

ENTRETIEN AVEC M. MATTHIEU LE GRIX, CHARGÉ DE MISSION À L'AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

Promotion commerciale de trois produits agricoles par l'indication géographique

La promotion des produits agricoles par le biais de l'enregistrement de leur indication géographique ouvre des horizons à l'exportation. Encore faut-il que les producteurs se regroupent et s'organisent dans des mutuelles...

Pouvez-vous nous parler du programme de valorisation des produits agricoles de terroir que vous financez ?

Démarré en 2010, ce projet devait se terminer en 2015 mais il a connu un certain retard. C'est pourquoi il a été prorogé à fin mars 2017.

Il s'agit d'un projet mené par le ministère de l'Agriculture, des Ressources hydrauliques et de la Pêche et, plus précisément, de la direction générale de la production agricole, avec la collaboration de l'Agence française de développement (AFD) en tant que bailleur de fonds. En fait, le coût de ce projet est de 1 million d'euros, sous forme de don.

Il vise à reconnaître certains produits agricoles au niveau international grâce à l'indication géographique, et ce, pour favoriser leur commercialisation. L'indication géographique consiste à reconnaître et enregistrer un produit d'une zone comme c'est le cas, à titre d'exemple, des dattes de Kébili. Cet enregistrement du produit évite d'usurper son origine par d'autres producteurs. C'est en quelque sorte un label lié à l'origine géographique du produit. Le projet vise aussi à renforcer les capacités institutionnelles tunisiennes pour connaître l'indication géographique du produit et l'enregistrer.

Quels sont les produits à valeur ajoutée qui ont été retenus dans le cadre de ce projet et sur quels critères ?

Les produits retenus sont l'huile d'olive de Téboursouk, les grenades de Gabès et les dattes de Kébili. Une étude de fiabilité a été élaborée en 2010 pour permettre de faire la comparaison avec d'autres

produits qui ont des potentialités de commercialisation sur le marché. Un autre élément important qui a été pris en considération concerne la mobilisation des producteurs de la filière, qui doivent être motivés, organisés et intéressés par l'enregistrement de leurs produits. Chaque filière doit se caractériser par une dynamique locale. La sélection des produits a été effectuée en réalité par le ministère tunisien de l'Agriculture, en concertation avec l'AFD. En plus du renforcement des capacités, le projet encourage les producteurs à se regrouper au sein de sociétés mutuelles de services agricoles (Smsa), un genre de coopératives agricoles, et ce, pour travailler dans une structure organisée, en unifiant leur forces de production et de commercialisation. Des sociétés mutuelles ont déjà été constituées dans le cadre de ce projet. Le travail doit être axé sur la qualité des produits et sur les méthodes de production. Les activités des centres de recherche agricole tunisiens sont également rapprochées de la production pour que le produit soit d'une meilleure qualité.

Le projet permet, par ailleurs, d'assurer une promotion du produit, et ce, par la participation aux salons et foires agricoles organisés dans le monde. La participation des producteurs tunisiens à ces manifestations est financée par le projet. Le salon international de l'agriculture qui se tiendra fin février 2016 permettra, d'ailleurs, aux producteurs tunisiens d'être en contact direct avec les acheteurs potentiels.



Quelles sont éventuellement les problématiques rencontrées par les producteurs tunisiens dans le cadre de ce projet ?

Les Smsa doivent faire l'objet d'une bonne gouvernance. Une assemblée générale périodique doit se tenir d'une façon démocratique. Il faut travailler selon le règlement pour assurer un bon fonctionnement de ces structures qui auront à gérer l'argent provenant des ventes des produits agricoles. Cette gestion doit être rigoureuse et se faire avec équité pour que chaque producteur bénéficie de sa part. L'autre enjeu des producteurs concerne la qualité du produit, comme c'est le cas, par exemple, des dattes. Les producteurs doivent avoir la capacité, en plus, de négocier avec les acheteurs ; la négociation est une technique qui s'apprend et n'est pas innée. Dans le cadre du projet, on va organiser des sessions de formation au profit des producteurs et des consultants seront mobilisés pour favoriser la commercialisation des produits. Les méthodes de production, l'organisation des

producteurs dans des Smsa et l'institution de l'indication géographique pour d'autres produits doivent être regroupées au sein d'une structure au ministère tunisien de l'agriculture : cette structure n'existe pas aujourd'hui. Une fois le projet achevé, le travail doit continuer pour cibler d'autres produits en capitalisant les expériences des autres producteurs qui ont déjà fait la reconnaissance et l'enregistrement de l'indication géographique.

Avez-vous lancé des projets similaires dans d'autres régions du monde ?

Les projets relatifs à l'indication géographique lancés en Afrique sub-saharienne, en Asie du sud-est et au Cambodge ont donné des résultats variables selon le produit. Au Cameroun, par exemple, le poivre bénéficiant d'une indication d'origine, très bien vendu en France, a connu un succès. Un appui est fourni par l'AFD en vue d'encourager cette démarche qui doit se développer.

Propos recueillis par Chokri GHARBI