

Terroir du Maroc Notre richesse, notre fierté

Lancement d'une Grande Campagne Promotionnelle des Produits du Terroir

Rabat, du 17 décembre 2014 au 25 janvier 2015, l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) lance une grande campagne promotionnelle des produits du terroir et des labels officiels Indication Géographique Protégée (IGP) et Appellation d'Origine Protégée (AOP) durant cette période de fin d'année pour renforcer davantage ses actions de promotion des produits du terroir qui s'inscrivent dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie Plan Maroc Vert notamment la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir. L'évènement couvre 11 magasins Marjane situés dans 9 villes du Royaume à savoir : Tanger, Tétouan, Fès, Meknès, Rabat, Mohammedia, Casablanca, Marrakech et Agadir.

Cette opération promotionnelle concerne une quarantaine de groupements des produits du terroir et a pour objectif d'appuyer la commercialisation de près de 400 produits et articles issus des différents terroirs du Maroc tels que le miel, l'argane alimentaire et cosmétique, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les dattes, la rose, le safran, le couscous, etc.

Des animatrices sont déployées dans ces magasins pour informer la clientèle sur la qualité spécifique et les vertus des produits du terroir à travers des stands de dégustation et la distribution de flyers.

Au niveau de Casablanca, une opération promotionnelle complémentaire a été déjà organisée du 18 au 21 décembre 2014 dans un grand centre commercial de la capitale économique, et ce avec la participation des représentants de 6 filières : Argane, Miel, Dattes, Safran, huile d'olive et des produits cosmétiques à base de produits du terroir, qui ont présenté leurs produits et savoirs faire.

Cette action promotionnelle est appuyée par une large campagne de communication médiatique déclinée sur supports radio et affichage urbain, en plus d'une action menée en co-branding avec l'enseigne Marjane (Spots TV et radio, affichage urbain et insertion publicitaire sur 800 000 dépliants de Marjane).

Rappelons que le développement du secteur des produits du terroir constitue une alternative prometteuse pour le développement local, viable et durable des zones éloignées ou difficiles d'accès et que les retombées de ces actions promotionnelles, sont importantes en termes de croissance des ventes et donc de création d'emplois et de lutte contre la pauvreté.

Ces Opérations de promotion des produits du terroir sont considérées par l'ADA en tant que chantier structurant permettant d'asseoir la notoriété de ces produits et de faire connaître l'avancé en matière de qualité de l'offre marocaine grâce aux efforts considérables déployés par les coopératives et le fort engagement du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime.