevés et des retards dus aux mesures de quarantaine dans une incertitude sur la durée et l'issue de cette crise.

II. LES OPTIONS STRATEGIQUES PROPOSEES

Les plantes aromatiques sont un ensemble de plantes utilisées en cuisine et en phytothérapie pour les arômes qu'elles dégagent, et leurs huiles essentielles que l'on peut extraire. Ces plantes aromatiques sont cultivées selon le besoin pour leurs feuilles, tiges, bulbes, racines, graines, fleurs, écorce, etc. Les plantes aromatiques comprennent les plantes utilisées comme épices, aromates ou condiments, parfois combinées en mélanges aromatiques. Dans les pays en voie de développement, la culture des PAM est perçue comme un moyen de diversification de l'activité agricole. Elle est aussi considérée comme une activité intéressante pour les régions défavorisées vu les opportunités d'emplois qu'elle offre. Pour rendre compte de cette évolution, au cours de la période considérée 2010-2018, la valeur des échanges mondiaux sont passés de 2,112 milliards de dollars en 2010 à 3,231 milliards de dollars en 2018. Soit un taux de croissance de 52 % entre ces deux dates. Quant au volume des échanges, ce dernier est passé de 581666 tonnes en 2010 à 691525 tonnes en 2018 soit un taux de croissance de 19%.

Dans le cadre de cette IRC, nous nous sommes intéressés aux Produits de plantes aromatiques culinaires destinés directement aux consommateurs : Plusieurs formules d'aromatisants sont aujourd'hui proposées au consommateur directement, à partir d'épices et de plantes aromatiques. Les deux formes suivantes sont les plus utilisées :

- **Plante séchées (PS)** : La forme « séché » reste dans l'herboristerie moderne, la forme la plus utilisée. Un large éventail d'assortiment d'épices et aromates en flaconnage destinés, directement, aux consommateurs existe déjà sur le marché. Ces flaconnages peuvent comporter des aromates individuels ou de mélanges de plantes condimentaires. Les plantes à infusion (menthe, verveine...) sont de moins en moins consommées pour leurs propriétés médicinales. Elles sont devenues des boissons aromatiques d'agrément. Cette tendance a été renforcée par l'apparition récente de mélanges de plantes renforcés par des arômes, fruités en général, sous forme d'infusettes.
- **Formes fraîches et surgelées** : Une grande tradition d'utilisation des plantes à l'état frais comme aromatisant a toujours existé et existe toujours : ciboulette, persil, menthe, romarin...

Au cours des dernières années, un nouveau type de consommateur est apparu : **le consommateur mondial socialement conscient**. Ce nouveau consommateur est conscient de la santé et souhaite acheter des produits de bien-être et naturels, conscient des expériences de saveur et de gourmandise en général, conscient de l'environnement et intéressé par l'origine des produits.

A ce titre, le marché mondial des épices et des herbes culinaires importées est vaste, évalué à quelque \$E.-U. 4 milliards. Il faut distinguer à cet égard plusieurs types de pays selon leur position sur les marchés :

- Les pays producteurs gros consommateurs. C'est le cas de l'Inde pour beaucoup d'épices, de l'Indonésie pour le clou de girofle ou la vanille, le Mexique pour les piments, etc. Une faible partie de la production est mise en vente sur le marché international. Par rapport à la production des plantes aromatiques, on note une évolution de la demande globale allant de +2% à +15% en valeur et de +4% à +7% en quantité.
- Les pays exportateurs comme la Chine, le Vietnam, Madagascar, la Turquie, le Guatemala, le Brésil. D'après les statistiques sur les exportations dont la valeur a atteint en 2018, le chiffre de 5,6 milliards de dollars pour les épices et plantes aromatiques sous toutes leurs formes (séchés, frais, mélanges).
- Les pays occidentaux ayant eu un empire colonial (France, l'Angleterre, la Hollande, la Belgique), sont restés des plaques tournantes du commerce des épices, spécialisés selon l'origine nationale des produits. Ces pays sont donc des exportateurs importants, surtout parce qu'ils réexportent les matières premières importées.

A titre d'exemple, le graphique ci-après présente le chiffre d'affaires annuel des ventes au détail des épices et herbes en France entre les années 2013 et 2017, ainsi que des prévisions pour les années 2018 à 2023. On peut y constater qu'en 2017, les ventes au détail des épices et herbes avaient généré un chiffre d'affaires supérieur à 386 millions de dollars et il est attendu d'arriver à 436386 millions de dollars en 2023.

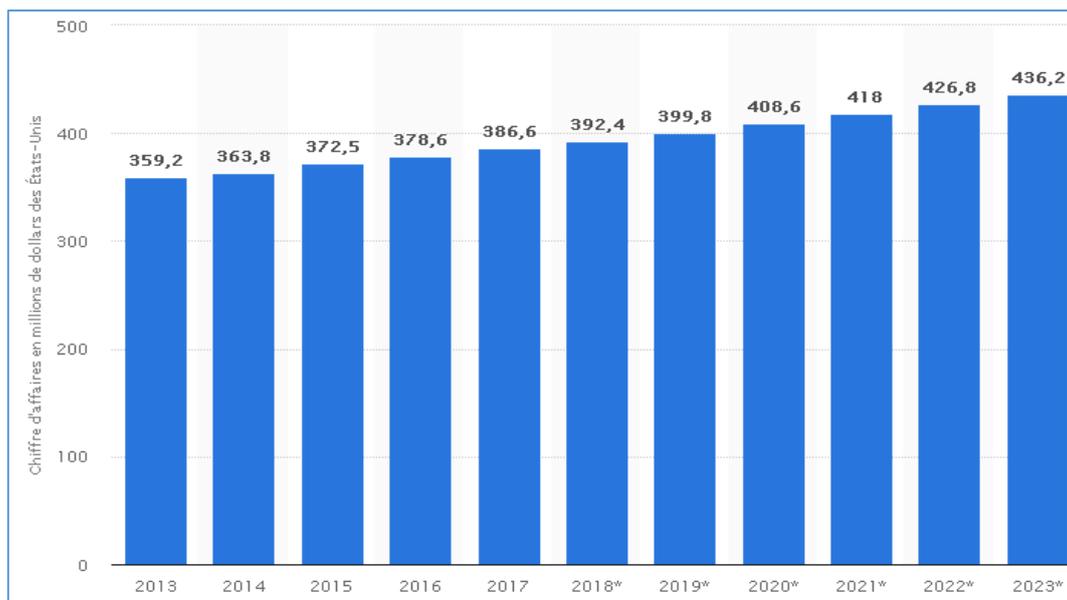


Figure 29: Chiffre d'affaires des ventes au détail des épices et herbes en France Entre 2013 et 2023 (en millions de dollars des États-Unis)⁵⁶

Les opérateurs commerciaux⁵⁷ sont très divers : il s'agit par exemple de distributeurs de détail qui ont une activité de négoce de gros (Mac Cormick, Amora), d'épiciers polyvalents (Tang)...

Les progressions de consommation⁵⁸ peuvent s'expliquer par une tendance de consommation de produits ethniques : utilisation des épices et herbes par l'industrie agroalimentaire proposant des plats cuisinés de diverses origines notamment orientales, et l'engouement des consommateurs pour la cuisine « venue d'ailleurs ». La hausse de la consommation d'épices s'explique aussi par la population immigrée dans différentes régions du monde (Europe) qui a conservé ses habitudes culinaires.

Les tendances de la demande sont accompagnées par des adaptations des entreprises pour de meilleures réactions au marché. Parmi les principales tendances fondamentales qu'on retient dans notre IRC est le **virement vers le frais** ; en effet, les produits frais sont de plus en plus appréciés étant considérés plus naturels et plus commodes. Pour se faire, les entreprises doivent maîtriser la gestion de la phase post récolte, la maîtrise de la chaîne de froid et les emballages qui allongent la durée de vie de ces produits. Également, il y existe une tendance confirmée pour **les produits biologiques** ; en effet, compte tenu de l'attention particulière à la santé et à l'environnement recherché par un consommateur averti, les produits certifiés biologiques sont plus demandés. La demande pour les produits frais biologiques est croissante, bien que ce besoin reste peu satisfait vu les contraintes liées à leur production (exigences relatives aux sols). Pour se faire, les entreprises ont eu recours à la certification biologique, à défaut et pour des contraintes financières, recours à la certification « Chemicals free ». Certaines grandes entreprises s'orientent même vers la certification de procès de culture sauvage et développent dans ce cadre des collaborations avec des populations indigènes.

De plus, il y a un intérêt pour **les goûts et les nouvelles expériences culinaires**. Les goûts et les créateurs de goûts font partie de ces expériences. Les consommateurs sont inspirés par des programmes de TV et les recettes en ligne. Ainsi, les consommateurs sont ouverts pour essayer de nouveaux produits et des

⁵⁶Source : <https://fr.statista.com/statistiques/1009548/epices-et-herbes-chiffre-d-affaires-en-france/>

⁵⁷ <https://www.jardinsdefrance.org/la-production-mondiale-depices/>

⁵⁸ <https://www.jardinsdefrance.org/la-production-mondiale-depices/>

goûts plus sophistiqués due à une diversification des sociétés et un goût pour les cuisines ethniques ; les plantes aromatiques sont des ingrédients de base dans ces expériences.

Après étude approfondie sur les entreprises leaders dans la commercialisation des PAMs afin de comprendre l'évolution de ce secteur et confirmer les tendances de la consommation, il en ressort ce qui suit :

- Une forte orientation **vers le biologique et même les produits issus de sites sauvages**
- **Une collaboration avec de petits producteurs** ; des programmes sont développés dans ce cadre par des organisations internationales (exp : Rainforest Alliance, « Fair For Life » de Mountain Rose Herbs)
- **Une grande diversification des produits** issus de plantes aromatiques selon les différents types de cuisines, couvrant aussi bien des produits séchés que frais **avec une orientation vers des produits et ingrédients naturels**, notamment pour **l'alimentation fonctionnelle**, à base de plantes aromatiques
- **Une panoplie de certifications** portant sur le commerce équitable, la responsabilité environnementale et même le zéro carbone pour les circuits de distribution de plantes aromatiques et bien d'autres certifications des produits (kosher, yeast-only, USDA all-natural minimally processed, no-antibiotics-ever, reduced sodium, vegetarian, vegan, non-GMO and gluten-free, etc) et systèmes (HACCP, IFS, BRC)
- Les entreprises qui fournissent des ingrédients pour l'industrie agroalimentaire, les boissons la confiserie et même l'industrie pharmaceutique adoptent de nouveaux process qui préservent les propriétés des plantes aromatiques,
- **Une dimension éducation** promue par certaines multinationales pour promouvoir la consommation des produits naturels, dont les plantes aromatiques.

Tenant compte de ce qui précède et en se référant aux interviews réalisés avec les acteurs (producteurs, importateurs, chef restaurant etc.) les plus avancés dans plusieurs pays (France, Allemagne, Pays Bas, Italie, USA) choisis sur la base de la pertinence de leurs itinéraires professionnels et leur position sur le marché des PACs, on peut confirmer que la **production de Plantes Aromatiques Culinaires fraîches Biologiques** (PACs fraîches BIO) s'avère une opportunité économique intéressante pour les acteurs du cluster du Nord-Ouest. En effet, ces acteurs opèrent actuellement dans la production des plantes aromatiques séchées pour un marché local relativement restreint mais aussi sur le marché international très concurrentiel. Ces acteurs exercent sur ces marchés avec de faibles possibilités de différenciation du produit vu sa disponibilité selon les saisons entre les deux hémisphères nord et sud, d'autant plus que ce produit est pour une consommation courante. Par contre, ladite opportunité est portée sur les produits consommés Bio. Les consommateurs cherchent entre autres la qualité, le goût, la fraîcheur et l'aspect attrayant. Cette orientation donne la possibilité aux acteurs économiques qui ne peuvent pas rivaliser avec la pression des prix et les grandes quantités de fournisseurs de premier plan au monde, de se positionner sur un marché de niche qui traitant avec des fournisseurs de produits spécifiques telles que les plantes aromatiques fraîches biologiques.

Il y a lieu de signaler qu'une fois l'orientation ci-dessus mentionnée maîtrisée, elle devrait être enrichie à long terme par la production de **Plantes aromatiques culinaires fraîches gourmet**. En effet, ces plantes fraîches gourmet, en tant que produit de niche, sont destinés à des restaurants de luxe pour une utilisation gourmande de plantes aromatiques culinaires ou des fleurs de plantes, transportées de manière à préserver leur goût et leurs apparences faisant ainsi appel à une logistique bien appropriée.

Toutefois, certains risques associés à la production de plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques ou gourmet, doivent être pris en considération. Ces risques sont liés essentiellement à **i)** l'accès aux ressources ; en effet, ce sont les plantes aromatiques culinaires sauvages qui sont les plus valorisées et les plus recherchés. Dans notre pays, la végétation spontanée est une ressource naturelle sous le contrôle, la conservation et l'exploitation de l'Etat à travers la DGF et la Régie d'Exploitation Forestière REF. En ce qui concerne les PFN (Romarin, Myrte, lentisque etc.), l'accès à ces ressources se fait à travers des adjudications annuelles selon un plan de rotation triennale et selon l'évaluation de l'état du couvert végétal en question. Par conséquent, il faudrait réfléchir sur une stratégie permettant de garantir l'accès aux ressources forestières pour permettre l'approvisionnement constant des marchés internationaux. **ii)** la disponibilité des ressources forestières ; s'agissant d'une matière première naturelle, la cueillette de ces ressources devrait être bien conduite et maîtrisée pour garantir la disponibilité et la pérennité des ressources forestières. Toutefois, il serait opportun aussi de s'orienter vers la culture des plantes aromatiques culinaires non seulement pour la préservation de ces ressources mais aussi pour garantir l'approvisionnement constant des marchés internationaux. **iii)** la chaîne de froid. La parfaite maîtrise de la chaîne de logistique froid est indispensable pour garantir la production de plantes aromatiques culinaires fraîches destinées pour le marché biologique ou le marché gourmet. Par exemple, le risque associé au non-respect du couple temps/température à n'importe quel maillon de la chaîne de valeur engendrera une qualité de produit non conforme aux standards internationaux.

Alors, la question qui se pose ainsi est « *Que devons nous faire pour conduire les acteurs du cluster Nord-Ouest à migrer de leur chaîne de valeur actuelle relative à la production des Plantes séchées vers la nouvelle chaîne de valeur relative à la production des Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques* » ?

En fait, les aspects suivants de la nouvelle chaîne de valeur devraient être maîtrisés par les acteurs du cluster du Nord-Ouest, afin d'aboutir à la production des Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques conformes aux exigences des marchés internationaux :

- **Caractérisation des espèces de plantes** : il faut ainsi procéder à l'identification botanique de l'espèce, ses principales caractéristiques physico-chimiques, la localisation des paysages dans l'aire géographique, le chénotype de l'espèce et toute autre information pertinente liée à la caractérisation des espèces. En effet, chaque espèce de plante aromatique a des vertus culinaires propres et par conséquent un goût spécifique et unique. Ces vertus spécifiques à chaque espèce sont recherchées par les acheteurs internationaux qui souhaitent avoir une fiche signalétique caractérisant la plante. Les acteurs du cluster du Nord-Ouest ne sont pas directement concernés par la caractérisation des espèces de plantes. En effet, la collaboration avec les administrations publiques concernées, notamment les institutions de recherche, est nécessaire pour couvrir cet aspect important.
- **Bonnes pratiques de production primaire par espèce** : Une croissance harmonieuse du secteur des PAM, passe par la conservation de la biodiversité et la protection des ressources tout en créant un environnement dans lequel les populations rurales peuvent bénéficier durablement des revenus procurés à partir de la cueillette en milieu naturel afin d'améliorer leurs moyens de subsistance, tout en augmentant la valeur ajoutée de l'exploitation des PAM à l'échelle nationale. Ainsi, la vulgarisation et la diffusion des bonnes pratiques de collecte des plantes aromatiques spontanées, constituent l'élément principal pour garantir une bonne production primaire par espèce. Le développement des compétences des collecteurs en la matière contribuera de façon significative à la régénération naturelle des plantes, la conservation de la biodiversité et la durabilité de l'exploitation.

- **Une parfaite coordination entre les différents acteurs de la chaîne de valeur :** Ceci porte sur la consolidation de l'organisation des producteurs en GDA/SMSA, l'appui à la mise en réseau des producteurs en connexion avec les autres acteurs et les centres des services d'appui pour la création d'une meilleure synergie qui améliore les performances économiques de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur. En effet, le ciblage des produits frais, biologiques et /ou gourmets exige dans la plupart des cas une coordination entre les acteurs, notamment pour disposer d'une offre suffisante en plantes aromatiques fraîches et pouvoir répondre à des commandes de moyenne quantité. Un besoin pressant d'accompagnement et d'appui et la disponibilité à s'engager dans une dynamique de partenariat, de développement des capacités dans la commercialisation et à s'orienter vers des marchés attractifs et plus rémunérateurs pour les PACs frais et biologiques de grande valeur sur le marché. D'ailleurs une initiative pour mettre la création d'un réseau réunissant 11 GDA pour la promotion des produits de la région du Nord-Ouest confirme qu'il y a des volontés de changement au niveau de la zone. Ce tissu productif animer par quelques GDA/ SMSA et autres acteurs qui ont la volonté et une expérience leur permettant de mieux se positionner sur cette nouvelle chaîne des produits frais, biologiques et même ciblant des niches de gourmet seront capables d'augmenter leurs marges de bénéfice, et ce, en :

- **Confirmant** l'orientation vers les produits où on a identifié une demande valorisée du marché international et qui répondent aux tendances de consommation à l'échelle internationale. En effet, les produits frais, bio et même gourmet répondent à des tendances de consommation des produits Healthy, des bons goûts, et frais.
- **Respectant** les normes de qualité des produits frais en gardant les fraîcheurs, et en répondant aux normes tracées,
- **Luttant** contre la dispersion des efforts entre les GDA/ SMSA. En effet, Les concentrations des marchés accroissent le pouvoir de négociation des grands acteurs au détriment des plus petits, notamment des petits exploitants comme les GDA et les SMSA, d'où la nécessité de se rassembler et d'agir en commun.
- **Tissant** d'étroites relations entre elles et avec les acteurs de transport des produits et de logistique de froid pour pouvoir répondre à la demande potentielle d'un acheteur international opérant sur le marché intérieur ou sur les marchés étrangers, tout en assurant la qualité exigée des produits.

- **Une parfaite maîtrise des procédures opérationnelles de la logistique froide adaptée aux plantes fraîches :** En raison de la durée de conservation limitée des herbes fraîches, l'efficacité de la logistique est essentielle. Par conséquent, il est important d'expédier les plantes fraîches directement à leur destination finale en assurant une maîtrise parfaite de la logistique du froid depuis la récolte vers le marché, tout en garantissant la traçabilité.

Les acteurs du cluster du Nord-Ouest ne disposent pas de ces compétences entre autres parce que la chaîne de logistique de froid adaptée aux plantes fraîches n'existe pas dans la région. Certes, ces acteurs devront être formés pour maîtriser parfaitement toutes les procédures opérationnelles ; cependant, ils devront faire appel à d'autres prestataires comme le fournisseur de logistique de froid pour assurer des services dont ils ne disposent pas.

- **La Certification biologique** peut améliorer les conditions de négociation du réseau des GDA/SMSA de la région avec les acheteurs. Il s'agit de certifier des parcours forestiers dont la gestion relève de la DGF et ce, pour pouvoir exporter les PACs fraîches biologique. Les acteurs du cluster du Nord-Ouest et principalement les GDA/SMSA qui sont concernés par la récolte des ressources forestières, n'ont pas les moyens financiers pour payer la certification des parcours forestiers. La prise en charge de ladite

certification par les administrations publiques concernées est nécessaire pour encourager les acteurs du cluster du Nord-Ouest à produire et exporter les PACs fraîches biologiques.

Sur la plan national, le choix stratégique de produits frais biologiques et aussi gourmets pourrait se baser sur des acteurs économiques capables de relever ce défi et de tisser des liens avec les autres acteurs de la CDV afin de fédérer les efforts de et de mieux répartir les bénéfices. On cite dans ce cadre les acteurs suivants :

➤ **Les producteurs structurés :**

- **GDA Oued El à Nefza (Béja) :** Production, cueillette, séchage et distillation Convention de Cogestion avec la DGF, bénéficie de l'appui : de la GIZ, PAD (Promotion de l'Agriculture Durable), BIT, Fhi 360, et sociétés (HENOBIO,)
- **GDA Tbaïnia à Ain Draïham (Jendouba) :** Production, cueillette, séchage et distillation, ce GDA possède une convention de Cogestion avec la DGF et bénéficie de l'Appui de l'association ATLAS et du projet ACEA ; Il est membre de l'association « cluster WIKI PAM » et Cherche actuellement de labelliser le produit bio
- **GDA Pure Nature Ain Draïham (Jendouba) :** Production, cueillette, distillation et fabrication de produits cosmétiques naturels, Convention de Cogestion avec la DGF, Partenariat et appui : BIT (Projet PROMESS), GIZ, ACEA, ENACTUS,

Les deux GDA interviewés (Pure Nature et Tbaïnia) ont déjà signé des conventions de cogestion avec la DGF. Ils sont engagés dans des dynamiques de développement du partenariat et de la collaboration avec tous les acteurs. Ils sont aussi motivés pour l'innovation et l'introduction de nouveaux produits à haute valeur ajoutée. Les deux autres structures (SMSA Yanabii El Khir et Flora Natura) œuvrent pour renforcer les capacités techniques des acteurs, la recherche, l'innovation et le partenariat.

- **SMSA yanabii El khir Ain Draïham (Jendouba) :** Production, cueillette, transformation, Extraction des huiles essentielles, Produits cosmétique, Approvisionnement en plants, Appui BIT (Projet PROMESS), GIZ, Fhi360, ENACTUS, URAP Jendouba et association Khemir pour l'environnement et le développement, membre de l'association « cluster WIKI PAM ».
- **SMSA Najah,** au Kef, créée en 2000 avec 217 adhérents , elle a un centre de collecte de lait , et un espace de vente des aliments de bétails. Elle assure des formations techniques en collaboration avec le Groupe Delice.
- **SILIANA :** il s'agit du SMSA Sidi Hamada, créée en 2017, elle a 50 adhérents et 120 bénéficiaires des services,
- **Société Flora Natura Jendouba :** Cueillette et extraction d'huiles essentielles et les eaux florales.
- **GDA Ain Babbouche Tejerouine (Kef) :** - Production, cueillette, séchage et distillation, Exportation d'huile de romarin vers la France.

Ces acteurs sont appuyés par des pépinières du secteur public gérées par les arrondissements de forêt des CRDAs, les 403 agriculteurs des plantes cultivées au nord-ouest, de petites superficies (de 0.25 à 1 ha), et les entreprises qui sont des opérateurs, conditionneurs, parfois agriculteurs regroupés sous forme de SMSA qui cherchent à garantir la disponibilité de la matière en quantité et qualité suffisantes.

➔ Par conséquent, les acteurs du cluster du Nord-Ouest peuvent intégrer la nouvelle chaîne de valeur par la mise à niveau matériel et immatériel de leurs structures et la parfaite coordination de leur activité. Ainsi, ces acteurs seront capables de s'orienter vers un marché de niche dont la demande est croissante et ce, en offrant un produit à plus de valeur ajoutée.

Au vu de ce qui précède, l'opportunité d'améliorer la qualité de la matière première (les plantes aromatiques) à travers l'instauration des bonnes pratiques liées à la récolte, la collecte et la transformation créera de la valeur et élèvera le prix de la marchandise ce qui permet de gagner de la marge pour les producteurs/collecteurs des PAM.



Le marché biologique est un marché de niche qui n'est pas détenu par les grands producteurs internationaux. Au contraire, le marché de l'offre est très fragmenté, ce sont les petits producteurs ayant presque le même profil que nos acteurs du cluster du Nord-Ouest qui sont bien positionnés pour produire les plantes aromatiques fraîches biologiques, trouver leurs parts de marché et croître leurs CA.

Le développement des compétences, la formation et l'acquisition de savoir-faire permet d'améliorer considérablement le retour de la valeur ajoutée vers les acteurs par une réduction de la marge des éventuels intermédiaires et une meilleure valorisation des ressources forestières locales. Par ailleurs, la maîtrise de la chaîne de logistique de froid et la parfaite coordination entre les acteurs permettra d'offrir un produit à plus de valeur ajoutée ce qui augmentera les revenus des acteurs cibles et renforceront leur résilience face au chômage et la pauvreté.

Le circuit de distribution ciblé des plantes aromatiques fraîches biologique (rayons biologiques, restaurants spécialisés bio etc.) apportera de la valeur ajoutée substantielle aux producteurs en absorbant toutes les marges exorbitantes détenues par les intermédiaire traditionnels (tels que le cas de la chaîne de valeur actuelle où la marge est accaparé par les intermédiaires /revendeurs des Plantes séchées).

Il est signalé que les plantes séchées ont une élasticité négative partant que fait qu'il s'agit des produits ordinaires et normaux qui n'ont pas une valeur supplémentaire, ni de tendance et qui sont vendus en gros. Quant aux PACs fraîches BIO, et même gourmet qui sont des biens dits de Veblen, elles ont une élasticité-prix positive, leur demande augmentant avec leur prix. Ce sont des biens de luxe, des produits Healthy qui répondent à des besoins des produits faits et bio de bonne qualité de vie.

La comparaison de la structure des coûts entre les plantes aromatiques fraîches et séchées confirme l'opportunité pour les acteurs du cluster du Nord-Ouest à cibler des marchés spécifiques pour le frais biologique. En effet, cette nouvelle chaîne de distribution est plus courte par rapport aux intervenants d'où la capture de la marge de bénéfice est possible chez les acteurs du cluster du Nord-Ouest dont la maîtrise de la logistique du froid et par conséquent la garantie de la qualité des plantes fraîches est sous leur responsabilité.

Toutefois, la chaîne de distribution des plantes séchées est plus longue, faisant intervenir principalement des grossistes et des intermédiaires. Les acteurs du cluster du Nord-Ouest vendent toute leur production au premier maillon de la chaîne de valeur et la marge de bénéfice du produit fini reviendra principalement aux autres intervenants.

Figure : Structure des coûts pour l'activité de production des plantes aromatiques fraîches

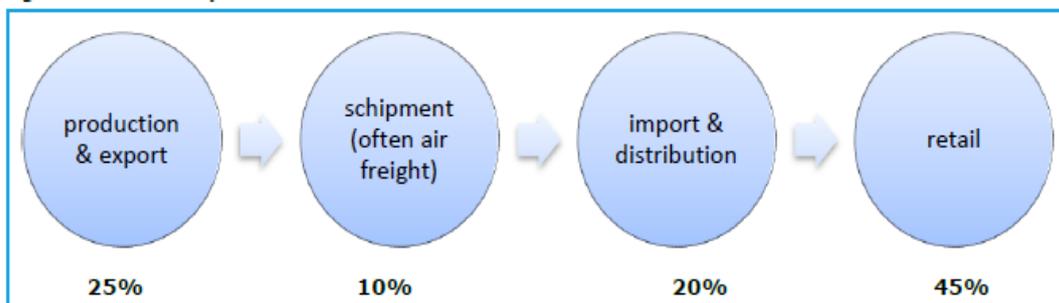
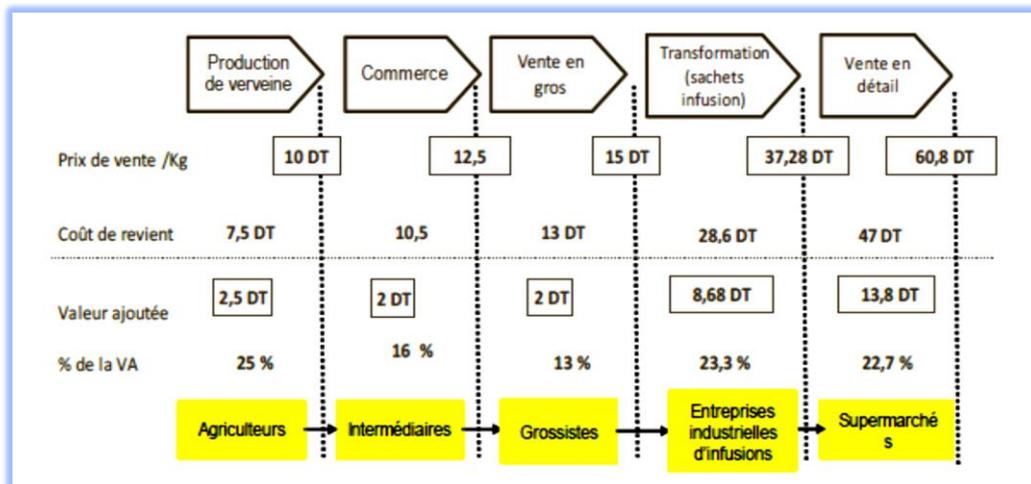


Figure : Exemple de structure des coûts pour une plantes aromatiques séchées

- **La structure des coûts pour les plantes aromatiques séchées**



Pour le risque des pertes des parts des marchés en augmentant la marge, et en prenant en considération que les prix pratiqués à l'international sont de l'ordre de 110 euros / kg ceci représente un cout de production et d'export (en référence à la structure de prix cité plus haut cout de production et d'export de 45% du prix) ceci donnera 27,5 euros /kg (environ 88 dinars/ kg). L'augmentation des marges pour les différents acteurs de la chaîne de valeur notamment les producteurs leur permettra d'améliorer leurs revenus.

Nos analyses des prix sur le marché international, montrent à titre d'illustration que 15 à 20 grammes de Romarin frais sur le marché européen se vendent à plus de 1,6 Euros (soit l'équivalent 175 Euros comparé à un Kilo de romarin séché). Ainsi, la valeur au kilo est relativement élevée et permet des frais d'expédition plus élevés tels que le fret aérien et une chaîne d'approvisionnement en herbes fraîches et une logistique frigorifique efficace.

Certes, l'intégration à la nouvelle chaîne de valeur est une opportunité pour la population cible, toutefois, il y avait des contraintes techniques, structurelles et réglementaires qui peuvent freiner son développement.

- Les principales contraintes

- L'exploitation de la flore forestière est soumise à des autorisations des autorités forestières dont les procédures réglementaires et administratives ainsi que les conditions financières sont assez complexes notamment pour les riverains et les GDA/SMSA. Il faut signaler qu'à ce niveau, l'accès aux ressources naturelles forestières (plantes sauvages) représente la plus importante contrainte au développement de la nouvelle chaîne de valeur vu que nos acteurs (GDA, SMSA, PME, etc.) de la CDV ne sont pas impliqués dans la prise de décision et même avec la signature du contrat de la cogestion et sachant qu'il existe une grande sous exploitation des réserves des plus importantes plantes aromatiques spontanées en Tunisie à savoir le romarin, le myrte et le thym. En fait, le taux d'exploitation de la superficie mise à la vente par la régie d'exploitation des forêts ne dépasse pas les 40% pour le romarin et les 45% pour le myrte et le thym ce qui représente un gaspillage d'une ressource d'une valeur économique importante.
- La réussite de la mise en place de la chaîne de logistique de froid dans le Nord-ouest qui, initialement, ne dispose pas de cette logistique, constituera un vrai défi pour tous les acteurs du Nord-Ouest. En effet, une défaillance quelconque dans la maîtrise du manuel des procédures, le respect des paramètres techniques ou la coordination entre les acteurs constituera une contrainte majeure à la production des PACs fraîches BIO. Il est à signaler que des expériences d'export de plantes fraîches ont été réalisées mais ont échoué à cause de ce manque de maîtrise de la chaîne de froid notamment au niveau du dernier maillon commercialisation
- Les acteurs essentiels de cueillette des PACs fraîches GDA ne peuvent exercer des activités à caractères commerciales et industrielles selon leur statut d'où la prolifération des activités informelles et illicites
- Les contraintes de planification des réponses aux commandes, notamment devant l'instabilité des quantités de la matière première selon les saisons de cueillette (climat, état des forêts, situation sanitaire et autres) et le manque de collaboration entre les GDA/SMSA de la zone.
- La contrainte culturelle de l'organisation du travail en groupement de développement agricole et en SMSA notamment lorsque le nombre d'affaires augmente et les enjeux financiers deviennent importants. En effet, La production des plantes aromatiques, tout comme les activités agrosylvopastorales, sont généralement gérées à l'échelle du foyer familial. Organiser de telles activités à l'échelle d'une communauté ou à l'échelle de groupements peut s'avérer complexe notamment devant la multiplicité des intérêts qui peuvent exister au sein des communautés et le rôle des institutions internes et externes dans les processus de prise de décision.

La prise en considération de tous les éléments, cités ci-dessus a permis d'identifier les domaines à améliorer dans la chaîne de valeur actuelle et de migrer vers un nouveau segment stratégique. Il s'agit essentiellement de la : (axe1) Maîtrise de la chaîne des PAM fraîches ; (axe 2) Commercialisation et (axe 3) Financement.

Des lignes d'actions techniques se sont décollés à partir de ces trois domaines d'amélioration. L'appui du gouvernement dans la mise en œuvre de ces différentes interventions est nécessaire pour lancer une initiative de développement de la nouvelle chaîne de valeur dans la région du Nord-Ouest. Ces lignes d'action seront mises en œuvre avec les acteurs les plus engagés et prêt à investir pour intégrer cette nouvelle chaîne de valeur. Le projet veillera surtout à la pérennisation de ce business ainsi son développement dans le futur. Les résultats de ces lignes actions et leurs retombés sur les acteurs privés et publics vont trainer certainement l'implication d'autres acteurs dans ce business et son développement à l'échelle régionale puis nationale.

III. LES LIGNES D' ACTIONS

Pour que les acteurs du cluster du Nord-Ouest puissent se positionner dans ce nouveau créneau relatif à la production de PACs fraîches biologiques, ils sont appelés à la mise à niveau de leur production primaire et secondaire et à la parfaite coordination entre eux pour assurer la maîtrise de la logistique de froid. Pour ce faire, le projet proposera le plan d'investissement et d'amélioration d'affaires comportant **03 lignes d'actions** : des investissements publics et privés déclinées en 07 actions.

LES LIGNES D' ACTIONS



Ces lignes d'actions sont déclinées en 7 actions qui ont fait l'objet d'une priorisation des interventions en se basant sur les 5 critères jugés pertinents suivants (noté de 1 à 5) :

- (1) indispensable au développement de la chaîne (Oui/Non),
- (2) retombées sur la compétitivité de la chaîne à l'échelle nationale et internationale,
- (3) retombées sur les emplois de la chaîne de valeur,
- (4) retombées pour la population cible (revenus, emplois additionnels, conditions de travail), et
- (5) faisabilité de mise en œuvre.

Actions	Critères de priorisation				
	Indispensable au développement de la chaîne	Retombées sur la compétitivité de la CDV	Retombées sur les emplois de la CDV	Retombées pour la population cible	Faisabilité de mise en œuvre.
Action 1 : Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique	5	4	2	4	4
Action 2 : Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France "	5	5	2	4	3
Action 3 : Appui du PGIP aux acteurs pour une action d'exportation de Romarin frais biologique.	4	4	5	5	4
Action 4 : Mise à niveau d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique par rapport aux exigences du SOP.	4	4	3	4	3
Action 5 : Elaboration d'un REFERENTIEL PAM destinée Plantes aromatiques culinaires et vulgarisation de ses informations techniques.	4	4	1	4	5
Action 6 : Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraîches sur les marchés de destination.	5	4	3	5	4
Action 7 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaînes de valeur.	3	4	3	4	3

Les sept actions prioritaires proposées pour le renforcement de la compétitivité des acteurs du cluster Fresh K « Plantes aromatiques culinaires fraîches biologiques », ont été synthétisées dans des fiches par action (ci-dessous). Un budget global de ces actions est estimé, selon les premières études, à **1 365 184 TND** (y compris la participation publique et privée) et est réparti comme suit :

	Budget estimatif (TND)
i. Maitrise de la chaine de PAM Fraiches	
Action n°1 : Mise en place des certifications nécessaires en mode biologique	117 300
Action n°2 : Assistance technique pour la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique du Nord-ouest vers l'Allemagne et la France "	133 484
Action n°3 : Appui du PGIP aux acteurs pour une action d'exportation de Romarin frais biologique	388 000 ⁵⁹
Action n°4 : Mise à niveau d'une ou plusieurs SMSA pour réaliser, contrôler et coordonner les opérations liées à l'exportation du romarin frais biologique par rapport aux exigences du SOP.	243 000 ⁶⁰
Action n°5 : Elaboration d'un REFERENTIEL PAM destinée Plantes aromatiques culinaires et vulgarisation de ses informations techniques.	400 000
ii. Commercialisation	
Action n°6 : Assistance à l'identification des réseaux de distribution des PAM fraiches sur les marchés de destination.	63 000 ⁶¹
iii. Financement	
Action n°7 : Assistance technique des acteurs du cluster pour bénéficier de l'accès aux mécanismes de financement dédiés au développement des chaines de valeur	20 400 ⁶²
TOTAL GENERAL	1 365 184 DT⁶³

⁵⁹Le budget estimatif pour le scénario le plus cher (exportation par remorque)

⁶⁰ Le coût prévoit les frais du renforcement de capacité d'une seule SMSA

⁶¹ Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

⁶² Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

⁶³Le cout total du PIAA est évalué à 1 345 184 DT DT (pour une expédition par avion, action 2)

LES FICHES ACTIONS

FICHE ACTION N°1

MISE EN PLACE DES CERTIFICATIONS NECESSAIRES EN MODE BIOLOGIQUE

Investissement public dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs du cluster du Nord-Ouest.

Contexte

Le Nord-Ouest tunisien est connu par un étendus forestier important, très varié et surtout sous valorisé malgré qu'il abrite une population défavorisée et nombreuse. Cette description est fondée sur les données statistiques fournies par les institutions publiques spécialisées (MARHP, CRDA, INS, APIA, APII, ODNO etc.) ainsi que les intervenants du secteur privé (GDA, SMSA, PME etc.).

Durant les travaux d'étude de l'IRC-PAC-NO, le secteur privé a témoigné d'une connaissance, consciente de la situation de l'activité, pouvant constituer une base de promotion et de développement d'un secteur positivement impactant pour la région sur le plan socio-économique. Dans le but d'améliorer l'exploitation des plantes aromatiques pour plusieurs utilisations, les acteurs privés, même à l'échelle individuelle, ont réalisés, auparavant, des tentatives d'innovation et d'amélioration de l'exploitation des PACs dans la région liés à l'ajout de la certification biologique sur leurs produits offerts et ce, en espérant assurer un nouveau positionnement des PACs, garantir son évolution et la pérennité de leurs business. Ces tentatives n'ont pas abouti pour plusieurs raisons dont la plus importante est celle liée au coût de la certification biologique des parcours forestiers. C'est dans ce cadre que la mise en œuvre de cette action permettra aux acteurs privés de se positionner sur des marchés spécifiques et à plus de valeur ajoutée, notamment en ciblant le marché des plantes biologiques.

Justificatifs et raisonnement

L'exploitation actuelle des PACs, en Tunisie en générale et dans la région du Nord-Ouest en particulier, se définit principalement au segment des plantes séchées. Avec l'évolution socio-économique et les nouvelles tendances de consommation, ce segment est devenu moins attractif surtout avec la domination de certains acteurs internationaux. Les investigations menées ont confirmé que le secteur comporte deux segments attractifs aux nouveaux investisseurs à savoir : le segment des plantes aromatiques biologiques fraîches et celui des plantes aromatiques pour le consommateur gourmet.

Au niveau de la richesse, de point de vue quantité, diversité et qualité, la Tunisie présente un potentiel prometteur pour développer un secteur favorablement impactant sur le plan économique et sociale à condition de choisir un nouveau positionnement stratégique meilleur et mener pour l'atteindre le changement nécessaire. En fait, la chaîne de valeur actuelle dédiée aux plantes séchées présente plusieurs défaillances et ne permet pas de franchir un niveau de qualité compétitif sur le marché et générateur d'une marge bénéficiaire satisfaisante.

Le nouveau positionnement stratégique suggéré consiste à migrer du segment des plantes aromatiques séchées à celui des plantes aromatiques fraîches biologiques en premier lieu puis vers le segment des plantes aromatiques fraîches gourmet. Ce nouveau positionnement impose certaines améliorations de la chaîne de valeurs actuelle garantissant de satisfaire les attentes du nouveau client ciblé dont la certification biologique qui constitue une obligation pour les acteurs du cluster du Nord-Ouest. Vu que le domaine forestier objet d'intervention est propriété de l'Etat, l'intervention des pouvoirs publics s'avère nécessaire pour autoriser et faciliter la certification des parcours visés.

Objectif et résultat :

La présente action de certification en mode biologique des parcours forestiers ciblés peut constituer un déclenchement de plusieurs actions similaires chaque fois que l'exploitation l'impose à travers la demande du marché dont les indicateurs de son évolution future confirment une tendance positive. Il est à considérer que la fréquence de répétition de l'action ainsi que l'étendue de la superficie demandée à la certification constitueront des indicateurs de suivi pertinents pour mesurer le degré de réalisation des résultats escomptés.

Objectif 1 : Certifier 6.500 Ha de domaines forestiers répartis comme suit :

Zone	Gouvernorat/ Délégation	Localité	Surface proposé	Espèces de PAM concernées dans la zone	Observations/justificatifs
Zone 1	Tajerouine/Kef	Jbels de Menzel Salem et Tajerouine	2500 ha	Thym et Romarin	Kef détient 31,4% des superficies nationales de thym et 19,3% de romarin
Zone 2	Bargou/ Siliaana	J Bargou	2000 ha	Romarin et thym	Siliaana détient 19,2 % des superficies nationales de romarin et de 7% thym
Zone 3	Kesra/ Siliana	jbels de Kesra	2000 ha	Romarin et thym	

Source : CDCGE/AFC

Objectif 2 : Certifier le mode de production de Romarin frais biologique

Résultat : Augmentation de la production de romarin frais biologique

Disposition de mise en œuvre :

L'action de certification des parcours forestiers fait appel aux :

- Consultants privés pour l'accompagnement des acteurs du cluster,
- Organisme de certification
- Services des pouvoirs publics (MARHP) pour autoriser l'action et appuyer les bénéficiaires
- Acteurs du cluster pour s'inscrire et s'engager à s'approprier de l'action,
- Ressources financières mobilisées par le projet PGIP.
- Suivi régulier par le projet PGIP pour atteindre les objectifs et résultats escomptés.

Budget estimatif :	117 300 TND	Délais de mise en œuvre estimatif :	62 semaines
-------------------------------	--------------------	--	--------------------

FICHE ACTION N°2

ASSISTANCE TECHNIQUE POUR LA CONCEPTION ET LA VALIDATION DES "PROCEDURES OPERATIONNELLES POUR LA PRODUCTION ET L'EXPORTATION DU ROMARIN FRAIS BIOLOGIQUE DU NORD-OUEST VERS L'ALLEMAGNE ET LA FRANCE "

Investissement public dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs du cluster du Nord-Ouest.

Contexte

La production du romarin frais, récolté depuis le domaine forestier, devrait suivre des procédures particulières et précises lui permettant de garder la fraîcheur et la haute qualité exigés par l'acheteur. La maîtrise de ces procédures par tous les acteurs de la chaîne de valeur est primordiale pour garantir l'exportation du romarin frais conformément aux exigences de l'acheteur.

Actuellement, la chaîne du froid n'est pas installée au niveau du Nord-Ouest tunisien et par conséquent, les acteurs de la chaîne de valeur du romarin ne connaissent pas les procédures à suivre pour la production du romarin frais. C'est dans ce cadre qu'il est proposé d'élaborer un Manuel de Procédures Opérationnelles (SOP), de la récolte au consommateur final, pour garantir la meilleure conservation et durée de conservation du romarin frais tout en minimisant l'impact environnemental et en améliorant les impacts sociaux. Le SOP devra en fin de compte être conçu pour garantir que la qualité du romarin frais livré aux marchés d'exportation est maintenue tout au long de la chaîne de valeur, du domaine forestier au consommateur.

Le choix du romarin pour l'élaboration du SOP et par conséquent l'exportation vers des marchés de destination est motivé par les points suivants :

- La Disponibilité de la matière première (Romain) : 75% des nappes de romarin exploitées sont situées au Kef et à Siliana.
- La surface exploitée en Tunisie en matière du PAM est essentiellement en Romarin. En effet, l'exploitation des nappes de PAM en Tunisie concerne une surface moyenne annuelle de 80 000 ha pour le romarin, 15 000 ha pour le myrte et 12000 ha de lentisque.
- Le romarin est une plante toujours verte et peut être collectée sur toute l'année (exceptée la période de floraison)
- Le romarin est une plante riche en antioxydant qui prévient la dégradation oxydative et microbienne des aliments. Il est largement utilisé dans l'industrie alimentaire.
- L'utilisation d'herbes fraîches comme agents aromatisants dans une gamme de préparations culinaires a un rôle important dans l'amélioration de la saveur globale des aliments.
- L'appel pour les produits biologiques a augmenté dans le monde en raison de la prise de conscience des consommateurs de leurs bienfaits sur la santé, et cela devrait profiter aux entreprises d'herbes fraîches dans les années à venir.

Cette action constitue une priorité pour les acteurs du cluster qui ont exprimé un manque de compétence technique significatif au niveau des différentes étapes de production. De plus, les acteurs ont montré un intérêt particulier pour l'amélioration de leurs capacités techniques à travers la participation à des sessions de formation soit à titre individuel où dans le cadre de session organisées par les institutions d'appui et les projets de coopération mais ils jugent que leurs connaissances sont encore insuffisantes pour réussir la mission proposée dans le cadre de l'IRC.

Justificatifs et raisonnement

Le marché des plantes fraîches enregistre une demande globale en évolution de +6% en valeur et de +7% en quantité. Parmi les principaux importateurs mondiaux, on cite l'Allemagne, les USA et le Royaume Uni. L'évolution croissante de la demande en plantes fraîches de ces marchés de niche constitue une opportunité économique importante à saisir par les acteurs du cluster du Nord-Ouest, leur permettant ainsi de se positionner sur ce créneau à plus de valeur ajoutée.

Toutefois, pour accéder à ces marchés, il est indispensable de maîtriser toutes les procédures opérationnelles pour la production de plantes fraîches depuis la récolte jusqu'au consommateur final. La maîtrise et le savoir-faire relatifs à la production de plantes fraîches n'existent pas chez les acteurs du cluster du Nord-Ouest. Ces derniers sont également incapables d'engager une expertise pointue capable de définir, tester et rédiger les procédures opérationnelles adaptées aux acteurs concernés par cette chaîne de valeur.

En effet, quelques acteurs privés du cluster du Nord-Ouest ont essayé de faire des petites opérations pilotes pour exporter le romarin frais vers un marché de l'Union Européenne. Ces acteurs ont déclaré que les tentatives ont échoué car ils ne maîtrisent pas les paramètres techniques nécessaires à la conservation du produit jusqu'au marché de destination. De plus et pour les mêmes raisons, la responsable d'une SMSA sise à Jendouba a déclaré son incapacité à répondre favorablement à la commande de plantes fraîches qui lui a été parvenue par un acheteur canadien.

Alors, la mise en œuvre cette action relative à la conception et la validation des "procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique servira en premier lieu aux acteurs du cluster du Nord-Ouest du fait qu'ils sont les acteurs concernés par le projet PGIP. Toutefois, le projet PGIP pourra envisager de faire bénéficier tous les acteurs publics et privés concernés par les plantes aromatiques culinaires en Tunisie des livrables de cette action et ce, afin de les permettre d'intégrer ce créneau porteur et conquérir de nouveaux marchés à plus de valeur ajoutée. De plus et en premier lieu, cette action concerne le romarin mais couvrira nécessairement les autres plantes constitutives du potentiel identifié (Thym par exemple) ainsi que les plantes qui peuvent être introduites dans l'offre des acteurs privés dans un but de diversification de la gamme de produits.

L'intervention du projet PGIP pour cette action est justifiée par i) les livrables de l'assistance technique qui consiste principalement en un manuel de procédures opérationnelles pour la production et l'exportation du romarin frais biologique ; testé sur le plan pratique et révisé par conséquent ; peut constituer un bien public à partager avec tous les acteurs publics et privés désirant se positionner sur ce créneau, ii) le coût de l'expertise technique recherché pour cette action est élevée, dépassant de loin la capacité financière des GDA/SMSA cibles.

Il est proposé que cette action sera portée techniquement par le Groupement Interprofessionnel des Légumes (GIL) pour la pérennisation et la prise en charge de la diffusion des livrables de l'assistance techniques afin d'encourager le maximum d'acteurs privés à se positionner sur ce nouveau créneau (PAC Fraîches Biologique)

Objectif et résultat

Les résultats et objectifs sont identifiés essentiellement comme suit :

Objectif 1 : Maîtriser toutes les procédures de production de romarin frais (Pré récolte – Récolte – Transformation – Exportation – HACCP)

Objectif 2 : Tester le Manuel des procédures opérationnelles (SOP)

Objectif 3 : Réaliser deux opérations d'export de romarin frais biologique par remorque frigorifique et par fret aérien vers l'Allemagne et la France.

Résultat 1 : Le Manuel des procédures opérationnelles (SOP) Révisée en arabe et en français

Résultat 2 : Le matériel de formation sur les SOP en arabe et en français

Résultat 3 : Une vidéo promotionnelle des résultats des expéditions pilotes, en arabe et en français

Disposition de mise en œuvre :

Cette action fait appel aux :

- Consultants ou groupe de consulting (nationaux et/ou internationaux)
- Acteurs du cluster pour s'inscrire et s'engager à s'approprier de l'action,
- Ressources financières mobilisées par le projet PGIP.
- Suivi régulier par le projet PGIP pour atteindre les objectifs et résultats escomptés.

Budget estimatif :	133 484 TND	Délais de mise en œuvre estimatif :	44 semaines
---------------------------	--------------------	--	--------------------

FICHE ACTION N°3

APPUI DU PGIP AUX ACTEURS POUR UNE ACTION D'EXPORTATION DE ROMARIN FRAIS BIOLOGIQUE

Investissement privé avec une subvention publique (à travers PGIP) dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs les plus avancés et engagés

Contexte

Il est proposé de procéder à des opérations d'exportations du romarin frais biologique vers des marchés de destination conformément au Manuel des procédures opérationnelles (SOP), élaboré au niveau de l'action précédente. Les acteurs du cluster du nord-Ouest concernés par cette action, ont été formé sur ledit Manuel et les services nécessaires pour compléter la nouvelle chaîne de valeur seront assurés par le projet PGIP.

Cette action d'exportation nécessite un accompagnement rapproché en vue d'examiner et de valider les conditions d'exécution. La nécessité de cet appui a été formulée par les acteurs privés d'une part à cause du manque d'expérience dans le suivi et la coordination entre tous les acteurs et d'autre part à cause de leurs incapacités financières pour se lancer dans une activité d'exportation pour la première fois. Il est proposé ainsi que cet appui sera assuré par le projet PGIP en tant qu'unité de mise en œuvre de cette action.

Justificatifs et raisonnement

Les analyses menées dans le cadre de l'IRC ont prouvé que l'activité d'exportation des plantes aromatiques fraîches biologiques constitue une opportunité très prometteuse et importante pour la région du Nord-Ouest afin de débloquent la situation socio-économique défavorable. L'importance des ressources en quantité et en qualité sont des atouts de base qui peuvent être consolidés par une exploitation valorisante moyennant des procédés scientifiquement déterminés. En tant que propriétaire des ressources à exploiter, les pouvoirs publics sont les partenaires directs et influant dans la mise en œuvre de l'action.

Objectif et résultat :

La présente intervention d'appui est à durée limitée. Cette durée sera définie par le projet PGIP de part sa capacité à subventionner cette action dans le temps. L'action est basique mais nécessaire pour le développement du projet car elle permet de définir les conditions nécessaires de réussite de la mission dans sa totalité. L'importance de l'intervention dans la réalisation des objectifs du projet est jugée à partir du degré de la facilité et de la rapidité d'atteindre ces objectifs. De ce fait, tout gain de temps dans la réalisation des objectifs du projet où d'une bonne partie de ces derniers peut être attribué à la pertinence d'exécution de la présente intervention.

Objectif : Exporter 50 tonnes de romarin frais biologique.

Résultat : Instaurer une nouvelle opportunité économique pour les acteurs du cluster du Nord-Ouest

Disposition de mise en œuvre :

Cette action fait appel aux :

- Acteurs du cluster les plus avancés et les plus engagés pour participer à la mise en œuvre de cette action
- Les fournisseurs de services à recruter par le projet PGIP et à subventionner pour le compte des acteurs du cluster
- Accompagnement et suivi régulier par le projet PGIP pour atteindre les objectifs et résultats escomptés
- Ressources financières mobilisées par le projet PGIP.

**Budget
estimatif :**

388 000 DT⁶⁴

**Délais de mise en œuvre
estimatif :**

27 semaines

⁶⁴Budget estimation pour une expédition par remorque frigorifique

FICHE ACTION N°4

MISE A NIVEAU D'UNE OU PLUSIEURS SMSA POUR REALISER, CONTROLER ET COORDONNER LES OPERATIONS LIEES A L'EXPORTATION DU ROMARIN FRAIS BIOLOGIQUE PAR RAPPORT AUX EXIGENCES DU SOP

Investissement privé avec une subvention publique (à travers PGIP) dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs les plus avancés et engagés

Contexte

La cueillette des plantes aromatiques spontanées est réalisée, dans sa majeure partie, par des GDA qui n'ont pas le droit d'exercer des activités commerciales et du fait que beaucoup de leurs adhérents sont aussi des adhérents de certaines SMSA, l'engagement de celle-ci dans la présente action permet l'ancrage d'une part plus importante de valeur ajoutée dans la région et soulever la contrainte juridique.

Ainsi, dans le but de mettre en place la chaîne du froid au Nord-Ouest et fournir ce service à tous les agents du cluster, il est proposé de renforcer les capacités matérielles et immatérielles d'une ou plusieurs SMSA à identifier par le projet PGIP. Cette proposition est justifiée par le fait que l'SMSA, en tant qu'acteur privé, peut jouer un rôle important dans la coordination de toutes les opérations liées à l'exportation du romarin frais. Ayant une bonne relation avec les GDAs et tous les agents du cluster, le renforcement d'une ou plusieurs SMSA permettra d'instaurer un service relatif à l'exportation du romarin frais biologique ou tout autre produit frais et ce au profit des agents du cluster.

Justificatifs et raisonnement

La coordination du travail entre les différents acteurs constitue un défi majeur pour la réussite du projet dans son ensemble. Les acteurs sont habitués au travail collectif mais la coopération pour la mission actuelle doit être suivie de très près pour éviter toute défaillance. Les éléments les plus influents dans l'activité sont le contrôle et le respect du Manuel des procédures opérationnelles (SOP) au niveau de chaque maillon de la chaîne de valeurs. Ces deux éléments seront impérativement à la charge de l'SMSA du fait qu'elle constitue le superviseur de toute l'action. L'intervention du projet PGIP à subventionner cette action est nécessaire pour motiver les SMSAs de la région à instaurer le service relatif à l'exportation du romarin frais biologique en premier lieu. Ce service sera aussi valable pour tout autre produit frais de la région que les acteurs du cluster du Nord-Ouest souhaitent exporter.

Objectif et résultat :

L'intervention vise la validation des recommandations de bonnes pratiques et de conditions d'exécution des différentes tâches que comporte la chaîne de valeur afin de garantir une qualité de produits conforme aux attentes du consommateur. Cette intervention évolutive car elle va permettre à l'SMSA d'avoir les compétences nécessaires à l'exercer de manière permanente ultérieurement. La coordination des activités du cluster est une mission de grande importance car il en dépend la réussite de tout le projet. De ce fait, la réalisation des objectifs du projet ainsi que sa pérennité sont tributaires de la bonne coordination inter-acteurs.

Objectif 1 : Assistance technique d'au moins une SMSA dans le Cluster pour la réalisation, le contrôle et la coordination des opérations d'export du romarin frais biologique.

Objectif 2 : Acquisition de matériel nécessaire à l'SMSA pour assurer ses activités (Equipement, camions frigorifiques, chambre frigorifique etc.).

Résultat : Créer un service commun relatif à l'exportation de romarin frais biologique au profit des acteurs du cluster.

Disposition de mise en œuvre :

Cette action fait appel aux :

- Acteurs du cluster les plus avancés et les plus engagés pour participer à la mise en œuvre de cette action (SMSAs)
- Accompagnement et suivi régulier par le projet PGIP pour atteindre les objectifs et résultats escomptés
- Ressources financières mobilisées par le projet PGIP.

Budget estimatif : 243 000 TND⁶⁵

Délais de mise en œuvre estimatif : 88 semaines

⁶⁵ Le coût prévoit les frais du renforcement de capacité d'une seule SMSA

FICHE ACTION N°5

ELABORATION D'UN REFERENTIEL PAM DESTINEE PLANTES AROMATIQUES CULINAIRES ET VULGARISATION DE SES INFORMATIONS TECHNIQUES.

Investissement public dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs du cluster du Nord-Ouest.

Contexte

Le cluster des PAM du Nord-Ouest est actuellement opérationnel sur deux activités principales à savoir les huiles essentielles et les plantes séchées d'une manière artisanale et sans assise scientifique ni normes de qualité. Les défauts causés par ce procédé sont camouflés par les opérations de distillation ou de séchage. Pour l'activité de production de PAC la moindre abimassions peut causer des grandes pertes financières ou une déstabilisation au niveau des relations du cluster avec ses clients. Ce contexte été constaté lors des entretiens avec les opérateurs qui ont exprimés le besoin d'élaborer un référentiel PAM destiné aux PAC pour garantir le niveau de qualité exigé. La plate-forme technologique actuelle peut prendre en charge l'exécution de l'action à travers la coordination des efforts des établissements de l'enseignement supérieur, des centres techniques et les centres de formations professionnelles spécialisés.

Justificatifs et raisonnement

Au niveau des compétences techniques, les éléments de base sont jugés suffisamment disponibles pour mettre en œuvre la présente action sous condition de bien mener l'activité de coordination entre les différents intervenants vu le manque de liens de coopération entre ces établissements. En cas de besoin, il est possible de faire appel à des compétences étrangères appropriées. La prise en charge de l'action par le secteur public est justifiée par le manque de capacité de coordonner une action pareille par les acteurs privés ainsi que l'absence de ressources financières auprès de ces derniers pour la réaliser. De plus, le référentiel relatif à un recensement des principales plantes de la région contiendra des informations qui seront diffusées chez les acteurs et vulgarisée, dans le cadre de cette initiative, afin de favoriser l'amélioration de la productivité (maîtrise des rendements et de la qualité). En effet, l'ensemble des guides rédigés dans le cadre de cette action seront également partager avec l'AVFA (Agence de la vulgarisation et de la formation agricoles) afin d'élaborer les références des compétences de la formation professionnelle spécialisée.

Objectif et résultat :

Le référentiel prévu constitue un document repère comportant tous les détails techniques liés au traitement de chaque plante de la plantation à sa mise à la disposition du consommateur finale avec une caractérisation suffisamment claire sur ses propriétés et utilisations possibles. L'action peut être évolutive pour étudier des plantes nouvellement introduites dans la liste des produits à commercialiser. Le nombre de plantes traitées par l'action prouve une évolution positive du projet du fait que toute plante ajoutée à la liste d'étude est le résultat d'une nouvelle demande e consommation exprimée par les clients.

Objectif : Avoir une référence sur les PAM ciblant les Plantes aromatiques culinaires pour maîtriser la qualité des Matières Premières et des produits semi-finis en premier lieu.

Objectif 2 : améliorer la production des PAM.

Résultat 1 : Une référence adéquate pour les PAM est mise à disposition des acteurs.

Résultat 2 : Matières premières des produits respectant les normes de qualité et les bonnes pratiques de culture et de cueillette.

Résultat 3 : des acteurs du cluster sont formés sur les bonnes pratiques selon le référentiel

Résultat 4 : 20 accompagnateurs /formateurs des structures publiques et privées (à raison de 05 par gouvernorat) sont prêts à diffuser les bonnes pratiques aux acteurs du cluster.

Disposition de mise en œuvre :

Cette action nécessite la mobilisation de compétences nationales qui à travers une capitalisation des travaux réalisés puissent élaborer un référentiel PAM comportant 03 guides pratiques :

- Guide ethnobotanique
- Guide de 1^{ière} transformation.
- Guide des entrepreneurs dans le secteur des plantes aromatiques culinaires.

Pour une bonne manipulation et compréhension de ce repertioire, une application téléphonique/web sera développée en marge de cette action et sera accessible par tous les acteurs en Tunisie.

Le contenu de ce référentiel et le mode de manipulation de l'application web seront vulgarisés par le projet au profit des acteurs du cluster et des institutions de formation publiques et privées en Tunisie.

Beaucoup d'études concernant les espèces de la flore tunisienne sont élaborées par des chercheurs locaux. De ce fait, il est fort possible que l'action soit menée par des compétences tunisiennes. L'enthousiasme des acteurs privés et l'implication des intervenants publics constatés durant les travaux liés à l'IRC témoignent d'un engagement favorable à une réalisation satisfaisante de l'action.

Budget estimatif :	400 000 TND	Délais de mise en œuvre estimatif :	28 semaines
---------------------------	--------------------	--	--------------------

FICHE ACTION N°6

ASSISTANCE A L'IDENTIFICATION DES RESEAUX DE DISTRIBUTION DES PAM FRAICHES SUR LES MARCHES DE DESTINATION

Investissement privé avec une subvention publique (à travers PGIP) dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs les plus avancés et engagés

Contexte

L'exportation des plantes aromatiques fraîches est une activité nouvelle pour les acteurs du cluster. De plus la nature fraîche des produits exportés, impose une connaissance la plus détaillée possible des réseaux de distribution de ces produits. Les acteurs du cluster sont incapables de déterminer les réseaux de distribution de ces produits pour plusieurs raisons dont la connexion à ces réseaux se fait à travers des blogueurs ou autres personnes influentes (grands chefs cuisiniers, dégustateurs de la gastronomie fine, ...) moyennant des canaux de communication particuliers. La recherche et l'accès aux marchés spécifiques du romarin frais biologique constituent une demande des acteurs de la zone du Nord-Ouest. En effet, l'accès à ces marchés se fait à travers des cabinets de conseil spécialisé qui renseignent sur la manière de vendre le romarin frais biologique en fournissant des conseils pratiques sur des brookers spécialisés etc. et de plus, ils assistent les acteurs du cluster à la signature de contrat avec les acheteurs potentiels choisis.

Justificatifs et raisonnement

L'exportation des PAC fraîches est très différente de sa distribution sur le marché local. En fait, l'exportation nécessite un traitement spécifique au niveau de la logistique de froid pour l'acheminer aux différents points de distribution qui doivent être bien définis et localisés. La réussite de la mission de distribution est totalement dépendante de la localisation précise des points de vente qui va fortement influencer la programmation de la chaîne logistique. Les principales contraintes qui se posent au niveau des réseaux de distribution est l'hétérogénéité des moyens à mettre en œuvre (camion, bateau et avion) qui peut comporter un risque de non concordance des temps ce qui met en danger toute l'activité. L'appui du PGIP aux acteurs du cluster à la signature de contrat avec les réseaux de distribution est indispensable pour sécuriser l'opération et motiver les intervenants. En effet, ces acteurs ont exprimé, à plusieurs reprises, leur incapacité à identifier des acheteurs et même à connaître l'approche commerciale à adopter pour accéder aux marchés frais biologiques. De plus, la mise en œuvre de cette action est nécessaire pour la réalisation de l'action de l'exportation du romarin frais biologique (action n°3).

Objectif et résultat :

La connexion du cluster aux réseaux de distribution étrangers d'une manière sécurisée et efficace représente une activité importante pour la réalisation des objectifs du projet. La recherche de marchés potentiels ainsi que les réseaux à adopter pour les servir est un travail continu car il permet au cluster de développer ses affaires et garantir sa pérennité. L'évolution du portefeuille du cluster en termes de nombre de pays destinataires et de clients pour chaque pays ainsi que celle des quantités vendues constituent des témoins objectifs sur la tendance des résultats du projet.

Objectif : Signature d'au moins un contrat de vente par bénéficiaire

Résultat : Commercialiser les PAMs fraîches biologiques dans les marchés cibles.

Disposition de mise en œuvre :

Cette action nécessite la mobilisation de compétences nationales en matière de connaissances de marchés de distribution spécifiques aux PAMs fraîches.

Cette action fait appel aux :

- Cabinet de conseil
- Acteurs du cluster les plus avancés et les plus engagés pour participer à la mise en œuvre de cette action (Exportateurs, SMSAs etc)
- Accompagnement et suivi régulier par le projet PGIP pour atteindre les objectifs et résultats escomptés
- Ressources financières mobilisées par le projet PGIP.

Budget estimatif : 63 000 TND⁶⁶

Délais de mise en œuvre estimatif :

33 semaines

⁶⁶ Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.

FICHE ACTION N°7

ASSISTANCE TECHNIQUE DES ACTEURS DU CLUSTER POUR BENEFICIER DE L'ACCES AUX MECANISMES DE FINANCEMENT DEDIES AU DEVELOPPEMENT DES CHAINES DE VALEUR

Investissement public dans le cadre de mise en place des services communs au profit des acteurs du cluster du Nord-Ouest.

Contexte

Autre que les fonds communs qui peuvent être accessibles aux investisseurs indépendamment de la nature de leurs activités, il existe des fonds alloués uniquement sous certaines des critères fixés d'avance dont ceux dédiés au financement des projets de développement des chaînes de valeur. L'assistance souhaitée est une activité de sensibilisation et d'accompagnement des acteurs demandeurs de financement. L'action a été évoquée par les acteurs privés et exécutable à travers une collaboration de plusieurs institutions (appui, finance, ...) et intervenants individuels (experts, consultants, bureaux d'études, ...) de différentes spécialités.

Justificatifs et raisonnement

Les nouvelles orientations stratégiques pour le développement des chaînes de valeur offrent un cadre favorable pour donner la priorité au financement des projets d'investissement en relation. La multiplicité des projets de coopération impliqués dans ce domaine offre une opportunité sérieuse pour les investisseurs en quête de financement mais les procédures administratives présentent un blocage significatif à la mise en œuvre. La facilitation de l'accès à ces financements permet un appui solide pour la concrétisation des objectifs escomptés. L'assouplissement des procédures est principalement une affaire des intervenants du secteur public.

Objectif et résultat :

Les solutions développées pour l'action peuvent être dupliquées ultérieurement en cas de besoins mais pour le moment l'accélération de la mobilisation des fonds disponibles actuellement en faveur des acteurs du cluster est de grande utilité pour la mise en œuvre des actions de l'IRC dans des délais acceptables et favorisant l'adhésion au projet. Le nombre de projets financés, les délais de déblocage des crédits, le taux d'utilisation des fonds, peuvent témoigner de l'efficacité des solutions développées.

Objectif 1 : Appuyer les acteurs du cluster à la constitution de leurs dossiers (l'élaboration de leurs plans d'affaires, les autorisations nécessaires, ...) afin d'accéder aux mécanismes de financement dont ils peuvent bénéficier.

Objectif 2 : Accès à au moins un mécanisme de financement par bénéficiaire

Résultat 1 : Les acteurs sont capables de présenter des dossiers complets et défendables devant les comités d'évaluation pour le financement.

Résultat 2 : Les délais de constitution et d'évaluation des dossiers sont réduits.

Résultat 3 : Les acteurs sont plus conscients et plus impliqués dans la conception de leurs projets.

Disposition de mise en œuvre :

Cette action fait appel aux :

- Expert spécialisé dans la constitution des dossiers de candidature pour l'accès aux mécanismes de financement.
- Acteurs du cluster désirant bénéficier de cette action (GDAs, SMSAs, PME)
- Accompagnement et suivi régulier par le projet PGIP pour atteindre les objectifs et résultats escomptés
- Ressources financières mobilisées par le projet PGIP.

Budget estimatif :	20 400 TND⁶⁷	Délais de mise en œuvre estimatif :	14 semaines
-------------------------------	--------------------------------	--	--------------------

⁶⁷ Le coût prévoit les frais de l'assistance d'un seul bénéficiaire.