



وكالة التنمية الفلاحية

AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE

## Plus de 650 produits du terroir marocain en compétition lors de la troisième édition du Concours Marocain des Produits du Terroir



Rabat, les 20 et 21 Mars 2018 ; l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la **3<sup>ème</sup> édition du Concours Marocain des Produits du Terroir** qui se tiendra à l'Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II à Rabat. Après l'activation en début d'année d'une large campagne de promotion au niveau des grandes et moyennes surfaces au niveau national, l'ADA donne un nouveau coup de pouce aux petits producteurs des produits du terroir en lançant cette troisième édition du concours.

Cet événement bisannuel a pour première ambition de donner l'occasion durant deux jours aux petits producteurs de soumettre leurs produits à l'appréciation d'un jury composé d'une centaine d'experts, producteurs et consommateurs. Cette évaluation concerne plus de **650** produits du terroir provenant de toutes les régions du Royaume, dont les meilleurs leur seront décernés les premiers prix.

Véritable outil de renforcement de la visibilité et de la notoriété des produits du terroir, ce concours vient témoigner de la richesse et du savoir-faire local des petits agriculteurs marocains des 12 régions du Maroc tout en faisant de l'authenticité de ces produits une locomotive pour le développement territorial. Ainsi, toute la richesse du terroir marocain sera représentée par différents produits notamment pour l'argane, Amlou, les miels, l'huile d'olive, les olives, les confitures, le couscous, les fromages, les dattes, les amandes, les noix, les figes séchées, les piments, les jus et les vinaigres ainsi qu'une multitude d'autres produits du terroir.

Pour rappel, le Concours Marocain des Produits du Terroir a été créé et lancé en 2014 à l'initiative de l'Agence pour le Développement Agricole pour en faire un outil supplémentaire de soutien aux coopératives solidaires ainsi qu'un stimulant pour renforcer l'esprit de compétitivité entre les petits producteurs des produits du terroir pour atteindre in fine une offre qualitative répondant aux exigences d'un marché de plus en plus concurrentiel à l'échelle nationale et internationale.