

Une nouvelle percée de l'Agence Pour le Développement Agricole dans la commercialisation des produits du terroir

Vigoureuse de son expérience dans la commercialisation des produits du terroir marocain, l'Agence pour le Développement Agricole perce un nouveau canal de distribution moderne au profit des petites coopératives agricoles dans le but de faire faciliter l'accès de leurs produits à de nouveaux circuits de distribution. Ainsi, l'ADA a pu ouvrir la porte de Label'Ve au profit des groupements producteurs des produits du terroir à travers l'introduction d'une gamme étendue desdits produits dans les surfaces commerciales Carrefour et Carrefour Market .

A cette occasion, l'ADA a lancé une large campagne promotionnelle au niveau de 21 points de vente de Label Vie situés dans 12 villes du Royaume à savoir : Casablanca, Rabat, Fès, Marrakech, Agadir , Tanger, Meknès, Fès, Temara , Salé , Oujda, Essaouira et El Jadida. Cette opération promotionnelle concerne une dizaine de coopératives et a pour objectif d'appuyer la commercialisation de près 127 produits et articles issus des différents terroirs du Maroc tels que: l'Argane, le miel, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les épices, les câpres, la rose, etc.

Des percées très révélatrices des étapes franchies en matière de développement de la commercialisation des produits du terroir notamment dans le cadre de l'opérationnalisation des conventions de partenariat établis avec les opérateurs opérant dans la grande distribution, ce qui a permis à référencer depuis 2013 plus de 360 produits tout en continuant à travailler sur de nouveaux débouchés .

Toujours dans le cadre de l'opérationnalisation de cette stratégie, un programme de communication média et hors média au tour des produits du terroir et des labels officiels AOP et IGP, est activement mis en œuvre pour renforcer la notoriété de ces produits auprès du consommateur final et de dynamiser leurs ventes pendant les périodes de forte consommation. Il s'agit notamment de programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente accompagnés de campagnes médiatiques déclinées essentiellement sur supports TV, radio, presse et affichage urbain.

Ainsi se dessine les traits d'une vision claire pour les produits du terroir qui ont bénéficié d'une attention particulière de la part du Plan Maroc Vert qui a fait de ce secteur son cheval de bataille pour améliorer le revenu et la qualité de vie de l'agriculteur marocain notamment le producteur du produit du terroir.











