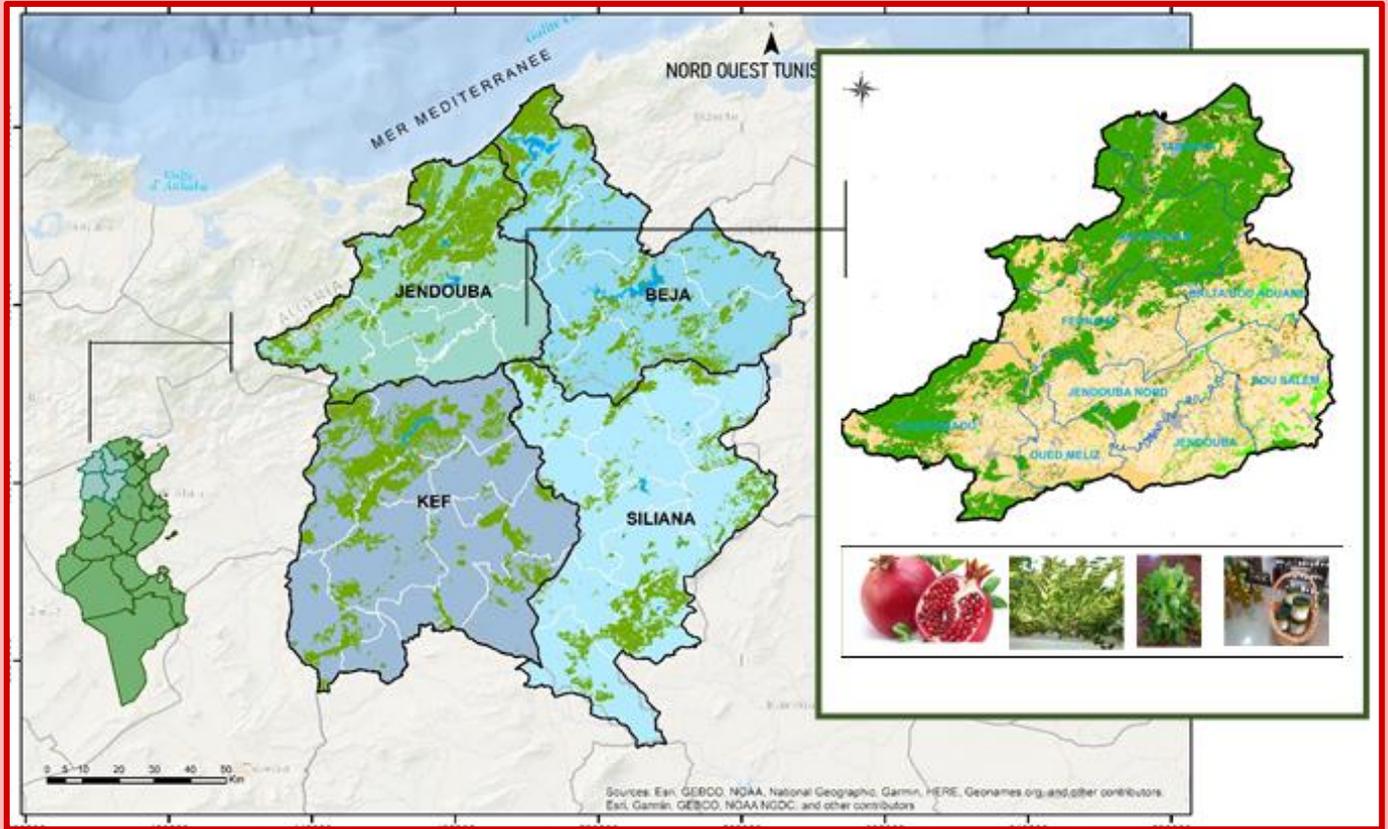


-----***-----

**Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation
et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie**

-----***-----



**Phase2 : Elaboration de plan d'action dans chaque gouvernorat de la
région du Nord-Ouest**

**Volume 2 : Rapport du plan d'action des deux produits du gouvernorat
de Jendouba : « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »**

SIGMA

INGENIERIE

Société d'Ingénierie Générale de Management et d'Assistance
"شركة الهندسة العامة والإدارة والمساعدة "سيقما للهندسة"

Montplaisir- Espace Tunis – Bloc E – Bureau 3-1- Tunis / Tél - Fax : 71 901762
Mobile : 20 255 096 - 98 255 096

Page Facebook



SIGMA Ingénierie



Plan d'action des produits de terroir choisis dans la région du
Nord-Ouest

Juillet 2024





Préparé par

Zohra HAMMAMI

Chef du projet / Economiste

Hamadi RIAHI

Expert en Agroalimentaire

Néji BOUSLAMA

Docteur en Marketing



SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCTION / CONTEXTE GENERAL, OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS..... | 9 |
| 1.1. CONTEXTE GENERAL..... | 9 |
| 1.2. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DE L'ETUDE..... | 10 |
| 1.2.1. OBJECTIF GENERAL..... | 10 |
| 1.2.2. OBJECTIF SPECIFIQUE..... | 10 |
| 1.3. RAPPEL DE L'APPROCHE ET DE LA METHODOLOGIE DE TRAVAIL..... | 11 |
| 1.3.1. ORGANISATION GENERALE DE LA MISSION..... | 11 |
| 1.3.2. APPROCHE METHODOLOGIQUE DE LA PHASE..... | 12 |
| 2. PLAN D'ACTION DE GRENADE DE GHARDIMAOU..... | 18 |
| 2.1. BILAN DU DIAGNOSTIC DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 18 |
| 2.1.1. RAPPEL DE LA CARTOGRAPHIE DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 18 |
| 2.1.2. BILAN SWOT PAR MAILLON..... | 19 |
| 2.1.3. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT MACRO-ECONOMIQUE « PESTEL » DE LA CHAINE DE GRENADE CONJOINTEMENT AVEC SWOT..... | 22 |
| 2.1.4. ANALYSE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL : LES 5 FORCES DE PORTER..... | 23 |
| 2.1.4.1. Intensité de la rivalité entre concurrents..... | 23 |
| 2.1.4.2. Pouvoir de négociation des fournisseurs..... | 23 |
| 2.1.4.3. Pouvoir de négociation des clients..... | 23 |
| 2.1.4.4. La menace de nouveaux entrants sur le marché..... | 24 |
| 2.1.4.5. La menace des produits substitués..... | 24 |
| 2.2. RECOMMANDATIONS ET AXES DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 25 |
| 2.2.1. DU SWOT AUX RECOMMANDATIONS..... | 25 |
| 2.2.1.1. Consolidation des forces..... | 25 |
| 2.2.1.2. Remèdes aux faiblesses..... | 27 |
| 2.2.1.3. Meilleure exploitation des opportunités..... | 29 |
| 2.2.1.4. Limitation de l'impact des menaces..... | 30 |
| 2.2.2. AXES DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 32 |
| 2.2.2.1. Développement du maillon de la production..... | 32 |
| 2.2.2.2. Développement de la valorisation de la grenade..... | 32 |
| 2.2.2.3. Développement de la commercialisation et la promotion de la grenade..... | 32 |
| 2.2.2.4. Défalcation des recommandations par axe de développement..... | 33 |
| 2.3. PLAN D'ACTION DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 36 |
| 2.3.1. CADRE LOGIQUE DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 36 |
| 2.3.2. ACTIONS DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 40 |
| 2.3.2.1. Les fiches actions..... | 40 |
| 2.3.2.2. Récapitulatif et évaluation des actions de la CDV «Grenade de Ghardimaou»..... | 46 |
| 2.4. PLAN DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV GRENADE DE GHARDIMAOU..... | 48 |
| 2.5. MODELE DE FICHE PROJET POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA CDV GRENADE DE GHARDIMAOU..... | 51 |
| 2.6. PLAN MARKETING DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »..... | 57 |
| 2.6.1.1. Les axes stratégiques fondamentaux..... | 57 |
| 2.6.1.2. Quel marketing-mix..... | 57 |
| 2.6.1.3. Moyens de contrôle et d'évaluation..... | 60 |
| 3. PLAN D'ACTION DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA.... | 63 |
| 3.1. BILAN DU DIAGNOSTIC DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 63 |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et lentisque »

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 3.1.1. | RAPPEL DE LA CARTOGRAPHIE DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE DE JENDOUBA »..... | 63 |
| 3.1.2. | BILAN SWOT PAR MAILLON DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 65 |
| 3.1.3. | ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT MACRO-ECONOMIQUE « PESTEL » DES CHAINES "MYRTE ET LENTISQUE » CONJOINTEMENT AVEC SWOT..... | 67 |
| 3.1.4. | ANALYSE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL : LES 5 FORCES DE PORTER..... | 68 |
| 3.1.4.1. | Intensité de la rivalité entre concurrents..... | 68 |
| 3.1.4.2. | Pouvoir de négociation des fournisseurs..... | 68 |
| 3.1.4.3. | Pouvoir de négociation des clients..... | 68 |
| 3.1.4.4. | La menace de nouveaux entrants sur le marché..... | 69 |
| 3.1.4.5. | La menace des produits substitués..... | 69 |
| 3.2. | RECOMMANDATIONS ET AXES DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 70 |
| 3.2.1. | DU SWOT AUX RECOMMANDATIONS..... | 70 |
| 3.2.1.1. | Consolidation des forces..... | 70 |
| 3.2.1.2. | Remèdes aux faiblesses..... | 71 |
| 3.2.1.3. | Meilleure exploitation des opportunités..... | 73 |
| 3.2.1.4. | Limitation de l'impact des menaces..... | 74 |
| 3.2.2. | AXES DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 75 |
| 3.2.2.1. | Développement du maillon de la production /collecte..... | 75 |
| 3.2.2.2. | Développement de la valorisation du myrte et du lentisque..... | 75 |
| 3.2.2.3. | Développement de la commercialisation et de la promotion du myrte et du lentisque..... | 75 |
| 3.2.2.4. | Défalcation des recommandations par axe de développement de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba..... | 76 |
| 4. | PLAN D'ACTION DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 78 |
| 4.1. | CADRE LOGIQUE DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 78 |
| 4.2. | ACTIONS DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 83 |
| 4.2.1. | LES FICHES ACTIONS DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 83 |
| 4.2.2. | RECAPITULATIF ET EVALUATION DES ACTIONS..... | 90 |
| 4.2.3. | PLAN DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV MYRTE ET LENTISQUE AU GOUVERNORAT DE JENDOUBA..... | 92 |
| 4.2.4. | MODELE DE FICHE PROJET DE DEVELOPPEMENT DU MYRTE ET DU LENTISQUE..... | 94 |
| 4.2.5. | PLAN MARKETING DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA..... | 101 |
| 4.2.5.1. | Les axes stratégiques fondamentaux..... | 101 |
| 4.2.5.2. | Fixation des objectifs..... | 101 |
| 4.2.5.3. | Quel marketing-mix..... | 101 |
| 4.2.5.4. | Moyens de contrôle et d'évaluation..... | 104 |



LISTE DES TABLEAUX

| | |
|--|-----|
| Tableau 1 : Echelle d'évaluation des actions..... | 14 |
| Tableau 2: Bilan SWOT par maillon de la CDV "Grenade" | 19 |
| Tableau 3 : Analyse de la matrice combinée SWOT/PESTEL de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou » | 22 |
| Tableau 4: Consolidations des forces de la CDV « Grenade de Ghardimaou »..... | 25 |
| Tableau 5 : Remèdes aux faiblesses de la CDV « Grenade de Ghardimaou »..... | 27 |
| Tableau 6 : Meilleure exploitation des opportunités de la CDV « Grenade de Ghardimaou »..... | 29 |
| Tableau 7 : Limitation de l'impact des menaces de la CDV « Grenade de Ghardimaou »..... | 30 |
| Tableau 8 : Classement des recommandations par axe de développement de la CDV grenade de Ghardimaou..... | 33 |
| Tableau 9 : Cadre logique du plan de développement de la CDV grenade de Ghardimaou..... | 36 |
| Tableau 10 : Liste des actions détaillées par fiche de la CDV « Grenade de Ghardimaou »..... | 40 |
| Tableau 11: Evaluation et priorisation des actions de la CDV « Grenade de Ghardimaou » au gouvernorat de Jendouba..... | 47 |
| Tableau 12 : Plan de mise en œuvre des actions de développement de la CDV grenade de Ghardimaou..... | 48 |
| Tableau 13 : Le plan de communication de la CDV « Grenade de Ghardimaou » | 60 |
| Tableau 14 : Les principales actions commerciales de la CDV « Grenade de Ghardimaou » | 61 |
| Tableau 15 : Bilan SWOT par maillon de la CDV " Myrte et Lentisque " | 65 |
| Tableau 16 : Analyse de la matrice combinée SWOT/PESTEL de la chaîne de valeur « myrte et lentisque » | 67 |
| Tableau 17 : Consolidations des forces de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 70 |
| Tableau 18 : Remèdes aux faiblesses de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 71 |
| Tableau 19 : Meilleure exploitation des opportunités de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 73 |
| Tableau 20 : Limitation de l'impact des menaces de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 74 |
| Tableau 21 : Classement des recommandations par axe de développement de la CDV Myrte et Lentisque | 76 |
| Tableau 22 : Cadre logique du plan de développement de la CDV Myrte et Lentisque..... | 78 |
| Tableau 23 : Liste des actions détaillées par fiche de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 83 |
| Tableau 24: Evaluation des actions de la CDV « Myrte et Lentisque » au gouvernorat de Jendouba | 91 |
| Tableau 25 : Plan de mise en œuvre des actions de développement de la CDV Myrte et Lentisque | 92 |
| Tableau 26 : Le plan de communication de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba..... | 104 |
| Tableau 27 : Les principales actions commerciales de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 105 |



LISTE DES FIGURES

| | |
|--|-----|
| Figure 1: Approche méthodologique..... | 11 |
| Figure 2 : Analyse de l'environnement macro-économique des CDV « PESTEL » conjointement avec SWOT..... | 12 |
| Figure 3 : Les cinq forces de PORTER..... | 13 |
| Figure 4 : Approche d'élaboration du plan d'action de dynamisation de la CDV..... | 14 |
| Figure 5 : Le démarche marketing..... | 15 |
| Figure 6 : Market Segmentation | 15 |
| Figure 7 : Cible : choix du segment des « rouges »..... | 15 |
| Figure 8 : Positionnement basé sur le rapport qualité/prix | 16 |
| Figure 9 : Marketing-mix ou les 4P | 16 |
| Figure 10 : Les phases du plan marketing..... | 17 |
| Figure 11 : Cartographie de la chaine de valeur de la grenade à Jendouba..... | 18 |
| Figure 12: La priorisation des actions selon les indicateurs d'évaluation de la CDV « Grenade de Ghardimaou » | 46 |
| Figure 13 : Matrice d'Ansoff de la CDV « Grenade de Ghardimaou »..... | 57 |
| Figure 14 : Exemple de packaging..... | 58 |
| Figure 15 : Assortiment de produits dérivés de la grenade | 59 |
| Figure 16 : Cartographie de la CDV « Lentisque de Jendouba » | 63 |
| Figure 17 : Cartographie de la CDV « Myrte Jendouba »..... | 64 |
| Figure 18: La priorisation des actions selon les indicateurs d'évaluation de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba | 90 |
| Figure 19 : Matrice d'Ansoff de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba..... | 102 |
| Figure 20 : Exemple de packaging..... | 102 |
| Figure 21 : Assortiment de produits dérivés de Myrte et Lentisque | 103 |



Abréviations

| | |
|-----------|---|
| APII | Agence De Promotion De L'industrie Et De L'innovation |
| AOC | Appellation D'Origine Contrôlée |
| AOP | Appellation D'Origine Protégée |
| AVFA | Agence De La Vulgarisation Et De La Formation Agricoles |
| APIA | Agence De Promotion Des Investissements Agricoles |
| BTS | Banque Tunisienne De Solidarité |
| BE | Bureau D'Etude |
| CDV | Chaine De Valeur |
| CEPEX | Centre De Promotion Des Exportations |
| CRDA | Commissariat Régional Au Développement Agricole |
| CTAA | Centre Technique Agroalimentaire Tunisien |
| DGEDA | Direction Générale Des Etudes Et Du Développement Agricole |
| FAO | Organisation Des Nations Unies Pour L'Alimentation Et L'Agriculture |
| FIDA | Fonds International De Développement Agricole |
| INNORPI | L'Institut National De La Normalisation Et De La Propriété Industrielle |
| INS | Institut National De La Statistique |
| IGP | Indication Géographique Protégée |
| JORT | Journal Officiel De La République Tunisienne |
| GMS | Grandes Et Moyennes Surfaces |
| GDA | Groupements De Développement Agricole |
| GIFRUITES | Groupement Interprofessionnel Des Fruits |
| GIZ | Deutsche Gesellschaft Für Internationale Zusammenarbeit |
| ODNO | Office De Développement Du Nord-Ouest. |
| ONG | Organisation Non Gouvernementale |
| PESTEL | Politique, Economique, Socioculturel, Technologique, Ecologique, Légal |
| PAMPAT | Projet d'Accès Aux Marchés Des Produits Agroalimentaires Et De Terroir |
| PAM | Plantes Aromatiques Et Médicinales |
| PACKTEC | Centre Technique De L'Emballage Et Du Conditionnement |
| SWOT | Forces, Faiblesses, Opportunités Et Menaces |
| SCI | Sociétés De Commerce International |
| SMSA | Société Mutuelle De Services Agricoles |
| TDR | Termes De Référence |
| TO | Tour Opérateur |
| UTICA | L'Union Tunisienne De L'Industrie Du Commerce Et De L'Artisanat |
| UTAP | Union Tunisienne De L'agriculture Et De La Pêche |



1. INTRODUCTION / CONTEXTE GENERAL, OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

1.1. Contexte général

La mise en place du Programme de Développement Durable à l'horizon 2030 « Agenda 2030 » où toutes les dimensions économiques, sociales et environnementales sont mises de l'avant dans les politiques de développement des pays; ainsi que la recherche d'outils créateurs de dynamiques de développement socio-économiques des régions et respectueux de l'équité sociale; ont fait des produits du terroir une véritable alternative face aux dommages causés à l'environnement et aux échecs des instruments de planification du développement régional et local.

En effet, « Les produits du terroir conçus comme un levier du développement local durable et un des piliers de l'Economie Sociale et Solidaire » : apparaissent comme une initiative pour la réactivation d'un patrimoine local et créateur de valeurs multiples (économique, sociale et environnementale).

Certes, le développement des produits du terroir contribue à créer une nouvelle dynamique de développement locale par le biais de leur valorisation, outre leur rôle qui consiste à favoriser le développement de nouveaux services touristiques permettant la création d'un système participatif d'économie sociale et solidaire et l'expansion de la base économique locale

De nombreux travaux ont insisté sur le fait que les produits du terroir apportent de la valeur ajoutée aux marques et aux territoires (citer des travaux). Certains signes de qualité (AOC/AOP, IGP, Bio...) constituent des instruments de politique de développement et d'occupation de l'espace rural. Divers signes de qualité (ou de manière plus générale les labels) sont officiels et garantis (AOC, IGP, ...), d'autres proviennent d'initiatives privées (individuelles ou collectives) et servent davantage d'outils marketing de différenciation pour augmenter la probabilité d'achat des produits par les consommateurs.

Les démarches de protection des produits traditionnels en méditerranée et dans le monde sont présentées comme un outil de développement agricole et local de premier ordre.

A force d'aides des organismes internationaux (Banque Mondiale, FAO...), de nombreuses initiatives tentent de mettre en place des dynamiques pour protéger, valoriser des produits traditionnels, de permettre et d'entraîner un développement territorial et local soutenu, intégré, et durable.

A l'échelle nationale, les produits du terroir ont été une des préoccupations majeures des intervenants locaux et régionaux en vertu de leurs qualités et saveurs différenciés. Plusieurs produits ont fait l'objet d'initiatives de valorisation et de développement dans le cadre de plusieurs programmes avec l'appui des institutions nationales et étrangères. Nous citons, à titre d'exemple, mais sans s'y limiter, le programme PAMPAT initié par l'APIA qui a pour objectif global l'amélioration de la qualité des produits agricoles tunisiens, et l'assurance d'un meilleur positionnement des produits du terroir, notamment à l'exportation. Ce programme a inventorié 415 produits potentiels du terroir à l'échelle nationale, dont 220 ont été validés et retenus pour la mise en valeur et quelques produits ont été choisis pour l'obtention de l'appellation AOC.

A l'échelle régionale et plus précisément au niveau du Nord-Ouest, le programme a identifié environ 69 produits locaux dont 25 à Jendouba, ayant l'usage alimentaire à l'état frais et à l'état transformé.

Bien que le nombre des produits locaux identifiés et validés pour possibilité de labellisation soit important, la mission pour la présente étude se consacrera à la valorisation et la promotion après



sélection de deux (2) produits par gouvernorat (de la région du Nord-Ouest) jugés les plus importants en termes de création de revenus, capacité d'emploi et ayant des spécifications différenciées de point de vue typicité et authenticité.

Pour chaque produit retenu (Grenade de Ghardimaou et Myrte et Lentisque à Jendouba), il sera élaboré un plan d'action approfondi mentionnant toutes les activités, les actions qui peuvent créer localement la valeur ajoutée et une richesse aux producteurs et aux habitants de la région, ainsi que les mécanismes de mise en œuvre de ces plans. Dès lors, ces plans d'action devraient répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les facteurs qui entravent la valorisation de ces produits de terroir ?
- Quelles sont les démarches susceptibles d'offrir des opportunités pour valoriser ces produits et développer des marchés de niche ?
- Sur quels aspects portera l'innovation des produits du terroir : le produit en lui-même, la stratégie de positionnement, de différenciation, de segmentation, etc.), la distribution, la gouvernance et la communication ?
- Comment les produits de terroir pourraient-ils être perçus comme :
 - Vecteurs de développement régional durable capables d'améliorer l'attractivité de la région ;
 - Un outil durable d'innovation sociale, économique, environnementale et territoriale pour une économie durable et un tourisme alternatif durable.

1.2. Objectifs et résultats attendus de l'étude

1.2.1. Objectif Général

Conformément aux TDR, cette étude aura pour objectif général l'élaboration de plans d'actions opérationnels détaillés proposant des mesures concrètes nécessaires pour la valorisation et la promotion de huit (08) produits du terroir dans la région du Nord-Ouest (les gouvernorats de Siliana, Béja, Jendouba et du Kef).

Deux (02) produits sont sélectionnés par gouvernorat sur la base de leur contribution attendue à la création d'une dynamique de développement local et l'amélioration des conditions socio-économiques des producteurs dans une optique de développement inclusif et durable.

Pour le gouvernorat Jendouba, la « Grenade de Ghardiamou » et « le Myrte et le Lentisque » ont été retenues en tant que produits de terroir prioritaires à développer, (pour plus de détails sur le processus de sélection, voir premier rapport de cette étude).

1.2.2. Objectif spécifique

Une analyse approfondie des deux (02) produits du terroir identifiés est menée sur la base des critères sélectionnés et approuvés dans le cadre des ateliers consultatifs multi-acteurs organisés en deuxième activité de la première phase.

Cette analyse a permis, en deuxième phase, d'établir une caractérisation de tous les maillons de la chaîne allant de la production à la consommation et d'élaborer un plan d'action convenable pour appuyer la compétitivité et mettre en valeur la performance de ces produits.

1.3. Rappel de l'approche et de la méthodologie de travail

1.3.1. Organisation générale de la mission

L'étude relative aux quatre gouvernorats du Nord-Ouest sera réalisée en deux phases, précédées par une collecte de données et des entretiens avec les parties prenantes. La figure suivante illustre la méthodologie d'intervention du Bureau d'Études (BE) pour réaliser cette mission dans le gouvernorat de Jendouba.

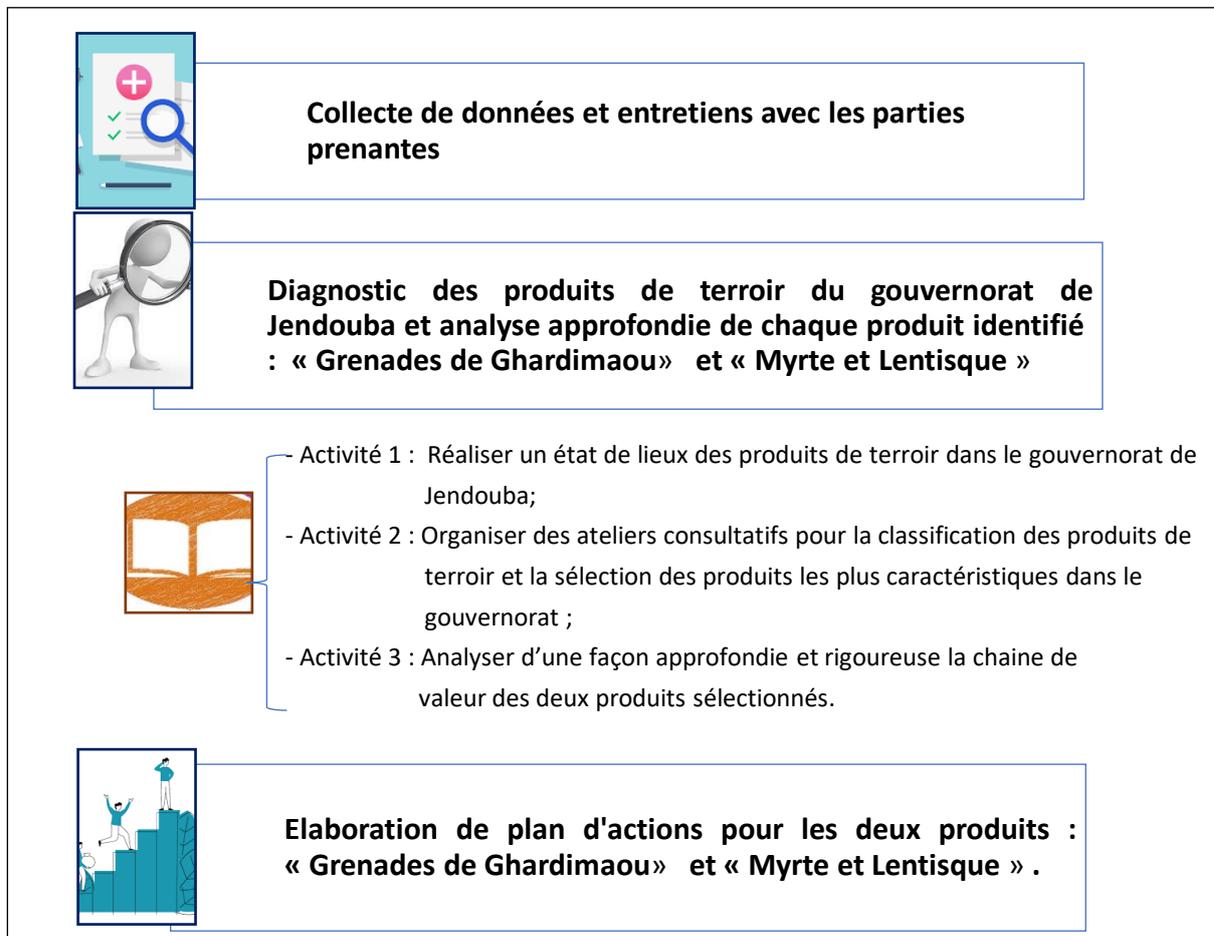


Figure 1: Approche méthodologique

1.3.2. Approche méthodologique de la phase

L'élaboration du plan d'action pour chaque produit de terroir identifié s'est basée sur les résultats du diagnostic, réalisé en première phase de la mission.

Différents outils sont utilisés pour aboutir à un plan d'actions faisable répondant aux objectifs assignés aux CDV choisis.

✓ Analyse PESTEL conjointement avec SWOT

L'analyse PESTEL est un outil d'analyse stratégique qui aide à la compréhension du fonctionnement du marché. En surveillant les opportunités et les menaces qui pèsent sur son activité et son marché, l'acteur est capable d'anticiper l'évolution de son environnement et ainsi assurer la pérennité de son activité. L'objectif de cette analyse est de repérer et comprendre les éléments qui régissent le fonctionnement du marché afin d'identifier leur impact sur le développement de son activité.

La particularité de cette matrice est sa vision globale de l'environnement. Elle met en avant six grands secteurs, qui forment son acronyme : Politique, Économique, Socioculturel, Technologique, Écologique et Légal (PESTEL).

Cette analyse peut être appliquée sur la chaîne de valeur dans son ensemble en détaillant les opportunités et les menaces relatives à son macro-environnement.

Les outils SWOT et PESTEL sont complémentaires et permettent d'analyser l'environnement interne et externe de la filière.

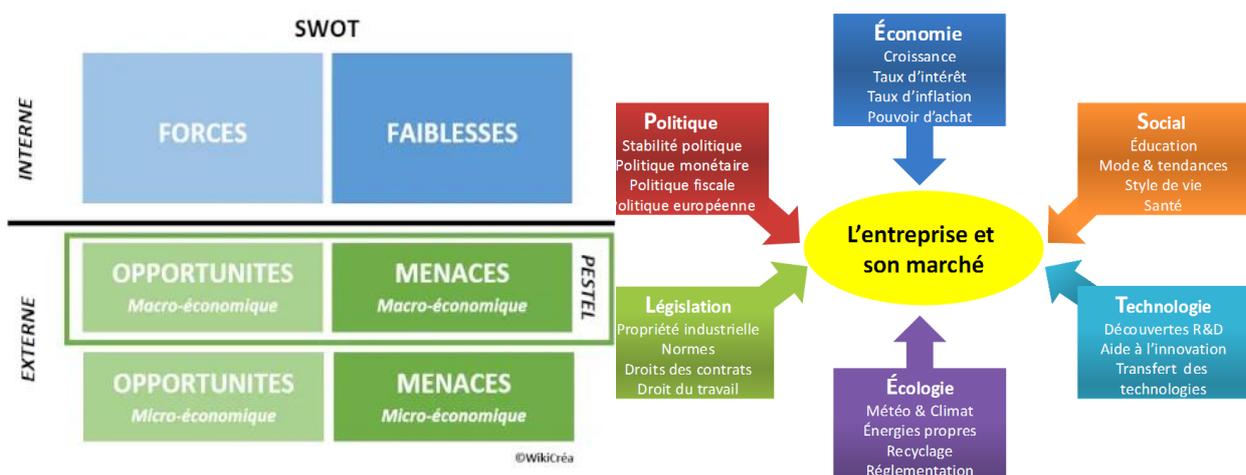


Figure 2 : Analyse de l'environnement macro-économique des CDV « PESTEL » conjointement avec SWOT

✓ Analyse PORTER

L'attrait d'un marché particulier, pour une chaîne de valeur qui désire s'y implanter est directement en relation avec la nature et l'intensité de la concurrence qui y règne.

Afin d'analyser l'environnement concurrentiel de chaque chaîne de valeur, nous nous sommes référés au modèle des 5 forces de PORTER dans le but d'anticiper les évolutions qui mettraient ses avantages compétitifs en danger et d'orienter ses choix en matière d'investissement et d'innovation.

D'après Michael Porter, il y a évaluation de la maîtrise des 5 aspects suivants par rapport à la concurrence :



Figure 3 : Les cinq forces de PORTER

Ces cinq forces peuvent correspondre chacune à une menace particulière pour la chaîne de valeur en place.

✓ **Les recommandations et le cadre logique**

Sur la base du bilan SWOT, l'équipe a avancé les recommandations de développement et d'amélioration au niveau de chaque maillon des deux CDV. Les recommandations sont par la suite regroupées sous des axes qui ont fait l'objet d'une analyse dans un cadre logique permettant l'identification des actions de développement en plus des résultats attendus, des hypothèses de vérification et des indicateurs de suivi.

Les axes traitent le développement des différents maillons de la chaîne, production, transformation et commercialisation soit individuellement soit regroupés selon l'importance de chaque maillon.

Les recommandations sont incorporées dans une matrice du cadre logique afin d'obtenir des actions claires et distinctes par thème ou axe identifié. Certaines seront considérées comme des résultats attendus et d'autres seront classées des actions à entreprendre.

Certaines recommandations sont plutôt des conditions de mise en œuvre pour la réussite des actions. Ces mesures seront incorporées dans la partie hypothèse de la matrice du cadre logique ou dans les fiches action correspondantes en tant que sous-composantes ou mesures d'accompagnement.

✓ **Fiches actions**

Les actions retenues seront par la suite détaillées dans des fiches actions et classées, en dernière étape en se basant sur un ensemble d'indicateurs prédéfinis. C'est le principe de l'accord de priorité des actions.

L'accord de priorité des actions retenues s'est basé sur les cinq (05) indicateurs suivants :

- **L'employabilité** : Opportunité d'emploi ;

- **La rentabilité financière** : Augmentation des revenus des acteurs de la CDV ;
- **La participation à la dynamisation économique de la région** : Importance économique pour la région ;
- **La faisabilité** : Technique, financière, juridique, etc.
- **La résilience de la CDV** : l'action participe à la viabilité de la CDV.

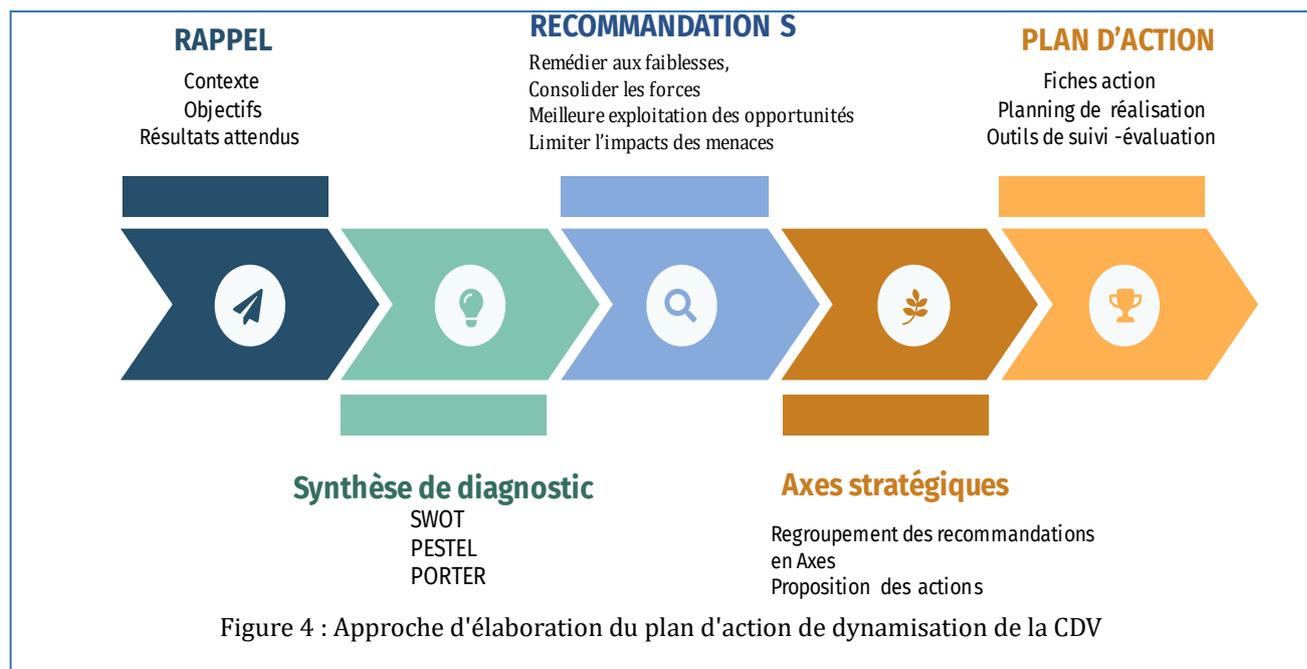
Par ailleurs, l'évaluation de ces cinq indicateurs par action selon l'échelle ci-après permet d'avoir un score qui sera la base de la priorisation des actions retenues.

Tableau 1 : Echelle d'évaluation des actions

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-------------------|--------------|----------|---------------------|--------------------------|
| Employabilité | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Rentabilité financière | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Dynamisation économique | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Faisabilité / réalisable | Très peu faisable | Peu faisable | Faisable | Facilement faisable | Très facilement faisable |
| La résilience de la CDV | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |

✓ Structure globale du rapport

La structure du rapport de cette phase est ainsi résumée comme le présente la figure 2 suivante :



Une fois achevé, chaque plan d'action a été suivi par la proposition d'une stratégie de mise en œuvre et un modèle de fiche projet permettant de présenter la demande aux bailleurs de fonds en recherche de financement des actions proposée.

En fin, notre équipe a proposé un plan marketing pour chaque CDV.

✓ **Méthodologie d'élaboration d'un plan marketing**

Un plan marketing s'inscrit en fait dans une démarche marketing bien structurée qui est résumée comme suit (après avoir étudié le marché) :

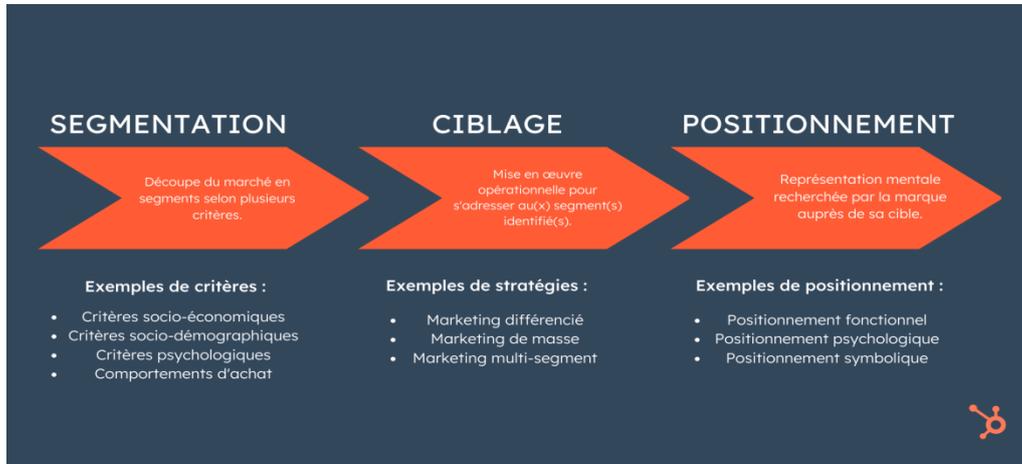


Figure 5 : Le démarche marketing

Un segment de marché correspond à un groupe de personnes dont les caractéristiques ou les comportements sont très similaires face à une offre commerciale.



Figure 6 : Market Segmentation

Quant au ciblage, il consiste à identifier un (ou plusieurs) segment(s) auquel (auxquels) nous allons adresser notre plan marketing. A titre d'exemple, nous choisirons un seul segment (marketing concentré, différencié) :

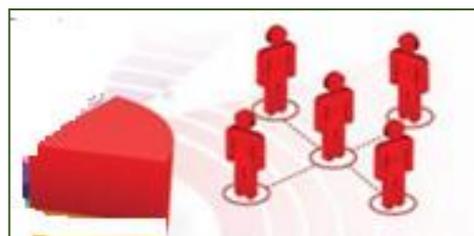


Figure 7 : Cible : choix du segment des « rouges »

Enfin, le positionnement traduit la manière avec laquelle la (ou les) cible(s) choisie(s) perçoit (perçoivent) notre produit par rapport à la concurrence, souvent présenté sous forme de mapping, comme le montre le graphique suivant

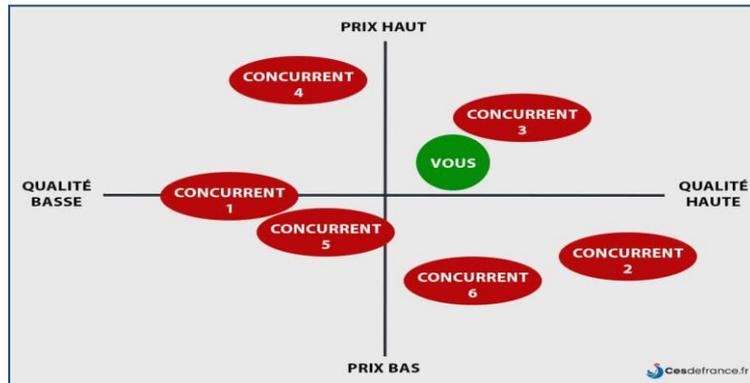


Figure 8 : Positionnement basé sur le rapport qualité/prix

Ainsi, un plan marketing permet de comprendre comment commercialiser les produits de terroir. Il fait suite aux analyses stratégiques déjà effectuées dont en particulier le diagnostic de l'existant (SWOT & PESTEL), l'analyse des cinq forces de Porter ainsi que les objectifs stratégiques.

Il permet de suivre une démarche marketing structurée, méthodique, partant de l'analyse de l'existant et des opportunités/menaces futures jusqu'à la mise en place et le suivi des actions opérationnelles. Ces actions sont résumées à travers la notion du marketing-mix ou les fameuses 4P :



Figure 9 : Marketing-mix ou les 4P

- Politique de produit : un produit est une entité qui peut être offerte sur un marché de façon à être remarqué, acheté ou consommé en vue de satisfaire un besoin. Le produit est donc matériel ou tangible (un bien) ou immatériel (un service). Le produit peut également se définir à partir de ses caractéristiques techniques ou physiques (taille, forme, poids, dimension, couleur...), ses caractéristiques psychologiques (image de marque, position du produit dans l'esprit du consommateur) et de ses caractéristiques fonctionnelles (utilité du produit, valeur d'usage ...). Il s'agit pour nous d'identifier : la structuration de la gamme, le design et packaging du produit, management de la marque, le positionnement du produit, les produits dérivés, ...

Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et lentisque »

- Politique de prix : elle est définie comme l'ensemble de décisions et d'actions réalisées pour déterminer la structure et le niveau de la tarification des biens et services proposés aux clients conquis ou à conquérir. Nous identifierons les différents niveaux de prix : prix d'écémage, de pénétration, d'alignement sur les concurrents, la réglementation en matière de prix, la marge du producteur ...
- Politique de distribution : La politique de distribution englobe les canaux de distribution ainsi que les différentes actions marketing comme la communication, l'animation ou le merchandising mais aussi les actions commerciales destinées aux distributeurs. Nous identifierons les canaux utilisés (physique et/ou en ligne), vente directe ou à travers des intermédiaires, la marge du distributeur...
- Et Politique de communication : La politique de communication permet de faire connaître le produit, d'attirer l'attention, d'intéresser les clients potentiels, d'accroître le désir envers le produit, d'informer, de motiver l'achat, de changer les perceptions, de générer des actions, d'augmenter les quantités vendues, etc. il s'agit d'identifier les vecteurs de communication publicitaire retenus pour toucher les cibles choisies

En résumé un plan marketing s'articule autour des six phases suivantes :

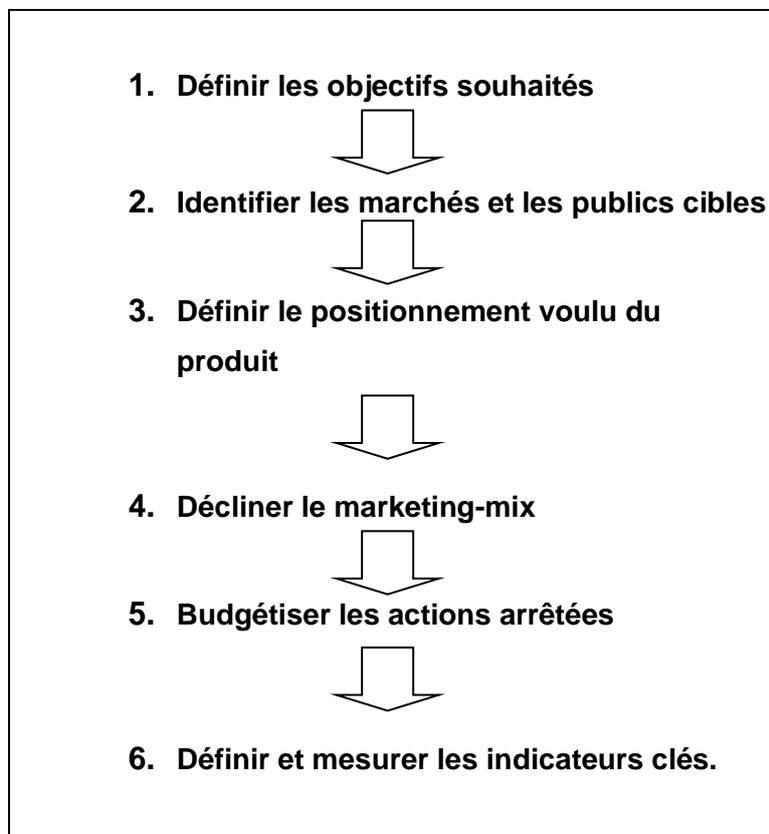
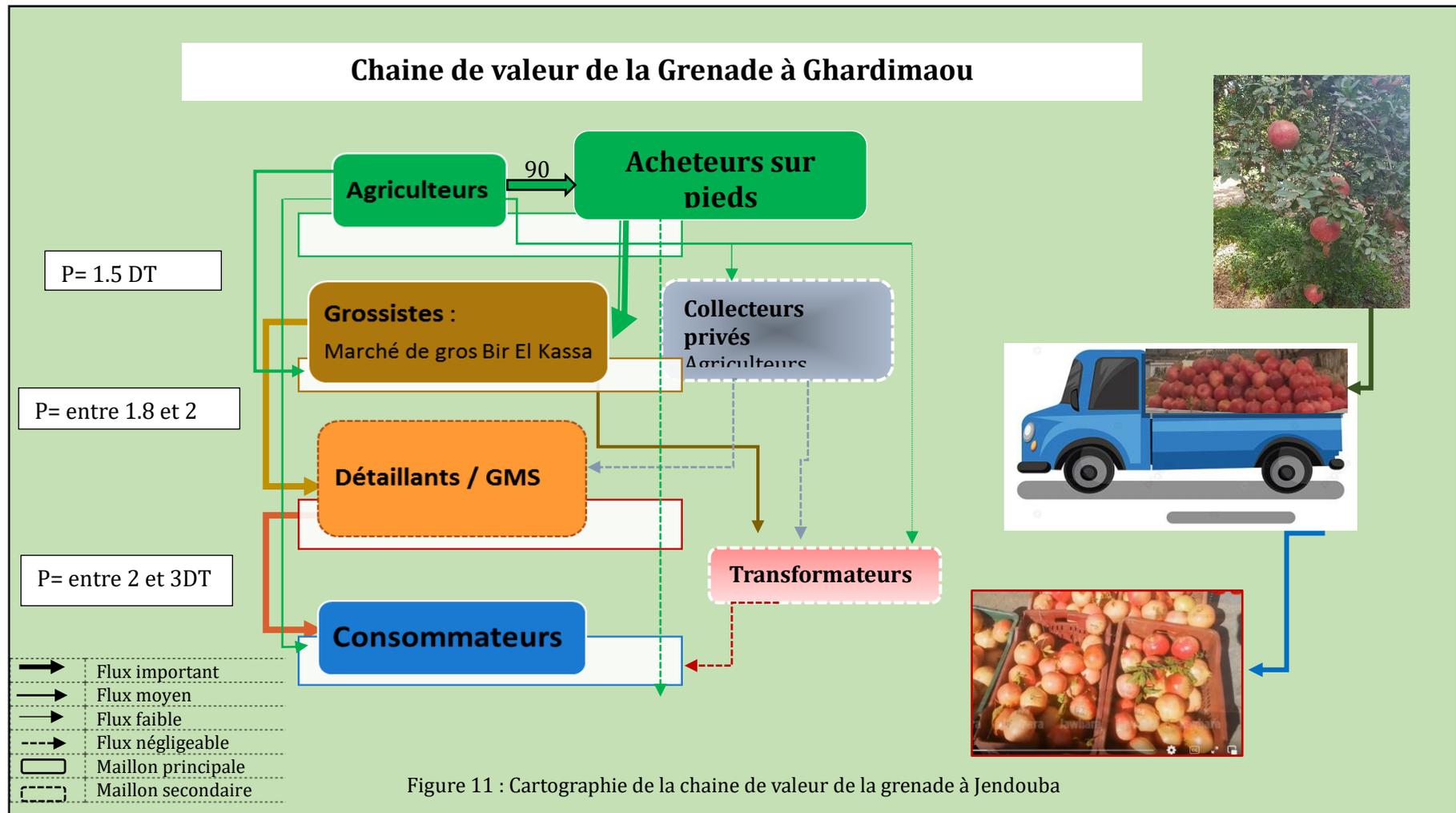


Figure 10 : Les phases du plan marketing

2. PLAN D'ACTION DE GRENADE DE GHARDIMAOU

2.1. BILAN DU DIAGNOSTIC DE LA CDV « GRENADE DE GHARDIMAOU »

2.1.1. Rappel de la cartographie de la CDV « grenade de Ghardimaou »





2.1.2. Bilan SWOT par maillon

Pour bien orienter les recommandations, l'analyse SWOT de la chaîne de valeur Grenade de Ghardimaou est défalquée selon les maillons de la CDV comme le présente le tableau 2 qui présente un regroupement des maillons en deux thèmes ; « Production » et « collecte, commercialisation, transformation » suite au faible nombre des intervenants après production.

Tableau 2: Bilan SWOT par maillon de la CDV "Grenade"

| | Production | Collecte, transformation et Commercialisation |
|---------------|--|---|
| Forces | <ul style="list-style-type: none">• Compétence au niveau de la culture du grenadier.• Conditions climatiques particulières propices à une production de grenades de qualité.• Activité de production assez rentable, même sans transformation.• L'existence et l'extension des superficies de culture de grenadier biologique.• Possibilité d'augmentation des productions, confirmées par la tendance actuelle dans les nouveaux vergers à l'intensification, et l'utilisation des systèmes d'économie d'eau. | <ul style="list-style-type: none">• Engagement des jeunes diplômés pour s'intégrer dans les CDV « grenades transformées » (en particulier, les femmes).• Disponibilité, au niveau régional et national, de laboratoires et de ressources humaines expérimentés pouvant développer des programmes de R&D, d'innovation et de contrôle de qualité des produits.• Développement de la certification Bio et de l'exportation (les acteurs locaux ont acquis de l'expérience).• La motivation et l'intention d'investir dans la CDV, surtout au niveau des SMSAs.• Bonne réputation de la grenade « fruit santé » (grenade fraîche et ses divers usages : médico-pharmaceutique...etc.).• La possibilité d'élargir la gamme de produits (compléments alimentaires, produits cosmétiques, etc.) avec un packaging soigné et qui valorise les produits. |



| | | |
|-------------------|--|---|
| Faiblesses | <ul style="list-style-type: none">• Morcellement des terres agricoles.• Insuffisance de maîtrise technique de la conduite des vergers de grenadiers par les producteurs et la main d'œuvre.• Insuffisances en matière de gestion du système d'irrigation et des réseaux de drainage, à laquelle s'ajoute le coût élevé de l'énergie électrique pour le pompage de l'eau.• Manque de recours à l'irrigation localisée.• Problème d'éclatement physiologique des fruits avant récolte, bien qu'il puisse être réduit par une meilleure gestion de l'eau.• Problème phytosanitaire : pyrale, lépidoptère du grenadier, sanglier...etc. (Ces deux derniers sont récemment apparus).• Dispositif de formation non adapté à la CDV Grenades.• Courte saison de production et assez faible durée de conservation des grenades fraîches.• Insuffisance d'organisation des producteurs.• Manque de regroupement de l'offre et faibles capacités de négociation des producteurs.• Manque de moyens financiers et difficultés d'accès aux crédits, à la fois pour les producteurs et les SMSAs.• Manque de soutien public à la CDV grenade, alors qu'il s'agit d'une filière d'intérêt régional et national.• Insuffisance de coordination entre les différentes institutions d'appui à la filière. | <ul style="list-style-type: none">• Manque d'unités de transformation et faible connaissance des utilisations actuelles des produits à base de grenades ;• Faible valorisation des sous-produits du grenadier (bois de taille).• Insuffisance de disponibilité (désistement des jeunes à s'adonner à l'activité agricole) et de qualification de la main d'œuvre pour les opérations de taille et de récolte (la récolte à la tâche peut être nuisible aux fruits récoltés).• Au niveau régional, la conservation frigorifique est de capacité insuffisante et non adaptée aux grenades destinées à l'exportation (atmosphère contrôlée et respect de la chaîne de froid).• Mauvaise organisation du marché : Circuits de commercialisation peu organisés (vente en vrac en bordure de route, sans calibrage ni conditionnement), mainmise de certains opérateurs sur les grenades tels que, les propriétaires des unités de conservation frigorifique.• Faible expertise des acteurs locaux en pratiques de stockage et de conditionnement, en techniques de transformation.• CDV grenade fragilisée par un manque de visibilité et de maîtrise des marchés (données sur le marché éparpillées et en langue anglaise). |
|-------------------|--|---|



| | Production | Collecte, transformation et commercialisation |
|---------------------|---|---|
| Opportunités | <ul style="list-style-type: none"> • Une demande mondiale forte et croissante pour des fruits sains frais et leurs dérivés. • Des innovations organisationnelles, d'agriculture contractuelle et de partenariat, existantes au niveau national, sont à valoriser dans le cadre de la promotion de la CDV Grenadier. • Cadre juridique encourageant la production agricole. | <ul style="list-style-type: none"> • Proximité des gros marchés de consommation (EU et pays de la péninsule arabique), coûts de transport, surtout maritime, assez faibles. • Développement important de nouveaux marchés, tels que les produits agroalimentaire (jus, arilles frais ou congelées, ingrédients à base de grenade...etc.). • Opportunités de certification Bio et d'exportation (les acteurs locaux ont acquis de l'expérience). • Un environnement institutionnel et professionnel important, susceptible d'appuyer les activités de transformation, de conditionnement et d'exportations (CEPEX, GIFruit, CTAA, PACKTEC, UTICA, etc.). • Existence d'un dispositif de formation et d'accompagnement des porteurs de projet (Espace entreprendre, Centre d'affaire...etc.). • Disponibilité, au niveau régional et national, de laboratoires et de ressources humaines qualifiés aptes à développer des programmes de R&D, d'innovation et le contrôle de qualité des produits. |
| Menaces | <ul style="list-style-type: none"> • Récolte avant maturité des fruits causant des pertes de qualité et des marchés. • Impact des changements climatiques : Risque de sécheresse prolongée et tarissement de la nappe conduisant à la destruction des vergers. • Risque d'orage et de chute de grêle et destruction de la plantation et de la production. • Risque de propagation de nouvelles maladies difficiles à contrôler à l'image du feu bactérien du poirier et récemment de la cochenille du figuier de barbarie. • Risques liés à la monoculture arboricole. | <ul style="list-style-type: none"> • Risque de ralentissement de la demande de grenades fraîches au niveau du marché international, surtout pour les produits non certifiés. • Marché tiré vers le haut, au niveau de l'apparence de la grenade (couleur de l'écorce, calibre, défauts visibles). • Concurrence accrue des gros pays exportateurs : Espagne, Turquie, Égypte, Israël, Inde et Azerbaïdjan, et des autres pays gros producteurs : Maroc, Afghanistan, Iran et Grèce. • Le marché de la grenade et de ses dérivés est soumis à une pression réglementaire internationale de plus en plus contraignante et complexe, notamment pour les usages agroalimentaires et médico-pharmaceutique. • Le marché des produits du grenadier exige d'être réactif face à la demande, assurer les quantités et qualités demandées, respecter les exigences réglementaires et de traçabilité en vue de fidéliser les clients et conserver ses marchés. • Le manque de transformation valorisant les fruits à faible valeur marchande (écorces fissurés, tâchées par des coups de soleil) risque d'impacter le revenu des producteurs et le pouvoir de négociation. • Instabilité économique et Glissement du dinar tunisien. |

2.1.3. Analyse de l'environnement macro-économique « PESTEL » de la chaîne de Grenade conjointement avec SWOT

L'analyse PESTEL conjointement avec SWOT a permis de dégager la matrice d'analyse suivante.

Tableau 3 : Analyse de la matrice combinée SWOT/PESTEL de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou »

| FACTEURS | DESCRIPTION | TYPE D'IMPACT |
|----------------------|--|-----------------------|
| POLITIQUE | <ul style="list-style-type: none"> - Une instabilité politique nationale et internationale qui influence la continuité des projets à réaliser et des contrats signés ; - L'image de la TUNISIE qui n'est pas bien valorisée et donc un produit tunisien qui n'est forcément pas reconnu à l'international. <p><i>Néanmoins, d'un autre côté :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les accords bilatéraux facilitent les échanges ; - Le soutien et l'apport de la part des organismes d'appui sont considérables. | Source de menaces |
| ECONOMIE | <ul style="list-style-type: none"> - Mondialisation et accords de libre-échange ; - Marché international avec une demande en progression continue ; - Adaptation du système financier à la commercialisation numérique ; <p>Même avec ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des bouleversements importants au niveau de l'économie mondiale | Source d'opportunités |
| SOCIOCULTURE | <ul style="list-style-type: none"> - De grands efforts et des investissements sont mis en place pour le développement social ; - Intervention des organismes qui investissent dans le social ; - Changement des habitudes de consommation et orientation vers des produits issus d'une agriculture durable ; - Développement de l'esprit d'entrepreneur chez le petit agriculteur ; - Le grenadier cultivé depuis au moins 5000 ans, est bien intégré dans les habitudes culinaires et d'autres utilisations par la population. | Source d'opportunités |
| TECHNOLOGIE | <ul style="list-style-type: none"> - Adoption de nouvelles technologies agricoles pour améliorer les rendements, la qualité et l'efficacité de la production ainsi que la transformation des fruits ; - Évolution des canaux de communication ; - Commercialisation numérique, un moyen facilitant les échanges à distance et instauration de nouvelles pratiques. | Source d'opportunités |
| ENVIRONNEMENT | <ul style="list-style-type: none"> - Risque de changements climatiques, tels que les sécheresses ou les tempêtes, pouvant affecter la production agricole ; - La mauvaise gestion des ressources en eau. | Source de menaces |
| LEGISLATION | <ul style="list-style-type: none"> - Cadre légal encourageant le développement agricole (subventions spécifiques pour l'économie d'eau, développement technologique, utilisation de l'énergie renouvelable) ; - Plusieurs organismes d'appui ; - Nouvelles réglementations sur les normes de qualité des produits alimentaires, garantissant des normes élevées pour les produits de la région. | Source d'opportunités |

L'environnement économique, socioculturel, technologique et le cadre législatif représentent une source d'opportunités pour la chaîne de valeur des grenades de Ghardimaou. En effet, avec la mondialisation, l'ouverture des frontières et la multiplication des échanges, on assiste à une



diversification des habitudes de consommation et une évolution de l'économie vers des modèles plus durables, liés au patrimoine et au territoire, solidaires et soucieux de l'environnement et ce afin de s'adapter aux tendances et évolutions à l'échelle mondiale. Cette évolution suscite alors un besoin en développement technologique notamment en ce qui concerne la valorisation des produits agricoles pour améliorer leur conservation et assurer une meilleure commercialisation. Tous ces éléments représentent un large champ à exploiter par les acteurs de la chaîne de valeur et ne peuvent être que sources d'opportunités pour le développement de leurs activités et la promotion de l'ensemble de la chaîne de valeur.

Néanmoins, et face à cette dynamique internationale, la chaîne de valeur doit faire face à l'instabilité politique nationale et mondiale et aussi aux différents défis environnementaux qui peuvent être considérés également comme une source de menaces à la prolifération des échanges commerciaux et à la continuité de certains projets et programmes mis en œuvre.

2.1.4. Analyse de l'avantage concurrentiel : les 5 forces de PORTER

Les cinq forces de PORTER, comme décrit ci-haut, peuvent correspondre chacune à une menace particulière pour la chaîne de valeur en place.

2.1.4.1. Intensité de la rivalité entre concurrents

La rivalité entre les producteurs de grenades peut être influencée par des facteurs tels que le nombre des producteurs dans la région, de leur capacité de production, la qualité des produits, la diversification des marchés, les stratégies de marketing et les fluctuations des prix des matières premières.

La concurrence peut être intense, surtout si le marché est saturé ou si les producteurs cherchent à s'étendre sur les marchés d'exportation. Les producteurs locaux doivent également faire face à la concurrence des producteurs étrangers sur les marchés internationaux.

Si le nombre de producteurs est élevé et que la capacité de production excède la demande, la rivalité pourrait être intense. Cependant, si les producteurs se concentrent sur des marchés de niche ou travaillent ensemble pour créer un label et promouvoir la grenade de Jendouba, cela pourrait réduire la rivalité.

2.1.4.2. Pouvoir de négociation des fournisseurs

Les fournisseurs sont essentiellement ceux qui fournissent les intrants et les services et les fournisseurs de plants. Même si certains sont loin des lieux de production, ces derniers ne sont pas puissants du fait que même avec une augmentation des prix des intrants, les producteurs de grenade se trouvent capables de répercuter dans leur prix de vente les hausses de ces coûts avec des prix raisonnables.

Étant donné que Jendouba est une région agricole importante en Tunisie, les producteurs de grenades peuvent avoir un certain pouvoir de négociation, surtout s'ils sont organisés en coopératives ou associations. Cependant, cela dépendra également de la demande locale et internationale de grenades.

2.1.4.3. Pouvoir de négociation des clients

Les clients potentiels des grenades en Tunisie peuvent inclure les grossistes, les détaillants, les supermarchés, les restaurants, les hôtels et les consommateurs finaux, tant sur le marché local que sur les marchés d'exportation.

Le pouvoir de négociation des clients peut varier en fonction de divers facteurs tels que la disponibilité des produits, la qualité, les prix et les préférences des consommateurs. Dans certains



cas, les grandes chaînes de distribution peuvent exercer une pression importante sur les prix, réduisant ainsi la marge bénéficiaire des producteurs.

Les transformateurs de fruits, les grossistes et les exportateurs pourraient avoir un certain pouvoir en raison de leur capacité à choisir parmi plusieurs fournisseurs. Cependant, la demande locale de grenades peut également influencer le pouvoir de négociation au moment où il sera prévu et mis en œuvre des actions encourageant la consommation locale.

2.1.4.4. La menace de nouveaux entrants sur le marché

Cela concerne la facilité avec laquelle de nouveaux concurrents peuvent pénétrer sur le marché existant. Dans le cas des arbres fruitiers en général, cela pourrait être influencé par les barrières à l'entrée telles que les coûts initiaux élevés liés à l'acquisition de terres, à l'infrastructure agricole, aux équipements de culture et de récolte, ainsi qu'aux exigences réglementaires en matière d'agriculture et de sécurité alimentaire.

L'installation de nouveaux investisseurs dans l'activité de grenade, reste ainsi tributaire des encouragements fournis surtout aux jeunes promoteurs, de l'allègement des procédures, des actions de formation et d'encadrement pour améliorer la conduite et autres actions visant l'amélioration de la productivité et la valorisation du fruit.

2.1.4.5. La menace des produits substitués

Les produits de substitution potentiels pour les grenades pourraient inclure d'autres fruits locaux ou importés. La menace des produits de substitution peut être considérée comme modérée, car bien que les grenades aient leurs propres caractéristiques uniques en termes de goût, de valeur nutritionnelle et de bénéfices pour la santé, les consommateurs peuvent choisir d'autres options en fonction de la disponibilité et des prix.

Dans une région agricole comme la délégation de Ghardimaou qui présente une superficie de 330 ha (CTV Ghardimaou), soit environ la moitié de la superficie de grenadier dans le gouvernorat, la menace des produits de substitution peut être modérée avec l'encouragement de la diversification des espèces fruitières produites dans la zone.

En considérant la date de maturation des grenades à partir du mois d'octobre, les seuls fruits concurrents potentiels des grenades sont les dattes, les raisins, et les pommes. Toutefois étant donnée la particularité d'utilisation de chaque fruit, la notion de concurrence ou de substitution ne semble pas se poser. En effet, les pommes sont généralement des fruits qui sont présents sur le marché toute l'année en raison de leur aptitude à la conservation par le froid et de leur importation. Ces fruits sont généralement vendus à des prix élevés alors que les prix des grenades en pleine saison sont très abordables pour toutes les classes sociales. Les raisins qui vont généralement de pair avec les grenades sont vendus à des prix raisonnables bien que souvent plus chers que les grenades notamment pour les nouvelles variétés. Les dattes constituent une autre catégorie de fruits qui se consomment d'une manière modérée et généralement durant le petit déjeuner. Leurs prix sont généralement plus élevés que ceux des grenades. Au bout du compte, en pleine saison des grenades, ceux-ci se trouvent en position concurrentielle et ne risquent pas d'être substitués par d'autres fruits.

2.2. RECOMMANDATIONS ET AXES DE DEVELOPPEMENT de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

2.2.1. Du SWOT aux recommandations

L'analyse des données et informations collectées à partir de la recherche documentaire et les différents entretiens et visites réalisées à l'échelle nationale et régionale a permis de dégager des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces. Chacune de ces quatre résultats d'analyse donne lieu à des recommandations et des actions qui auront pour objectif le développement de cette chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou ».

2.2.1.1. Consolidation des forces

Le tableau 4 suivant présente les recommandations portant sur la consolidation des forces.

Tableau 4: Consolidations des forces de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| | <i>Forces</i> | <i>Les consolider</i> |
|-------------------|---|---|
| <i>Production</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Existence de parcelles modèles de production de grenades qui peuvent constituer des éléments de l'infrastructure d'un label de qualité. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer un noyau d'organisation de la filière de préférence une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Existence de possibilités d'extension des superficies de grenades dans la délégation de Ghardimaou et le gouvernorat en général. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager l'extension des superficies de grenadiers dans le cadre d'une stratégie de développement intégré qui tient compte de l'organisation des acteurs, la maîtrise des techniques de production, la promotion de l'export et la mise en place d'un label de qualité de type AOC. ➤ Instaurer une indemnité spécifique à la culture du grenadier à Ghardimaou à l'instar de l'indemnité d'encouragement octroyée pour la culture de l'olivier. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Existence de producteurs de grenades ressources qui maîtrisent parfaitement les techniques de production. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la concertation avec les producteurs phares de la région et les encourager à prendre en charge la promotion de la filière avec l'appui des services des ministères de l'agriculture et du commerce. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conditions climatiques particulières propices à une production de grenades de qualité. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Introduire des techniques de résilience aux changements climatiques pour préserver le patrimoine des vergers de grenadiers et assurer la dynamique économique de la filière. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • L'existence et l'extension des superficies de culture de grenadier biologique. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager et encadrer l'installation des vergers biologiques de grenadiers. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Activité de production assez rentable, même sans transformation. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la rentabilité de la filière à travers son organisation et l'amélioration des circuits de distribution et des conditions de vente de la production. |



| | | |
|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • La motivation et l'intention d'investir dans la CDV existent, surtout au niveau des SMSAs. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager la mise en place de SMSA qui prend en charge la promotion de la culture de grenadiers. |
| Transformation et Commercialisation | <ul style="list-style-type: none"> • Engagement des jeunes diplômés pour s'intégrer dans les CDV « grenades transformées » (en particulier, les femmes). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer l'appui et l'encadrement des jeunes pour réussir leurs initiatives. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité, au niveau régional et national, de laboratoires et de ressources humaines expérimentés pouvant développer des programmes de R&D, d'innovation et le contrôle de qualité des produits. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la collaboration avec le milieu universitaire de la région pour la valorisation des produits de la région y compris la grenade. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Bonne réputation de la grenade « fruit santé » (grenade fraîche et ses divers usages : médico-pharmaceutique...etc.). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promouvoir la consommation des grenades et de ses dérivés. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • La motivation et l'intention d'investir dans la CDV existent, surtout au niveau des SMSAs. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager la mise en place d'une SMSA qui prend en charge la promotion de la culture de grenadiers. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Développement de la certification Bio et de l'exportation (les acteurs locaux ont acquis de l'expérience). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la certification Bio et l'orientation vers l'export. |

2.2.1.2. Remèdes aux faiblesses

Le tableau 5 suivant présente les recommandations portant sur les remèdes aux faiblesses.

Tableau 5 : Remèdes aux faiblesses de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| | <i>Faiblesses</i> | <i>Solutions / alternatives</i> |
|--|---|---|
| Production | <ul style="list-style-type: none"> • Morcellement des terres agricoles. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Optimiser l'exploitation des superficies disponibles pour une meilleure rentabilité économique. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de maîtrise technique de la conduite des vergers de grenadiers par les producteurs et la main d'œuvre. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la vulgarisation des bonnes pratiques agricoles auprès des producteurs. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Insuffisances en matière de gestion du système d'irrigation et des réseaux de drainage, à laquelle s'ajoute le coût élevé de l'énergie électrique pour le pompage de l'eau. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer l'aménagement des périmètres irrigués en matière de drainage et d'électrification. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Manque de recours à l'irrigation localisée. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager l'adoption de l'irrigation au goutte à goutte. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Problème d'éclatement physiologique des fruits avant récolte, bien qu'il puisse être réduit par une meilleure gestion de l'eau. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la vulgarisation des techniques d'irrigation adéquates et des méthodes de lutte contre les maladies et nuisibles du grenadier. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Problème phytosanitaire : pyrale, lépidoptère du grenadier, sanglier...etc. (Ces deux derniers sont récemment apparus). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la lutte contre les maladies et nuisibles du grenadier et intervenir aux moments propices. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Dispositif de formation non adapté à la CDV Grenades. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer les capacités du centre de formation agricole pour répondre aux besoins des agriculteurs de la région. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de disponibilité (désistement des jeunes à s'adonner à l'activité agricole) et de qualification de la main d'œuvre pour les opérations de taille et de récolte (la récolte à la tâche peut être nuisible aux fruits récoltés). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager et appuyer les jeunes à s'investir dans l'agriculture moderne et les former convenablement pour garantir une productivité et une rentabilité satisfaisante de leurs exploitations. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Courte saison de production et assez faible durée de conservation des grenades fraîches. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Introduire de nouvelles méthodes et technologies de conservation des grenades (long shelf life). |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance d'organisation des producteurs, manque de regroupement de l'offre et faible capacité de négociation des producteurs. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Initier et encourager le regroupement et l'organisation des producteurs en GDA ou SMSA. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Manque de moyens financiers et difficultés d'accès aux crédits, à la fois pour les producteurs et les SMSAs. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Faciliter l'accès aux crédits à travers des conventions spéciales entre les banques et les producteurs avec garantie de l'état ; | |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | | |
|--------------------------|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Manque de soutien public à la CDV grenade, alors qu'il s'agit d'une filière d'intérêt régional et national. • Insuffisance de coordination entre les différentes institutions d'appui à la filière. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les besoins de la CDV grenades dans la région et approcher les services concernés pour un appui technique et financier. ➤ Elaborer une stratégie de développement et d'appui de la filière grenade à Jendouba et attribuer à chaque institution son rôle clairement défini. |
| Transformation | <ul style="list-style-type: none"> • Manque d'unités de transformation et faible connaissance des utilisations actuelles des produits à base de grenades. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager l'implantation des petites entreprises de transformation des fruits et légumes dans la région. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Faible valorisation des sous-produits du grenadier (bois de taille). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Introduire des machines de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Au niveau régional, la conservation frigorifique est de capacité insuffisante et non adaptée aux grenades destinées à l'exportation (atmosphère contrôlée et respect de la chaîne de froid). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer les capacités de stockage frigorifique dans la région. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Faible expertise des acteurs locaux en pratiques de stockage et de conditionnement, en techniques de transformation. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer les sessions de formation sur les pratiques de stockage et de conditionnement et les techniques de transformation. |
| Commercialisation | <ul style="list-style-type: none"> • Mauvaise organisation du marché : Circuits de commercialisation peu organisés (vente en vrac en bordure de route, sans calibrage ni conditionnement), mainmise de certains opérateurs sur les grenades tels que, les propriétaires des unités de conservation frigorifique. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer l'organisation des producteurs pour qu'ils puissent défendre leurs intérêts vis-à-vis des distributeurs. |

2.2.1.3. Meilleure exploitation des opportunités

Le tableau 6 suivant présente les recommandations permettant une meilleure exploitation des opportunités.

Tableau 6 : Meilleure exploitation des opportunités de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| | <i>Opportunités</i> | <i>Meilleure exploitation des opportunités</i> |
|--------------------------|--|--|
| <i>Productio</i> | • Possibilité d'augmentation des productions, confirmées par la tendance actuelle dans les nouveaux vergers à l'intensification, et l'utilisation des systèmes d'économie d'eau. | ➤ Encourager l'implantation des projets de valorisation des grenades en prévision de l'augmentation de la production. |
| | • Existence d'un dispositif de formation et d'accompagnement des porteurs de projet (Espace entreprendre, Centre d'affaire...etc.). | ➤ Organiser des journées d'information sur les dispositifs de formation et d'accompagnement auprès des jeunes diplômés de la région. |
| <i>Transformation</i> | • Développement important de nouveaux marchés, tels que les produits agroalimentaire (jus, arilles frais ou congelées, ingrédients à base de grenade...etc.). | ➤ Mieux exploiter la capacité industrielle de transformation des fruits et légumes pour valoriser les grenades. |
| | • La possibilité d'élargir la gamme de produits (compléments alimentaires, produits cosmétiques, etc.) avec un packaging soigné et qui valorise les produits. | ➤ Encourager davantage les activités de valorisation pointue des grenades pour la fabrication de produits à haute valeur ajoutée (produits cosmétiques, compléments alimentaires, colorants, stabilisants etc...). |
| | • Disponibilité, au niveau régional et national, de laboratoires et de ressources humaines qualifiés aptes à développer des programmes de R&D, d'innovation et le contrôle de qualité des produits. | ➤ Renforcer la collaboration avec le milieu universitaire de la région pour la valorisation des produits de la région y compris la grenade. |
| <i>Commercialisation</i> | • Une demande mondiale forte et croissante pour des fruits sains et leurs dérivés. | ➤ Consolider l'infrastructure des fruits frais à l'export. ➤ Mieux commercialiser la grenade de la zone. |
| | • Proximité des gros marchés de consommation (EU et pays de la péninsule arabique), coûts de transport, surtout maritime, assez faibles. | ➤ Améliorer les conditions de l'offre tunisienne de grenades pour une meilleure compétitivité sur les marchés extérieurs. |
| | • Opportunités de certification Bio et d'exportation (les acteurs locaux ont acquis de l'expérience). | ➤ Elargir au mieux l'éventail spatial de la certification bio et orienter cette catégorie de production vers l'export. |
| | • Un environnement institutionnel et professionnel important, susceptible d'appuyer les activités de transformation, de conditionnement et d'exportation (CEPEX, GIFruit, CTAA, PACKTEC, UTICA, etc.). | ➤ Renforcer la concertation et la collaboration avec les institutions d'appui pour mieux réussir les activités de développement de la filière des grenades. |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Des innovations organisationnelles, d'agriculture contractuelle et de partenariat, existantes au niveau national, sont à valoriser dans le cadre de la promotion de la CDV Grenades. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Valoriser les opportunités de partenariat pour développer les exportations des grenades et produits dérivés. |
|--|--|

2.2.1.4. Limitation de l'impact des menaces

Le tableau 7 suivant présente les recommandations permettant la limitation des impacts des menaces.

Tableau 7 : Limitation de l'impact des menaces de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| | <i>Menaces</i> | <i>Limitation d'Impact/Alternatives</i> |
|--|--|--|
| <i>Production</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Récoltes avant maturité des fruits causant des pertes de qualité et des marchés. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibiliser les producteurs sur l'importance de la cueillette à maturité complète car la grenade est un fruit non climactérique, son processus de maturation est lié à sa présence sur l'arbre. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Changements climatiques : Risque de sécheresse prolongée et tarissement de la nappe conduisant à la destruction des vergers. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer les techniques d'économie d'eau et encourager la création des ouvrages de stockage des eaux de pluie. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Risque d'orage et de chute de grêle et destruction de la plantation et de la production. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prévoir l'installation des filets anti-grêles dans les zones à haut risque (couloir de grêle). |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Risque de propagation de nouvelles maladies difficiles à contrôler à l'image du feu bactérien du poirier et récemment de la cochenille du figuier de barbarie. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer le contrôle phytosanitaire et éviter l'introduction de matériel végétal étranger. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Risques liés à la monoculture arboricole. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Associer d'autres cultures à celle du grenadier dans les exploitations pour réduire le risque lié à la monoculture. |
| <i>Transformation et Commercialisation</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Le manque de transformation valorisant les fruits à faible valeur marchande (écorces fissurés, tâchés par des coups de soleil) risque d'impacter le revenu des producteurs et le pouvoir de négociation. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encourager l'installation des unités de valorisation des écarts de triage. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • CDV grenade fragilisée par un manque de visibilité et de maîtrise des marchés (données sur le marché éparpillées et en langue anglaise). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer la concertation et la collaboration entre les acteurs de la région et le CEPEX et le GIFRUITES pour assurer une veille des marchés de la grenade et ses dérivés. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Risque de ralentissement de la demande de grenades fraîches au niveau du marché international, surtout pour les produits non certifiés. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer les mesures de contrôle et d'accompagnement pour garantir la qualité des grenades produites et encourager davantage l'orientation vers la production biologique (AB) et certifiée (AOC). |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Marché tiré vers le haut, au niveau de l'apparence de la grenade (couleur de l'écorce, calibre, défauts visibles). | <ul style="list-style-type: none">➤ Améliorer davantage les pratiques culturales et de manipulation et de conditionnement des grenades pour un fruit sain et attractif. |
| <ul style="list-style-type: none">• Concurrence accrue des gros pays exportateurs : Espagne, Turquie, Égypte, Israël, Inde et Azerbaïdjan, et des autres pays gros producteurs : Maroc, Afghanistan, Iran et Grèce. | <ul style="list-style-type: none">➤ Miser sur la qualité en BIO et AOC. |
| <ul style="list-style-type: none">• Le marché de la grenade et de ses dérivés est soumis à une pression réglementaire internationale de plus en plus contraignante et complexe, notamment pour les usages agroalimentaires et médico-pharmaceutique. | <ul style="list-style-type: none">➤ Se conformer à la réglementation internationale pour les produits destinés à l'export. |
| <ul style="list-style-type: none">• Le marché des produits du grenadier exige d'être réactif face à la demande. | <ul style="list-style-type: none">➤ Assurer les quantités et qualités demandées, respecter les exigences réglementaires et de traçabilité en vue de fidéliser les clients et conserver ses marchés. |
| <ul style="list-style-type: none">• Instabilité économique dans le monde. | <ul style="list-style-type: none">➤ Suivre l'évolution des principaux paramètres économiques à l'internationale et élaborer une stratégie d'adaptation aux différents changements potentiels ; |
| <ul style="list-style-type: none">• Glissement du dinars tunisien et dégradation du pouvoir d'achat. | <ul style="list-style-type: none">➤ Optimiser les coûts de production et de commercialisation de la grenade pour maintenir sa consommation à la portée de la frange la plus large possible de la société ; |



2.2.2. Axes de développement de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

Les différentes recommandations sont classées selon trois axes identifiés en fonction des objectifs de développement de chaque maillon de la CDV ; i). Développement du maillon de la production, ii). Développement de la transformation et de la valorisation, iii). Développement de la commercialisation et la promotion de la grenade.

Ces axes de développement permettent le renforcement du rôle du miel dans le développement social et la dynamique économique du gouvernorat de Jendouba.

Chaque axe regroupe un ensemble de recommandations regroupées en sous-axes.

2.2.2.1. Développement du maillon de la production

❖ Développement du système de production :

On entend par là l'ensemble des recommandations visant l'organisation et le perfectionnement des activités au niveau du maillon de la production et en particulier les techniques culturales (plantation, taille, conduite de la fertilisation, de l'irrigation, de la protection phytosanitaire et de la cueillette), et bien sur le maillon de fourniture de plants, de fertilisants et de pesticides.

❖ Organisation et gouvernance :

Intègre les recommandations en relation avec le cadre réglementaire et institutionnel ainsi que la gouvernance en général comme : la révision du cadre légal, l'installation de comité de suivi des projets et programmes de développement, l'encouragement de l'implication des ONG et populations locales dans la gestion des ressources et la création de projets valorisant les potentialités de la région, etc.

❖ Renforcement des capacités de résilience aux changements climatiques :

Regroupe les recommandations de type technique et législatif qui concourent au renforcement des capacités de la chaîne de valeur grenade pour résister à l'impact négatif du changement climatique notamment les perturbations des cycles de pluie, l'élévation excessive des températures, le tarissement de la nappe phréatique etc.

2.2.2.2. Développement de la valorisation de la grenade

Il s'agit là des actions en relation avec le conditionnement de la grenade, sa transformation et valorisation en vue d'améliorer sa commercialisation avec une meilleure valeur ajoutée.

Aussi, peuvent être intégrées les recommandations visant le développement des infrastructures ayant un impact direct sur l'encouragement aux investissements et les conditions sociales des populations de la région (réseaux collectifs, Energie, Routes et pistes, etc.).

2.2.2.3. Développement de la commercialisation et la promotion de la grenade

Plusieurs actions peuvent être classées sous cette rubrique notamment l'amélioration du cadre légal, l'encouragement à l'exportation, la création de label et l'organisation des circuits de distribution.



2.2.2.4. Défalcation des recommandations par axe de développement

Pour un objectif de lisibilité et de visibilité de l'ensemble des orientations stratégiques et des recommandations formulées en fonction des analyses SWOT, PESTEL et PORTER, il a été convenu de regrouper ces recommandations par axe de développement comme présenté au tableau 8 ci-dessous.

Tableau 8 : Classement des recommandations par axe de développement de la CDV grenade de Ghardimaou

| Axes de développement | Recommandations préconisées |
|--|--|
| <i>A1 : Développement du maillon de la production</i> | |
| <i>S/A : Développement du système de production</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Améliorer davantage les pratiques culturales et de manipulation et de conditionnement des grenades pour un fruit sain et attractif. ➤ Associer d'autres cultures à celle du grenadier dans les exploitations pour réduire le risque lié à la monoculture. ➤ Encourager et encadrer l'installation des vergers biologiques de grenadiers. ➤ Encourager l'adoption de l'irrigation au goutte à goutte. ➤ Encourager l'extension des superficies de grenadiers dans le cadre d'une stratégie de développement intégré qui tient compte de l'organisation des acteurs, la maîtrise des techniques de production, la promotion de l'export et la mise en place d'un label de qualité de type AOC. ➤ Identifier les besoins de la CDV grenades dans la région et approcher les services concernés pour un appui technique et financier. ➤ Instaurer une indemnité spécifique à la culture du grenadier à Ghardimaou à l'instar de l'indemnité d'encouragement octroyée pour la culture de l'olivier. ➤ Introduire des machines de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. ➤ Miser sur la qualité en BIO et AOC. ➤ Optimiser l'exploitation des superficies disponibles pour une meilleure rentabilité économique. ➤ Prévoir l'installation des filets anti-grêles dans les zones à haut risque (couloir de grêle). ➤ Renforcer l'aménagement des périmètres irrigués en matière de drainage et d'électrification. ➤ Renforcer la lutte contre les maladies et nuisibles du grenadier et intervenir aux moments propices. ➤ Renforcer la vulgarisation des bonnes pratiques agricoles auprès des producteurs. ➤ Renforcer la vulgarisation des techniques d'irrigation adéquates et des méthodes de lutte contre les maladies et nuisibles du grenadier. ➤ Renforcer le contrôle phytosanitaire et éviter l'introduction de matériel végétal étranger. ➤ Renforcer les mesures de contrôle et d'accompagnement pour garantir la qualité des grenades produites et encourager davantage l'orientation vers la production biologique (AB) et certifiée (AOC). |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibiliser les producteurs sur l'importance de la cueillette à maturité complète car la grenade est un fruit non climactérique, son processus de maturation est lié à sa présence sur l'arbre. |
| <i>S/A : Organisation et gouvernance</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer un noyau d'organisation de la filière de préférence une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). ➤ Elaborer une stratégie de développement et d'appui de la filière grenade à Jendouba et attribuer à chaque institution son rôle clairement défini. ➤ Encourager et appuyer les jeunes à s'investir dans l'agriculture moderne et les former convenablement pour garantir une productivité et une rentabilité satisfaisante de leurs exploitations. ➤ Encourager la mise en place de SMSA qui prend en charge la promotion de la culture de grenadiers. ➤ Initier et encourager le regroupement et l'organisation des producteurs en GDA ou SMSA. ➤ Organiser des journées d'information sur les dispositifs de formation et d'accompagnement auprès des jeunes diplômés de la région. ➤ Renforcer la collaboration avec le milieu universitaire de la région pour la valorisation des produits de la région y compris la grenade. ➤ Renforcer la concertation avec les producteurs phares de la région et les encourager à prendre en charge la promotion de la filière avec l'appui des services des ministères de l'agriculture et du commerce. ➤ Renforcer la concertation et la collaboration avec les institutions d'appui pour mieux réussir les activités de développement de la filière des grenades. ➤ Renforcer les capacités du centre de formation agricole pour répondre aux besoins des agriculteurs de la région. |
| <i>S/A : Renforcement des capacités de résilience aux changements climatiques</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer l'appui et l'encadrement des jeunes pour réussir leurs initiatives. ➤ Introduire des techniques de résilience aux changements climatiques pour préserver le patrimoine des vergers de grenadiers et assurer la dynamique économique de la filière. ➤ Renforcer l'organisation des producteurs pour qu'ils puissent défendre leurs intérêts vis-à-vis des distributeurs. ➤ Renforcer les techniques d'économie d'eau et encourager la création des ouvrages de stockage des eaux de pluie. |
| A2 : Développement de la valorisation de la grenade | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Consolider l'infrastructure des fruits frais à l'export. ➤ Encourager l'implantation des projets de valorisation des grenades en prévision de l'augmentation de la production. ➤ Encourager davantage les activités de valorisation pointue des grenades pour la fabrication de produits à haute valeur ajoutée (produits cosmétiques, compléments alimentaires, colorants, stabilisants etc...). ➤ Encourager l'implantation des petites entreprises de transformation des fruits et légumes dans la région. ➤ Encourager l'installation des unités de valorisation des écarts de triage. ➤ Faciliter l'accès aux crédits à travers des conventions spéciales entre les banques et les producteurs avec garantie de l'état ; |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">➤ Introduire de nouvelles méthodes et technologies de conservation des grenades (long shelf life).➤ Mieux exploiter la capacité industrielle de transformation des fruits et légumes pour valoriser les grenades.➤ Renforcer la collaboration avec le milieu universitaire de la région pour la valorisation des produits de la région y compris la grenade.➤ Renforcer les capacités de stockage frigorifique dans la région.➤ Renforcer les sessions de formation sur les pratiques de stockage et de conditionnement et les techniques de transformation. |
| A3 : Développement de la commercialisation et la promotion de la grenade | |
| | <ul style="list-style-type: none">➤ Améliorer les conditions de l'offre tunisienne de grenades pour une meilleure compétitivité sur les marchés extérieurs.➤ Assurer les quantités et qualités demandées, respecter les exigences réglementaires et de traçabilité en vue de fidéliser les clients et conserver ses marchés.➤ Elargir au mieux l'éventail spatial de la certification bio et orienter cette catégorie de production vers l'export.➤ Encourager la mise en place d'une SMSA qui prend en charge la promotion de la culture de grenadiers.➤ Mieux commercialiser la grenade de la zone.➤ Optimiser les coûts de production et de commercialisation de la grenade pour maintenir sa consommation à la portée de la frange la plus large possible de la société ;➤ Promouvoir la consommation des grenades et de ses dérivés.➤ Renforcer la certification Bio et l'orientation vers l'export.➤ Renforcer la concertation et la collaboration entre les acteurs de la région et le CEPEX et le GIFRUITTS pour assurer une veille des marchés de la grenade et ses dérivés.➤ Renforcer la rentabilité de la filière à travers son organisation et l'amélioration des circuits de distribution et des conditions de vente de la production.➤ Se conformer à la réglementation internationale pour les produits destinés à l'export.➤ Suivre l'évolution des principaux paramètres économiques à l'internationale et élaborer une stratégie d'adaptation aux différents changements potentiels ;➤ Valoriser les opportunités de partenariat pour développer les exportations des grenades et produits dérivés. |

2.3. PLAN D'ACTION DE DEVELOPPEMENT de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

2.3.1. Cadre logique de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

Le tableau 9 présente le cadre logique du plan de développement de la CDV Grenade de Ghardimaou établie au vu des résultats du diagnostic effectué lors de la première phase de la présente étude.

Tableau 9 : Cadre logique du plan de développement de la CDV grenade de Ghardimaou

| | Indicateurs de suivi/évaluation | Sources de vérification | Hypothèses |
|---|---|---|--|
| Objectif principal | | | |
| Faire de la grenade l'un des produits de terroir du gouvernorat de Jendouba autour duquel sera créée une dynamique économique locale durable d'ici l'horizon 2040. | <ul style="list-style-type: none"> - Part de la grenade dans la valeur de la production agricole du gouvernorat de Jendouba ; - Part dans l'emplois régional. | Rapports : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA de Jendouba ; - ODNO ; - DGEDA-Tunis. | <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser les actions prévues dans ce cadre logique ; • Assurer une meilleure coordination entre les parties prenantes ; • Assurer un bon suivi-évaluation du plan d'action. |
| Objectifs spécifiques | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - <i>Développement du système de production de la grenade et renforcement du rôle des producteurs dans la CDV.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Taux de croissance annuelle des superficies, au moins 20% chaque année sur 5 ans ; - Périmètres irrigués aménagés ; - Augmentation des rendements de grenade de 20% dans 50% des vergers ; - Superficie des vergers biologiques. | Rapports : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA de Jendouba ; - ODNO ; - OPA créées. | <ul style="list-style-type: none"> • Améliorer les conditions de vie dans les plateformes de production des grenades pour maintenir la population locale sur ses terres ; • Réaliser les actions proposées en relation avec le maillon des producteurs ; • Créer les OPA prévus. |
| <ul style="list-style-type: none"> - <i>Amélioration de l'organisation et de la gouvernance de la CDV grenade.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Au moins un GDA/SMSA est créé ; - Taux de participation des acteurs de la CDV aux structures de gouvernance. | Rapports : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA de Jendouba ; - ODNO ; - Délégation. | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les acteurs pour adhérer aux GDA et SMSA; • Soutenir ces OPA pour un bon fonctionnement. |
| <ul style="list-style-type: none"> - <i>Valorisation de la grenade pour une meilleure rentabilité des trois maillons : production, collecte et transformation.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Gamme des dérivés de grenades ; - Taux d'augmentation des quantités transformées ; - Taux de rejets ; - Présence des dérivés de grenade dans les grandes surfaces. - Prix de vente. | Rapports : <ul style="list-style-type: none"> - ODNO ; - APII et APIA ; - Bilan de production des unités de transformation | <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre un programme de recherche visant le développement technologique pour la valorisation de la grenade et vulgarisation des résultats ; • Réaliser les actions proposées en relation avec le maillon de la valorisation (conditionnement et transformation) ; • Améliorer l'infrastructure routière et des taux de branchement aux différents réseaux. |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | | | |
|--|---|--|---|
| - Développement de la commercialisation et la promotion de la grenade au profit des producteurs, des commerçants et des transformateurs. | - Taux d'augmentation des quantités de grenade vendues aux marchés de gros de 20%. - Taux d'augmentation des exportations. | Journal du marché de gros ; INS ; SMAS | <ul style="list-style-type: none"> • Améliorer l'organisation du circuit de distribution de la grenade ; • Réaliser les actions proposées en relation avec le maillon de la distribution et de promotion. |
|--|---|--|---|

| Résultats attendus | Indicateurs de suivi/évaluation | Sources de vérification | Hypothèses |
|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Un guide de bonnes pratiques est distribué aux agriculteurs et techniciens - Des vergers bien entretenus avec des bonnes pratiques de conduite. - Des rendements meilleurs et plus stables. | <ul style="list-style-type: none"> - Un guide de bonnes pratiques distribué ; - Au moins 50% des vergers bien entretenus ; - Rendement stable. | Rapports de : - CRDA ; - ODNO. | <ul style="list-style-type: none"> • Engagement des parties prenantes ; • Trouver les fonds nécessaires ; • Réaliser des actions de formation suffisantes. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Des producteurs bien organisés agissant solidairement. - Facilité de communication avec les producteurs. - Harmonie des décisions et des prises de positions entre les producteurs. | <ul style="list-style-type: none"> - Nombres de GDA créés. - Nombre de producteurs adhérents aux GDA. - Nombre de producteurs bénéficiant des activités des GDA. | CRDA, ODNO | <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation des producteurs à l'intérêt de s'organiser en GDA, - Appui technique aux producteurs |
| <ul style="list-style-type: none"> - Existence de vergers conduits en mode biologique. | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de vergers biologiques certifiés et de producteurs engagés. | Rapports de : - CRDA ; | <ul style="list-style-type: none"> - Engagement dans l'utilisation de méthodes de lutte biologique et de piégeage de masse. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Une qualité de produit bien appréciée. | <ul style="list-style-type: none"> - Existence de Label ; - Quantité à l'export. | Rapports de : - CRDA et INNORPI | <ul style="list-style-type: none"> - L'élaboration d'un Un guide des Bonnes Pratiques |
| <ul style="list-style-type: none"> - Une gamme diversifiée des produits issus de la transformation de la grenade. | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de dérivés issus de la grenade. | Bilan de production des unités de transformation. | <ul style="list-style-type: none"> - Lancement des programmes de sensibilisation et de formation des porteurs de projets innovants. - Réaliser des études détaillées sur le développement de la technique de transformation de la grenade. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Prix rémunérateurs pour le producteur. | <ul style="list-style-type: none"> - Prix de vente de la grenade. | INS, CRDA, ODNO. | <ul style="list-style-type: none"> - Créer et mettre en œuvre le guide des BPH ; - Réaliser les actions d'amélioration de la qualité ; - Créer un label ; - Réussir un plan marketing ; - Créer la SMSA. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Stabilité de commercialisation pour les producteurs. | <ul style="list-style-type: none"> - Taux de croissance de la commercialisation | Rapport des SMSA/GDA | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Une bonne réputation de la grenade de Ghardimaou. | <ul style="list-style-type: none"> - Taux de notoriété de la grenade | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Pénétration des marchés d'export. | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de marchés d'export ; - Taux de vente à l'export. | | |



| Actions | Indicateurs de suivi/évaluation | Sources de vérification | Hypothèses |
|---|---|---|--|
| 1. Améliorer la conduite des vergers et développer la production des grenades | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Optimiser l'exploitation des superficies disponibles pour une meilleure rentabilité économique ; - Elaborer et distribuer un guide de bonnes pratiques pour la culture de grenades ; - Prévoir un programme de financement spécial et encourager l'extension des vergers de grenade ; - Mise en œuvre de systèmes d'irrigation efficaces ; - Lancer un programme de recherche pour une amélioration des pratiques et un bon suivi et contrôle de l'état des vergers ; - Encourager et encadrer l'installation des vergers biologiques ; - Prévoir l'installation des filets anti-grêles dans les zones à haut risque (couloir de grêle) | <ul style="list-style-type: none"> • 50% des anciens vergers sont intensifiés ; • Un guide de bonnes pratiques est distribué ; • Doubler les superficies plantées en 5 ans ; • Des cycles de 5 jours de formation seront organisés pour présenter le guide des bonnes pratiques ; • Valeur des fonds alloués à l'activité ; • Un guide d'irrigation est vulgarisé et mis à la disposition des agriculteurs ; • Au moins 50% des producteurs ont installé des filets anti-grêles. | Rapport d'activité du : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA de Jendouba - AVFA - ODNO | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer l'aménagement des périmètres irrigués en matière de drainage et d'électrification ; ➤ Soutenir la prise de relève de cette culture par les jeunes et encourager l'intégration des nouvelles générations dans leur milieu naturel ; ➤ Trouver les fonds nécessaires pour lancer le programme de recherche ; ➤ Renforcer les programmes de formation dans le domaine ; ➤ Renforcer les mesures de contrôle et d'accompagnement pour garantir la qualité des grenades produites et encourager davantage l'orientation vers la production biologique (AB) ; ➤ Sensibiliser les propriétaires à introduire d'autres cultures notamment des pommiers et des figuiers et des figuiers de barbarie inerme ; ➤ Inciter les nouveaux investisseurs à diversifier les cultures. |
| 2. Améliorer l'organisation professionnelle des producteurs | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Encourager les producteurs pour s'organiser en GDA ; - Initier des groupuscules de producteurs dans les zones de production autour d'une activité critique (collecte et commercialisation des grenade) pour faciliter par la suite l'adhésion à une structure fédératrice ; - Créer un noyau d'organisation de la filière de préférence une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). | <ul style="list-style-type: none"> • Au moins un GDA est créé et bien équipé dans la zone de plantation ; • Des groupes de producteurs organisés facilitant les opérations commerciales. • Une SMSA est installée. | Rapport d'activité du : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA de Jendouba ; - ODNO ; - Délégation de Ghardimaou ; - JORT. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser des ateliers de sensibilisation et de concertation avec les producteurs de la région pour les convaincre davantage de l'intérêt d'adhérer au GDA pour développer la chaîne de valeur grenade ; ➤ Sensibiliser les acteurs phares dans la région pour prendre l'initiative et les encourager à prendre en charge la promotion de la filière avec l'appui des services des ministères de l'agriculture et du commerce ; ➤ Recours aux bailleurs de fonds comme la GIZ ou le FIDA pourrait aider à la mise en place de la SMSA. |



| Actions | Indicateurs de suivi/évaluation | Sources de vérification | Hypothèses |
|--|---|---|--|
| 3. Améliorer l'infrastructure et les techniques de conditionnement et de valorisation | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Encourager l'implantation des petites entreprises de transformation des fruits et légumes dans la région. - Encourager l'installation des unités de valorisation des écarts de triage. - Encourager l'installation des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. | <ul style="list-style-type: none"> - Un GIE est créé ; - 50% de la production est vendue conditionnée ; - Au moins trois unités de valorisation des écarts de triage de grenade et deux unités de valorisation bois de taille sont créées. | Rapport : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA ; - APII ; - APIA. | <ul style="list-style-type: none"> - Formation du personnel sur les opérations de conditionnement et de valorisation ; - Sensibilisation des acteurs locaux et les investisseurs sur les opportunités de valorisation ; - Encourager les jeunes promoteurs et les OPA pour investir dans le domaine. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Initier à travers la SMSA future un partenariat avec un centre de conditionnement existant ou susceptible d'être implanté pour un conditionnement intermédiaire bien maîtrisé avant la mise des grenades sur le marché de gros. | <ul style="list-style-type: none"> - Convention de collaboration signée. | Documents administratifs de la SMSA | <ul style="list-style-type: none"> - Créer une SMSA ; - Sensibiliser les producteurs pour adhérer à la SMSA. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser et mettre en œuvre une convention de recherche et développement sur les techniques de valorisation et les emballages adaptés. | <ul style="list-style-type: none"> - Convention de collaboration signée | Rapport : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA, APII, APIA, organisme de recherche | <ul style="list-style-type: none"> - Engagement des parties concernées et trouver les fonds nécessaires. |
| 4. Améliorer la commercialisation et la promotion de la grenade | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Initier la création d'un label qualité de type Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) et BIO pour promouvoir les grenades ; - Elargir au mieux l'éventail spatial de la certification bio et orienter cette catégorie de production vers l'export. | <ul style="list-style-type: none"> - Un cahier des charges est élaboré et validé. - Un label qualité est enregistré à l'INNORPI et au moins 10 producteurs sont agréés ; | Rapport : <ul style="list-style-type: none"> - INNORPI ; - CRDA. | <ul style="list-style-type: none"> - Renforcer les mesures de contrôle et d'accompagnement pour garantir la qualité des grenades produites (AB) et certifiée (AOC) ; - Créer une SMSA qui prendra ultérieurement en charge la gestion d'un label qualité de type AOC et BIO. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un plan de commercialisation et de promotion ; - Présence dans les réseaux sociaux et les Média et témoignage d'experts ; - Action de promotion ; - Multiplier les points de vente « du producteur au consommateur » et standardiser le merchandising ; - Intégrer la grenade et ses dérivés dans les circuits écotouristiques et les circuits biologiques. - Organiser des événements et renforcer le festival de la grenade pour attirer les touristes et promouvoir le produit localement et à l'étranger. | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de contenus créés (articles, vidéos, images), engagement et réactions sur les réseaux sociaux ; - Taux de notoriété de la grenade de Ghardimaou ; - Nombre de points de vente directe aux consommateurs. | <ul style="list-style-type: none"> - Vérification sur les réseaux de communication ; - Rapports du Commissariat de la culture | <ul style="list-style-type: none"> - Participation à des salons et foires agricoles ; - Trouver les fonds pour renforcer le festival ; - Renforcer la concertation et la collaboration entre les acteurs de la région et le CEPEX et le GIFRUIITS pour assurer une veille des marchés de la grenade et ses dérivés. |



2.3.2. Actions de développement de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

Au vu du diagnostic et des recommandations formulées ci-avant, un ensemble d'actions à composantes multiples ont été proposées comme énuméré dans le tableau du cadre logique ci-dessus. Ces actions doivent être formulées en projets avec l'argumentation et la pertinence nécessaires pour approcher des bailleurs de fonds susceptibles de les financer.

2.3.2.1. Les fiches actions

Un ensemble de 5 fiches actions est présenté ci-après. Elles détaillent les actions proposées, leurs objectifs, les composantes, le planning, les indicateurs de suivi et les mesures d'accompagnement.

Tableau 10 : Liste des actions détaillées par fiche de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| Numéro | Intitulée de l'action |
|---------------|---|
| Fiche-01 | Préparation et mise en œuvre d'un programme d'un programme de développement des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques. |
| Fiche-02 | Lancement d'un programme de renforcement des capacités des OPA dans la région et de sensibilisation de l'agriculteur pour adhérer à ces organisations. |
| Fiche-03 | Création d'unités de transformation et de valorisation des grenades avec des technologies innovantes et des emballages bien adaptés |
| Fiche-04 | Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou ». |
| Fiche-05 | Mise en place d'un plan de commercialisation et de promotion de la Grenade de Ghardimaou y compris le renforcement des capacités du Festival des grenades de la région. |



Fiche action n°01

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
|--|--|
| Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou » à Jendouba | |
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 01 | Préparation et mise en œuvre d'un programme de développement des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques |
| Objectif principal | Amélioration du maillon de la production de la grenade de Ghardimaou |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> - Développement du système de production de la grenade ; - Renforcement du rôle des producteurs dans la CDV ; - Amélioration de la stabilité de la production et la rentabilité des vergers ; - Produire une qualité labellisable. |
| Description de l'action | <p>Optimiser l'exploitation des superficies disponibles (intensification); Encourager l'extension des vergers de grenadiers et prévoir un programme de financement spécial ; Elaborer et distribuer un guide de bonnes pratiques pour la culture de grenades avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'adoption de techniques de tailles appropriées • la mise en place d'un système d'irrigation adapté et efficace • la mise en place de programmes de surveillance et de lutte contre les ravageurs et les maladies • Formation des producteurs sur les bonnes pratiques agricoles spécifiques à la culture de la grenade ; • la mise en œuvre de systèmes d'irrigation efficaces ; • l'installation des filets anti-grêles dans les zones à haut risque (couloir de grêle). <ul style="list-style-type: none"> - Encourager et encadrer l'installation des vergers biologiques ; - Lancer un programme de recherche pour une amélioration des pratiques et un bon suivi et contrôle de l'état des vergers ; - Encourager les producteurs pour s'organiser en GDA ; - Initier des groupuscules de producteurs dans les zones de production autour d'une activité critique (collecte et commercialisation des grenade) pour faciliter par la suite l'adhésion à une structure fédératrice ; - Créer un noyau d'organisation de la filière de préférence une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest |
| Acteurs Impliqués | Les producteurs, les services agricoles de la région et le gouvernorat de Jendouba, APIA, BNA, UTAP |
| Acteurs de mise en œuvre | AVFA |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2030 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | Surface et état des vergers, qualité du fruit, rendements, nombre des producteurs adoptant les techniques agricoles durables, taux de participation aux sessions de formation, etc. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none"> - Engagement du MARHP et des organismes de recherche ; Disposer des fonds nécessaires ; - Engagement des producteurs ; Aides de l'Etat (filets, subventions spécifiques, etc). |



Fiche action n°02

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
|--|--|
| Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou » à Jendouba | |
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 2 | Lancement d'un programme de renforcement des capacités des OPA dans la région et de sensibilisation de l'agriculteur pour adhérer à ces organisations. |
| Objectif principal | Amélioration de l'organisation professionnelle des producteurs |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Avoir des OPA plus actifs et plus influents dans leur environnement ;- Avoir un taux satisfaisant d'adhésion des agriculteurs aux OPA ;- Réussir l'action de développement du maillon des producteurs. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Créer un nombre suffisant de GDA dans la zone ;- Doter les GDA des moyens humains et matériels pour améliorer la gestion et le fonctionnement ;- Faire bénéficier les comités des GDA des formations nécessaires en gestion- Initier des groupuscules de producteurs dans les zones de production autour d'une activité critique (collecte et commercialisation des grenade) pour faciliter par la suite l'adhésion à une structure fédératrice ;- Initier la création d'une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest et le CRDA |
| Acteurs Impliqués | Les autorités locales, les producteurs, les services agricoles de la région (CRDA), UTAP |
| Acteurs de mise en œuvre | CRDA |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2028 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Nombres de GDA créés ; Fonds accordés aux GDA ; SMSA créée ;- Nombre d'adhérents aux GDA et SMSA. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Programmation et réalisation de l'action par l'ODNO dans les délais prévus ;- Identification d'une première liste d'acteurs pour l'initiation de la démarche de création d'une SMSA- Engager les fonds nécessaires et faire appel aux bailleurs de fonds. |



Fiche action n°03

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
|---|---|
| Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou » à Jendouba | |
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 3 | Création d'unités de transformation et de valorisation des grenades avec des technologies innovantes et des emballages bien adaptés |
| Objectif principal | <i>Valorisation de la grenade pour une meilleure rentabilité des trois maillons : production, collecte et transformation</i> |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Une rentabilité plus satisfaisante au niveau de l'exploitation ;- Une activité de collecte et de transformation attrayante aux jeunes promoteurs. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Mener des actions d'encouragement et de sensibilisation sur l'intérêt de valorisation de la grenade ;- Implantation des petites entreprises de transformation des fruits et légumes dans la région ;- Installation des unités de valorisation des écarts de triage ;- Installation des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière ;- Réaliser et mettre en œuvre une convention de recherche et développement sur les techniques de valorisation et les emballages adaptés. |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest / CRDA |
| Acteurs Impliqués | APII, BTS, Autres banques et institutions financières. |
| Acteurs de mise en œuvre | Investisseurs privés |
| Calendrier de Réalisation | 2024-2028 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Nombre d'unités de transformation installées ;- Quantité de grenade transformée ;- Quantité et Prix de vente des dérivés de grenade ;- Revenus supplémentaires engendrés par la transformation de grenade. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Programmation et réalisation de l'action par l'ODNO dans les délais prévus ;- Attraction des investisseurs privés ;- Organisation des producteurs en SMSA. |



Fiche action n°04

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
|---|--|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 04 | Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou ». |
| Objectif Global | Amélioration de la compétitivité de la grenade de Ghardimaou et des conditions de sa commercialisation |
| Objectifs Spécifiques | <i>Promotion de la notoriété</i> de la grenade de Ghardimaou ; <i>Amélioration de la rentabilité</i> de la CDV. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none"> - Action de sensibilisation sur l'opportunité et la faisabilité de création d'un label qualité de la grenade de Ghardimaou ; - Identification du gestionnaire du label (SMSA ou GDA) et du groupe d'agriculteurs engagés dans le label. - Elaboration du cahier des charges, validation et publication au JORT. - Inscription du label à l'INNORPI. - Session de formation sur les exigences du cahier des charges au profit des agriculteurs. - Accompagnement des agriculteurs dans le processus de préparation à la certification. - Certification des agriculteurs. - Action de promotion médiatique du label. - Commercialisation du produit labellisé. |
| Pilote de l'action | SMSA ou GDA, APIA |
| Acteurs de mise en œuvre | Commission technique consultative des AOC et des IP au sein du ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche. |
| Acteurs Impliqués | ODNO, APIA, DR Office de l'élevage, CRDA |
| Calendrier de Réalisation | 2027-2028 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none"> - Publication du cahier des charges au JORT, - Nombre des agriculteurs sont certifiés dans les deux premières années du label, - Des dérivés de la grenade labellisée sont commercialisés sur le marché. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none"> - Accélération de publication de validation et de publication du cahier des charges par le MARHP ou le ministère de l'industrie. - Facilitation des procédures administratives à tous les niveaux - Financement de l'action par un bailleur de fonds ou l'APIA ou le CRDA. |



Fiche action n°05

| | |
|--|--|
| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
| Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou » à Jendouba | |
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 5 | Mise en place d'un plan de commercialisation et de promotion de la Grenade de Ghardimaou y compris le renforcement des capacités du Festival des grenades de la région. |
| Objectif principal | <i>Amélioration de la commercialisation et de la promotion de la grenade au profit des producteurs, des commerçants et des transformateurs.</i> |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none"> - Commercialisation stable et plus équitable pour les producteurs de grenade ; - Un circuit de commercialisation plus organisé ; - Créer un marché potentiel pour les dérivés de grenade. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none"> - Initier la création d'un label qualité de type Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) et BIO pour promouvoir les grenades ; - Elargir au mieux l'éventail spatial de la certification bio et orienter cette catégorie de production vers l'export. - Améliorer la communication médiatique sur les grenades pour développer sa notoriété chez le consommateur. - Organiser des événements et renforcer le festival de la grenade pour attirer les touristes et promouvoir le produit localement et à l'étranger. |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest |
| Acteurs Impliqués | Les producteurs, les services agricoles de la région, Ministère de l'agriculture, de la pêche et des ressources hydrauliques, APII, BTS. |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2028 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none"> - Un label AOC est créé. - Un label Bio est créé. - Taux de notoriété de la grenade de Ghardimaou. - Une gamme diversifiée de dérivés de grenade est produite. - Des prix équitables pratiqués à tous les maillons. - |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none"> - Programmation et réalisation de l'action par l'ODNO dans les délais prévus. - Identification d'une première liste d'acteurs pour l'initiation de la démarche de création d'une SMSA. - Création de l'SMSA. |

2.3.2.2. Récapitulatif et évaluation des actions de la CDV «Grenade de Ghardimaou»

Ces actions sont évaluées selon une échelle appliquée à 5 indicateurs comme présenté ci-avant dans l'approche méthodologique. Le score de notation permet de définir la priorité des actions en respectant l'ordre procédural et la logique de faisabilité.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-------------------|--------------|----------|---------------------|--------------------------|
| Employabilité | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Rentabilité financière | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Dynamisation économique | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Faisabilité / réalisable | Très peu faisable | Peu faisable | Faisable | Facilement faisable | Très facilement faisable |
| La résilience de la CDV | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |

L'évaluation à travers les 5 indicateurs mentionnés a permis le classement des actions par ordre d'importance comme suit :

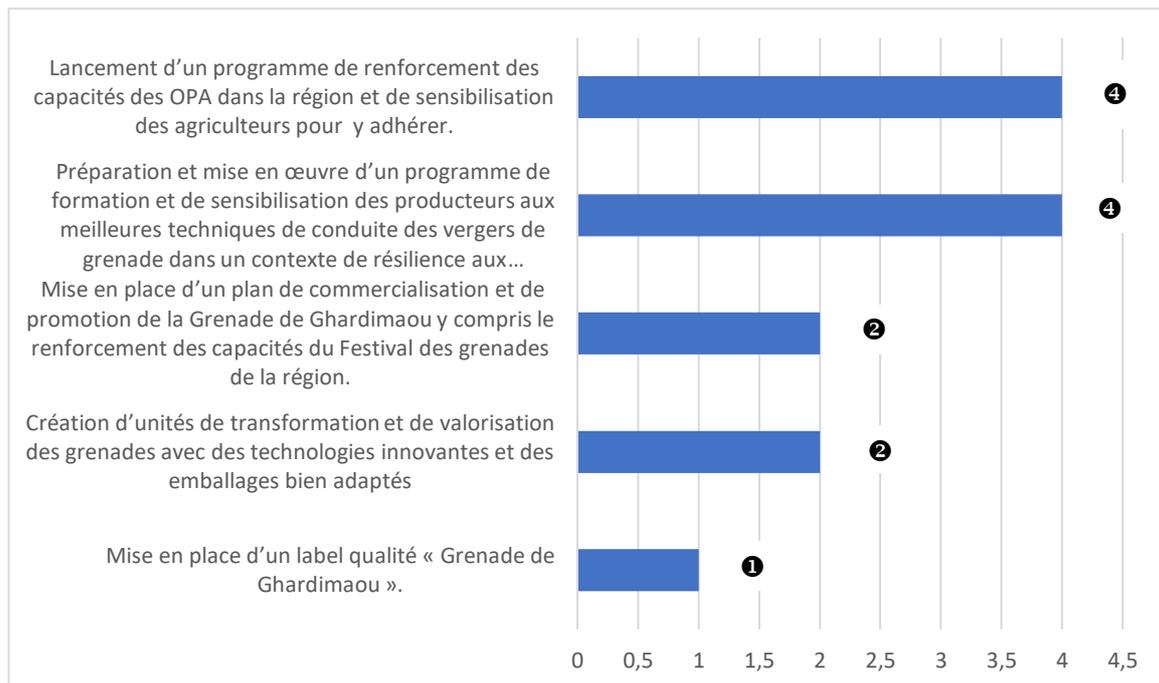


Figure 12: La priorisation des actions selon les indicateurs d'évaluation de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

Tableau 11: Evaluation et priorisation des actions de la CDV « Grenade de Ghardimaou » au gouvernorat de Jendouba

| Actions | Opportunité d'emploi | Augmentation des revenus des acteurs de la CDV | Importance économique pour la zone | Faisabilité | Viabilité de la CDV | Score total de notation | Ordre de priorité |
|---|----------------------|--|------------------------------------|-------------|---------------------|-------------------------|-------------------|
| 1. Préparation et mise en œuvre d'un programme de formation et de sensibilisation des producteurs aux meilleures techniques de conduite des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 19 | 4 |
| 2. Lancement d'un programme de renforcement des capacités des OPA dans la région et de sensibilisation des agriculteurs pour y adhérer. | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 |
| 3. Création d'unités de transformation et de valorisation des grenades avec des technologies innovantes et des emballages bien adaptés | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 2 |
| 4. Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou ». | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 1 |
| 5. Mise en place d'un plan de commercialisation et de promotion de la Grenade de Ghardimaou y compris le renforcement des capacités du Festival des grenades de la région. | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 2 |

2.4. Plan de Mise en œuvre des actions de développement de la CDV Grenade de Ghardimaou

Tableau 12 : Plan de mise en œuvre des actions de développement de la CDV grenade de Ghardimaou

| Résultats attendus | Actions | Modalités de mise en œuvre | | | |
|--|--|--|---|-------------------|------------------------|
| Objectif principal : Faire de la grenade l'un des produits de terroir du gouvernorat de Jendouba autour duquel sera créée une dynamique économique locale durable d'ici l'horizon 2040. | | | | | |
| S/O 1 : Développement du système de production de la grenade et renforcement du rôle des producteurs dans la CDV. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Des vergers bien entretenus avec des bonnes pratiques de conduite. - Des rendements meilleurs et plus stables. | Préparation et mise en œuvre d'un programme de formation et de sensibilisation des producteurs aux meilleures techniques de conduite des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques | <ul style="list-style-type: none"> - Optimiser l'exploitation des superficies disponibles (intensification); - Elaborer un guide de bonnes pratiques et former les producteurs sur les bonnes pratiques agricoles spécifiques à la culture de la grenade ; - Mise en œuvre de systèmes d'irrigation efficaces ; - Prévoir un programme de financement spécial pour encourager l'extension des vergers de grenadiers ; - Encourager et encadrer l'installation des vergers biologiques ; - Lancer un programme de recherche pour une amélioration des pratiques et un bon suivi et contrôle de l'état des vergers ; - Encourager les producteurs pour s'organiser en GDA ; - Initier des groupuscules de producteurs dans les zones de production autour d'une activité critique (collecte et commercialisation des grenade) pour faciliter par la suite l'adhésion à une structure fédératrice. - Créer un noyau d'organisation de la filière de préférence une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). | | | |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement |
| 2025-2030 | ODNO, CRDA | APIA, UTAP, CRDA, Producteurs | Bailleurs de Fonds Sources propres du CRDA | | |
| S/O 2 : Amélioration de l'organisation et de la gouvernance de la CDV grenade. | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Des producteurs bien organisés agissant solidairement. - Facilité de communication avec les producteurs. | Lancement d'un programme de renforcement des capacités des OPA dans la région et de sensibilisation | <ul style="list-style-type: none"> - Créer un nombre suffisant de GDA dans la zone ; - Doter les GDA des moyens humains et matériels pour améliorer la gestion et le fonctionnement ; - Faire bénéficier les comités des GDA des formations nécessaires en gestion | | | |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| <ul style="list-style-type: none"> - Harmonie des décisions et des prises de positions entre les producteurs | <p>de l'agriculteur pour adhérer à ces organisations.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Initier des groupuscules de producteurs dans les zones de production autour d'une activité critique (collecte et commercialisation des grenade) pour faciliter par la suite l'adhésion à une structure fédératrice ; - Initier la création d'une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation (gestion du label, export, marché local, festival etc.). | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--------------------|-------------------|------------------------|-----------|-----------|-------------------------|---|
| | | <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="994 379 1227 416">Echéances</th> <th data-bbox="1227 379 1482 416">Pilote de l'action</th> <th data-bbox="1482 379 1751 416">Parties prenantes</th> <th data-bbox="1751 379 2092 416">Sources de financement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="994 416 1227 480">2025-2028</td> <td data-bbox="1227 416 1482 480">ODNO/CRDA</td> <td data-bbox="1482 416 1751 480">CRDA, UTAP, Producteurs</td> <td data-bbox="1751 416 2092 480">Bailleurs de fonds, Fonds propres du CRDA</td> </tr> </tbody> </table> | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | 2025-2028 | ODNO/CRDA | CRDA, UTAP, Producteurs | Bailleurs de fonds, Fonds propres du CRDA |
| Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | | | | | | | |
| 2025-2028 | ODNO/CRDA | CRDA, UTAP, Producteurs | Bailleurs de fonds, Fonds propres du CRDA | | | | | | | |
| <p>S/O 3 : Valorisation de la grenade pour une meilleure rentabilité des trois maillons : production, collecte et transformation.</p> | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Une gamme diversifiée des produits issus de la transformation de la grenade. | <p>Création d'unités de transformation et de valorisation des grenades</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Mener des actions d'encouragement et de sensibilisation sur l'intérêt de valorisation de la grenade ; - Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les techniques de valorisation de fruits et les types d'emballage les plus adaptés au marché. - Implantation des petites entreprises de transformation des fruits et légumes dans la région ; - Installation des unités de valorisation des écarts de triage ; - Installation des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. | | | | | | | | |
| | | <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="994 820 1227 857">Echéances</th> <th data-bbox="1227 820 1482 857">Pilote de l'action</th> <th data-bbox="1482 820 1751 857">Parties prenantes</th> <th data-bbox="1751 820 2092 857">Sources de financement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="994 857 1227 1015">2024-2026</td> <td data-bbox="1227 857 1482 1015">ODNO/CRDA</td> <td data-bbox="1482 857 1751 1015">APII, BTS, ODNO, CRDA</td> <td data-bbox="1751 857 2092 1015">BTS, autres banques tunisiennes Bailleurs de fonds Fonds propres de l'investisseurs ...</td> </tr> </tbody> </table> | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | 2024-2026 | ODNO/CRDA | APII, BTS, ODNO, CRDA | BTS, autres banques tunisiennes Bailleurs de fonds Fonds propres de l'investisseurs ... |
| Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | | | | | | | |
| 2024-2026 | ODNO/CRDA | APII, BTS, ODNO, CRDA | BTS, autres banques tunisiennes Bailleurs de fonds Fonds propres de l'investisseurs ... | | | | | | | |
| <p>S/O 4 : Développement de la commercialisation et la promotion de la grenade au profit des producteurs, des commerçants et des transformateurs.</p> | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Un produit frais vendu à des prix rémunérateurs pour le producteur. - Stabilité de commercialisation pour les producteurs. - Une bonne réputation de la grenade de Ghardimaou. | <p>Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou ».</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Action de sensibilisation sur l'opportunité et la faisabilité de création d'un label qualité de la grenade de Ghardimaou ; - Identification du gestionnaire du label (SMSA ou GDA) et du groupe d'agriculteurs engagés dans le label. - Elaboration du cahier des charges, validation et publication au JORT. - Inscription du label à l'INNORPI. - Session de formation sur les exigences du cahier des charges au profit des agriculteurs. - Accompagnement des agriculteurs dans le processus de préparation à la certification. - Certification des agriculteurs. | | | | | | | | |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | | | | | | |
|--|---|---|------------------|---------------------------|-------------------------------------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Action de promotion médiatique du label. - Commercialisation du produit labellisé. | | | | |
| | | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement |
| | | | 2027-2028 | SMSA/GDA, APIA | ODNO, APIA, CRDA, UTAP, Producteurs | Bailleurs de fonds Contributions de l'APIA et CRDA |
| Pénétration des marchés d'export. | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Des fruits certifiés BIO. - Des fruits certifiés AOC. - Une qualité de produit bien appréciée et bien présent sur le marché. - Un emballage bien adapté à la demande. | Mise en place d'un plan de commercialisation et de promotion de la Grenade de Ghardimaou y compris le renforcement des capacités du Festival des grenades de la région. | <ul style="list-style-type: none"> - Initier la création d'un label qualité de type BIO pour promouvoir les grenades ; - Elargir au mieux l'éventail spatial de la certification bio et orienter cette catégorie de production vers l'export. - Améliorer la communication médiatique sur les grenades pour développer sa notoriété chez le consommateur. - Organiser des événements et renforcer le festival de la grenade pour attirer les touristes et promouvoir le produit localement et à l'étranger. | | | | |
| | | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement |
| | | | 2025-2028 | ODNO, DGAB | CTAB, CRDA, APIA, UTAP, Producteurs | Bailleurs de fonds Contributions APIA, DGAB |



2.5. Modèle de fiche projet pour le développement de la CDV Grenade de Ghardimaou

FICHE PROJET

(Modèle à suivre pour demander un financement auprès d'un bailleur de fonds)

Fiche d'identité Synthétique

Titre et acronyme du projet : Options de Terroir Ghardimaou « OTG »

Objet du projet : Développement de la chaîne de valeur Grenade de Ghardimaou

Zone d'intervention : Délégation de Ghardimaou

Bénéficiaires : Population active de la CDV Grenade (agriculteurs, collecteurs, commerçants, exportateurs, transformateurs et services d'appui technique)

Coût total : 5 220 mille DT

Groupe porteur : Office de Développement du Nord-Ouest / CRDA/APIA/GIFRUIT

Contact : Adresse : Av, Taïeb M'hiri 6100 – Siliana.

Téléphone : (+216) 78 871 515 / (+216) 78 871 516 - E-Mail : odno@mdci.gov.tn

JUSTIFICATION DU PROJET

Contexte :

Dans un souci de développement des gouvernorats du Nord-Ouest de la Tunisie, en visant les produits de terroir comme levier de dynamisation agroéconomique, l'Office de Développement du Nord-Ouest (ODNO) a initié une étude pour l'élaboration de plan d'actions de développement autour des produits de terroir les plus réputés au Nord-Ouest et à raison de deux produits par gouvernorat (Siliana, Jendouba, Béja et Le Kef).

Les concertations effectuées avec les responsables des structures régionales de développement dans le gouvernorat de Jendouba, ont débouché sur le choix de la grenade en tant que produit de terroir ayant des potentialités assez importantes et une notoriété confirmée dans la délégation de Ghardimaou qui a connu l'introduction de cette culture depuis plus de 50 ans.

Attaché à l'importance culturelle et archéologique du territoire, la grenade justifie bien son choix comme produit de terroir dans le gouvernorat.

Sur la base d'un diagnostic approfondi de cette chaîne de valeur, un plan d'action comportant plusieurs activités a été proposé pour atteindre les objectifs fixés dans ladite étude.

La mise en œuvre de ces actions ne peut être envisagée d'une manière ponctuelle chaque action à part en raison de l'agencement logique et organique entre-elles. C'est la raison pour laquelle le présent projet regroupe l'ensemble de ces activités qui sont articulées conformément à l'agencement des différents maillons de la chaîne de valeur « Grenade de Ghardimaou ».

Problèmes à résoudre :

Le présent projet vise notamment la résolution des problèmes suivants :



Phase 2 : Plan d'action pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

- Les contraintes liées à la production : Morcellement des terres agricoles, faible appui de vulgarisation technique : absence d'un manuel de bonnes pratiques de la culture du grenadier à la portée des agriculteurs, insuffisance de coordination entre les différentes institutions d'appui à la filière, faible organisation des producteurs,
- L'atténuation des menaces du changements climatique (sècheresse prolongée et tarissement de la nappe conduisant à la destruction des vergers, risque d'orage et de chute de grêle et destruction de la plantation et de la production, risque de propagation de nouvelles maladies difficiles à contrôler à l'image du feu bactérien du poirier et récemment de la cochenille du figuier de barbarie).
- Le manque d'unités de transformation agroalimentaire dans la région et la faible valorisation des sous-produits du grenadier.
- Le manque de visibilité de la CDV et la non maîtrise des marchés.
- La faible notoriété de la grenade de Ghardimaou à l'échelle nationale.
- L'absence de différenciation au niveau des points de vente.

Cadre d'intervention :

Le présent projet fait suite à une étude commandée par l'Office de Développement du Nord-Ouest dans le cadre de ses attributions en tant qu'institution régionale responsable du processus de développement dans les gouvernorats du Nord-Ouest de la Tunisie. La mise en œuvre des recommandations formulées par le bureau d'études SIGMA Ingénierie nécessite l'intervention de l'ODNO pour chercher les fonds nécessaires à la réalisation des actions proposées.

Bénéficiaires :

Ce projet est dédié à l'appui des agriculteurs producteurs de Grenade, des structures professionnelles (GDA, SMSA), des unités de valorisation de la grenade, des structures régionales d'appui aux agriculteurs (CRDA, CTV) et des jeunes agriculteurs et promoteurs de la CDV.

CADRE LOGIQUE DU PROJET :

Objectif : Faire de la grenade l'un des produits de terroir du gouvernorat de Jendouba autour duquel sera créée une dynamique économique locale durable à l'horizon 2040.

Résultats attendus :

- Une extension des vergers de grenadiers.
- Un guide de bonnes pratiques est édité et distribué aux agriculteurs et techniciens.
- Des vergers bien entretenus avec des bonnes pratiques de conduite.
- Des rendements meilleurs et plus stables.
- Des producteurs bien organisés agissant solidairement.
- Facilité de communication avec les producteurs.
- Harmonie des décisions et des prises de positions entre les producteurs.
- Des vergers biologiques et en mode conventionnel.
- Une qualité de produit bien appréciée.
- Une production bien valorisée et une gamme diversifiée des produits issus de la transformation de la grenade.
- Un produit frais vendu à des prix rémunérateurs pour le producteur.
- Stabilité de commercialisation pour les producteurs.
- Un produit labellisé AOC et une bonne réputation de la grenade de Ghardimaou.
- Pénétration des marchés d'export.

Activités (actions) :

| Axe | Action |
|--|--|
| Développement du maillon de la production | 1. Développement des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques : Elaboration et distribution d'un guide de bonnes pratiques pour la culture du grenadier, mise en œuvre de systèmes d'irrigation efficaces, Encourager l'extension des vergers de grenade et encadrer l'installation des vergers biologiques, Prévoir l'installation des filets anti-grêles dans les zones à haut risque (couloir de grêle). |
| | 2. Lancement d'un programme de renforcement de l'organisation et la gouvernance de la production : sensibiliser les producteurs pour s'organiser en GDA, Initier des groupuscules de producteurs dans les zones de production autour d'une activité critique (collecte et commercialisation des grenade) pour faciliter par la suite l'adhésion à une structure fédératrice, Créer un noyau d'organisation de la filière de préférence une SMSA pour se charger du développement de la labellisation et de la promotion de la commercialisation du fruit. |
| Développement de la valorisation de la grenade | 3. Initiation d'un partenariat avec un centre de conditionnement existant ou susceptible d'être implanté, à travers la future SMSA, pour un conditionnement intermédiaire des grenades au profit des producteurs. |
| | 4. Faire un appel à candidature pour un appui à l'implantation des petites entreprises de valorisation des écarts de triage de grenade et des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière : formation des jeunes cadres, Appui dans l'élaboration des Business plans, assistance pour l'installation des projets, aide pour couvrir les fonds propres. |
| Développement de la commercialisation de la grenade | 5. Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou ». |
| | 6. Création d'un espace commercial (maison) « Roummen Ghardimaou » pour la commercialisation de la grenade et ses dérivés et la promotion du label « Grenade de Ghardimaou ». |

Moyens :

Moyens humains : Equipe de gestion du projet (Un chef de projet (agroéconomiste), un financier, un ingénieur en horticulture, un expert agroalimentaire, un expert en marketing, un spécialiste en matière d'organisation et de gestion des événements commerciaux (foires, dégustation, journées, etc.), trois agents (2 chauffeurs et un coursier).

Moyens logistiques : Local du projet (4 bureaux), des équipements bureautiques (bureaux, matériel informatique et consommables), deux (02) camionnettes 5 places, autres équipements nécessaires à déterminer.

Indicateurs :

| | Indicateurs |
|----------------------------------|--|
| Indicateurs de production | <ul style="list-style-type: none"> • Un guide de bonnes pratiques de la culture du grenadier est édité et distribué aux agriculteurs et techniciens de la région. • Surface totale des nouveaux vergers plantés : au moins 300 ha. • Nombre des producteurs adoptant les techniques agricoles durables : au moins 60% des producteurs de grenade. • Nombre de sessions de formation organisées : des cycles de 5 jours de formation seront organisés pour présenter le guide des bonnes pratiques ; • 50% des anciens vergers sont intensifiés. |



Phase 2 : Plan d'action pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Au moins 50% des producteurs ont installé des filets anti-grêles.• Au moins un GDA est créé et bien équipé dans la zone de plantation.• Des groupes de producteurs organisés facilitant les opérations commerciales.• Une SMSA est créée et opérationnelle. |
| Indicateurs de valorisation | <ul style="list-style-type: none">• Une SMSA ou Un GIE est opérationnel.• Convention de collaboration signée entre SMSA/GIE et centre de conditionnement.• 50% de la production est vendue conditionnée ;• Au moins trois unités de valorisation des écarts de triage de grenade et deux unités de valorisation bois de taille sont créées. |
| Indicateurs de commercialisation | <ul style="list-style-type: none">• Un label qualité est enregistré à l'INNORPI et au moins 10 producteurs sont certifiés.• Un espace commercial « Maison de Roummen Ghardimaou » pour la commercialisation de la grenade et ses dérivés et la promotion du label « Grenade de Ghardimaou » est créé.• Taux de notoriété de la grenade de Ghardimaou est élevé.• Produit différencié dans les points de vente. |

Contraintes et risques :

Le problème foncier (situation foncière non encore assainie) empêche les agriculteurs d'accéder aux crédits d'investissement en l'absence de garantie foncière (titre de propriété du terrain), ce qui renforce la nécessité d'intervention de fonds extérieurs pour financer certaines actions prioritaires pour le développement de la CDV grenade.

L'impact négatif du changement climatique ressenti, ces dernières années sous forme de sécheresse prolongée, a affecté les réserves d'eaux souterraines et le risque de tarissement de la nappe pourrait perturber profondément la culture du grenadier dans la région.

La lenteur des procédures administratives et l'interférence des décisions entre les institutions pourraient être des facteurs de ralentissement pour la mise en œuvre des activités prévues.

ACTEURS DU PROJET

Groupe porteur : ODNO, CRDA, APIA et structures professionnelles de la région (UTAP, GDA, SMSA)

Partenaires et acteurs intervenants dans le projet

Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche, la Banque Nationale Agricole, la Banque Tunisienne de Solidarité, Bailleurs de fonds et organismes de développement.



LE PROJET DANS LE TEMPS

Calendrier des activités :

| Action | Durée de réalisation | Période de réalisation |
|---|----------------------|------------------------|
| 1. Développement des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques. | 36 mois | 2025-2030 |
| 2. Lancement d'un programme de renforcement de l'organisation et la gouvernance de la production. | 6 mois | 2025-2028 |
| 3. Initiation d'un partenariat avec un centre de conditionnement existant ou susceptible d'être implanté, à travers la future SMSA, pour un conditionnement intermédiaire des grenades au profit des producteurs. | 12 mois | 2026-2028 |
| 4. Faire un appel à candidature pour un appui à l'implantation des petites entreprises de valorisation des écarts de triage de grenade et des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. | 24 mois | 2026-2029 |
| 5. Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou » signe différenciateur. | 12 mois | 2026-2028 |
| 6. Création d'un espace commercial « Maison de Roummen Ghardimaou » pour la commercialisation de la grenade et ses dérivés et la promotion du label « Grenade de Ghardimaou ». | 36 mois | 2026-2029 |

MONTAGE FINANCIER DU PROJET

Budget total : 6 220 mille DT (1 940 dollars)

Répartition des dépenses par activité : en 1000 DT

| Action | Coût** |
|--|-------------|
| 1. Développement des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques. | 2500 |
| 2. Lancement d'un programme de renforcement de l'organisation et la gouvernance de la production. | 300 |
| 3. Initiation un partenariat avec un centre de conditionnement existant ou susceptible d'être implanté, à travers la future SMSA, pour un conditionnement intermédiaire des grenades au profit des producteurs. | 20 |
| 4. Faire un appel à candidature pour un appui à l'implantation des petites entreprises de valorisation des écarts de triage de grenades et des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. | 400 |
| 5. Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou » signe différenciateur. | 500 |
| 6. Création d'un espace commercial « Maison de Roummen Ghardimaou » pour la commercialisation de la grenade et ses dérivés et la promotion du label « Grenade de Ghardimaou ». | 1000 |
| Total | 4720 |
| Frais de gestion | 1500 |
| Total global | 6220 |

** : A actualiser et affiner par des études de faisabilité



Financements :

Le financement du projet sera assuré en partie par les porteurs du projet et d'autres sponsors comme détaillé ci-dessous et le reste du financement sera demandé auprès d'un bailleur de fonds avec l'appui institutionnel du ministère de développement économique de la Tunisie.

Tableau récapitulatif du montage financier en 1000 DT

| Action | Budget total nécessaire | Participation du groupe | Apports d'autres partenaires | Montant demandé |
|--|-------------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------|
| 1. Développement des vergers de grenade dans un contexte de résilience aux changements climatiques. | 2500 | 250 | 125 | 2125 |
| 2. Lancement d'un programme de renforcement de l'organisation et la gouvernance de la production. | 300 | 30 | 15 | 255 |
| 3. Initiation un partenariat avec un centre de conditionnement existant ou susceptible d'être implanté, à travers la future SMSA, pour un conditionnement intermédiaire des grenades au profit des producteurs. | 20 | 2 | 1 | 17 |
| 4. Faire un appel à candidature pour un appui à l'implantation des petites entreprises de valorisation des écarts de triage de grenades et des unités de découpage et de broyage du bois de taille pour la fabrication terreau et substrat de pépinière. | 400 | 40 | 20 | 340 |
| 5. Mise en place d'un label qualité « Grenade de Ghardimaou » signe différenciateur. | 500 | 50 | 25 | 425 |
| 6. Création d'un espace commercial « Maison de Roummen Ghardimaou » pour la commercialisation de la grenade et ses dérivés et la promotion du label « Grenade de Ghardimaou ». | 1000 | 100 | 50 | 850 |
| Total | 4720 | 472 | 236 | 4012 |
| Frais de gestion | 1500 | | | |

Perspectives à long terme :

A long terme la CDV Grenade de Ghardimaou, ayant acquis les niveaux d'organisation, de technicité et de notoriété souhaités va compter sur ses propres moyens en raison des gains financiers qu'elle va pouvoir générer suite à l'appui du présent projet.

2.6. Plan Marketing de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

2.6.1.1. Les axes stratégiques fondamentaux

✓ Positionnement souhaité

Les grenades de Ghardimaou, d'origine Gabésienne, sont un fruit bien ancré dans les traditions culinaires tunisiennes. Elles sont appréciées pour leurs graines, mais également pour leur jus et leurs utilisations afin d'agrémenter certains plats tel que le fameux « masfouf tunisois ». Les grenades sont également appréciées pour leurs vertus thérapeutiques, particulièrement la peau qui est assimilée à un véritable pansement gastrique.

Dès lors le positionnement actuel et futur souhaité à savoir « offrir des grenades délicieuses et saines ».

✓ Les segments-cibles

Le segment-cible phare des grenades est très large les personnes amateurs des grenades de qualité et délicieuses », d'autres segments doivent être considérés tels que les industriels et les pâtisseries.

✓ Les priorités de déploiement

A notre avis, il faut inverser les priorités, même si cela pourrait occasionner des coûts supplémentaires. Ainsi, la commercialisation des grenades devrait se faire en priorité sur le segment-cible phare parce que d'une part ce choix serait en phase avec le positionnement voulu et d'autre part il permet d'obtenir des niveaux de vente et un CA appréciables.

Ensuite une double orientation devrait être prise :

- D'abord le développement de la vente directe via des GDA et des SMSA ou les points de ventes du producteur au consommateur
- Enfin la vente B to B (vente sur pied).

✓ Stratégie de R&D

Il n'existe pas réellement de stratégie R&D et donc de processus d'innovation produit. Toutefois, les agriculteurs peuvent innover en termes en développant des produits dérivés tels que les jus de grenades, le sirop, ...

2.6.1.2. Quel marketing-mix

Dans ce qui suit, nous allons essayer de présenter les différentes politiques commerciales, au niveau du produit, du prix, de la distribution et de la communication.

✓ Politique de produit

❖ Quels marchés cibler ?

Figure 13 : Matrice d'Ansoff de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

Crédit photo : <https://www.manager-go.com>



Par référence à la matrice d'Ansoff, nous pouvons émettre les recommandations suivantes :

- Pénétration du marché du segment-cible phare (les personnes amateurs des grenades de qualité et délicieuses),
- développer le produit auprès de la même cible en offrant une gamme variée (jus de grenade, sirop, poudre d'écorces, ...),
- conquérir de nouveaux marchés, surtout étrangers dont le marché algérien très limitrophe,
- et enfin opter pour une stratégie de diversification, avec des produits nouveaux tels que les gel douche à base de grenades, crème hydratante, huile de visage, ... pour des marchés d'exportation nouveaux également.

❖ Quel management de marque adopter ?

La grenade de Ghardimaou est un fruit très apprécié par les consommateurs et nécessite à notre sens, compte tenu de sa qualité **une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)**. Cette AOC boosterait mieux les ventes à la fois sur le marché local et surtout à l'export (à commencer par le marché algérien).

❖ Quel packaging privilégié ?

Le packaging devrait d'une part traduire le positionnement des grenades, surtout une fois l'AOC adoptée et d'autre part permettre à un « large public » de les goûter, en particulier les connaisseurs. L'idée de base est de sauvegarder la qualité du fruit et d'élargir la cible de clientèle. Aussi, nous proposons les packagings suivants (barquette en carton ou en box) :



Figure 14 : Exemple de packaging

❖ Elargissement de la gamme les produits dérivés :

La gamme des produits commercialisés peut être élargie (voir photos suivantes) soit pour une utilisation alimentaire soit en produits de beauté (crème, gel douche, huile de visage, ...).



Figure 15 : Assortiment de produits dérivés de la grenade

✓ Politique de prix

La politique de prix doit être à la fois en harmonie avec la gamme de produit offerte et le positionnement voulu. Ainsi :

- Pour le B to C et pour les fruits frais, le prix devrait rester élevé et en phase avec le volume de production,
- Pour le B to B, le prix de gros et les marges devraient être négociés afin de sauvegarder le positionnement voulu,
- Pour le reste de la gamme, fixer le prix à la fois en fonction de l'offre des produits concurrents et du positionnement voulu.

✓ Politique de distribution

- En priorité et pour le B to C, il faut choisir soit des points de ventes exclusifs : vente uniquement des produits par les GDA, soit des points de ventes spécialisés tels que les épiceries fines ou équivalents,
- Pour le B to B, développer les ventes via les GMS, les ventes pour les industriels et les pâtisseries

✓ Politique de communication

- Développer la notoriété et l'image de la future AOC
- Pour le B to C, deux actions majeures devraient être retenues et organisées périodiquement : (1) le festival annuel des grenades, en essayant de le différencier de celui de Testour et (2) page spéciale grenade sur les réseaux sociaux, en particulier Facebook mais surtout LinkedIn,

Phase 2 : Plan d'action pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

- Pour le B to B, participer annuellement à la foire de l'agriculture ou le salon des produits agroalimentaires et organiser un séminaire annuel un mois ou quinze jours avant les récoltes
- Pour l'exportation, concevoir un site web regroupant l'ensemble des exploitants et montrant les spécificités de la région et le caractère bio des produits,

Un exemple de plan de communication est donné dans ce qui suit :

Tableau 13 : Le plan de communication de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| Médias & Hors médias | Jan | Fév | Mar | Avril | Mai | Juin | Juil | Août | Sept | Oct | Nov | Déc | Budget D.T. |
|---|-----|-----|-----|-------|-----|------|------|------|------|-----|-----|-----|--------------|
| Affichages | | * | * | * | * | * | | | | | | | 5000 |
| Internet | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 1000 |
| Relations Publiques | | * | * | * | | | | | | | | | 4000 |
| Foires & salons spécialisés (national & international) | | | | * | * | * | | | | * | * | | 15000 |
| Objets publicitaires | | | * | * | * | * | | | | | | | 7000 |
| Sponsor d'une émission radio spécialisée ou « placement » | | | | | * | * | * | | | | | | 2 à 5000 |
| Site web + référencement | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 7000 à 12000 |

2.6.1.3. Moyens de contrôle et d'évaluation

- Sur le plan commercial :
 - Les moyens de contrôle et d'évaluation quantitatifs sont arrêtés par rapport au CA global réalisé,
 - Les moyens de contrôle et d'évaluation qualitatifs devraient être mis en place telle que la mesure de la satisfaction des clients
- Sur le plan marketing :
 - Les moyens de contrôle et d'évaluation quantitatifs devraient être établis en fonction des objectifs,
 - Moyens de contrôle et d'évaluation qualitatifs : baromètre de satisfaction

Par ailleurs les principales actions commerciales à mettre en place dans l'immédiat sont :



Tableau 14 : Les principales actions commerciales de la CDV « Grenade de Ghardimaou »

| Action | Résultat attendu | Mesure | Actions détaillées | Qui | Timing | Budget |
|--|--|--|---|----------------|----------------|------------------|
| Créer une AOC pour les grenades | Amélioration de la notoriété et des ventes sur le marché national et à l'étranger | Notoriété et CA | Adopter une AOC | GDA | De suite | 2000 à 5000 DT |
| Lancement de nouveaux produits dérivés | PDM (part de marché) : 3% AN 1 6% AN 2 Volumes : 10 à 15% des volumes totaux de la gamme | Valeur import. Indicateurs ventes | - Lancement projet R&D - Pré-test Argumentation Référencement meilleurs revendeurs sur Tunis - Lancement campagne animation points de ventes après le mois de ramadan | GDA. | Septembre 2025 | 5 à 7000 D.T. |
| Améliorer la qualité du packaging du fruit frais | Taux de satisfaction | Enquête satisfaction | - charte qualité avec les GMS et les clients étrangers | GDA et/ou SMSA | Juillet 2025 | 1500 à 2000 D.T. |



CDV

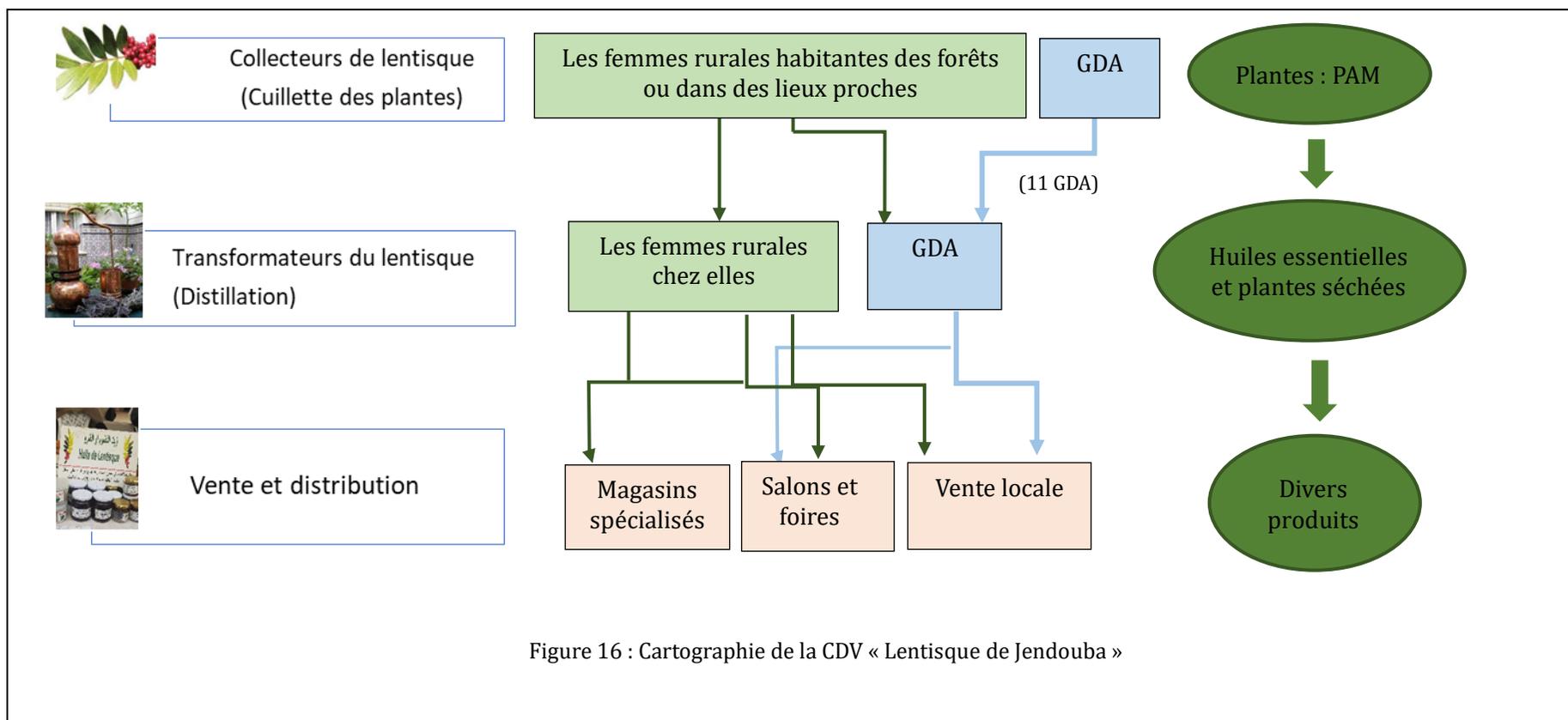
« Myrte et Lentisque de Jendouba »

3. PLAN D'ACTION DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA

3.1. BILAN DU DIAGNOSTIC DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA

3.1.1. Rappel de la cartographie de la CDV « Myrte et Lentisque de Jendouba »

Les figures 16 et 17 ci-après présentent successivement la cartographies de la CDV « lentisque » et la CDV « Myrte » dans le gouvernorat de Jendouba.



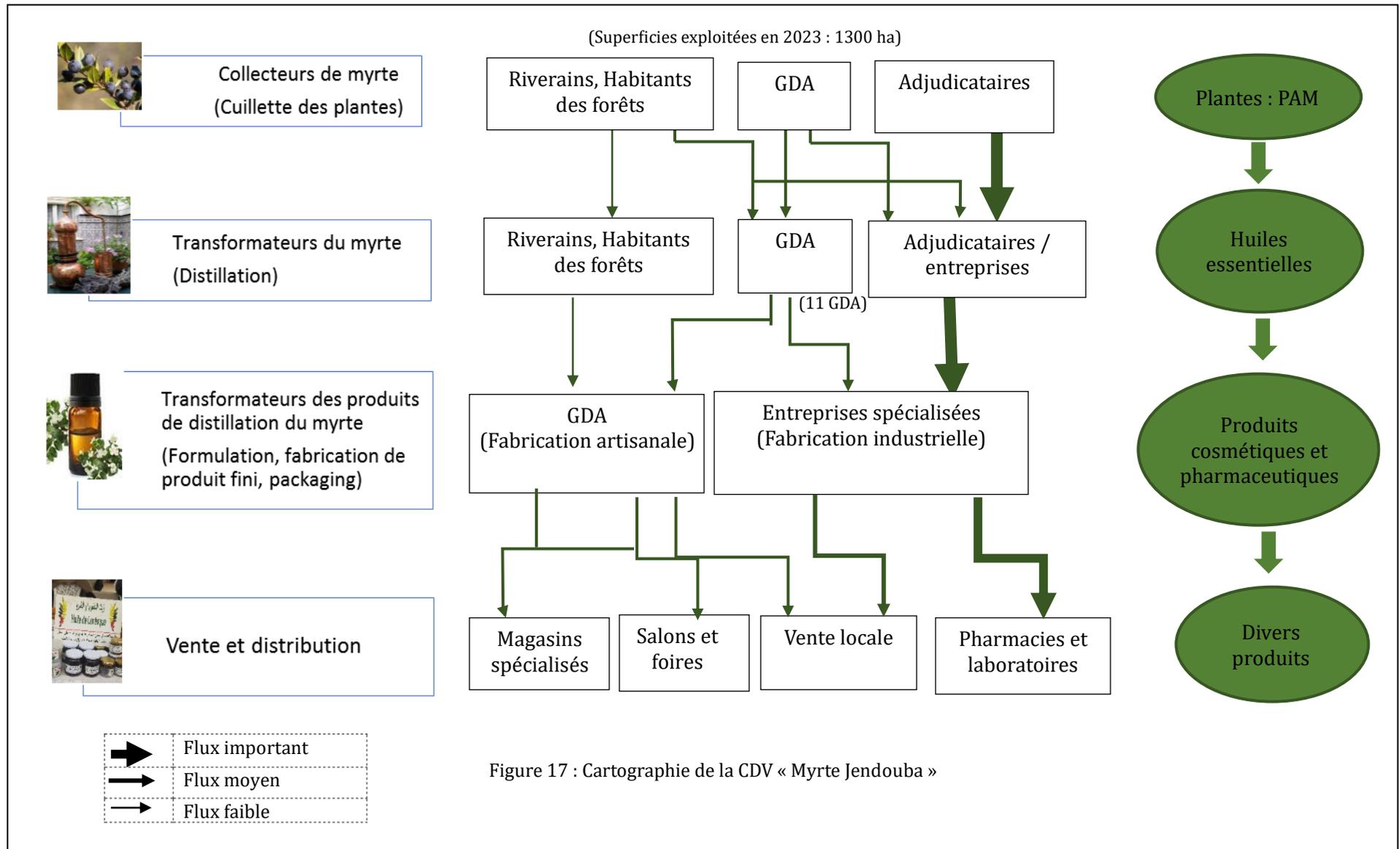


Figure 17 : Cartographie de la CDV « Myrte Jendouba »

3.1.2. Bilan SWOT par maillon de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Pour bien orienter les recommandations, l'analyse SWOT de la chaîne de valeur myrte et lentisque est défalquée selon les maillons de la CDV comme le présente le tableau 15 qui présente un regroupement des maillons en deux thèmes ; « Production » et « collecte, commercialisation, transformation » suite au faible nombre des intervenants après production.

Tableau 15 : Bilan SWOT par maillon de la CDV " Myrte et Lentisque "

| | Production | Collecte, transformation et Commercialisation |
|-------------------|---|---|
| Forces | <p>Un secteur bien organisé et contrôlé par les services forestiers. Une stabilité des surfaces proposées à la vente pour le myrte. Une faible augmentation des prix de vente des droits d'exploitation. Activité créatrice d'emplois. Activité génératrice de revenus acceptables pour les populations locales. Activité susceptible de réduire la pauvreté au niveau d'une population rurale importante. Une Main d'œuvre disponible.</p> | <p>Un secteur d'activité porteur de croissance économique avec les différentes possibilités de valorisation des plantes à forte valeur ajoutée. Diversités des produits à base de myrte et lentisque. Habitudes de transformations des deux produits. Existence de circuits de commercialisation importants. Un nombre important de GDA opérant dans la valorisation des deux arbustes. Certains GDA sont bien introduits sur le marché et permettent aux femmes adhérentes de bien gagner leur vie. Exportation de la majeure partie des produits transformés ; huiles essentielles de myrte. Possibilité de développement de marchés de niche.</p> |
| Faiblesses | <p>Myrte Absence d'inventaires et d'estimations liés à la production de biomasses. Absence de certification BIO des nappes de myrte par la DGF. Accès, en partie, non contrôlés et non réglementaires à la ressource compliquant d'avantage sa gestion par la DGF. Modalités d'accès à la ressource encore contraignantes pour les populations et les petites entreprises émergentes.</p> | <p>Myrte Transformation en partie, artisanale avec non-respect des normes d'hygiène et de qualité avec un matériel de distillation non conformes aux normes. Mauvaises conditions de stockage des huiles extraites au niveau des locaux des GDA et dans les maisons des femmes opérantes. Faible investissement dans le domaine. Peu de prospection de nouveaux marchés et méconnaissances des exigences des utilisateurs/clients en bout de chaîne.</p> |
| | <p>Lentisque Collecte non contrôlée par les services forestiers. Manque d'organisation de la filière. Conflit d'usage entre les productrices d'huiles et les entreprises d'exploitation des rameaux floraux surtout pour les nappes qui sont proches des foyers. La production est faible et irrégulière ce qui limite la capacité de vendre sur les marchés internationaux et même nationaux.</p> | <p>Lentisque La non disponibilité du matériel adapté pour l'extraction. Transformation très artisanale ne respectant pas les normes de qualité. Packaging non développé. Absence de certification. Les extracteurs d'huiles sont très peu informés sur les marchés et les acheteurs finaux. Manque de connaissance et de prospection des marchés surtout pour les huiles fixes de lentisque.</p> |



| | Production | Collecte, transformation et Commercialisation |
|---------------------|--|---|
| Opportunités | <ul style="list-style-type: none"> • Richesse naturelle en Tunisie. • Un nombre important de bailleurs de fonds et organismes de développement interviennent pour l'encadrement et la formation de la main d'œuvre locale afin de mieux l'impliquer dans les PAM. • Encouragement aux investissements dans la valorisation des produits forestiers. <ul style="list-style-type: none"> • Encouragements et encadrement des GDAs et SMSAs dans le domaine d'exploitation des PAM : myrte et lentisque. • Importance des projets visant l'encadrement des GDAs et la formation de la main d'œuvre locale dans l'exploitation des PAMs : myrte et lentisque. • Des essais d'octroyer une partie des superficies forestières aux GDAs (cas du projet PGIP). | <ul style="list-style-type: none"> • Une demande mondiale croissante des huiles essentielles utilisées dans différents domaines. • Encouragements aux exportations. • Encouragements aux GDAs et SMSAs dans le domaine de valorisation du myrte et du lentisque. |
| Menaces | <ul style="list-style-type: none"> • L'impact négatif du changement climatique sur les nappes de myrte et du lentisque (sécheresse prolongée). • Risques d'incendie des forêts. • L'exploitation illicite et anarchique des nappes par les paysans. | <ul style="list-style-type: none"> • Irrégularité de la demande pour les produits standards et conventionnels. • Expansion de la pharmaceutique, et de l'aromathérapie. • Instabilité économique mondiale et nationale. • Dévalorisation du dinar tunisien. • Dégradation du pouvoir d'achat du tunisien et dans plusieurs pays. |



3.1.3. Analyse de l'environnement macro-économique « PESTEL » des chaînes "myrte et lentisque » conjointement avec SWOT

L'analyse PESTEL conjointement avec SWOT a permis de dégager la matrice d'analyse ci-après.

Tableau 16 : Analyse de la matrice combinée SWOT/PESTEL de la chaîne de valeur « myrte et lentisque »

| FACTEURS | DESCRIPTION | TYPE D'IMPACT |
|----------------------|--|-----------------------|
| POLITIQUE | <ul style="list-style-type: none">- Une instabilité politique nationale et internationale qui influence la continuité des projets à réaliser et des contrats signés ;- L'image de la TUNISIE qui n'est pas bien valorisée et donc un produit tunisien qui n'est forcément pas reconnu à l'international. <p><i>Néanmoins, d'un autre côté :</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Les accords bilatéraux facilitent les échanges ;- Le soutien et l'apport de la part des organismes d'appui sont considérables. | Source de menaces |
| ECONOMIE | <ul style="list-style-type: none">- Mondialisation et accords de libre-échange ;- Marché international avec une demande en progression continue dénotant un fort retour de l'utilisation des PAM dans divers secteurs ;- Adaptation du système financier à la commercialisation numérique ; <p><i>Même avec :</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Des bouleversements importants au niveau de l'économie mondiale. | Source d'opportunités |
| SOCIOCULTURE | <ul style="list-style-type: none">- De grands efforts et des investissements sont mis en place pour le développement social ;- Intervention des organismes qui investissent dans le social ;- Les PAM figurent depuis longtemps dans les utilisations médicinales traditionnelles de l'Homme ;- Développement de l'esprit d'entrepreneur chez le petit agriculteur. | Source d'opportunités |
| TECHNOLOGIE | <ul style="list-style-type: none">- Introduction de nouvelles technologies permettant l'obtention d'une bonne qualité des huiles essentielles et autres dérivés des PAM,- Évolution des canaux de communication ;- Commercialisation numérique, un moyen facilitant les échanges à distance et instauration de nouvelles pratiques. | Source d'opportunités |
| ENVIRONNEMENT | <ul style="list-style-type: none">- Ressources en eau de plus en plus rares ;- Changements climatiques avec un impact dramatique. | Source de menaces |
| LEGISLATION | <ul style="list-style-type: none">- Cadre légal encourageant le développement agricole (subventions spécifiques pour l'économie d'eau, développement technologique, utilisation de l'énergie renouvelable) ;- Plusieurs organismes d'appui. | Source d'opportunités |



L'environnement économique, socioculturel, technologique et le cadre législatif représentent une source d'opportunités pour la chaîne de valeur « Myrte et Lentisque ». En effet, avec la mondialisation, l'ouverture des frontières et la multiplication des échanges, on assiste à une diversification des habitudes de consommation et une évolution de l'économie vers des modèles plus durables, liés au patrimoine et au territoire, solidaires et soucieux de l'environnement et ce afin de s'adapter aux tendances et évolutions à l'échelle mondiale. Cette évolution suscite alors un besoin en développement technologique notamment en ce qui concerne la valorisation des produits agricoles pour améliorer leur conservation et assurer une meilleure commercialisation. Tous ces éléments représentent un large champ à exploiter par les acteurs de la chaîne de valeur et ne peuvent être que sources d'opportunités pour le développement de leurs activités et la promotion de l'ensemble de la chaîne de valeur.

Néanmoins, et face à cette dynamique internationale, la chaîne de valeur doit faire face à l'instabilité politique nationale et mondiale et aussi aux différents défis environnementaux qui peuvent être considérés également comme une source de menaces à la prolifération des échanges commerciaux et à la continuité de certains projets et programmes mis en œuvre.

3.1.4. Analyse de l'avantage concurrentiel : les 5 forces de PORTER

Les cinq forces de PORTER, ci-dessus présentées, peuvent correspondre chacune à une menace particulière pour la chaîne de valeur en place :

3.1.4.1. Intensité de la rivalité entre concurrents

Dans le contexte de la chaîne de valeur « Myrte et Lentisque » en général, la concurrence entre les bénéficiaires des droits d'exploitation peut être modérée, surtout si les droits sont attribués à un nombre limité de parties. Les différences dans les quantités collectées, les pratiques de transformation et la qualité des produits peuvent influencer la concurrence.

Si les droits d'exploitation sont acquis directement par les entreprises de transformation, ces dernières peuvent se concentrer sur la différenciation de leurs produits, l'innovation et l'amélioration de leurs processus pour rester compétitives sur le marché.

3.1.4.2. Pouvoir de négociation des fournisseurs

L'État, en tant que détenteur des droits d'exploitation des ressources naturelles, peut avoir un pouvoir de négociation considérable lors de l'attribution des contrats d'exploitation. Cela peut influencer les conditions financières et les exigences réglementaires imposées aux exploitants.

Les fournisseurs d'équipements et d'autres intrants peuvent également avoir un certain pouvoir de négociation, mais cela peut être atténué si plusieurs entreprises opèrent dans l'activité de valorisation du Myrte et du Lentisque.

3.1.4.3. Pouvoir de négociation des clients

Les acheteurs, tels que les grossistes, les détaillants et les consommateurs finaux, peuvent avoir un pouvoir de négociation limité en raison de la rareté et de la spécificité des produits de lentisque et de myrte. Cela dépendra également de la disponibilité d'autres produits similaires sur le marché.



Les grandes entreprises, de première transformation, qui achètent en gros volumes peuvent exercer un certain pouvoir de négociation en fonction de leur influence sur le marché.

Pour les unités de deuxième transformation comme les fabricants de produits cosmétiques et pharmaceutiques, les clients n'ont pas de réel pouvoir sur les fabricants. C'est plutôt les distributeurs qui influencent le volume des ventes des fabricants. C'est pour cela, que ces derniers essaient de diminuer le rôle des intermédiaires par le recours à une vente plus directe au consommateur, soit à la livraison via des points de vente en direct à partir de leurs propres plateformes logistiques ou vente sur Internet.

3.1.4.4. La menace de nouveaux entrants sur le marché

Les nouveaux entrants se trouvent en face de différents barrières et contraintes :

- Barrières réglementaires : L'attribution des droits d'exploitation des ressources naturelles est soumise à des réglementations strictes et à des procédures d'adjudication complexes ;
- Coût d'entrée sur le marché : L'activité de collecte et de valorisation du Myrte et du Lentisque demande un apport d'investissements important ;
- Les difficultés de pénétration sur le marché.

3.1.4.5. La menace des produits substitués

Les produits de lentisque et de myrte pourraient faire face à une certaine concurrence de la part d'autres produits qui pourraient provenir d'autres ressources naturelles ou de produits similaires. Cependant, la spécificité et les caractéristiques uniques du lentisque et du myrte peuvent limiter la menace des produits de substitution si leur valeur ajoutée est bien mise en avant.

3.2. RECOMMANDATIONS ET AXES DE DEVELOPPEMENT DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA

3.2.1. Du SWOT aux recommandations

L'analyse des données et informations collectées à partir de la recherche documentaire et les différents entretiens et visites réalisées à l'échelle nationale et régionale a permis de dégager des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces. Chacune de ces quatre résultats d'analyse donne lieu à des recommandations et des actions qui auront pour objectif le développement de cette chaîne de valeur « Myrte et Lentisque ».

3.2.1.1. Consolidation des forces

Le tableau 17 suivant présente les recommandations formulées pour consolider les forces dégagées.

Tableau 17 : Consolidations des forces de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| | <i>Forces</i> | <i>Les consolider</i> |
|--|--|--|
| <i>Production</i> | • Une stabilité des surfaces proposées à la vente pour le myrte. | ➤ Renforcer la protection du patrimoine forestier contre toute source de dégradation (incendies, exploitation excessive etc.) et assurer son exploitation d'une façon rationnelle. |
| | • Un secteur bien organisé et contrôlé par les services forestiers. | ➤ Maintenir le contrôle rigoureux par les services forestiers mais avec une meilleure implication des populations locales. |
| | • Activité créatrice d'emplois. | ➤ Organiser davantage l'exploitation des produits forestiers pour garantir la durabilité de la ressource et de l'activité. |
| <i>Transformation et Commercialisation</i> | • Une Main d'œuvre disponible. | ➤ Renforcer la disponibilité de la main d'œuvre par des formations qualifiantes. |
| | • Une faible augmentation des prix de vente des droits d'exploitation. | ➤ Maintenir les prix d'exploitation à un niveau abordable. |
| | • Un secteur d'activité porteur de croissance économique avec les différentes possibilités de valorisation des plantes à forte valeur ajoutée. | ➤ Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des PAM de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone. |
| | • Possibilité de développement de marchés de niche. | ➤ Améliorer les conditions de valorisation et de conditionnement des PAM et mieux étudier les marchés porteurs. |
| | • Un nombre important de GDA opérant dans la valorisation des deux arbustes. | ➤ Appuyer davantage les GDA pour la durabilité de l'activité (formation, encadrement et équipements). |
| | • Activité génératrice de revenus acceptables pour les populations locales. | ➤ Préserver la ressource forestière pour sécuriser les revenus de la population locale et mieux impliquer cette dernière dans la protection de ces ressources. |
| | • Activité susceptible de réduire la pauvreté au niveau d'une population rurale importante. | ➤ Préserver la ressource forestière pour sécuriser les revenus de la population locale et mieux impliquer cette dernière dans la protection de ces ressources. |

3.2.1.2. Remèdes aux faiblesses

Le tableau 18 suivant présente les recommandations de remèdes aux faiblesses.

Tableau 18 : Remèdes aux faiblesses de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| | Faiblesses | Solutions / alternatives |
|--|---|---|
| Production | Myrte - Absence d'inventaires et des estimations liés à la production de biomasses. | - Lancer un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte. |
| | - Absence de certification des nappes de myrte par la DGF en tant que produit naturel BIO. | - Etudier la possibilité de classement de la zone en tant que zone de production biologique. |
| | - Accès, en partie, non contrôlés et non règlementaires à la ressource compliquant davantage sa gestion par la DGF. | - Organiser davantage l'accès et l'exploitation de la ressource forestière en tenant compte des besoins et de la situation socioéconomique de la population locale. |
| | - Modalités d'accès à la ressource encore contraignantes pour les populations et les petites entreprises émergentes. | - Réviser le cadre juridique donnant sur l'exploitation des ressources forestières. |
| | - Manque d'organisation au niveau de la CDV. | - Maîtriser davantage l'organisation de la chaîne. |
| | Lentisque - Collecte non contrôlée par les services forestiers. | - Instaurer un contrôle rigoureux sur la collecte des lentisques et des PAM en général. |
| | - Manque d'organisation de la filière. | - Organiser davantage les maillons de la filière. |
| | - Conflit d'usage entre les producteurs d'huiles et les entreprises d'exploitation des rameaux floraux surtout pour les nappes qui sont proches des foyers. | - Accorder la priorité d'exploitation de la nappe aux riverains de la forêt et notamment les femmes organisées en GDA. |
| - La production faible et irrégulière ce qui limite l'affrontement des marchés internationaux et même nationaux. | - Miser sur la qualité et la valorisation en produit à haute valeur ajoutée. | |
| Transformation | Myrte - Transformation en partie, artisanale avec non-respect des normes d'hygiène et de qualité. | - Renforcer les capacités des artisans et les appuyer par des équipements convenables. |
| | - Matériel de distillation utilisé par les femmes non conformes aux normes. | - Renforcer les capacités des artisans et des GDAs et les appuyer par des équipements convenables. |
| | - Mauvaises conditions de stockage des huiles extraites au niveau des GDA et dans les maisons des femmes opérantes. | - Appuyer les exploitants pour se former dans le domaine et s'acquérir des équipements convenables. |
| | - Faible investissement dans le domaine. | - Encourager les jeunes de la région à s'investir dans cette activité en accordant des avantages spécifiques. |



| | | |
|--------------------------|--|---|
| | <p>Lentisque</p> <ul style="list-style-type: none"> - La non disponibilité du matériel adapté pour l'extraction. | <ul style="list-style-type: none"> - Encourager l'acquisition d'équipements modernes d'extraction des huiles essentielles. |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Transformation très artisanale ne respectant pas les normes de qualité. | <ul style="list-style-type: none"> - Appuyer les artisans pour l'acquisition d'équipements modernes et les former sur les concepts et les normes de qualité. |
| Commercialisation | <p>Myrte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peu de prospection de nouveaux marchés et méconnaissance des exigences des utilisateurs/clients en bout de chaîne. - Situation de monopole. | <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. - Encourager l'investissement local pour sortir de la situation de monopole. |
| | <p>Lentisque</p> <ul style="list-style-type: none"> - Packaging non développé. | <ul style="list-style-type: none"> - Appuyer les GDA pour répondre au besoin d'amélioration du packaging. |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Absence de certification. | <ul style="list-style-type: none"> - Organiser davantage l'activité des PAM et instaurer un label qualité de type AOC comme le cas à Nefza. |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Les extracteurs d'huiles sont très peu informés sur les marchés et les acheteurs finaux. | <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Manque de connaissances et de prospection des marchés surtout pour les huiles fixes de lentisque. | <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. |
| | | |

3.2.1.3. Meilleure exploitation des opportunités

Le tableau 19 suivant résume les recommandations permettant une meilleure exploitation des opportunités identifiées.

Tableau 19 : Meilleure exploitation des opportunités de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| | <i>Opportunités</i> | <i>Meilleure exploitation des opportunités</i> |
|--|---|---|
| <i>Production</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Richesses naturelles dans le pays | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lancer la réalisation d'un inventaire permettant de mieux cibler la CDV des PAM. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Un nombre important de bailleurs de fonds et organismes de développement interviennent pour l'encadrement et la formation de la main d'œuvre locale afin de mieux l'impliquer dans les PAM. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Etudier les besoins du secteur en matière d'appui en formation et en équipements et s'approcher des bailleurs de fonds pour le financement d'actions bien ciblées. |
| <i>Transformation et Commercialisation</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Une demande croissante des huiles essentielles. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Améliorer la qualité de l'offre en produits certifiés pour profiter des opportunités offertes sur le marché. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Encouragement aux investissements dans la valorisation des produits forestiers. • Encouragements et encadrement des GDAs et SMSAs dans le domaine d'exploitation des PAM. • Importance des projets visant l'encadrement des GDAs et la formation de la main d'œuvre locale dans l'exploitation des PAMs. • Des essais d'octroyer une partie des superficies forestières aux GDAs (cas du projet PGIP). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mieux profiter des projets qui ont visé l'exploitation et la valorisation des PAM et capitalisation des résultats réussis. ➤ Mieux encadrer les jeunes et les femmes investisseurs dans les PAM et renforcer leurs positionnements sur le marché. ➤ Sensibiliser les promoteurs quant aux encouragements existants et limiter les procédures administratives. |

3.2.1.4. Limitation de l'impact des menaces

Le tableau 20 suivant résumé les recommandations permettant la limitation des impacts des menaces identifiées.

Tableau 20 : Limitation de l'impact des menaces de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| | <i>Menaces</i> | <i>Limitation d'Impact/Alternatives</i> |
|--|--|--|
| <i>Production</i> | <ul style="list-style-type: none"> • L'impact négatif des changements climatiques sur les nappes de PAM (sécheresse prolongée). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prévoir des activités alternatives de remplacement des PAM pour garantir des revenus de subsistance de la population rurale. ➤ Arrêter l'exploitation des sources forestières pendant les années de forte sécheresse. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Risques d'incendie des forêts. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer les pare-feux dans les espaces forestiers par des espèces résistantes au feu (bande de figuier de barbarie, Aloe véra etc.). |
| | <ul style="list-style-type: none"> • L'exploitation illicite et anarchique des nappes par les paysans. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer le contrôle des forêts et sensibiliser les paysans au danger de l'exploitation anarchique des ressources forestières. |
| <i>Transformation et Commercialisation</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Irrégularité de la demande pour les produits standards et conventionnels. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ S'adapter aux fluctuations du marché en améliorant les conditions de stockage et conditionnement des produits finaux. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Expansion de la pharmaceutique, et de l'aromathérapie. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le besoin en matière première restera toujours important. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Instabilité économique mondiale et nationale. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer l'innovation et la recherche pour développer des clés de succès. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Dévalorisation du dinar tunisien. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Réviser le coût de revient et améliorer l'indicateur de la productivité le long de la chaîne de valeur. |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Dégradation du pouvoir d'achat du tunisien et dans plusieurs pays. | |



3.2.2. Axes de développement de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Les différentes recommandations sont classées selon trois axes identifiés en fonction des objectifs de développement de chaque maillon de la CDV ; i). Développement du maillon de la production/collecte, ii). Développement de la transformation et de la valorisation, iii). Développement de la commercialisation et la promotion du lentisque et du myrte.

Ces axes de développement permettent le renforcement du rôle de la CDV myrte et lentisque, dans le développement social et la dynamique économique du gouvernorat de Jendouba.

Chaque axe regroupe un ensemble de recommandations regroupées en sous-axe.

3.2.2.1. Développement du maillon de la production /collecte

❖ Préservation des ressources naturelles :

Englobe toutes les recommandations ayant pour objectif la préservation et la bonne gestion des ressources naturelles dans le cadre du développement durable. On note essentiellement, l'exploitation rationnelle des ressources forestières et l'implication de la population dans la protection de ces ressources (favoriser la croissance des produits forestiers, la régulation des périodes de récolte en tenant compte des changements climatiques, l'identification des zones de croissance optimales et la mise en place de pratiques de récolte respectueuses de l'environnement...).

❖ Organisation et gouvernance :

Sont intégrées les recommandations en relation avec le cadre réglementaire et institutionnel ainsi que la gouvernance en général comme : la révision du cadre légal, l'installation de comité de suivi des projets et programmes de développement, l'encouragement de l'implication des ONG et les populations locales dans la gestion des ressources, etc.

3.2.2.2. Développement de la valorisation du myrte et du lentisque

Il s'agit là des actions en relation avec la transformation et la valorisation du lentisque et du myrte en vue d'améliorer leur commercialisation avec une bonne valeur ajoutée.

Plusieurs actions peuvent être classées sous cette rubrique notamment l'amélioration du cadre légal, la création de projets valorisant les potentialités de la région, la diversification des produits dérivés, l'introduction de technologies innovantes dans le processus de transformation, l'encouragement des jeunes et femmes à installer leurs propres projets, etc.

On peut intégrer, en outre, les recommandations visant le développement des infrastructures ayant un impact direct sur les projets de transformation des plantes et les conditions sociales des populations de la région (réseaux collectifs, Energie, Routes et pistes, etc.).

3.2.2.3. Développement de la commercialisation et de la promotion du myrte et du lentisque

Il s'agit là des actions en relation avec la promotion des deux espèces ; le lentisque et le myrte en vue d'améliorer leur commercialisation et de diversifier les marchés au profit des différents acteurs de la CDV.

Plusieurs actions peuvent être classées sous cette rubrique notamment l'amélioration du cadre légal, l'amélioration de l'emballage, l'encouragement à l'exportation, la création de label et l'organisation des circuits de distribution, le développement de partenariats avec des entreprises locales et internationales pour l'exportation des produits transformés, etc.



3.2.2.4. Défalcation des recommandations par axe de développement de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Pour un objectif de lisibilité et de visibilité de l'ensemble des orientations stratégiques et des recommandations formulées en fonction des analyses SWOT, PESTEL et PORTER, il a été convenu de regrouper ces recommandations par axe de développement comme présenté au tableau 21 ci-dessous.

Tableau 21 : Classement des recommandations par axe de développement de la CDV Myrte et Lentisque

| Axes de développement | Recommandations préconisées |
|---|--|
| A1 : Développement du maillon de la production /collecte | |
| <i>S/A : Préservation des ressources naturelles</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Arrêter l'exploitation des sources forestières pendant les années de forte sécheresse. ➤ Instaurer un contrôle rigoureux sur la collecte des lentisques et des PAM en général. ➤ Préserver la ressource forestière pour sécuriser les revenus de la population locale et mieux impliquer cette dernière dans la protection de ces ressources. ➤ Renforcer la protection du patrimoine forestier contre toute source de dégradation (incendies, exploitation excessive etc.) et assurer son exploitation d'une façon rationnelle. ➤ Renforcer le contrôle des forêts et sensibiliser les paysans au danger de l'exploitation anarchique des ressources forestières. ➤ Renforcer les pares-feux dans les espaces forestiers par des espèces résistantes au feu (bande de figuier de barbarie, Aloe véra etc.). |
| <i>S/A : Organisation et gouvernance</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Accorder la priorité d'exploitation de la nappe aux riverains de la forêt et notamment les femmes organisées en GDA. ➤ Appuyer davantage les GDA pour la durabilité de l'activité (formation, encadrement et équipements). ➤ Appuyer les exploitants pour se former dans le domaine et s'acquérir des équipements convenables. ➤ Encourager les jeunes de la région à s'investir dans cette activité en accordant des avantages spécifiques. ➤ Etudier la possibilité de classement de la zone en tant que zone de production biologique. ➤ Lancer la réalisation d'un inventaire permettant de mieux cibler la CDV des PAM. ➤ Lancer un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte. ➤ Maintenir le contrôle rigoureux par les services forestiers mais avec une meilleure implication des populations locales. ➤ Maintenir les prix d'exploitation à un niveau abordable. ➤ Maîtriser davantage l'organisation de la chaîne. ➤ Organiser davantage l'accès et l'exploitation de la ressource forestière en tenant compte des besoins et de la situation socioéconomique de la population locale. ➤ Organiser davantage l'exploitation des produits forestiers pour garantir la durabilité de la ressource et de l'activité. ➤ Organiser davantage les maillons de la filière. ➤ Prévoir des activités alternatives de remplacement des PAM pour garantir des revenus de subsistance de la population rurale. ➤ Renforcer la disponibilité de la main d'œuvre par des formations qualifiantes. ➤ Renforcer les capacités des artisans et des GDAs et les appuyer par des équipements convenables. ➤ Réviser le cadre juridique donnant sur l'exploitation des ressources forestières. |



| A2 : Développement de la valorisation du myrte et du lentisque | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">➤ Améliorer les conditions de valorisation et de conditionnement des PAM et mieux étudier les marchés porteurs.➤ Appuyer les artisans pour l'acquisition d'équipements modernes et les former sur les concepts et les normes de qualité.➤ Appuyer les GDA pour répondre au besoin d'amélioration du packaging.➤ Encourager l'acquisition d'équipements modernes d'extraction des huiles essentielles.➤ Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des PAM de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone.➤ Encourager l'investissement local pour sortir de la situation de monopole.➤ Etudier les besoins du secteur en matière d'appui en formation et en équipements et s'approcher des bailleurs de fonds pour le financement d'actions bien ciblées.➤ Le besoin en matière première restera toujours important.➤ Mieux encadrer les jeunes et les femmes investisseurs dans les PAM et renforcer leurs positionnements sur le marché.➤ Mieux profiter des projets qui ont visé l'exploitation et la valorisation des PAM et capitalisation des résultats réussis.➤ Miser sur la qualité et la valorisation en produit à haute valeur ajoutée.➤ Renforcer l'innovation et la recherche pour développer des clés de succès.➤ Sensibiliser les promoteurs quant aux encouragements existants et limiter les procédures administratives |
| A3 : Développement de la commercialisation et de la promotion du myrte et du lentisque | |
| | <ul style="list-style-type: none">➤ Améliorer la qualité de l'offre en produits certifiés pour profiter des opportunités offertes sur le marché.➤ Organiser davantage l'activité des PAM et instaurer un label qualité de type AOC comme le cas à Nefza.➤ Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM.➤ Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM.➤ Réviser le coût de revient et améliorer l'indicateur de la productivité le long de la chaîne de valeur.➤ S'adapter aux fluctuations du marché en améliorant les conditions de stockage et conditionnement des produits finaux. |



4. PLAN D'ACTION DE LA CDV « MYRTE ET LENTISQUE » DE JENDOUBA

4.1. Cadre logique de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Le tableau 22 présente le cadre logique du plan de développement de la CDV Myrte et Lentisque établie au vu des résultats du diagnostic effectué lors de la première phase de la présente étude.

Tableau 22 : Cadre logique du plan de développement de la CDV Myrte et Lentisque

| Objectif principal | Indicateurs de suivi | Source de vérification | Hypothèses |
|---|---|--|---|
| Assurer une durabilité économique, sociale et environnementale du lentisque et du myrte. | <ul style="list-style-type: none"> - Part des emplois créés par les deux CDV; - Taux du Revenu provenant de l'exploitation des deux arbustes (marché national et exportation) ; - Superficies protégées. | Rapport : - DGF ; - APII ; - INS. | <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation du plan d'action proposé ; - Trouver les fonds nécessaires ; - Bien coordonner avec les parties prenantes. |
| Objectifs spécifiques | | | |
| <i>Préservation des deux arbustes et gestion rationnelle des superficies existantes.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Surfaces exploitées chaque année ; - Quantités collectées chaque année ; - Taux des incendies, nombre de délits. | <ul style="list-style-type: none"> - Rapports DGF ; - Etude sur les ressources forestières. | <ul style="list-style-type: none"> - Respect des normes de collecte par la population ; - Contrôle et suivi rigoureux de la collecte ; - Multiplier les études sur l'impact des changements climatiques et vulgariser les résultats. |
| <i>Accès faciles aux opportunités économiques des PAM au profit des communautés locales.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'emplois directs et indirects générés par l'industrie du lentisque et du myrte ; - Revenu de la population bénéficiaire. | <ul style="list-style-type: none"> - Rapports DGF ; - Rapports des GDA et SMSA et les associations impliquées. | <ul style="list-style-type: none"> - Révision du cadre légal permettant l'accès de la population locale aux ressources ; - Renforcement du rôle des OPA dans la gestion des ressources. - Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs. |
| <i>Valorisation des produits</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre des dérivés produits ; - Chiffre d'affaires généré par la vente des produits dérivés ; - Nombre de partenariats établis avec des entreprises privées | <ul style="list-style-type: none"> - Rapports des GDA et SMSA et les associations impliquées ; | <ul style="list-style-type: none"> - Prospection de marchés pour les produits dérivés de qualité ; - Développement de partenariats public-privé ; - Engagement des entreprises privées à investir dans la CDV. |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | | | |
|--|--|--|--|
| <i>Amélioration des conditions de commercialisation et promotion des PAM</i> | pour la commercialisation des produits. | - Les bilans des entreprises opérantes dans les CDV. | |
| <i>Amélioration de la gouvernance et renforcement des capacités locales</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de GDA et SMSA impliqués dans les deux CDV ; - Nombre de conventions établis avec des GDA ; - Nombre de projets de gestion des ressources forestières, impliquant les GDA ; - Taux de participation aux programmes de formation sur la récolte et la transformation des produits naturels. | <ul style="list-style-type: none"> - Rapports DGF ; - Rapports des GDA et SMSA et les associations impliquées. | <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilité des populations locales pour adhérer aux GDA ; - Encadrement et soutien aux GDA et SMSA ; - Accessibilité des programmes de formation aux communautés locales. - Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs. |

| | Indicateurs de suivi | Source de vérification | Hypothèses |
|---|---|---|---|
| Résultats attendus | | | |
| Une richesse naturelle bien protégée et rationnellement exploitée. | <ul style="list-style-type: none"> - Toute la superficie des deux espèces est protégée et exploitée d'une façon optimale et dans les normes ; - Nombre d'incendies par année est très réduit. | <ul style="list-style-type: none"> - Rapports DGF ; - Rapports des GDA et SMSA et les associations impliquées. | <ul style="list-style-type: none"> - Un guide de bonnes pratiques d'exploitation des PAM est élaboré, distribué et respecté ; - Contrôle et suivi rigoureux ; - Multiplier les études sur l'impact des changements climatiques et vulgariser les résultats. |
| <p>Un dynamisme socio-économique est créé au niveau des localités proches.</p> <p>De meilleures conditions d'exploitation durable des ressources forestières sont assurées pour les populations paysannes locales</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Maximum des populations habitantes dans les zones de collecte ont bénéficié de l'exploitation des deux arbustes ; - Un taux important des femmes et des jeunes impliqués ; - Des postes d'emplois diversifiés et multipliés ; - Les pistes dans la zone de collecte sont réhabilitées. | <p>Rapports de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - DGF ; - GDA et SMSA et les associations impliquées ; - CRDA. | <ul style="list-style-type: none"> - Révision du cadre légal permettant l'accès de la population locale aux ressources ; - Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources ; - Développement de partenariats privés-organisation des producteurs. |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>Une bonne gouvernance au niveau de l'exploitation des deux produits</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Au moins un GDA est installé par zone de collecte ; - Au moins 80% des collecteurs sont adhérents aux GDA/SMSA ; - Des conventions d'exploitation entre GDA et DGF ; - Des conventions de partenariat entre GDA et opérateurs économiques. | <p>Rapports de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - DGF ; - GDA et SMSA ; - CRDA. | <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilité des populations locales pour adhérer aux GDA ; - Encadrement et soutien aux GDA et SMSA ; - Accessibilité des programmes de formation aux communautés locales. - Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs. |
| <p>Une bonne valorisation des deux produits</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Au moins 50% des quantités collectées sont transformées par les GDA/SMSA au profit de leurs membres ; - Des transformateurs locaux avec des technologies modernes et un niveau de transformations avancées. | <p>Rapports de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - DGF ; - GDA et SMSA ; - CRDA. | <ul style="list-style-type: none"> - Appuyer les OP à rationaliser les processus de production, tout en garantissant le contrôle de qualité. - Prospection de marchés pour les produits dérivés de qualité ; - Développement de partenariats public-privé-OP ; - Engagement des entreprises privées à investir dans la CDV. |
| <p>Une bonne commercialisation nationale de myrte et de lentisque et de leurs dérivés ; Une gamme diversifiée des dérivés de myrte et de lentisque est exportée.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Au moins 80% des produits préparés par les GDA et les femmes collectrices sont vendus ; - Un circuit de distribution bien organisé et contrôlé est installé ; - Un degré de transformation avancé et une gamme diversifiée de dérivés est exportée (nombre de dérivés et quantités exportées) ; - Un label est créé pour le gouvernorat. | <p>Rapports de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - GDA et SMSA ; - Entreprises de transformation ; - INS ; - INNORPI. | <ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de l'emballage et son adaptation à la demande ; - Contrôler la production et la distribution des dérivés de myrte et de lentisque ; - Etablir des conventions de partenariat entre GDA et opérateurs économiques pour les aider à se connecter à des marchés potentiels. |
| <p>Une unité de valorisation des PAM est créée dans la région avec un appui en termes d'organisation et de renforcement des capacités techniques, équipements modernes d'extraction des huiles essentielles ;</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Une unité de valorisation des PAM est créée | <ul style="list-style-type: none"> - CRDA, ODNO, GDA | <ul style="list-style-type: none"> - Approcher les bailleurs de fonds pour le financement d'une unité de valorisation des PAM |



| Actions | | | |
|---|---|---|---|
| Mettre en œuvre un programme de préservation des habitats naturels du myrte et du lentisque. Élaborer un guide permettant une exploitation durable de ces ressources et limitant les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme. | <ul style="list-style-type: none"> - Des actions de préservations des ressources sont programmées chaque année ; - Un guide d'exploitation est élaboré, distribué et vulgarisé. | Rapports de : <ul style="list-style-type: none"> - DGF ; - CRDA. | <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser les études nécessaires ; - Trouver les moyens nécessaires ; - Engagement des parties prenantes ; - Réaliser des partenariats avec des bailleurs de fonds |
| Lancer un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte et du lentisque. | <ul style="list-style-type: none"> - Un inventaire détaillé est existant pour les deux espèces. | DGF | <ul style="list-style-type: none"> - Trouver les moyens nécessaires ; - Réaliser des partenariats avec des bailleurs de fonds. |
| Etudier la possibilité de classement de la zone en tant que zone de production biologique. | <ul style="list-style-type: none"> - La zone est classée comme zone de production biologique | DGF, CRDA, ODNO | <ul style="list-style-type: none"> - Des écosystèmes naturels préservés ; - Engagement de l'État dans une gestion durable des ressources naturelles, ce qui implique la protection et la préservation des zones de production de myrte et de lentisque dans des conditions optimales pour la production biologique. |
| Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés plus grands ampleurs. | <ul style="list-style-type: none"> - Au moins trois unités locales de valorisation des PAM sont créées dans la région. - Nombre d'emplois directs et indirects générés par l'industrie du lentisque et du myrte ; | CRDA, Gouvernorat de Jendouba, GDA etc | <ul style="list-style-type: none"> - Révision du cadre légal permettant l'accès de la population locale aux ressources ; - Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources ; - Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs ; - Améliorer l'infrastructure dans les zones de collecte. |
| Réhabiliter des infrastructures qui améliorent l'accès des communautés aux ressources et améliorent la qualité de leur vie (les ressources en eau, pistes rurales, etc.) | <ul style="list-style-type: none"> - Revenus des populations augmenté de 50% à l'horizon 2040. - Au moins 50% des quantités collectées sont transformées par les GDA/SMSA au profit de leurs membres. | | <ul style="list-style-type: none"> - Rechercher les financements nécessaires ; - Une meilleure coordination entre les organismes concernées et les OP. |
| Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des PAM de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone. | <ul style="list-style-type: none"> - Au moins 50% des quantités collectées sont transformées par les GDA/SMSA au profit de leurs membres. | Rapport : <ul style="list-style-type: none"> - CRDA ; - APII ; - APIA. | <ul style="list-style-type: none"> - Inciter les jeunes de la région à s'investir dans cette activité en accordant des avantages spécifiques. - Renforcer les capacités des artisans et des GDAs, et les fournir des appuis techniques et financiers. - Soutenir la recherche scientifique sur les propriétés médicinales, aromatiques et autres usages potentiels du myrte et du lentisque. |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| | | | |
|---|--|---|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Encourager l'innovation dans les techniques d'extraction et de transformation pour maximiser la valeur ajoutée des produits dérivés. - Faciliter les procédures de création et de fonctionnement d'unités de transformation des PAM dans la zone. |
| Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits. | Des dérivés bien appréciés sur le marché. De modèles d'emballage répondant aux exigences du marché. | | - |
| Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. | Une étude de marché réalisée | DGF | - Rechercher les financements nécessaires ; |
| Organiser davantage l'activité des PAM et instaurer un label qualité de type AOC comme le cas à Nefza. | Un label qualité est enregistré à l'INNORPI | DGF ; ODNO ; INNORPI | - Créer une SMSA qui prendra ultérieurement en charge la gestion d'un label qualité de type AOC ; |
| Développer un plan de promotion des produits dérivés du myrte et du lentisque sur les marchés nationaux et internationaux. Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques. Organiser des événements de promotion et des salons pour présenter les produits et sensibiliser les consommateurs. | Au moins 80% des produits préparés par les GDA et les femmes collectrices sont vendus dans des circuits organisés. | Rapport : - CRDA ; - INS ; - | <ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de l'emballage et son adaptation à la demande ; - Contrôler la production et la distribution des dérivés de myrte et de lentisque. |
| Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. | <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de partenariats établis ; - Volume des ventes généré par les partenaires | Rapport : - CRDA ; - INS ; - DGF ; - ODNO ; | <ul style="list-style-type: none"> - Rechercher les financements nécessaires ; - Une meilleure coordination entre les entreprises privée et les OP ; - Engagement des entreprises privées à investir dans la CDV. |



4.2. Actions de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Au vu du diagnostic et des recommandations formulées ci-avant, un ensemble d'actions à composantes multiples ont été proposées comme énuméré dans le tableau du cadre logique ci-dessus. Ces actions doivent être formulées en projets avec l'argumentation et la pertinence nécessaires pour approcher des bailleurs de fonds susceptibles de les financer.

4.2.1. Les fiches actions de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Un ensemble de 6 fiches actions est présenté ci-après. Elles détaillent les actions proposées, leurs objectifs, les composantes, le planning, les indicateurs de suivi et les mesures d'accompagnement.

Tableau 23 : Liste des actions détaillées par fiche de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| Fiche | Intitulée de l'action |
|--------------|---|
| Fiche-01 | Réalisation d'un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région |
| Fiche-02 | Préparation et mise en œuvre d'un programme de formation et de sensibilisation des collecteurs du myrte et du lentisque |
| Fiche-03 | Révision du cadre légal pour permettre un accès facile de la population locale |
| Fiche-04 | Lancement d'un programme de sensibilisation et d'encouragement à la valorisation du myrte et du lentisque |
| Fiche-05 | Lancement d'un programme de renforcement des OP dans la région |
| Fiche-06 | Lancement d'un plan de commercialisation et de promotion du lentisque et du myrte |



Fiche action n°01

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Myrte et Lentisque » à Jendouba | |
|---|--|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 1 | Réaliser un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région |
| Objectif principal | Connaissance du potentiel et exploitation rationnelle du lentisque et du myrte |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Réaliser les prévisions d'exploitation sur une base solide ;- Bien fonder les actions de développement des deux CDV. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Préparer une note sur les besoins pour lancer l'inventaire ;- Chercher les fonds nécessaires ;- Lancer l'appel d'offre ;- Lancer l'inventaire ;- Préparer un cadre réglementaire bien spécifique pour protéger les deux espèces. |
| Pilote de l'action | La DGF |
| Acteurs Impliqués | ODNO-Autres direction du MARHP |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2027 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Un inventaire est réalisé ;- Les superficies bien connues. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Avoir les autorisations nécessaires ;- Trouver les fonds convenables ;- Une bonne coordination entre les parties concernées ;- Multiplier les études sur l'impact des changements climatiques et vulgariser les résultats. |



Fiche action n°02

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Myrte et Lentisque » à Jendouba | |
|---|---|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 2 | Préparation et mise en œuvre d'un programme de formation et de sensibilisation sur la bonne exploitation du myrte et du lentisque |
| Objectif principal | Exploitation rationnelle du lentisque et du myrte |
| Objectifs Spécifiques | Renforcer les compétences des collecteurs ; Améliorer la qualité et la quantité des produits collectés. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Concevoir et mettre en œuvre un programme de formation et de sensibilisation à destination des collecteurs.- Élaborer un guide permettant une exploitation durable de ces ressources et limitant les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme.- Instaurer un contrôle rigoureux sur la collecte des lentisques et des PAM en général. |
| Pilote de l'action | AVFA/DGF |
| Acteurs Impliqués | L'office de développement du Nord-Ouest |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2028 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Nombre de collecteurs formés.- Amélioration de la qualité des produits collectés.- Taux d'exploitation des espaces mis à exploitation. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Un guide de bonnes pratiques d'exploitation des PAM est élaboré, distribué et respecté ;- Contrôle et suivi rigoureux ;- Multiplier les études sur l'impact des changements climatiques et vulgariser les résultats. |



Fiche action n°03

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Myrte et Lentisque » à Jendouba | |
|---|--|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 3 | Révision du cadre légal pour permettre un accès facile de la population locale. |
| Objectif principal | Accès faciles aux opportunités économiques du myrte et du lentisque au profit des communautés locales. |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Faciliter l'accès des communautés locales aux ressources et opportunités économiques des produits de terroir.- Renforcer la capacité des OP dans la gestion et la valorisation des ressources locales. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Lancer une consultation auprès des parties concernées ;- Créer un comité pour la réalisation de l'action ;- Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources.- Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest |
| Acteurs Impliqués | DGF, CRDA |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2026 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Nombre d'emplois directs et indirects générés par l'industrie du lentisque et du myrte ;- Revenu de la population bénéficiaire.- Maximum des populations habitantes dans les zones de collecte ont bénéficié de l'exploitation des deux arbustes ;- Un taux important des femmes et des jeunes impliqués ;- Des postes d'emplois diversifiés et multipliés ;- Les pistes dans la zone de collecte sont réhabilitées. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Réhabiliter des infrastructures qui améliorent l'accès des communautés aux ressources et améliorent la qualité de leur vie (les ressources en eau, pistes rurales, etc.) ;- Révision du cadre légal permettant l'accès de la population locale aux ressources ;- Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources ;- Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs ;- Améliorer l'infrastructure dans les zones de collecte. |



Fiche action n°04

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
|--|---|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 4 | Lancement d'un programme de développement de la valorisation du myrte et de lentisque |
| Objectif principal | <i>Valorisation des PAM pour une meilleure rentabilité des trois maillons : production, collecte et transformation</i> |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Une rentabilité plus satisfaisante ;- Une activité de collecte et de transformation attrayante aux jeunes promoteurs. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés plus grands ampleurs.- Implantation d'unités modernes de valorisation du myrte et de lentisque de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone.- Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits. |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest / CRDA |
| Acteurs Impliqués | APII, BTS, Autres banques et institutions financières. |
| Acteurs de mise en œuvre | Investisseurs privés, SMSA et GDA, Jeunes promoteurs |
| Calendrier de Réalisation | 2024-2026 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Nombre d'unités de transformation installées ;- Quantité de PAM transformée ;- Quantité et Prix de vente des dérivés du myrte et du lentisque ;- Revenus supplémentaires engendrés par la transformation de PAM. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Inciter les jeunes de la région à s'investir dans cette activité en accordant des avantages spécifiques.- Renforcer les capacités des artisans et des GDAs, et les fournir des appuis techniques et financiers.- Soutenir la recherche scientifique sur les propriétés médicinales, aromatiques et autres usages potentiels du myrte et du lentisque.- Encourager l'innovation dans les techniques d'extraction et de transformation pour maximiser la valeur ajoutée des produits dérivés.- Faciliter les procédures de création et de fonctionnement d'unités de transformation des PAM dans la zone. |



Fiche action n°05

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie | |
|--|---|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 5 | Lancement d'un programme de renforcement des OP dans la région |
| Objectif principal | Amélioration de l'organisation professionnelle des producteurs opérant dans la valorisation des deux espèces |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Avoir des OPA plus actifs et plus influents dans leur environnement ;- Avoir un taux satisfaisant d'adhésion des agriculteurs aux OPA. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés plus grands ampleurs.- Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources ;- Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs ;- Améliorer l'infrastructure dans les zones de collecte. |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest et le CRDA |
| Acteurs Impliqués | Les autorités locales, les producteurs, les services agricoles de la région (CRDA), UTAP |
| Acteur d'exécution | CRDA |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2026 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Nombres suffisant de GDA créés ;- Fonds accordés aux GDA ;- SMSA créée ;- Nombre d'adhérents aux GDA et SMSA ;- Nombre de conventions signées entre GDA, DGF et opérateurs économiques. |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Révision du cadre légal permettant l'accès de la population locale aux ressources ;- Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources ;- Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs ;- Améliorer l'infrastructure dans les zones de collecte.- Rechercher les financements nécessaires ;- Une meilleure coordination entre les organismes concernées et les OP.- |



Fiche action n°06

| Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir de la région du Nord-Ouest de la Tunisie Analyse et plan de développement de la chaîne de valeur « Myrte et Lentisque » à Jendouba | |
|---|---|
| Fiche action | |
| N° de Fiche : 6 | Lancement d'un plan de commercialisation et de promotion du lentisque et du myrte |
| Objectif principal | <i>Amélioration de la commercialisation et de la promotion du Myrte et du Lentisque au profit des collecteurs, des commerçants et des transformateurs.</i> |
| Objectifs Spécifiques | <ul style="list-style-type: none">- Commercialisation stable et plus équitable ;- Un circuit de commercialisation plus organisé ;- Créer un marché potentiel pour les dérivés de PAM. |
| Description de l'action | <ul style="list-style-type: none">- Organiser davantage l'activité des PAM et instaurer un label qualité ;- Développer un plan de promotion des produits dérivés du myrte et du lentisque sur les marchés nationaux et internationaux.- Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques.- Organiser des événements de promotion et des salons pour présenter les produits et sensibiliser les consommateurs.- Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. |
| Pilote de l'action | L'office de développement du Nord-Ouest, CRDA |
| Acteurs Impliqués | Les producteurs, les services agricoles de la région, Ministère de l'agriculture, de la pêche et des ressources hydrauliques, APII, BTS, OP |
| Acteur d'exécution | SMSA, GDA |
| Calendrier de Réalisation | 2025-2028 |
| Suivi/Évaluation Indicateurs à observer | <ul style="list-style-type: none">- Un label qualité est enregistré à l'INNORPI- Taux de croissance des ventes des produits dérivés du myrte et du lentisque ;- Nombre de partenariats établis ;- Volume des ventes généré par les partenaires |
| Mesures d'accompagnement | <ul style="list-style-type: none">- Créer une SMSA qui prendra ultérieurement en charge la gestion d'un label qualité de type AOC ;- Amélioration de l'emballage et son adaptation à la demande ;- Contrôler la production et la distribution des dérivés de myrte et de lentisque- Rechercher les financements nécessaires ;- Une meilleure coordination entre les entreprises privée et les OP ;- Engagement des entreprises privées à investir dans la CDV. |



4.2.2. Récapitulatif et évaluation des actions

Ces actions sont évaluées selon une échelle appliquée à 5 indicateurs comme présenté ci-avant dans l'approche méthodologique. Le score de notation permet de définir la priorité des actions en respectant l'ordre procédural et la logique de faisabilité.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-------------------|--------------|----------|---------------------|--------------------------|
| Employabilité | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Rentabilité financière | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Dynamisation économique | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |
| Faisabilité / réalisable | Très peu faisable | Peu faisable | Faisable | Facilement faisable | Très facilement faisable |
| La résilience de la CDV | Très faible | Faible | Moyenne | Bonne | Très bonne |

L'évaluation à travers les 5 indicateurs mentionnés a permis le classement des actions par ordre d'importance comme suit :

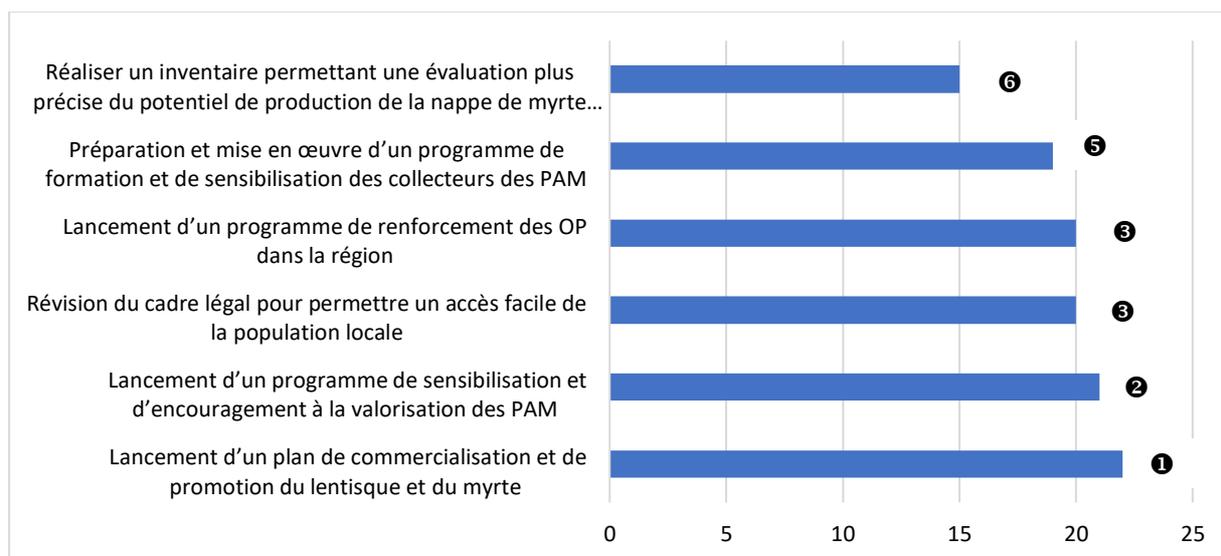


Figure 18: La priorisation des actions selon les indicateurs d'évaluation de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba



Tableau 24: Evaluation des actions de la CDV « Myrte et Lentisque » au gouvernorat de Jendouba

| Action | Opportunité d'emploi | Augmentation des revenus des acteurs de la CDV | Importance économique pour la zone | Faisabilité | Viabilité de la CDV | Score total de notation | Ordre de priorité |
|---|----------------------|--|------------------------------------|-------------|---------------------|-------------------------|-------------------|
| 1. Réaliser un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 15 | 6 |
| 2. Préparation et mise en œuvre d'un programme de formation et de sensibilisation sur la bonne exploitation du myrte et du lentisque. | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 19 | 5 |
| 3. Révision du cadre légal pour permettre un accès facile de la population locale | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 3 |
| 4. Lancement d'un programme de sensibilisation et d'encouragement à la valorisation des PAM | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 2 |
| 5. Lancement d'un programme de renforcement des OP dans la région | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 3 |
| 6. Lancement d'un plan de commercialisation et de promotion du lentisque et du myrte | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 22 | 1 |

4.2.3. Plan de mise en œuvre des actions de développement de la CDV Myrte et Lentisque au Gouvernorat de Jendouba

Tableau 25 : Plan de mise en œuvre des actions de développement de la CDV Myrte et Lentisque

| Résultats attendus | Actions | Modalités de mise en œuvre | | | |
|--|---|---|--------------------|-------------------|-------------------------|
| Objectif principal : Assurer une durabilité économique, sociale et environnementale du lentisque et du myrte. | | | | | |
| S/O 1 : Préservation des deux arbustes et gestion rationnelle des superficies existantes. | | | | | |
| Une richesse naturelle bien protégée et rationnellement exploitée. | Réaliser un inventaire permettant une évaluation plus précise du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région. | <ul style="list-style-type: none"> - Préparer une note sur les besoins pour lancer l'inventaire ; - Chercher les fonds nécessaires ; - Lancer l'appel d'offre ; - Lancer l'inventaire ; - Préparer un cadre réglementaire bien spécifique pour protéger les deux espèces. | | | |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement |
| | | 2025-2026 | DGF | ODNO, CRDA | Bailleurs de fonds |
| De meilleures conditions d'exploitation durable des ressources forestières sont assurées pour les populations paysannes locales | Préparation et mise en œuvre d'un programme de formation et de sensibilisation des collecteurs du myrte et du lentisque. | <ul style="list-style-type: none"> - Concevoir et mettre en œuvre un programme de formation et de sensibilisation à destination des collecteurs. - Élaborer un guide permettant une exploitation durable de ces ressources et limitant les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme. - Instaurer un contrôle rigoureux sur la collecte des lentisques et des PAM en général. | | | |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement |
| | | 2025-2026 | AVFA/DGF | ODNO, CRDA | Bailleurs de fonds |
| S/O 2 : Accès faciles aux opportunités économiques des PAM au profit des communautés locales. | | | | | |
| Un dynamisme socio-économique est créé au niveau des localités proches. | Révision du cadre légal pour permettre un accès facile de la population locale. | <ul style="list-style-type: none"> - Lancer une consultation auprès des parties concernées ; - Créer un comité pour la réalisation de l'action ; - Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources. - Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs | | | |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement |
| | | 2025-2026 | ODNO | DGF, CRDA | Fonds propres de la DGF |
| S/O 3 : Valorisation des produits PAM de la région | | | | | |
| Une bonne valorisation des deux produits. Une unité de valorisation des PAM est créée dans la région avec un appui en termes d'organisation et de | Lancement d'un programme de sensibilisation et d'encouragement à la valorisation des PAM. | <ul style="list-style-type: none"> - Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés plus grands ampleurs. - Implantation d'unités modernes de valorisation du myrte et de lentisque de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone. | | | |
| | | | | | |



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

| renforcement des capacités techniques, équipements modernes d'extraction des huiles essentielles ; | | - Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits | | | | | | | | |
|--|--|---|---------------------------------|--------------------|------------------------|------------------------|-----------|------------------|---|---------------------------------|
| | | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Echéances</th> <th>Pilote de l'action</th> <th>Parties prenantes</th> <th>Sources de financement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2024-2026</td> <td>ODNO, APII, APIA</td> <td>APII, DGF, APIA, BTS</td> <td>BTS, autres banques tunisiennes</td> </tr> </tbody> </table> | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | 2024-2026 | ODNO, APII, APIA | APII, DGF, APIA, BTS | BTS, autres banques tunisiennes |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | | | | | |
| 2024-2026 | ODNO, APII, APIA | APII, DGF, APIA, BTS | BTS, autres banques tunisiennes | | | | | | | |
| S/O 4 : Amélioration de la gouvernance et renforcement des capacités locales | | | | | | | | | | |
| Une bonne gouvernance au niveau de l'exploitation des deux produits | Lancement d'un programme de renforcement des OP dans la région. | - Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés plus grands ampleurs. - Renforcement du rôle des OP dans la gestion des ressources ; - Développement de partenariats privés-Organisation des producteurs ; - Améliorer l'infrastructure dans les zones de collecte. | | | | | | | | |
| | | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Echéances</th> <th>Pilote de l'action</th> <th>Parties prenantes</th> <th>Sources de financement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2025-2026</td> <td>ODNO</td> <td>CRDA, DGF, ODNO</td> <td>Bailleurs de Fonds</td> </tr> </tbody> </table> | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | 2025-2026 | ODNO | CRDA, DGF, ODNO | Bailleurs de Fonds |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | | | | | |
| 2025-2026 | ODNO | CRDA, DGF, ODNO | Bailleurs de Fonds | | | | | | | |
| S/O 5 : Amélioration des conditions de commercialisation et promotion des PAM | | | | | | | | | | |
| Une bonne commercialisation nationale de myrte et de lentisque et de leurs dérivés ; Une gamme diversifiée des dérivés de myrte et de lentisque est exportée. | Lancement d'un plan de commercialisation et de promotion du lentisque et du myrte. | - Organiser davantage l'activité des PAM et instaurer un label qualité ; - Développer un plan de promotion des produits dérivés du myrte et du lentisque sur les marchés nationaux et internationaux. - Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques. - Organiser des événements de promotion et des salons pour présenter les produits et sensibiliser les consommateurs. - Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. | | | | | | | | |
| | | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Echéances</th> <th>Pilote de l'action</th> <th>Parties prenantes</th> <th>Sources de financement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2025-2028</td> <td>ODNO/CRDA</td> <td>DGF, APII, BTS, SMSA, GDA, Exploitants, industriels</td> <td>Bailleurs de fonds</td> </tr> </tbody> </table> | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | 2025-2028 | ODNO/CRDA | DGF, APII, BTS, SMSA, GDA, Exploitants, industriels | Bailleurs de fonds |
| | | Echéances | Pilote de l'action | Parties prenantes | Sources de financement | | | | | |
| 2025-2028 | ODNO/CRDA | DGF, APII, BTS, SMSA, GDA, Exploitants, industriels | Bailleurs de fonds | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |



4.2.4. Modèle de fiche projet de développement du myrte et du lentisque

FICHE PROJET

(Modèle à suivre pour demander un financement auprès d'un bailleur de fonds)

Fiche d'identité Synthétique

Titre et acronyme du projet : Jendouba, Terroir forestier et PAM « JTF-PAM »

Objet du projet : Développement de la chaîne de valeur Myrte et Lentisque au Gouvernorat de Jendouba

Zone d'intervention : Gouvernorat de Jendouba

Bénéficiaires : Population active de la CDV Myrte et Lentisque (collecteurs, GDA et SMSA, transformateurs et services d'appui technique)

Coût total : 4 300 mille DT (1 400 US\$)

Groupe porteur : Office de Développement du Nord-Ouest / CRDA/APIA

Contact : Adresse : Av, Taïeb M'hiri 6100 – Siliana.

Téléphone : (+216) 78 871 515 / (+216) 78 871 516 - E-Mail : odno@mdci.gov.tn

JUSTIFICATION DU PROJET

Contexte :

Dans un souci de développement des gouvernorats du Nord-Ouest de la Tunisie, en visant les produits de terroir comme levier de dynamisation agroéconomique, l'Office de Développement du Nord-Ouest (ODNO) a initié une étude pour l'élaboration de plan d'actions de développement autour des produits de terroir les plus réputés au Nord-Ouest et à raison de deux produits par gouvernorat (Siliana, Jendouba, Béja et Le Kef).

Les concertations effectuées avec les responsables des structures régionales de développement au gouvernorat de Jendouba, ont débouché sur le choix du Myrte et du Lentisque en tant que produits de terroir ayant des potentialités assez importantes et une notoriété confirmée dans le gouvernorat de Jendouba qui compte 120187 Ha de forêt, soit 39,06% de sa superficie (le taux le plus élevé au niveau national).

Sur la base d'un diagnostic approfondi de cette chaîne de valeur, un plan d'action comportant plusieurs activités a été proposé pour atteindre les objectifs fixés dans la dite étude.

La mise en œuvre de ces actions ne peut être envisagée d'une manière ponctuelle chaque action à part en raison de l'agencement logique et organique entre-elles. C'est la raison pour laquelle le présent projet regroupe l'ensemble de ces activités qui sont articulées conformément à l'agencement des différents maillons de la chaîne de valeur Myrte et Lentisque.

Problèmes à résoudre :

Le présent projet vise à résoudre notamment les problèmes suivants :



Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

- Absence de stratégie de gestion et de sauvegarde des forêts dans un contexte de changement climatique rapide et « violent ».
- L'absence d'inventaires et d'estimations en relation avec le potentiel variable de production de biomasse.
- La faible organisation de la CDV Myrte et Lentisque.
- Accès, en partie, non contrôlé et non autorisé à la ressource PAM compliquant davantage sa gestion par la DGF,
- Modalités d'accès à la ressource encore contraignantes pour les populations et les petites entreprises émergentes.),
- Conflit d'usage entre les producteurs d'huiles essentielles et les entreprises d'exploitation des rameaux floraux surtout pour les nappes qui sont proches des habitats.
- La faiblesse et l'irrégularité de la production et donc la difficulté de vendre sur les marchés internationaux.
- La non disponibilité du matériel adapté pour l'extraction,
- La transformation, artisanale en partie, avec non-respect des normes d'hygiène et de qualité et un matériel de distillation non conforme aux normes.
- Mauvaises conditions de stockage des huiles essentielles extraites au niveau des locaux des GDA et des foyers des femmes pratiquant cette activité.
- Manque d'information sur les exigences et les opportunités des marchés à l'export.
- Packaging non développé.
- Le manque d'ancrage des PAM comme produits de terroirs au gouvernorat de Jendouba.
- Concurrence illégale provenant de l'Algérie par des opérateurs algériens ou tunisiens.
- Absence de signes de qualité nécessaires à l'amélioration de la notoriété et de la valeur marchande des produits.
- Manque de résultats de R&D sur les meilleures techniques de coupe et les périodes propices pour maintenir les nappes de PAM en bon état.

Cadre d'intervention :

Le présent projet fait suite à une étude commandée par l'Office de Développement du Nord-Ouest dans le cadre de ses attributions en tant qu'institution régionale responsable du processus de développement dans les gouvernorats du Nord-Ouest de la Tunisie. La mise en œuvre des recommandations formulées par le bureau d'études SIGMA Ingénierie nécessite l'intervention de l'ODNO pour chercher les fonds nécessaires à la réalisation des actions proposées.

Bénéficiaires :

Les collecteurs du myrte et du lentisque, les structures professionnelles (GDA, SMSA), les unités de valorisation industrielle, les structures régionales d'appui aux agriculteurs (CRDA, DGE, CTV), les jeunes agriculteurs et promoteurs de la CDV et les institutions de R&D en relation avec l'espace forestier.



CADRE LOGIQUE DU PROJET

Objectif : Assurer une durabilité économique, sociale et environnementale du lentisque et du myrte.

Résultats attendus :

- Une richesse naturelle bien protégée et rationnellement exploitée.
- Un dynamisme socio-économique est créé au niveau des localités proches.
- De meilleures conditions d'exploitation durable des ressources forestières sont assurées pour les populations paysannes locales.
- Une bonne gouvernance au niveau de l'exploitation des deux produits.
- Une bonne valorisation des deux produits.
- Une bonne commercialisation nationale de myrte et de lentisque et de leurs dérivés.
- Une gamme diversifiée des dérivés de myrte et de lentisque est exportée.
- Des unités de valorisation des PAM sont créées dans la région avec un appui en termes d'organisation et de renforcement des capacités techniques, équipements modernes d'extraction des huiles essentielles.
- Un label qualité mis en place et des producteurs certifiés.

Activités (actions) :

| Axe | Action |
|---|--|
| Développement du maillon de la production /collecte | 1. Réaliser un inventaire du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région. |
| | 2. Élaborer et diffuser un guide d'exploitation durable des deux espèces pour limiter les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme et multiplier les actions de formation et de sensibilisation des collecteurs. |
| | 3. Réaliser une étude sur la possibilité de classement de parcelles à choisir en tant que zone de production biologique. |
| | 4. Réhabiliter les infrastructures qui améliorent l'accès des communautés aux ressources et améliorent la qualité de leur vie : lancer une étude pour déterminer et choisir les composantes (pistes, travaux CES, etc.) et lancer les travaux. |
| | 5. Appuyer l'action de la révision du cadre légal entamée par la DGF, pour permettre un accès facile de la population locale aux ressources forestières. |
| Développement de la valorisation et commercialisation du myrte et du lentisque | 6. Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés de plus grandes ampleurs. |
| | 7. Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des PAM de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone. |
| | 8. Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits. |
| | 9. Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. |
| | 10. Instaurer un label qualité de type AOC pour les deux espèces. |
| | 11. Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques et promouvoir le label. |
| | 12. Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. |



Moyens :

Moyens humains : Equipe de gestion du projet (Un chef de projet (agroéconomiste), un financier, un expert en ressources forestières, un expert agroalimentaire, un expert en marketing, trois agents (2 chauffeurs et un coursier).

Moyens logistiques : Local du projet (4 bureaux), des équipements bureautiques (bureaux, matériel informatique et consommables), deux (02) camionnettes 5 places, autres équipements nécessaires à déterminer.

Indicateurs :

| | Indicateurs |
|--|---|
| Indicateurs de production | <ul style="list-style-type: none">- Des actions de préservations des ressources sont programmées chaque année.- Un guide d'exploitation est élaboré, distribué et vulgarisé.- Un inventaire détaillé est existant pour les deux espèces.- La zone est classée comme zone de production biologique.- Des cycles périodiques de formation sont réalisés, au moins une fois par an. |
| Indicateurs de valorisation et de commercialisation | <ul style="list-style-type: none">- Au moins trois unités locales de valorisation des PAM sont créées dans la région.- Une gamme diversifiée des dérivés des deux espèces appuyée par des emballages appréciés par les utilisateurs de ces dérivés.- Un bon nombre d'emplois directs et indirects est généré par l'industrie du lentisque et du myrte.- Revenus des populations augmenté de 50% à l'horizon 2040.- Au moins 50% des quantités collectées sont transformées par les GDA/SMSA au profit de leurs membres.- Au moins 50% des quantités collectées sont transformées par les GDA/SMSA au profit de leurs membres.- Une étude de marché réalisée.- Un label qualité est mis en place et au moins 3 producteurs certifiés.- Au moins 80% des produits préparés par les GDA et les femmes collectrices sont vendus dans des circuits organisés.- Un circuit de distribution bien organisé et contrôlé est installé.- Nombre de conventions entre les OP et les partenaires de vente et d'export et volume des ventes généré par les partenaires. |

Contraintes et risques :

Les manifestations imprévues et violentes dues au changement climatique (sécheresse aigue, élévation excessive des températures, incendies) qui peuvent survenir lors de l'exécution du projet, ralentissent ou perturbent dramatiquement les activités prévues et fausser les prévisions de résultats.

Les activités anthropiques qui peuvent contraindre l'exploitation optimale des PAM.

L'état des infrastructures et pistes d'accès dans les zones production.

La lenteur des procédures administratives et l'interférence des décisions entre les institutions pourraient être des facteurs de ralentissement pour la mise en œuvre des activités prévues.



ACTEURS DU PROJET

Groupe porteur : ODNO, CRDA, APIA et structures professionnelles de la région (UTAP, GDA, SMSA), structures de R&D.

Partenaires et acteurs intervenants dans le projet

Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche, la Banque Nationale Agricole, la Banque Tunisienne de Solidarité, Bailleurs de fonds et organismes de développement, DGF et AVFA.

LE PROJET DANS LE TEMPS

Calendrier des activités :

| Action | Durée de réalisation | Période de réalisation |
|--|----------------------|------------------------|
| 1. Réaliser un inventaire du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région. | 18 mois | 2025-2027 |
| 2. Élaborer et diffuser un guide d'exploitation durable des deux espèces pour limiter les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme et multiplier les actions de formation et de sensibilisation des collecteurs. | 8 mois | 2025-2026 |
| 3. Réaliser une étude sur la possibilité de classement de parcelles à choisir en tant que zone de production biologique. | 6 mois | 2025 |
| 4. Réhabiliter les infrastructures qui améliorent l'accès des communautés aux ressources et améliorent la qualité de leur vie : lancer une étude pour déterminer et choisir les composantes (pistes, travaux CES, etc.) et lancer les travaux. | 24 mois | 2026-2028 |
| 5. Appuyer l'action de la Révision du cadre légal entamée par la DGF | 18 mois | 2025-2027 |
| 6. Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés de plus grandes ampleurs. | 36 mois | 2025-2030 |
| 7. Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des deux espèces. | 36 mois | 2025-2030 |
| 8. Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits. | 36 mois | 2025-2028 |
| 9. Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. | 12 mois | 2025-2026 |
| 10. Instaurer un label qualité de type AOC pour les deux espèces. | 24 mois | 2026-2028 |
| 11. Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques et promouvoir le label. | 6 mois | 2025-206 |
| 12. Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. | 12 mois | 2026-2028 |

MONTAGE FINANCIER DU PROJET

Budget total : 4 280 mille DT (1400 mille Dollars)

Répartition des dépenses par activité en 1000 DT :



| Action | Coût** |
|--|--------------|
| 1. Réaliser un inventaire du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région. | 200 |
| 2. Élaborer et diffuser un guide d'exploitation durable des deux espèces pour limiter les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme et multiplier les actions de formation et de sensibilisation des collecteurs. | 80 |
| 3. Réaliser une étude sur la possibilité de classement de parcelles à choisir en tant que zone de production biologique. | 50 |
| 4. Réhabiliter les infrastructures qui améliorent l'accès des communautés aux ressources et améliorent la qualité de leur vie : lancer une étude pour déterminer et choisir les composantes (pistes, travaux CES, etc.) et lancer les travaux. | 500 |
| 5. Appuyer l'action de la révision du cadre légal entamée par la DGF | 100 |
| 6. Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés de plus grandes ampleurs. | 500 |
| 7. Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des PAM de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone. | 1000 |
| 8. Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits. | 300 |
| 9. Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. | 100 |
| 10. Instaurer un label qualité de type AOC pour les deux espèces. | 200 |
| 11. Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques et promouvoir le label. | 20 |
| 12. Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. | 30 |
| Total en 1000 DT | 3 080 |
| Frais de gestion | 1 200 |
| Total global en 1000 DT | 4 280 |

** : A actualiser et affiner par des études de faisabilité

Financements :

Le financement du projet sera assuré en partie par les porteurs du projet et d'autres sponsors comme détaillé ci-dessous et le reste du financement sera demandé auprès d'un bailleur de fonds avec l'appui institutionnel du ministère de développement économique de la Tunisie.

Tableau récapitulatif du montage financier en 1000 DT :

| Action | Budget total nécessaire | Participation du groupe | Apports d'autres partenaires | Montant demandé |
|--|-------------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------|
| 1. Réaliser un inventaire du potentiel de production de la nappe de myrte et de lentisque dans la région. | 200 | 20 | 10 | 170 |
| 2. Élaborer et diffuser un guide d'exploitation durable des deux espèces pour limiter les pratiques d'extraction préjudiciables à long terme et multiplier les actions de formation et de sensibilisation des collecteurs. | 80 | 8 | 4 | 68 |



| | | | | |
|--|--------------|------------|--------------|---------------|
| 3. Réaliser une étude sur la possibilité de classement de parcelles à choisir en tant que zone de production biologique. | 50 | 5 | 2,5 | 42,5 |
| 4. Réhabiliter les infrastructures qui améliorent l'accès des communautés aux ressources et améliorent la qualité de leur vie : lancer une étude pour déterminer et choisir les composantes (pistes, travaux CES, etc.) et lancer les travaux. | 500 | 50 | 25 | 425 |
| 5. Appuyer l'action de la Révision du cadre légal entamée par la DGF. | 100 | 10 | 5 | 85 |
| 6. Encourager l'investissement dans les alliances productives pour soutenir les Organisations de Producteurs (OP) et les aider à mieux valoriser les produits et à se connecter à des marchés de plus grandes ampleurs. | 500 | 50 | 25 | 425 |
| 7. Encourager l'implantation locale d'unités modernes de valorisation des PAM de la région pour faire valoir la valeur ajoutée au profit de la population autochtone. | 1000 | 100 | 50 | 850 |
| 8. Lancer un programme de recherche et d'innovation dans les technologies de valorisation des deux espèces et les types d'emballage selon la demande des utilisateurs de dérivés de ces deux produits. | 300 | 30 | 15 | 255 |
| 9. Réaliser une étude de marché détaillée pour les produits PAM. | 100 | 10 | 5 | 85 |
| 10. Instaurer un label qualité de type AOC pour les deux espèces. | 200 | 20 | 10 | 170 |
| 11. Créer des partenariats avec les acteurs du secteur du tourisme pour inclure les produits de terroir dans les offres touristiques et promouvoir le label. | 20 | | | 20 |
| 12. Établir des partenariats avec des entreprises privées pour la commercialisation des produits dérivés du myrte et du lentisque. | 30 | | | 30 |
| Total en 1000 DT | 3080 | 303 | 151,5 | 2625,5 |
| Frais de gestion 1000 DT | 1200 | | | |
| Total global en 1000 DT | 4 280 | | | |

Perspectives à long terme :

A long terme la CDV Myrte et Lentisque de Jendouba, ayant acquis les niveaux d'organisation, de technicité et de notoriété souhaités va compter sur ses propres moyens en raison des gains financiers qu'elle va pouvoir générer suite à l'appui du présent projet.



4.2.5. Plan Marketing de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

4.2.5.1. Les axes stratégiques fondamentaux

✓ **Positionnement souhaité**

Les PAM lentisque et myrte (PAM L&M) ont des vertus indéniables :

- Ainsi, l'huile essentielle de Lentisque est réputée pour ses vertus décongestionnantes et circulatoires et aide à retrouver une sensation de jambes légères
 - Le myrte est utilisé en phytothérapie puisqu'il a des vertus antiseptiques.
- Leurs raretés et leurs vertus médicinales ainsi que la concurrence illégale font que le positionnement actuel et futur souhaité à savoir « offrir une huile essentielle de qualité supérieure ».

✓ **Les segments-cibles**

Les deux segments-cibles phares des PAM L&M sont :

- « les professionnels de la sphère médicale et paramédicale » (segment 1),
- et « les utilisateurs particuliers, soucieux d'utiliser un remède naturel » (segment 2).

✓ **Les priorités de déploiement**

La commercialisation des PAM L&M devrait se faire en priorité sur le segment 1, cible phare parce que d'une part ce choix serait en phase avec le positionnement voulu et d'autre part il s'agit d'un segment pertinent, rentable et durable.

Ensuite il faut continuer à développer la vente directe pour le segment 2 via des GDA ou la SMSA ou les points de ventes du producteur au consommateur

✓ **Stratégie de R&D**

Partant du principe que l'huile essentielle est un ingrédient de base pour plusieurs préparations, les responsables de la première ou deuxième transformation peuvent innover en termes en développant des produits dérivés.

4.2.5.2. Fixation des objectifs

Les objectifs globaux sont difficiles à estimer en raison non seulement des changements climatiques, mais également du fait que le myrte est récolté par adjudication alors que le lentisque est plutôt récolté par les riverains.

4.2.5.3. Quel marketing-mix

Dans ce qui suit, nous allons essayer de présenter les différentes politiques commerciales, au niveau du produit, du prix, de la distribution et de la communication.

✓ **Politique de produit :**

❖ **Quels marchés cibler ?**

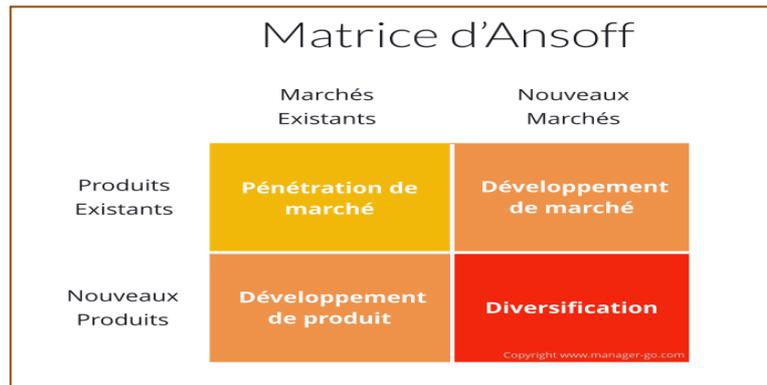


Figure 19 : Matrice d'Ansoff de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

Crédit photo : <https://www.manager-go.com>

Par référence à la matrice d'Ansoff, nous pouvons émettre les recommandations suivantes :

- Pénétration du marché des deux segments-cibles phares,
- développer le produit auprès de la même cible en offrant une gamme variée (produits de beauté),
- conquérir de nouveaux marchés, surtout étrangers demandeurs de remèdes naturels,
- et enfin opter pour une stratégie de diversification, avec des produits nouveaux pour des marchés d'exportation nouveaux également.

❖ **Quel management de marque adopter ?**

La concurrence illégale pratiquée par des exploitants frontaliers algériens ainsi que les vertus médicinales indéniables nous poussent à proposer la création d'**une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)**.

Couplée au **label Bio**, cette AOC boosterait mieux les ventes surtout à l'export.

❖ **Quel packaging privilégier ?**

Au niveau du segment 2, très souvent la vente « artisanale » se contente du conditionnement (la bouteille), alors que pour valoriser le produit, il est à notre sens plus judicieux de faire une autre enveloppe externe, en carton où les principales informations recherchées par les utilisateurs y sont. Ainsi, le packaging devrait d'une part traduire le positionnement voulu des PAM et d'autre part permettre de bien se différencier des concurrents illégaux et des huiles de mauvaise qualité. Aussi, nous proposons les packagings suivants :



Figure 20 : Exemple de packaging

❖ **Elargissement de la gamme les produits dérivés**

Comme nous l'avons déjà indiqué, les produits finis sont de même de deux natures :

- des produits artisanaux fabriqués et conditionnés par les GDA (eaux florales, huiles essentielles, produits cosmétiques).
- des produits professionnels fabriqués par des laboratoires et par les pharmacies (produits cosmétiques, de bien-être et d'aromathérapie).



Figure 21 : Assortiment de produits dérivés de Myrte et Lentisque

La gamme des produits commercialisés peut être élargie comme le montre les photos suivantes vers l'hydrolat, le sirop ou l'eau de vie, et bien d'autres dérivés.

✓ **Politique de prix**

Généralement le litre d'huile essentielle du lentisque de qualité supérieure (pression à froid) est vendu à 150 DT (contre 80 à 90 DT pour la distillation artisanale), alors que celui du myrte est vendu à 100 DT.

Cette politique de prix devrait être maintenue et renforcée grâce à la future AOC.

Pour le B to B, le prix de gros et les marges devraient être négociés afin de sauvegarder le positionnement des PAM.

✓ **Politique de distribution**

- En priorité et pour le B to C, il faut choisir soit des points de ventes exclusifs : vente uniquement des produits par les GDA, soit des points de ventes spécialisés tels que celui de la SMSA ou bien lors des salons et foires spécialisés,
- Pour le B to B, développer les ventes via d'autres client et non pas uniquement la « Société des Huiles Essentielles et ses Dérivées en Afrique du Nord » installée à Nabeul.

✓ **Politique de communication**

- Pour le B to C, deux actions majeures devraient être retenues et organisées périodiquement : (1) investir dans une page spéciale PAM L&M sur les réseaux sociaux, en particulier Facebook et (2)



multiplier les excursions bien organisées sur site afin de développer davantage l'image et la notoriété des produits à la fois pour les utilisateurs tunisiens mais également algériens (très proches),

- Pour le B to B, participer annuellement aux foires et salons spécialisés
- Pour l'exportation, concevoir un site web regroupant l'ensemble des exploitants et montrant les spécificités de la région et le caractère bio des produits,
- Développer la notoriété d'une future AOC.

Tableau 26 : Le plan de communication de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| Médias & Hors médias | Jan | Fév | Mar | Avril | Mai | Juin | Juil | Août | Sept | Oct | Nov | Déc | Budget D.T. |
|--|-----|-----|-----|-------|-----|------|------|------|------|-----|-----|-----|--------------|
| Excursions | | | * | * | * | | | | | * | * | * | 5000 |
| Internet | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 1000 |
| Relations Publiques | | * | * | * | | | | | | | | | 4000 |
| Foires & salons spécialisés (national & international) | | | | * | * | * | | | | * | * | | 15000 |
| Objets publicitaires | | | * | * | * | * | | | | | | | 7000 |
| Site web + référencement | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | 7000 à 12000 |

4.2.5.4. Moyens de contrôle et d'évaluation

- Sur le plan commercial :
 - Les moyens de contrôle et d'évaluation quantitatifs sont arrêtés par rapport au CA global réalisé,
 - Les moyens de contrôle et d'évaluation qualitatifs devraient être mis en place telle que la mesure de la satisfaction des clients
- Sur le plan marketing :
 - Les moyens de contrôle et d'évaluation quantitatifs devraient être établis en fonction des objectifs,
 - Moyens de contrôle et d'évaluation qualitatifs : baromètre de satisfaction

Par ailleurs les principales actions commerciales à mettre en place dans l'immédiat sont :



Tableau 27 : Les principales actions commerciales de la CDV « Myrte et Lentisque » de Jendouba

| Action | Résultat attendu | Mesure | Actions détaillées | Qui | Timing | Budget |
|-----------------------------------|---|----------------------|--|-------------|------------------------------|------------------|
| Créer une AOC | Amélioration de la notoriété et des ventes sur le marché national et à l'étranger | Notoriété et CA | Adopter une AOC | GDA et SMSA | De suite | 2000 à 5000 DT |
| Améliorer la qualité du packaging | Taux de satisfaction | Enquête satisfaction | - charte qualité avec les GMS et les clients étrangers | GDA et SMSA | De suite | 1500 à 2000 D.T. |
| Augmenter le CA | 15% An 1 30% An 2 | Indicateurs ventes | - forte présence dans les foires et salons, - vente directe dans les points de vente du producteur au consommateur (GDA, SMSA et autres) - animation des stands dédiés | | Dès la première récolte 2025 | 1000 à 2000 DT |







Étude d'élaboration de plans d'actions de valorisation et de promotion des produits de terroir
de la région du Nord-Ouest de la Tunisie

Phase 2 : Plans d'actions pour les CDV « Grenade de Ghardimaou » et « Myrte et Lentisque »

<https://www.odno.nat.tn/>