



ÉCO ACTU



L'Agence pour le développement agricole (ADA) fait la promotion des produits du terroir auprès de la grande distribution. Elle lance ainsi une «large» campagne à l'échelle nationale avec ses partenaires Marjane et Label'Vie qui ont contribué «activement» à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire. «Cette large campagne couvre de nombreux magasins des grandes villes du Royaume. Cette opération concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc dont l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive et les plantes aromatiques», indique l'agence dans un communiqué. En parallèle de ces programmes d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires sont organisées jusqu'au 18 février au Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février au Méga Mall à Rabat où une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur de la richesse de l'offre du terroir marocain.

ÉCONOMIE

Commercialisation des produits du terroir L'ADA lance une campagne promotionnelle



L'ADA indique que la campagne qui a été lancée à l'échelle nationale pour promouvoir la commercialisation des produits du terroir, qui s'inscrit dans le cadre des actions promotionnelles menées au profit des petits producteurs. Ph : MAP

L'Agence pour le développement agricole (ADA) a annoncé le lancement d'une «large» campagne de promotion visant à renforcer davantage et moderniser la commercialisation des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

Dans un communiqué transmis mercredi à la MAP, l'ADA indique que cette campagne, qui s'inscrit dans le cadre des actions promotionnelles menées au profit des petits producteurs des produits du terroir, est lancée avec «ses partenaires Marjane et Label'Vie qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire».

Cette opération concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc, tels que l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les Plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, olives de table, nèfles et produits d'origine animale, précise-t-on de même source.

En parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat, ajoute l'ADA, notant qu'une sélection raffinée de produits du terroir y sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur de la richesse de l'offre du terroir marocain.

L'ADA lance également une campagne de communication mass média autour des produits du terroir, des labels officiels AOP et IGP et du nouveau canal de distribution e-commerce mis en ligne fin 2017 et ce via différents canaux de communication à savoir la télévision, la presse, la radio, l'affichage urbain ainsi que le web, selon le communiqué.

Et de conclure que ces actions «témoignent des grands pas franchis par l'ADA en matière de développement de la commercialisation des produits du terroir, une stratégie déclinée d'une vision claire et 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 du petit agriculteur marocain producteur des produits du terroir».

FLASH

Produits du terroir : Une campagne nationale lancée

Par L'Economiste | Le 15/02/2018 - 16:19 | Partager



Afin de renforcer et moderniser davantage la commercialisation des produits du terroir des petits producteurs de l'agriculture solidaire, l'Agence pour le développement agricole (ADA) vient de lancer une large campagne de promotion. Celle-ci est lancée avec ses partenaires Marjane et Label'Vie "qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire". Au total, ces produits sont issus de 72 coopératives formant 44 groupements. Quelques 13 filières issues des différents terroirs (argan, safran, miel, épices, huile d'olive, dérivés de la figue de barbarie, câpres...) sont ainsi concernées. La campagne se tient du 15 au 18 février au Morocco Mall et du 22 au 25 courant au Mega Mall (Rabat).

وكالة التنمية الفلاحية تدعم تسويق المنتجات المحلية



[هسبريس من الرباط](#)

السبت 17 فبراير 2018 - 15:02

أطلقت وكالة التنمية الفلاحية حملة ترويجية واسعة لزيادة تعزيز وتحديث المنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية.

وأفادت الوكالة، في بلاغ لها توصلت به هسبريس، بأن هذه الحملة، التي تعد جزء من الأنشطة الترويجية التي تنفذ لفائدة صغار المنتجين المحليين، "بدأت مع شريكها (مرجان) و(لابيل في) اللذين ساهما بنشاط في فتح الباب أمام التوزيع الحديث للمنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية".



وتهم هذه العملية 44 مجموعة تمثل 72 تعاونية هدفها الرئيسي هو دعم تسويق ما يقرب من 13 قطاعا من مختلف مناطق المغرب، مثل الأركان والزعفران والعسل والتوابل ومشتقات التين وزيت الزيتون والنباتات العطرية والطبية والورد وزيتون المائدة والمنتجات الحيوانية.



الوكالة التي تهتم بدعم الفلاحين الصغار أشارت في بلاغها إلى أنه بالتوازي مع هذه البرامج التي تسلط الضوء على التنشيط والتسويق في أماكن البيع، سيتم تنظيم عمليتين ترويجيتين إضافيتين من 15 إلى 18 فبراير الجاري في "موروكو مول" بالدار البيضاء، ومن 22 إلى 25 فبراير في "ميغا مول" بالرباط، كما سيتم عرض مجموعة مختارة من المنتجات المحلية المكررة لجمع واستفادة المستهلك من غنى العرض من المنتجات المحلية المغربية.

وأضاف المصدر ذاته أن وكالة التنمية الفلاحية أطلقت حملة إعلامية حول المنتجات المحلية والعلامات الرسمية للعمليات التشغيلية "شهادة البيان الجغرافي" و"شهادة المنشأ"، وقناة توزيع التجارة الإلكترونية الجديدة التي وضعت على الإنترنت في نهاية عام 2017 عبر قنوات اتصال مختلفة، وهي التلفزيون والإذاعة والصحافة واللافات الحضرية وشبكة الإنترنت.

وتابعت أن هذه العمليات "تعكس الخطوات المهمة التي قطعتها وكالة التنمية الفلاحية في مجال تطوير تسويق المنتجات المحلية، وهي استراتيجية ذات رؤية واضحة واهتمام خاص من مخطط (المغرب الأخضر) الذي أولى هذا القطاع أهمية كبيرة لتحسين دخل ونوعية حياة الفلاح المغربي الصغير الذي ينتج منتجات محلية".

Produits du terroir : Une large opération promotionnelle conduite par l'ADA

Date : février 18, 2018



Appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc.

Tel est l'objectif principal de la grande campagne de promotion menée par l'Agence pour le développement agricole (ADA) à l'échelle nationale. Deux partenaires s'associent à cette action. Il s'agit de Marjane et Label'Vie, deux opérateurs de la grande distribution ayant contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire. Au total, 44 groupements représentant 72 coopératives sont concernés par cette opération promotionnelle qui couvre par ailleurs de nombreux magasins des grandes villes du Royaume.

BUZZEFF.TV

[inRead invented by Teads](#)

Les filières misent en relief ne sont autres que l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, olives de table, nèfles et produits d'origine animale. *«En parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat»*, indique dans ce sens l'ADA. Une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée dans ces centres commerciaux. Le but étant de rapprocher et faire bénéficier le consommateur marocain de la richesse de l'offre du terroir marocain.

En parallèle, une campagne de communication mass média est lancée par l'Agence pour le développement agricole. La finalité étant d'appuyer cette opération, de dynamiser les ventes et renforcer la notoriété des produits du terroir. La campagne de communication porte sur des produits du terroir, des labels officiels «AOP» (appellations d'origine protégées) et «IGP» (l'indication géographique protégée) ainsi que sur le nouveau canal de distribution e-commerce mis en ligne fin 2017. Des actions qui, selon l'Agence pour le développement agricole, témoignent des grands pas franchis par cet organisme en matière de développement de la commercialisation des produits du terroir.

Une stratégie déclinée d'une vision claire et 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 du petit agriculteur marocain producteur des produits du terroir.

L'ADA se mobilise pour la promotion des produits du terroir

LE 16 FÉVRIER 2018

La commercialisation des produits du terroir marocain se renforce et se modernise davantage grâce au renforcement de l'étendue des actions promotionnelles menées au profit des petits producteurs des produits du terroir par l'Agence pour le Développement Agricole (ADA).

BUZZEFF.TV
[inRead invented by Teads](#)

Dans ce cadre, l'ADA lance une large campagne de promotion à l'échelle nationale avec ses partenaires Marjane et Label'Ve qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire

Cette large campagne couvre de nombreux magasins des grandes villes du Royaume. Il s'agit en effet de 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc, tels que l'huile d'argan, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, olives de table, nèfles, produits d'origine animale, etc.

En parallèle de ces programmes de promotion, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février à Casablanca et du 22 au 25 février à Rabat, où une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur marocain de la richesse de l'offre du terroir marocain.

Produits de terroir : L'ADA lance une large campagne promotionnelle

Par

Le Reporter Express

-

15 février 2018 - 14 h 52 min



L'Agence pour le développement agricole (ADA) lance une large campagne de promotion des produits de terroir dans les hypermarchés et les centres commerciaux. Cette nouvelle opération promotionnelle des produits du terroir concerne 44 groupements représentant 72 coopératives, qui ont été référencées auprès de ces centres commerciaux pour vendre leurs produits aux distributeurs finaux, sans l'intervention d'intermédiaires. Argane, safran, miel, épices, dérivés de la figue de barbarie, huile d'olive, plantes aromatiques et médicinales, câpres, rose, olives de table, nèfles ou encore produits d'origine animale... Ces produits connus des différents terroirs du royaume (13 filières) sont commercialisés dans les grands et moyens centres commerciaux pour dynamiser leur vente. Cette large campagne s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie Plan Maroc Vert, qui a fait de ce secteur son cheval de bataille pour améliorer le revenu et la qualité de vie du petit agriculteur marocain producteur des produits du terroir, indique un communiqué de l'ADA. « En parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat où une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur marocain de la richesse de l'offre du terroir marocain », ajoute le même communiqué. Une campagne médiatique sera aussi lancée pour la promotion de ces produits (TV, radio, presse et affichage urbain).

Produits du Terroir: L'ADA met les projecteurs sur la Grande Distribution

Fév 15, 2018



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) lance une large campagne de promotion à l'échelle nationale avec ses partenaires Marjane et Label'Ve qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire. Cette opération promotionnelle concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc, tels que: l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, olives de table, nèfles, produits d'origine animale, etc. En parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat où une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur marocain de la richesse de l'offre du terroir marocain. En appui à cette opération et pour renforcer davantage la notoriété des produits du terroir ainsi que la dynamisation des ventes, l'ADA lance aussi une campagne de communication mass média autour des produits du terroir, des labels officiels AOP et IGP et du nouveau canal de distribution e-

commerce mis en ligne fin 2017 et ce via différents canaux de communication à savoir, la télévision, la presse , la radio, l’affichage urbain ainsi que le web.

Agriculture solidaire : Méga campagne de promotion au Maroc

14 février 2018



Infomédiaire Maroc – L'Agence pour le développement agricole (ADA) a annoncé le lancement d'une « large » campagne de promotion visant à renforcer davantage et moderniser la commercialisation des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire. Cette campagne, qui s'inscrit dans le cadre des actions promotionnelles menées au profit des petits producteurs des produits du terroir, est lancée avec « ses partenaires Marjane et Label'Ve qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire ». Cette opération concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc (argan, safran, miel, épices, dérivés de la figue de barbarie, câpres, rose, nèfles...). Et en parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, 2 opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat. L'ADA lance également une campagne de communication mass média.

Rédaction Infomédiaire

Argan, couscous et autres produits du terroir s'invitent dans les malls et supermarchés marocains



JESSICA/FLICKR

COOPÉRATIVES - Les visiteurs du Morocco Mall à Casablanca ont sans doute aperçu un nouveau stand installé depuis jeudi près du grand aquarium. En se rapprochant, ils pourront distinguer différents arômes émanant de produits fabriqués par des coopératives dans plusieurs régions du Maroc: de l'huile d'olive de Ouazzane, du safran du Souss, ou encore des huiles essentielles de romarin de l'Orient.

L'Agence pour le développement agricole (ADA), qui travaille sous la tutelle du ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime, souhaite en effet faire briller les produits du terroir marocain au milieu des marques étrangères. Ils seront ainsi exposés jusqu'au 18 février au Morocco Mall à Casablanca et

du 22 au 25 février au Méga Mall à Rabat, avant qu'ils ne s'étendent dans tout le réseau de la grande distribution du royaume.



Pour Jihane Barik, chef de la division de la communication chez l'ADA, la création de ces stands pourra ainsi rapprocher le producteur du consommateur. "Quand une personne veut se procurer du miel pur ou de l'huile d'olive, elle demande souvent à une de ses connaissances qui se déplace dans une de ces régions reculées de lui ramener une bouteille", dit-elle au *HuffPost Maroc* pour illustrer le besoin du marché marocain d'une telle campagne de promotion.

"Grâce à ces journées de mise en avant des produits du terroir, le consommateur peut non seulement tester le produit avant de l'acheter à un prix abordable, mais aussi garder le contact des coopératives pour pouvoir faire des commandes de produits ultérieurement", explique-t-elle.

Les consommateurs peuvent également se procurer les produits du terroir en passant leurs commande en ligne sur [le site lancé par l'ADA et Barid Al Maghrib](#), qui livre les produits au Maroc et à l'international.

Cette action, qui rentre dans le cadre de la stratégie du Plan Maroc Vert, a pour but d'aider les petits producteurs marocains à améliorer leurs produits du terroir, développer leur commercialisation et atteindre un plus grand nombre d'acheteurs.

Petits producteurs, grandes surfaces

Cependant, les stands temporaires dans les malls ne suffisent pas à leur donner un réel coup de main. Depuis 2011, l'ADA a donc signé des conventions avec Marjane, Carrefour et Aswak Essalam, qui ont permis aux coopératives d'être exemptées de référencement - ce ticket d'entrée que les marques doivent payer pour retrouver leurs produits dans les rayons des GMS (grandes et moyennes surfaces).



"Les producteurs sont éparpillés un peu partout au Maroc et c'est difficile pour eux d'accéder à la grande distribution, ils n'en ont pas les moyens", explique Jihane Barik.

Les Marocains pourront donc retrouver, dès ce week-end, dans les magasins Marjane et Label'Vie, des produits de qualité conformes aux normes sanitaires de l'Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires (ONSSA).

Label AOP et IGP

Les coopératives doivent cependant respecter un certain nombre de critères avant de pouvoir faire partie de la sélection de l'agence. La qualité du produit n'est pas la seule à être prise en considération. "Le marketing, l'étiquetage et la mise à niveau du produit" font aussi partie des conditions de sélection, pour satisfaire "des consommateurs de plus en plus exigeants", précise Jihane Barik.

Les producteurs sont aussi invités à obtenir les labels AOP (Appellation d'origine protégée) et IGP (Indication géographique protégée), accordés par le ministère de l'Agriculture, qui "associe le produit à une région et assure son origine géographique et sa traçabilité", explique Jihane Barik. L'ADA a

même créé son propre label collectif, "Terroir du Maroc", que la responsable de la communication chez l'ADA décrit comme "un gage de garantie sur le plan sanitaire et un signal de qualité crédible".

Non seulement ces labels garantissent aux consommateurs que le produit est valable pour la consommation et provient de la région mentionnée sur l'étiquette, mais ils "poussent également les autres producteurs à s'améliorer", comme le souligne Jihane Barik.



"On ne veut plus que les producteurs mettent leur huile d'olive dans de vieilles bouteilles d'eau et les vendent comme ça aux consommateurs", ajoute-t-elle en rappelant que les coopératives peuvent suivre des formations données par l'ADA.

"Les coopératives ont un vrai problème de gouvernance. Tous les producteurs ne savent pas comment gérer leurs coopératives, tenir une comptabilité, revoir le packaging et les outils de communication, garder leurs clients... C'est un travail que nous faisons en amont pour les préparer à la demande du marché, et faire en sorte que leurs produits soient prêts à la distribution", explique-t-elle.

Au-delà du couscous

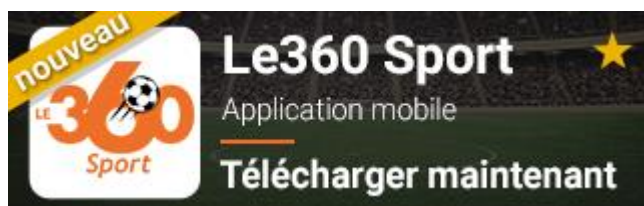
Si le couscous a déjà conquis le coeur des Français, les coopératives marocaines veulent leur faire découvrir de nouveaux produits du terroir. Une trentaine de petits producteurs marocains seront donc présents lors du Salon de l'agriculture de Paris, qui aura lieu du 24 février au 4 mars. Couscous, miel, safran, dérivés du cactus, épices, huile d'argan, dattes, huiles essentielles et autres produits qui sentent bon le pays seront présentés au visiteurs du salon.



Un producteur d'huile d'argan au Salon international de l'alimentation d'Abu Dhabi en décembre 2017.

Une vingtaine de coopératives ont déjà eu l'occasion de vendre leurs produits lors de l'exposition internationale de la Semaine Verte de Berlin en janvier 2018, mais également lors du Salon international de l'alimentation qui s'est tenu en décembre 2017 à Abu Dhabi, aux Emirats arabes unis.

"Quelques coopératives ont même commencé à exporter grâce aux contacts qu'elles ont pu se faire lors des salons internationaux ».



Produits du terroir, les nouvelles stars made in Morocco

Par Zineb Ibnouzahir le 15/02/2018 à 13h46 (mise à jour le 15/02/2018 à 16h26)

Argane, safran, miel, épices, huile d'olive, figues de barbarie, roses... Depuis quelques années, les produits du terroir marocain n'en finissent pas de se décliner en dérivés et nouvelles gammes, tant alimentaires que cosmétiques. Les coulisses d'une réussite savamment orchestrée.

AA

Il y a quelques années encore, les produits du terroir étaient aux abonnés absents dans les rayons de nos supermarchés. Vendus à l'état brut dans les souks, au bord des routes, dans des villages excentrés, disponibles pour certains dans les commerces de proximité sous des packagings peu reluisants, les produits du terroir faisaient alors partie de notre quotidien, sans pour autant occuper le devant de la scène.

Une stratégie gagnante pour tous

C'était sans compter sur l'incroyable machine de communication qui allait se mettre en branle sous la houlette de l'Agence pour le développement agricole (ADA). La

commercialisation des produits du terroir marocain se renforce et se modernise dans le même temps, en grande partie grâce au développement de l'étendue des actions promotionnelles menées au profit des petits producteurs. Cette stratégie gagnante, qui s'inscrit dans le cadre du Plan Maroc Vert, a ainsi permis aux petits agriculteurs marocains de considérablement améliorer leurs revenus et leur qualité de vie.

Développement agricole: lancement du label

“Terroir du Maroc”

Afin d'accompagner le travail des petits producteurs et en faire une large promotion à l'échelle nationale, l'Agence de développement agricole ne lésine pas sur les moyens de communication et lance ainsi à l'heure actuelle une large campagne de promotion des produits du terroir à l'échelle nationale. Aux côtés de l'ADA, Marjane et Label'Vie, qui ont grandement contribué à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

Pour enfoncer le clou, on prévoit aussi une campagne de communication mass média autour des produits du terroir, des labels officiels AOP et IGP et du nouveau canal de distribution e-commerce mis en ligne fin 2017, et ce via différents canaux de communication à savoir, la télévision, la presse, la radio, l'affichage urbain ainsi que le Web.

Save the date!

Cette large campagne qui sera menée dans de nombreux magasins à travers le Royaume concerne 44 groupements représentant 72 coopératives. Objectif principal: appuyer la commercialisation de près de treize filières issues des différents terroirs du Maroc, telles que l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, les olives de table, les nèfles, les produits d'origine animale, etc.

En parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau du Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février au Méga Mall à Rabat. A découvrir sur place, une sélection raffinée de produits du terroir. Un beau moyen de faire découvrir aux consommateurs marocains l'étendue de la richesse du terroir national.



ADA: Les produits du terroir bientôt dans les grandes surfaces

L'ADA introduit les produits du terroir marocain dans les grandes surfaces.

L'ADA a lancé une campagne promotionnelle pour les produits du terroir marocain issus de l'agriculture solidaire qui seront désormais commercialisés dans la grande distribution.

L'Agence de Développement Agricole vient de lancer, à l'échelle nationale, une vaste campagne de promotion qui vise à renforcer et moderniser les moyens de commercialisation des produits du terroir marocain. C'est dans cette optique que l'ADA a noué des partenariats avec Marjane et Label'Ve qui commercialiseront désormais les produits marocains issus de l'agriculture solidaire. Les deux enseignes « *ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire* », indique le communiqué de l'Agence.

Les produits de 44 Groupements d'Intérêt Economique (GIE) et de 72 coopératives seront commercialisés dans les magasins des grandes villes du Royaume. 13 filières seront représentées dont l'argan, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, les [olives](#) de table, les nèfles, les produits d'origine animale, etc.

En plus de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising dans les grandes surfaces, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat.

Un site e-commerce pour les produits du terroir

Parallèlement à ces opérations, une campagne de communication qui vise à sensibiliser la population sur les produits du terroir, les labels officiels (AOP et IGP) sera lancé. Cette campagne vise aussi à faire connaître la nouvelle plateforme d'e-commerce mise en ligne fin 2017.

Ces actions témoignent des grands pas franchis par l'ADA en matière de développement de la commercialisation des produits du terroir, une stratégie déclinée d'une vision claire et 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 du petit agriculteur marocain producteur des produits du terroir.



L'ADA lance une “large” campagne à l'échelle nationale pour promouvoir la commercialisation des produits du terroir

mercredi, 14 février, 2018 à 17:27

Rabat – L'Agence pour le développement agricole (ADA) a annoncé le lancement d'une “large” campagne de promotion visant à renforcer davantage et moderniser la commercialisation des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

Agriculture solidaire : Gros coup de projecteur sur nos produits du terroir

15 février 2018 Rédaction AGRICULTURE & HALIEUTIQUE



Produits du terroir Marocain

L'Agence pour le développement agricole (ADA) a annoncé le lancement d'une «large» campagne de promotion visant à renforcer davantage et moderniser la commercialisation des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

Ainsi L'ADA vient de lancer une large campagne de promotion avec ses partenaires Marjane et Label'Ve « qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne des produits du terroir issus de l'agriculture solidaire ».

Au total, ces produits sont issus de 72 coopératives formant 44 groupements. Quelque 13 filières issues des différents terroirs (argan, safran, miel, épices, huile d'olive, dérivés de la figue de barbarie, câpres...) sont ainsi concernées. La campagne se tient du 15 au 18 février au Morocco Mall et du 22 au 25 courant au Mega Mall (Rabat).

L'ADA lance également une campagne de communication Mass média autour des produits du terroir, des labels officiels AOP et IGP et du nouveau canal de distribution e-commerce mis en ligne fin 2017 et ce via différents canaux de communication à savoir la télévision, la presse, la radio, l'affichage urbain ainsi que le web, selon le communiqué.

Et de conclure que ces actions «témoignent des grands pas franchis par l'ADA en matière de développement de la commercialisation des produits du terroir, une stratégie déclinée d'une vision claire et 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 du petit agriculteur marocain producteur des produits du terroir».

Marjane, Label'Vie et l'ADA lancent une campagne de promotion

News 2018-Feb-19



La plus grande compagnie de distribution généraliste Marjane vient d'annoncer en partenariat avec Label'Vie et l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) le lancement d'une large campagne de promotion à l'échelle nationale afin d'ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

« Cette large campagne couvre de nombreux magasins des grandes villes du Royaume. Cette opération concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc dont l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive et les plantes aromatiques», indique l'agence dans un communiqué.

Deux opérations promotionnelles complémentaires seront également organisées jusqu'au 18 février au Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février au Méga Mall à Rabat où une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur de la richesse de l'offre du terroir marocain.

image: <http://femmesdumaroc.com/wp-content/uploads/2018/02/produits-terroir.jpg>

Les produits du terroir s'invitent dans la grande distribution



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) lance une large campagne de promotion à l'échelle nationale avec ses partenaires Marjane et Label'Ve qui ont contribué activement à ouvrir la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

ADS BY BUZZEFF TV
[inRead invented by Teads](#)

Cette opération promotionnelle qui couvre de nombreux magasins des grandes villes du Royaume concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc, tels que: l'huile d'argan, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, olives de table, nèfles, produits d'origine animale, etc.

En parallèle de ces programmes de mise en avant, d'animation et de merchandising sur les lieux de vente, deux opérations promotionnelles complémentaires seront organisées du 15 au 18 février au niveau de Morocco Mall à Casablanca et du 22 au 25 février à Méga Mall à Rabat où une sélection raffinée de produits du terroir sera exposée pour rapprocher et faire bénéficier le consommateur marocain de la richesse de l'offre du terroir marocain.

À noter que ces actions témoignent des grands pas franchis par l'ADA en matière de développement de la commercialisation des produits du terroir, une stratégie déclinée d'une vision claire et 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 du petit agriculteur marocain producteur des produits du terroir.

FOOD-BOISSONS

Les produits du terroir s'invitent chez Marjane et Label'Vie

18 février 2018



L'Agence de Développement Agricole (ADA) lance une large campagne de promotion à l'échelle nationale en partenariat avec Marjane et Label'Vie. Ces derniers ont en effet ouvert la porte de la distribution moderne aux produits du terroir issus de l'agriculture solidaire.

Cette campagne de promotion couvre de nombreux magasins des grandes villes du Royaume. Elle concerne 44 groupements représentant 72 coopératives et a pour principal objectif d'appuyer la commercialisation de près de 13 filières issues des différents terroirs du Maroc.

Il s'agit de: l'argane, le safran, le miel, les épices, les dérivés de la figue de barbarie, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), les câpres, la rose, olives de table, nèfles, produits d'origine animale, etc.

وكالة التنمية الفلاحية تطلق حملة واسعة لتشجيع تسويق المنتجات المحلية



برلمان.كوم

أعلنت وكالة التنمية الفلاحية أنها أطلقت حملة ترويجية واسعة لزيادة تعزيز وتحديث المنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية.

BUZZEFF TV

وأفادت الوكالة، في بلاغ لها اليوم الأربعاء 14 فبراير، بأن هذه الحملة، التي تعد جزءا من الأنشطة الترويجية التي تنفذ لفائدة صغار منتجي المنتجات المحلية، "بدأت مع شركائها (مرجان) و(لابيل في) اللذين ساهما بنشاط في فتح الباب أمام التوزيع الحديث للمنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية".

وحسب البلاغ فإن هذه العملية تهتم 44 مجموعة تمثل 72 تعاونية وهدفها الرئيسي هو دعم تسويق ما يقرب من 13 قطاعا من مختلف مناطق المغرب، مثل الأركان والزعفران والعسل والتوابل ومشتقات التين وزيت الزيتون، والنباتات العطرية والطبية والورد وزيتون المائدة والمنتجات الحيوانية.

وأضافت الوكالة أنه بالتوازي مع هذه البرامج التي تسلط الضوء على التنشيط والتسويق في أماكن البيع، سيتم تنظيم عمليتين ترويجيتين إضافيتين من 15 إلى 18 فبراير الجاري في "موروكو مول" بالدار البيضاء، ومن 22 إلى 25 فبراير في "ميكا مول" بالرباط، مشيرة إلى أنه سيتم عرض مجموعة مختارة من المنتجات المحلية المكررة لجمع واستفادة المستهلك من غنى العرض من المنتجات المحلية المغربية.

كما أطلقت وكالة التنمية الفلاحية حملة إعلامية حول المنتجات المحلية، والعلامات الرسمية للعمليات التشغيلية "شهادة البيان الجغرافي" و"شهادة المنشأ"، وقناة توزيع التجارة الإلكترونية الجديدة التي وضعت على الإنترنت في نهاية عام 2017 عبر قنوات اتصال مختلفة، وهي التلفزيون والإذاعة والصحافة واللافات الحضرية وشبكة الإنترنت.

وأشارت الوكالة إلى أن هذه العمليات "تعكس الخطوات المهمة التي قطعتها وكالة التنمية الفلاحية في مجال تطوير تسويق المنتجات المحلية، وهي استراتيجية ذات رؤية واضحة واهتمام خاص من مخطط (المغرب الأخضر) الذي أولى هذا القطاع أهمية كبيرة لتحسين دخل ونوعية حياة الفلاح المغربي الصغير الذي ينتج منتجات محلية

وكالة التنمية الفلاحية تطلق حملة "واسعة" على الصعيد الوطني لتشجيع تسويق المنتجات المحلية



19:53 - الأربعاء 14 فبراير 2018

أعلنت وكالة التنمية الفلاحية أنها أطلقت حملة ترويجية "واسعة" لزيادة تعزيز وتحديث المنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية.

وأفادت الوكالة، في بلاغ لها اليوم الأربعاء 14 فبراير، بأن هذه الحملة، التي تعد جزءا من الأنشطة الترويجية التي تنفذ لفائدة صغار منتجي المنتجات المحلية، "بدأت مع شركائها (مرجان) و(لايل في) اللذين ساهما بنشاط في فتح الباب أمام التوزيع الحديث للمنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية".

وحسب البلاغ فإن هذه العملية تهتم 44 مجموعة تمثل 72 تعاونية وهدفها الرئيسي هو دعم تسويق ما يقرب من 13 قطاعا من مختلف مناطق المغرب، مثل الأركان والزعفران والعسل والتوابل ومشتقات التين وزيت الزيتون، والنباتات العطرية والطبية والورد وزيتون المائدة والمنتجات الحيوانية.

وأضافت الوكالة أنه بالتوازي مع هذه البرامج التي تسلط الضوء على التنشيط والتسويق في أماكن البيع، سيتم تنظيم عمليتين ترويجيتين إضافيتين من 15 إلى 18 فبراير الجاري في "موروكو مول" بالدار البيضاء، ومن 22 إلى 25 فبراير في "ميكا مول" بالرباط، مشيرة إلى أنه سيتم عرض مجموعة مختارة من المنتجات المحلية المكررة لجمع واستفادة المستهلك من غنى العرض من المنتجات المحلية المغربية.

كما أطلقت وكالة التنمية الفلاحية حملة إعلامية حول المنتجات المحلية، والعلامات الرسمية للعمليات التشغيلية "شهادة البيان الجغرافي" و"شهادة المنشأ"، وقناة توزيع التجارة الإلكترونية الجديدة التي وضعت على الإنترنت في نهاية عام 2017 عبر قنوات اتصال مختلفة، وهي التلفزيون والإذاعة والصحافة واللافئات الحضرية وشبكة الإنترنت.

وأشارت الوكالة إلى أن هذه العمليات "تعكس الخطوات المهمة التي قطعتها وكالة التنمية الفلاحية في مجال تطوير تسويق المنتجات المحلية، وهي استراتيجية ذات رؤية واضحة واهتمام خاص من مخطط (المغرب الأخضر) الذي أولى هذا القطاع أهمية كبيرة لتحسين دخل ونوعية حياة الفلاح المغربي الصغير الذي ينتج منتجات محلية.



وكالة التنمية الفلاحية تطلق حملة "واسعة" على الصعيد الوطني لتشجيع تسويق المنتجات المحلية

الأربعاء 14 فبراير 2018 إلى 19:02

الرباط - أعلنت وكالة التنمية الفلاحية أنها أطلقت حملة ترويجية "واسعة" لزيادة تعزيز وتحديث المنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية

وكالة التنمية الفلاحية تطلق حملة واسعة لتشجيع تسويق المنتجات

أعلنت وكالة التنمية الفلاحية أنها أطلقت حملة ترويجية واسعة لزيادة تعزيز وتحديث المنتجات المحلية من الفلاحة التضامنية. وأفادت الوكالة، في بلاغ لها اليوم الأربعاء 14 فبراير، بأن هذه الحملة، التي تعد جزءا من الأنشطة الترويجية التي تنفذ لفائدة صغار منتجي [...] المنتجات المحلية، “بدأت مع شركائها (مرجان) و(لابيل في) اللذين ساهما بنشاط في فتح الباب أمام

The post [وكالة التنمية الفلاحية تطلق حملة واسعة لتشجيع تسويق المنتجات المحلية](#)

appeared first on [Barlamane.com](#).