

Communiqué de Presse

Une présence en force des produits du terroir marocain au SIA de Paris

Du 25 février au 5 Mars, l'**Agence pour le Développement Agricole (ADA)** organise la 5^{ème} participation marocaine au Salon International de l'Agriculture de Paris, une présence constante qui traduit la ferme volonté du Ministère de l'Agriculture et de la pêche maritime à développer et à promouvoir les produits du terroir marocain qui font partie intégrante de l'agriculture solidaire à laquelle le Plan Maroc Vert a dédié tout un pilier.

Par cette participation à la 54^{ème} édition du SIAP, l'ADA ambitionne de capitaliser sur les acquis des précédentes éditions pour booster davantage l'exportation des produits du terroir en trouvant de nouveaux débouchés pour ce secteur.

En fait, la sélection des coopératives dont 90% y participent pour la première fois, s'est faite selon des critères d'excellence et de bonne gouvernance à savoir la qualité du produit, du packaging et de la détention des agréments de l'ONSSSA et l'EACCE, de manière à démontrer le saut qualitatif qu'ont réussi à faire les produits du terroir au fil des dernières années.

30 exposants des produits du terroir composés de 80% de coopératives agricoles et 20% du secteur privé représenteront le Royaume à ce rendez-vous mondial de l'agroalimentaire, une belle opportunité pour offrir aux visiteurs durant 9 jours une palette de pas moins de 200 de produits du terroir à haute valeur marchande tels les produits labélisés AOP et IGP.

Ce salon est non seulement une occasion pour développer la notoriété des produits du terroir mais aussi une opportunité pour nouer des contacts d'affaires et prospecter de nouveaux marchés ainsi que de consolider une bonne image du produit marocain auprès des consommateurs français et internationaux. Une étape bien préparée en amont grâce à l'appui de l'ADA qui programme 300 rencontres B2B lors de ce salon. Des rencontres qui ont portées leurs fruits en matière de rentabilité lors des précédentes éditions et se sont soldées par la signature de plusieurs contrats conclus entre les exposants et de grandes centrales d'achats de la place.

Ce résultat commercial est l'aboutissement d'un grand chemin parcouru par l'Agence pour le Développement Agricole qui suit depuis 2012 une feuille de route ayant pour objectif de relever le défi de la concurrence au niveau national et international et ce, grâce à son ambitieuse stratégie de

développement de la commercialisation des produits du terroir au profit des coopératives, appuyée par d'importants programmes de mise à niveau et de développement du circuit de distribution. Pour rappel, le programme de mise à niveau a non seulement acté depuis son lancement sur le core product mais aussi sur l'amélioration du packaging, la diversification de l'offre, l'optimisation et la valorisation des produits du terroir.

Conçu et orné de manière à refléter la richesse de la culture et du terroir marocains, le pavillon marocain une fois franchis, plonge ses visiteurs dans un monde gustatif animé, riche en couleurs et senteurs. Une immersion garantie dans l'hospitalité marocaine grâce à l'animation créée autour des produits du terroir, l'agencement des stands ou encore la disposition du restaurant marocain pour initier les consommateurs français aux principales recettes de la gastronomie marocaine.

Considéré comme la plus grande manifestation agricole française grand public, le Salon International de l'Agriculture accueille une moyenne de 700 000 visiteurs et demeure le rendez-vous incontournable des grandes cultures, de la gastronomie régionale et internationale, des produits des terroirs, de l'élevage et de la génétique.