



Média : RTM

Langue : Arabe

Canal : Tv

Journaliste : Non signé

Tonalité : Neutre

Illustration : Non



















Organisé à Abu Dhabi du 26 au 28 novembre 2024

Le terroir marocain à l'honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

Événement

25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc au Salon ADIFE d'Abu Dhabi. Une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume sera exposée à cet événement qui se tient du 26 au 28 novembre 2024.

Le terroir marocain présent en force au Salon international de l'alimentation de Abu Dhabi (ADIFE). Cet événement qui sera organisé du 26 au 28 novembre 2024 connaît la participation de 25 groupements de producteurs du terroir marocains, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales. Comme le précise l'Agence pour le développement agricole qui organise la participation marocaine, cette contribution s'inscrit dans le cadre de la stratégie « Génération

Green 2020-2030 », qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale. « Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce Salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du Salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient», indique la même source. Et d'ajouter : «Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée



Le pavillon du Maroc reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom. (D.R)

par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain. Cette manifestation d'envergure majeure attire chaque année plus de 22 000 visiteurs profession-

nels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays » notant que cet événement offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. «

Salon ADIFE

Les trésors du terroir marocain sous les projecteurs à Abu Dhabi

L'Agence pour le Développement Agricole coordonne la participation du Maroc au Salon International de l'Alimentation d'Abu Dhabi (ADIFE), qui se déroule du 26 au 28 novembre 2024 au centre d'exposition ADNEC.

Sous le signe de l'innovation et de la tradition, le Maroc fait rayonner ses richesses agricoles au Salon International de l'Alimentation d'Abu Dhabi (ADIFE), un événement stratégique qui s'inscrit pleinement dans le cadre de la vision «Génération Green 2020-2030».

Cette participation met en avant le potentiel des produits du terroir marocain, avec 500 agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, et 25 groupements exposant près de 100 produits ty-

piques issus de tout le Royaume. Accompagnés et formés par l'Agence pour le Développement Agricole (ADA), ces exposants vont bénéficier, durant les trois jours du Salon, d'un programme intensif de rencontres B to B, conçues sur une approche de match-marketing.

Le pavillon du Maroc, véritable symbole de l'authenticité du Royaume, séduit par son architecture unique et immersive, offrant une expérience riche en diversité culinaire et en animations musicales, reflet de son patrimoine culturel.

Cette manifestation d'envergure majeure attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus de 650 exposants issus d'une soixantaine de pays.

Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

La promotion des produits du terroir fait partie d'une série d'initiatives stratégiques menées dans le cadre de la politique de développement de leur commercialisation, d'abord lancée par le Plan Maroc Vert et consolidée par la stratégie «Génération Green». L'Agence pour le Développement Agricole (ADA), en collaboration avec ses partenaires publics et privés, a mis en place plusieurs programmes, dont le Label collectif «Terroir du Maroc», qui vise à instaurer la confiance des consommateurs en garantissant la qualité et l'authenticité des produits.



Par ailleurs, l'ADA lance chaque année un programme de mise à niveau pour professionnaliser les groupements de producteurs, tout en diversifiant leurs canaux de commercialisation à l'échelle nationale et internationale. Cela inclut des partenariats facilitant l'accès à la grande distribution, la création d'un site de commerce en ligne (www.terroirdumaroc.ada.gov.ma) et l'organisation de missions B2B à

l'international pour stimuler l'exportation. L'ADA renforce également la visibilité des produits du terroir à travers des Salons et des campagnes de communication, tant médiatiques que hors médias. Toutes ces actions conjuguées ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

Mariam LEMRAJNI

خبر

وكالة التنمية الفلاحية تشارك
بمعرض أبوظبي للأغذية

■ ل.ج

لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية. ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وبراء العرض المغربي من المنتجات المحلية. ويضم المعرض الذي يعد ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة، أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة. يشار إلى أن وكالة التنمية الفلاحية، أطلقت بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي «Terroir du Maroc»، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها. كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة. وعلاوة على ذلك عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء منصة www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

تنظم وكالة التنمية الفلاحية، المشاركة المغربية في معرض أبوظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نونبر الجاري بمركز أبو ظبي الوطني للمعارض «أدنيك»، وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر (2020-2030) التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي. وتشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 بالمائة منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة. وقد استفاد هؤلاء العارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة. وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط. ويعكس الرواق المغربي بالمعرض الأصالة التي تزخر بها المملكة، حيث تم تصميمه ليخدم الزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته. كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاه متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية

أبو ظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية



إمام أبو الصار

نظمت وكالة التنمية الفلاحية المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، الذي أقيم في مركز أبوظبي الوطني للمعارض، «ابنيك»، والذي تفتتح فعالياته اليوم.

وبحسب ما أضافت به وكالة التنمية الفلاحية، شارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية، وتضم أزيد من 320 فلاحا صغيرا، 80 % منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

واستفاد هؤلاء العارضون من تاطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية، ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه النظاهرة. وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، استفاد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح أفاق جديدة للطعام المنتوجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتوجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعرض هذا الرواق المغربي الأصالة التي تميز بها المملكة، حيث تم تصميمه ليخدم للزوار تجربة فريدة من خلال هئسته المعمارية وجانبيه، كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها، حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاه متخصص، بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.

وبحسب المعلومات المتوفرة، يجلب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتوجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وإثراء العرض المغربي من المنتوجات المحلية. ويضم هذا المعرض أزيد

من 650 عارضا من حوالي 60 دولة. ويعد معرض أبوظبي الدولي للأغذية ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة، حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة. يشار إلى أن هذه المشاركة تندرج في إطار استراتيجية الجيل الأخضر 2020-2030 التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتوجات المحلية، لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايدا وطنيا ودوليا. كما أطلقت وكالة التنمية الفلاحية، بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتوجات المحلية، كالمركز الجماعي «Terroir du Maroc»، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتوجات المحلية المغربية.

بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها. كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتوجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة. كما عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء موقع www.terroirdumaroc.ada.gov.ma التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتوجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يخشوا أي جهد لتوفير منتوجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

25 مجموعة مغربية للمنتجات المحلية تشارك في «أبوظبي للأغذية»

إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية. وورد ضمن البيان أن "هذا الحدث الكبير يجذب أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وإثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية، ويضم أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة"، وتابع: "يُعد معرض أبوظبي الدولي للأغذية ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة، حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة".

يشار إلى أن "وكالة التنمية الفلاحية أطلقت، بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي Terroir du Maroc، الذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها".

وذكر البيان بأن "الوكالة تعمل على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة"، مضيفا أن "وكالة التنمية الفلاحية ممثلة على إنشاء موقع - www.te-roirdumarc.ada.gov.ma الذي يشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها".

← قالت وكالة التنمية الفلاحية إنها تنظم المشاركة المغربية في معرض أبوظبي للأغذية، الذي ينمقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نوفمبر الجاري في مركز أبوظبي الوطني للمعارض "أدنيك".

وأوضحت وكالة التنمية الفلاحية، في بيان لها، أن "هذه المشاركة تندرج في إطار إستراتيجية الجيل الأخضر 2020-2030 التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية، لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايدا على الصعيدين الوطني والدولي".

وأضاف البيان أن "25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية تشارك في هذا المعرض، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاحا صغيرا، 80 % منهم من النساء القرويات، وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة"، وُزاد: "استفاد هؤلاء العارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة".

وأشار المصدر ذاته إلى أنه "خلال الأيام الثلاثة للمعرض سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية(B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطويع شراكات إستراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط".

وأكدت وكالة التنمية الفلاحية أن "هذا الرواق المغربي يعرض الأصالة التي يميزها المغرب، حيث تم تصميمه ليخدم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته، كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها، حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاقم متخصص، بالإضافة

Voir la source de l'article



Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

mardi, 26 novembre, 2024 à 11:48

Casablanca – L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la

demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale, indique un communiqué de l'ADA.

Ainsi, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume, fait savoir le communiqué.

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain. Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Et de rappeler que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green".

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif "Terroir du Maroc", visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

À LA UNE

Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

© 26 novembre 2024



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale, indique un communiqué de l'ADA.

Ainsi, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume, fait savoir le communiqué.

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Et de rappeler que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green".

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif "Terroir du Maroc", visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

Voir la source de l'article



أبوظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية

الثلاثاء، 26 نوفمبر، 2024 - 15:24

أبوظبي - تنظم وكالة التنمية الفلاحية، المشاركة المغربية في معرض أبوظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نوفمبر الجاري بمركز أبوظبي الوطني للمعارض "أدنيك"، وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر (2020-2030) التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة وبطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي.

وتشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 بالمائة منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

وقد استفاد هؤلاء المعارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة.

وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيشهد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعكس الرواق المغربي بالمعرض الأصالة التي تزخر بها المملكة، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته.

كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاهٍ متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الفني والتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.

ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية.

ويضم المعرض الذي يعد ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة، أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة.

يشار إلى أن وكالة التنمية الفلاحية، أطلقت بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي "Terroir du Maroc"، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها.

كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة.

وعلاوة على ذلك عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء منصة www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

Voir la source de l'article

أبوظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية

نسخة للطباعة

26 نوفمبر 2024

أبوظبي - تنظم وكالة التنمية الفلاحية، المشاركة المغربية في معرض أبوظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نونبر الجاري بمركز أبوظبي الوطني للمعارض "أدنيك".



وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر (2020-2030) التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي.

وتشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 بالمائة منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

وقد استفاد هؤلاء العارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة.

وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعكس الرواق المغربي بالمعرض الأصالة التي تزخر بها المملكة، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته.

كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاه متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.

ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية.

ويضم المعرض الذي يعد ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة، أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة.

يشار إلى أن وكالة التنمية الفلاحية، أطلقت بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالمركز الجماعي "Terroir du Maroc"، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها.

كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة.

وعلاوة على ذلك عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء منصة www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

[Voir la source de l'article](#)

Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

Par L'Economiste | Le 26/11/2024 - 11:57 | Partager



Du 26 au 28 novembre, l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE). Cette participation s'inscrit dans la stratégie "Génération Green 2020-2030", mettant en avant les produits du terroir marocain.

Vingt-cinq groupements représentant plus de 500 producteurs, dont 57% de femmes rurales, exposent une sélection de produits issus des régions du Royaume. Ce programme est accompagné d'un agenda B to B afin de stimuler les partenariats commerciaux dans la région.

Le pavillon marocain se distingue par son architecture unique et une offre culinaire diversifiée, renforçant l'attractivité du Maroc à travers ses produits authentiques et son patrimoine culturel.

Le Salon ADIFE, qui attire chaque année plus de 22.000 visiteurs, devient ainsi une plateforme privilégiée pour promouvoir les produits du terroir marocains à l'international.

M.Ba.

[Voir la source de l'article](#)**Economie Une**

Organisé à Abu Dhabi du 26 au 28 novembre 2024 : Le terroir marocain à l'honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

ALM • 27 NOVEMBRE 2024 • 1 MINS READ • 61 VIEWS



Le pavillon du Maroc reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom.

Événement : 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc au Salon ADIFE d'Abu Dhabi. Une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume sera exposée à cet événement qui se tient du 26 au 28 novembre 2024.

Le terroir marocain présent en force au Salon international de l'alimentation de Abu Dhabi (ADIFE). Cet événement qui sera organisé du 26 au 28 novembre 2024 connaît la participation de 25 groupements de producteurs du terroir marocains, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57% de femmes rurales. Comme le précise l'Agence pour le développement agricole qui organise la participation marocaine, cette contribution s'inscrit dans le cadre de la stratégie « Génération Green 2020-2030 », qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale.

« Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce Salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du Salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient», indique la même source. Et d'ajouter : «Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain. Cette manifestation d'envergure majeure attire chaque année plus de 22 000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays » notant que cet événement offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

[Voir la source de l'article](#)

Economie Une

Produits du terroir : L'ADA prépare le lancement des campagnes promotionnelles 2025

OUCHAGOUR LEILA • 26 NOVEMBRE 2024 • 4 MINS READ • 176 VIEWS



Cette opération vise notamment à booster les ventes des produits du terroir disponibles dans les points de vente de la grande distribution.

Commercialisation : L'argan, le miel, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales, le henné... le département de l'agriculture a réalisé 16 études régionales d'identification et de caractérisation des produits du terroir qui ont permis de recenser plus de 200 produits à fort potentiel. Pour en améliorer la commercialisation, l'Agence pour le développement agricole se penche sur des campagnes promotionnelles pour l'année 2025. Ces opérations devront cibler tous les Marocains et étrangers vivant au Maroc cherchant des produits typiquement marocains.

L'Agence pour le développement agricole (ADA) travaille sur la conception et le déploiement des opérations promotionnelles visant les produits du terroir sur les lieux de vente. Dans ce sens, le programme de réalisation de ces campagnes devra se faire pendant l'année 2025 et le début de 2026. Cette démarche devra cibler « tous les Marocains et étrangers vivant au Maroc cherchant des produits typiquement marocains, savoureux et authentiques », précise l'ADA. L'objectif étant d'augmenter les ventes de produits du terroir, en renforçant leur attractivité et leur disponibilité pour le consommateur marocain, à travers une communication pertinente, efficace et ciblée. Cette opération vise à booster les ventes des produits du terroir disponibles dans les points de vente de la grande distribution, asseoir la notoriété des produits du terroir présents en grande distribution et assurer une présence efficace sur les lieux de vente.

« Les produits du terroir du Maroc connaissent une nouvelle dynamique en termes de commercialisation et de développement de marchés. Des efforts considérables sont entrepris par le ministère de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts afin de mettre à niveau l'offre qualitative et quantitative des produits », indique l'ADA citant les actions menées comme la mise en œuvre du pilier 2 pour le développement et la valorisation des produits du terroir, l'appui pour la labellisation, les programmes d'accompagnement des groupements des producteurs pour mieux répondre aux exigences des marchés modernes, le développement des partenariats avec les opérateurs privés et publics pour une large commercialisation des produits du terroir, le lancement de campagnes de promotion sur les produits du terroir marocains sur les lieux de vente, le développement du commerce électronique des produits du terroir ou encore le lancement des campagnes de communication institutionnelle sur les produits du terroir sur divers outils médias. La même source indique que les produits du terroir comptent plusieurs familles de produits ou de filières de produits.

« Le département de l'agriculture a réalisé 16 études régionales d'identification et de caractérisation des produits du terroir qui ont permis d'inventorier plus de 200 produits à fort potentiel ; nous citerons à titre d'exemple l'argan, la rose, le safran, la figue de barbarie, le miel, les dattes, l'huile d'olive, les plantes aromatiques et médicinales (PAM), le henné, etc. Certains de ces produits bénéficient d'une reconnaissance officielle à travers la labellisation de leurs produits sous forme d'appellation d'origine protégée (AOP) ou Indication géographique protégée (IGP) », souligne l'ADA. Il faut dire que la nouvelle stratégie Génération Green repose sur deux axes principaux, à savoir donner la priorité à l'élément humain et pérenniser le développement agricole.

« Cette nouvelle stratégie vise à consolider les acquis des dix dernières années, tout en donnant la priorité à l'élément humain pour faire émerger une classe moyenne agricole en mesure de jouer un rôle important dans l'équilibre socio-économique du milieu rural. Un autre axe de cette stratégie concerne l'essor d'une nouvelle génération de jeunes entrepreneurs agricoles, à travers la mobilisation et la valorisation du foncier. Aussi, cette stratégie vise à faire émerger une nouvelle génération d'organisations avec pour objectif de multiplier le taux de regroupement des agriculteurs, notamment au niveau des coopératives « nouvelle génération » et d'agrégations. La stratégie entend également mettre en place une nouvelle génération de mécanismes d'accompagnement qui vont concerner l'introduction des nouvelles technologies et la digitalisation des services agricoles au profit des agriculteurs », précise la même source.

Calendrier des actions

Programme Le programme de mise en place des campagnes promotionnelles s'effectuera durant l'année prochaine et le début de l'année 2026. Le déploiement des opérations promotionnelles au niveau des points de vente sera en trois temps. Ainsi, 60 magasins sont concernés. La première action se tiendra durant la période qui s'étale de mai à juin 2025. La deuxième action promotionnelle sera déployée du mois de juillet à août 2025 et la troisième action sera durant la période de janvier 2026. Cette opération sera aussi accompagnée par le déploiement d'une campagne promotionnelle durant la période des Marocains résidant à l'étranger.

L'action promotionnelle se déroulera au niveau de 6 stations de service, au niveau de l'axe autoroutier Marrakech-Casablanca-Tanger, pendant la période de juillet à août 2025. « Ces actions ont pour objectif de promouvoir les produits du terroir auprès des Marocains résidant à l'étranger (MRE), de les inciter à l'achat et de les orienter vers les points de vente (GMS, marché solidaire Oasis-Casablanca, magasins spécialisés, e-commerce).

Voir la source de l'article

اقتصاد الرئيسية تقارير

وكالة التنمية الفلاحية تشارك بمعرض أبو ظبي للأغذية

© منذ 6 ساعات



تنظم وكالة التنمية الفلاحية، المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و 28 نوفمبر الجاري بمركز أبو ظبي الوطني للمعارض "أدنيك"، وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر (2020-2030) التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي. وتشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 بالمائة منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة. وقد استفاد هؤلاء المعارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة. وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط ويعكس الرواق المغربي بالمعرض الأصالة التي تزرع بها المملكة، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته. كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاه متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية. ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية. و يضم المعرض الذي يعد ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة، أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة. يشار إلى أن وكالة التنمية الفلاحية، أطلقت بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي "Terroir du Maroc"، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها. كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة. وعلاوة على ذلك عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء منصة www.terroirdumoroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

Voir la source de l'article



Economie

ADA : LES TRÉSORS DU TERROIR MAROCAIN À L'HONNEUR AU SALON ADIFE D'ABU DHABI

26 novembre 2024

L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre 2024 au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi. Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie « Génération Green 2020-2030 », qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale.

25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume.

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22 000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

SPÉCIAUX FMI/ BM



Dettes mondiale : le risque d'une vague « systémique » de défaut de créance souveraine reste faible

16 octobre 2023



Kristalina Georgieva lance un appel à l'action sur la croissance inclusive dans MENA

16 octobre 2023



Clap de fin des Assemblées annuelles BM/FMI 2023

15 octobre 2023



Séisme d'Al Haouz : l'Espagne et le Maroc conviennent de mobiliser 11.6 millions d'euros

14 octobre 2023

Il est important de souligner que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie « Génération Green ».

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif « Terroir du Maroc », visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est-il lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés. Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma.

Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5 000 références. En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

Produits du Terroir | Le Maroc brille au Salon International de l'Alimentation d'Abu Dhabi

Par Le Reporter.ma 26/11/2024 Actualités, Économie Laisser un commentaire

f Facebook

t Twitter

in LinkedIn



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale, indique un communiqué de l'ADA.

Ainsi, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume, fait savoir le communiqué.

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Et de rappeler que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green".



En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif "Terroir du Maroc", visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

News Service public slide

Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

© 26 novembre 2024

0 2 minutes de lecture



L'Agence pour le Développement Agricole organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre 2024 au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi. Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie « Génération Green 2020-2030 », qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale.

25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume. Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22 000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Il est important de souligner que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie « Génération Green ». En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif « Terroir du Maroc », visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir. Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés. Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5 000 références. En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

mardi 26 novembre 2024 | 18:07

ECONOMIE



LA VÉRITÉ

L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale, indique un communiqué de l'ADA.

Ainsi, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume, fait savoir le communiqué.

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Et de rappeler que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green".

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif "Terroir du Maroc", visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

Hespress Français – Actualités du Maroc | Economie

Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

Hespress FR

🕒 mardi 26 novembre 2024 – 13:11

L'Agence pour le Développement Agricole organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre 2024 au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi. Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie « Génération Green 2020-2030 », qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale.

25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume. Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.



Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22 000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Il est important de souligner que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie « Génération Green ».

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif « Terroir du Maroc », visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir. Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5 000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

Voir la source de l'article

هسبريس | اقتصاد المغرب يشارك في "أبو ظبي للأغذية"



صون: هسبريس

هسبريس من الرباط

🕒 الثلاثاء 26 نونبر 2024 - 15:09

قالت وكالة التنمية الفلاحية إنها تنظم المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نونبر الجاري في مركز أبو ظبي الوطني للمعارض "أدنيك".

وأوضحت وكالة التنمية الفلاحية، في بيان لها، أن "هذه المشاركة تندرج في إطار إستراتيجية الجيل الأخضر 2020-2030 التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية، لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي".

وأضاف البيان أن "25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية تشارك في هذا المعرض، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاحا صغيرا، 80 % منهم من النساء القرويات، وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة"، وزاد: "استفاد هؤلاء المعارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة".

وأشار المصدر ذاته إلى أنه "خلال الأيام الثلاثة للمعرض سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات إستراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط".



وأكدت وكالة التنمية الفلاحية أن “هذا الرواق المغربي يعرض الأصالة التي يزر بها المغرب، حيث تم تصميمه ليخدم الزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته، كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها، حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاقم متخصص، بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية”.

وورد ضمن البيان أن “هذا الحدث الكبير يجذب أكثر من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتبسيط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية، ويضم أكثر من 650 عارضاً من حوالي 60 دولة”، وتابع: “يعد معرض أبو ظبي الدولي للأغذية ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة، حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة”.

يشار إلى أن “وكالة التنمية الفلاحية أطلقت، بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي Terroir du Maroc، الذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها”.

وذكر البيان بأن “الوكالة تعمل على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة”، مضيفاً أن “وكالة التنمية الفلاحية عملت على إنشاء موقع www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، الذي يشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها”.

[Voir la source de l'article](#)**Actu Maroc****Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi**

Rédigé par L'Opinion Mardi 26 Novembre 2024

L'Agence pour le Développement Agricole organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre 2024 au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.



"Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale", indique un communiqué publié à cette occasion.

Selon la même source, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume. Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

"Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait, précise le communiqué, ajoutant que cela reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22 000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

L'agence souligne que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green". En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif « Terroir du Maroc », visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés. Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5 000 références. En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

abu dhabi célèbre les produits locaux marocains lors de son salon international de l'alimentation

M'hamed LAKBIR · 26 novembre 2024 · 10:47 AM



Cet article a été automatiquement traduit de HIBAPRESS, la version arabe :

Presse Héba

L'Agence de développement agricole organise la participation marocaine au Abu Dhabi Food Exhibition, qui se tiendra du 26 au 28 novembre 2024 au Abu Dhabi National Exhibition Centre (ADNEC).

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la Stratégie de Génération Verte 2020-2030, qui attache une grande importance à la promotion des produits locaux, d'autant plus que ce secteur regorge d'un grand potentiel et d'une demande croissante aux niveaux national et international.

25 groupements producteurs de produits locaux participent à cette exposition, représentant 29 coopératives et comprenant plus de 320 petits agriculteurs, dont 80% de femmes villageoises, et une centaine de producteurs issus de diverses régions du Royaume.

Ces exposants ont bénéficié d'un encadrement par l'Agence de Développement Agricole à travers des sessions de formation et un suivi intensif avant le salon afin de les préparer à participer de manière optimale à cette démonstration.

Durant les trois jours du salon, ces participants bénéficieront de plusieurs rencontres d'affaires bilatérales (B2B), qui ont été programmées dans le but d'ouvrir de nouveaux horizons au secteur des produits du terroir, et de développer des partenariats stratégiques visant à exporter les produits du terroir marocain, notamment vers pays de la région du Moyen-Orient.

Cette galerie marocaine affiche l'authenticité de notre pays, car elle a été conçue pour offrir aux visiteurs une expérience unique à travers son architecture et son attractivité.

Il reflète également la richesse et la diversité du Royaume, puisqu'il met en valeur une gamme de plats marocains diversifiés présentés par un chef spécialisé, en plus de nombreuses activités promotionnelles pour donner un aperçu du patrimoine culturel riche et diversifié qui caractérise le Royaume du Maroc.

Cet événement majeur attire plus de 22 000 spécialistes dans le domaine des produits alimentaires, et représente une opportunité de mettre en valeur la diversité, la qualité et la richesse de l'offre marocaine de produits locaux.

Cette exposition comprend plus de 650 exposants d'environ 60 pays. Le Salon international de l'alimentation d'Abu Dhabi est un forum pour renforcer les relations et établir de nouveaux partenariats, car il est considéré comme l'un des principaux moteurs de l'industrie alimentaire dans la région.

L'Agence de Développement Agricole, en coopération avec ses partenaires des secteurs public et privé, a lancé de nombreux programmes et activités soucieux de promouvoir les produits locaux, comme le symbole collectif « Terroir du Maroc », qui vise à renforcer la confiance des consommateurs dans la qualité des produits du terroir. Produits locaux marocains, en plus de lancer plusieurs programmes Pour qualifier et suivre le rythme des groupes productifs dans le but d'élever leur niveau de professionnalisme.

L'agence œuvre également à soutenir les producteurs et à faciliter leur accès aux circuits de commercialisation aux niveaux national et international à travers des partenariats et des ententes visant à commercialiser ces produits à travers les grands marchés et les magasins spécialisés.

L'Agence de Développement Agricole a également œuvré à la mise en place du site Internet www.terroirdumaroc.ada.gov.ma, qui constitue un lien entre les consommateurs ainsi que les acteurs de ce secteur, que ce soit au niveau national ou international, et les producteurs de produits locaux marocains, dont coopératives et groupes économiquement bénéfiques, qui ne ménageront aucun effort pour fournir des produits de haute qualité et toutes les informations qui les entourent.

Voir la source de l'article

Économie

Les Trésors du Terroir marocain à l'Honneur au Salon ADIFE d'Abu Dhabi

Media7 avec MAP 26 novembre 2024 à 11h50 Dernière mise à jour: 26 novembre 2024 à 11h50



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale, indique un communiqué de l'ADA.

Ainsi, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume, fait savoir le communiqué.

Infos Flash



Installation du jury de la 22^e édition du Grand prix national de la presse
26 novembre 2024 à 16h30



Le Parlement marocain abrite la 30^{ème} session extraordinaire du FOPREL les 27 et 28 novembre
26 novembre 2024 à 16h21



Les régulateurs du secteur financier particulièrement sensibles au risque climatique
26 novembre 2024 à 16h10



Industrie : un levier de l'emploi inclusif et du développement territorial
26 novembre 2024 à 15h45



OPCVM : hausse de l'actif net sous gestion à 658,51 MMDH à fin octobre
26 novembre 2024 à 16h20



Autonomisation des femmes au Maroc : Clôture du projet Darna avec des résultats significatifs
26 novembre 2024 à 14h55

Météo



22 °C

Rabat

Nuages Dispersés

27° - 19°
68%
2.57 km/h

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

Et de rappeler que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green".

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif "Terroir du Maroc", visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)



أبو ظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية

0

26 نوفمبر، 2024 - 10:47 صباحا

هبة بريس-أبو ظبي

تنظم وكالة التنمية الفلاحية المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، والذي يعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نوفمبر 2024 في مركز أبو ظبي الوطني للمعارض "أدليك".

وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر 2020-2030 التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب مزيدا على الصعيدين الوطني والدولي.



و يشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتوجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 % منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

وقد استفاد هؤلاء المعارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة.

وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتوجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتوجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعرض هذا الرواق المغربي الأصالة التي تزرع بها بلادنا، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته.

كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاق متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.



ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختما في مجال المنتوجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتوجات المحلية.

ويضم هذا المعرض أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة. و يُعد معرض أبو ظبي الدولي للأغذية ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة.



هذا وقد أطلقت وكالة التنمية الفلاحية، بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي "Terroir du Maroc"، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها.

كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة.

كما عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء موقع www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

Voir la source de l'article

أبو ظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية

ل. أبووك 6 ساعات 0 تعليق أرسل طباعة تليغ حذف

f إشر على الفيسبوك t إشر على تويتر G+ in

اقرأ أيضا

عامل يصور زيمبابه خلال تغير ملايهن داخل محل
حلواني شهير بالشيوخ زايد - موقع رادار

بيرونة تنبأه قد يواجه خطر الاعتقال إذا دخل
ألمانيا - موقع رادار

حزب الله يمرض مشاهد لاستهدافه قاعدة حيفا
الإسرائيلية - موقع رادار

يهاج فريق طبي كامل للعلاج.. تعرف على مرض
الذئبة الحمراء وأسباب الإصابة به - موقع رادار

جوارميلا: أعيدوا لي اللعين وستون مانكستر
سبتي.. وسنشق أشياء رائحة هذا الموسم - موقع
رادار

عزيزي الزائر أهلا وسهلا بك في موقع رادار نقدم لكم اليوم أبو ظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية

هبة بريس

تنظم وكالة التنمية الفلاحية المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، والذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نوفمبر 2024 في مركز أبو ظبي الوطني للمعارض "أذنيك".

وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر 2020-2030 التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة وبطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي.

و يشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 % منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

وقد استفاد هؤلاء العارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة.

وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعرض هذا الرواق المغربي الأصالة التي تتركز بها بلدنا، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته.

كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاق متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.

ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختصا في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية.

ويضم هذا المعرض أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة. و يُعد معرض أبو ظبي الدولي للأغذية ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة.

هذا وقد أطلقت وكالة التنمية الفلاحية، بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي "Terroir du Maroc"، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها.

كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة.

كما عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء موقع www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

[Voir la source de l'article](#)



| Date: 26 novembre 2024

Casablanca – L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) organise la participation marocaine au Salon International de l'Alimentation de Abu Dhabi (ADIFE), qui se tient du 26 au 28 novembre au centre d'exposition ADNEC à Abu Dhabi.

Cette participation s'inscrit dans le cadre de la stratégie "Génération Green 2020-2030", qui accorde une importance particulière à la promotion des produits du terroir, compte tenu des potentialités que recèle ce secteur et de la demande croissante pour ces produits à l'échelle nationale et internationale, indique un communiqué de l'ADA.

Ainsi, 25 groupements de producteurs des produits du terroir, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont 57 % de femmes rurales, ont fait le déplacement pour représenter le Maroc avec une sélection d'une centaine de produits issus de toutes les régions du Royaume, fait savoir le communiqué.

Coachés et encadrés de près par l'ADA en amont de ce salon, ces 25 exposants vont bénéficier durant ces trois jours du salon d'un programme intensif de rencontres B to B basées sur une approche de match-marketing, visant à ouvrir de nouvelles perspectives pour le secteur des produits du terroir, tout en développant des partenariats commerciaux stratégiques, notamment dans la région du Moyen-Orient.

Véritable écrin de l'authenticité marocaine, le pavillon du Maroc, conçu pour offrir aux visiteurs une expérience fluide et immersive, se distingue par son architecture unique et son indéniable attrait. Il reflète la richesse et la diversité du Royaume, avec une offre culinaire variée orchestrée par un chef de renom, ainsi que des animations musicales qui célèbrent le patrimoine culturel marocain.

Cette manifestation d'envergure majeure, attire chaque année plus de 22.000 visiteurs professionnels et plus 650 exposants issus d'une soixantaine de pays. Elle offre une plateforme exclusive pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats.

ADIFE s'impose comme l'un des principaux accélérateurs de l'industrie agroalimentaire dans la région, offrant une opportunité unique de mettre en relation les différents acteurs du secteur.

PARTAGER L'ARTICLE:



S'abonner

Adresse E-mail

J'E VEUX →

☐ J'ai lu et j'accepte la [politique de confidentialité](#).

Et de rappeler que la promotion des produits du terroir fait partie intégrante d'un large éventail d'initiatives déployées dans le cadre de la stratégie de développement de la commercialisation des produits du terroir, instaurée par le Plan Maroc Vert et renforcée par la stratégie "Génération Green".

En collaboration avec ses partenaires publics et privés, l'ADA a mis en place divers programmes et actions spécifiques, tels que le Label collectif "Terroir du Maroc", visant à renforcer la confiance des consommateurs autour d'une marque collective garantissant la qualité et l'authenticité des produits du terroir.

Aussi, chaque année, un programme de mise à niveau est lancé pour professionnaliser lesdits groupements producteurs, tout en élargissant les canaux de commercialisation nationaux et internationaux grâce à des partenariats et conventions facilitant l'accès à la grande distribution et aux magasins spécialisés.

Le commerce en ligne a également été développé avec la création du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma. Toutes ces actions conjuguées, ont permis à ce jour à plus de 900 coopératives de commercialiser de manière constante plus de 5.000 références.

En outre, l'ADA organise des missions B2B à l'international pour stimuler l'exportation, tout en renforçant la promotion des produits du terroir à travers des salons nationaux et internationaux, ainsi que de nombreuses campagnes de communication médias et hors médias.

[Voir la source de l'article](#)

أبوظبي تحتفي بالمنتجات المحلية المغربية في معرضها الدولي للأغذية

هوية بريس - 26 نوفمبر 2024 15:52



هوية بريس - و م ع

تنظم وكالة التنمية الفلاحية، المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نونبر الجاري بمركز أبو ظبي الوطني للمعارض "أدنيك"،

وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر (2020-2030) التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة وبطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي.

وتشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتوجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 بالمائة منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

وقد استفاد هؤلاء المعارضون من تأطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل أمثل في هذه التظاهرة.

وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيستفيد هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتوجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتوجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعكس الرواق المغربي بالمعرض الأصالة التي تزخر بها المملكة، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته.

كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاهٍ متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.

ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتوجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتوجات المحلية.

و يضم المعرض الذي يعد ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة، أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة.

يشار إلى أن وكالة التنمية الفلاحية، أطلقت بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتوجات المحلية، كالرمز الجماعي “Terroir du Maroc”، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتوجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها.

كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتوجات عبر الأسواق الكبرى والمناجر المتخصصة.

وعلاوة على ذلك عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء منصة www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتوجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتوجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

Voir la source de l'article

اقتصاد / الرئيسية

21 ساعات 4 دقيقة مضت

الإمارات تحتفي بالمنتجات المغربية في معرضها الدولي للأغذية



أخبارنا المغربية - و.م.ع

تنظم وكالة التنمية الفلاحية، المشاركة المغربية في معرض أبو ظبي للأغذية، الذي ينعقد خلال الفترة الممتدة ما بين 26 و28 نوفمبر الجاري بمركز أبو ظبي الوطني للمعارض "الدنيك".

وتندرج هذه المشاركة، في إطار استراتيجية الجيل الأخضر (2020-2030) التي تولي أهمية كبيرة لترويج المنتجات المحلية لاسيما أن هذا القطاع يزخر بإمكانات كبيرة ويطلب متزايد على الصعيدين الوطني والدولي.

وتشارك في هذا المعرض 25 مجموعة منتجة للمنتجات المحلية، تمثل 29 تعاونية وتضم أزيد من 320 فلاح صغير، 80 بالمائة منهم من النساء القرويات وحوالي 100 منتج من مختلف جهات المملكة.

وقد استفاد هؤلاء المعارضون من تاطير من قبل وكالة التنمية الفلاحية عبر دورات تكوينية ومواكبة مكثفة قبل المعرض من أجل تهيئتهم للمشاركة بشكل ائتمل في هذه الظاهرة.

وخلال الأيام الثلاثة للمعرض، سيمتدح هؤلاء المشاركون من عدة لقاءات تجارية ثنائية (B2B)، تمت برمجتها بهدف فتح آفاق جديدة لقطاع المنتجات المحلية، وتطوير شراكات استراتيجية تروم تصدير المنتجات المحلية المغربية، خاصة نحو بلدان منطقة الشرق الأوسط.

ويعكس الرواق المغربي بالمعرض الأصالة التي تزخر بها المملكة، حيث تم تصميمه ليقدّم للزوار تجربة فريدة من خلال هندسته المعمارية وجاذبيته.

كما يعكس ثراء المملكة وتنوعها حيث يستعرض مجموعة من الأطباق المغربية المتنوعة التي يقدمها طاه متخصص بالإضافة إلى العديد من الأنشطة الترويجية لتقديم لمحة عن التراث الثقافي الغني والمتنوع الذي تتميز به المملكة المغربية.

ويجذب هذا الحدث الكبير أزيد من 22 ألف مختص في مجال المنتجات الغذائية، كما يشكل فرصة لتسليط الضوء على تنوع وجودة وثراء العرض المغربي من المنتجات المحلية.

و يضم المعرض الذي يعد ملتقى لتعزيز العلاقات وإقامة شراكات جديدة حيث يعتبر من المحركات الرئيسية للصناعة الغذائية في المنطقة، أزيد من 650 عارضا من حوالي 60 دولة. يشار إلى أن وكالة التنمية الفلاحية، أطلقت بالتعاون مع شركائها في القطاعين العام والخاص، العديد من البرامج والأنشطة التي تعنى بترويج المنتجات المحلية، كالرمز الجماعي "Terroir du Maroc"، والذي يهدف إلى تعزيز ثقة المستهلك في جودة المنتجات المحلية المغربية، بالإضافة إلى إطلاق عدة برامج لتأهيل ومواكبة المجموعات المنتجة بهدف الرفع من مستوى احترافيتها. كما تعمل الوكالة على دعم المنتجين وتسهيل ولوجهم إلى قنوات التسويق على المستويين الوطني والدولي من خلال شراكات واتفاقيات تهدف إلى تسويق هذه المنتجات عبر الأسواق الكبرى والمتاجر المتخصصة.

وعلاوة على ذلك عملت وكالة التنمية الفلاحية على إنشاء منصة www.terroirdumaroc.ada.gov.ma، التي تشكل حلقة وصل بين المستهلكين وكذا الفاعلين في هذا القطاع سواء على المستوى الوطني أو الدولي، ومنتجي المنتجات المحلية المغربية، من تعاونيات ومجموعات ذات النفع الاقتصادي، الذين لن يدخروا أي جهد لتوفير منتجات ذات جودة عالية وجميع المعلومات المحيطة بها.

[Voir la source de l'article](#)

Economie

Le Maroc met en avant ses produits du terroir au salon international de l'alimentation d'Abu Dhabi

Mardi 26 Novembre 2024 - 14:19



L'Agence pour le Développement Agricole (ADA) joue un rôle clé dans la promotion des produits du terroir marocains à l'international, et c'est dans ce cadre qu'elle organise la participation du Maroc au Salon International de l'Alimentation d'Abu Dhabi (ADIFE), qui se déroule du 26 au 28 novembre 2024 au centre d'exposition ADNEC de la capitale des Émirats Arabes Unis. Cet événement, incontournable pour les professionnels du secteur agroalimentaire, est l'occasion idéale pour le Royaume de mettre en lumière la richesse et la diversité de ses produits locaux.

La présence marocaine à ce salon s'inscrit dans la stratégie ambitieuse « Génération Green 2020-2030 », qui met l'accent sur la promotion des produits du terroir. En effet, ces produits sont de plus en plus recherchés, tant au niveau national qu'international, pour leur authenticité et leur qualité. Pour cette édition, 25 groupements de producteurs, représentant plus de 500 petits agriculteurs, dont une majorité de femmes rurales (57 %), se sont déplacés à Abu Dhabi. Ces producteurs, préalablement coachés et encadrés par l'ADA, présentent une centaine de produits artisanaux en provenance des quatre coins du Royaume, allant des huiles essentielles aux produits transformés à base de fruits, de légumes et de plantes.

L'objectif de cette participation est double : d'une part, il s'agit de valoriser les produits du terroir marocains, et d'autre part, de nouer de nouveaux partenariats commerciaux, en particulier dans la région du Moyen-Orient. Durant ces trois jours de salon, les exposants bénéficieront de rencontres B2B intensifiées grâce à un programme de match-marketing, visant à favoriser les échanges et à ouvrir des perspectives d'exportation. Cela constitue une opportunité stratégique pour le secteur agricole marocain, qui voit dans ces salons un moyen de renforcer sa présence sur les marchés internationaux.

Le pavillon du Maroc, conçu pour offrir une expérience immersive aux visiteurs, se distingue par son architecture moderne et son atmosphère accueillante. Il est un véritable ambassadeur de la culture et de la gastronomie marocaines, avec des animations culinaires orchestrées par un chef de renom, et des performances musicales qui célèbrent le patrimoine marocain. Le pavillon se veut un véritable point de rencontre entre tradition et modernité, et il suscite un grand intérêt auprès des professionnels et des visiteurs, venus nombreux de la région et au-delà.

Ce salon, qui attire chaque année plus de 22 000 visiteurs professionnels et plus de 650 exposants de 60 pays, est un véritable accélérateur pour l'industrie agroalimentaire de la région. Il offre une plateforme privilégiée pour établir des connexions et promouvoir de nouveaux partenariats. Pour l'ADA, cette participation s'inscrit dans une démarche continue de renforcement de la commercialisation des produits du terroir, amorcée avec le Plan Maroc Vert et consolidée par la stratégie « Génération Green ».

Au-delà de ce salon, l'ADA déploie diverses initiatives pour soutenir le secteur des produits du terroir. Parmi celles-ci figure le label collectif « Terroir du Maroc », qui garantit la qualité et l'authenticité des produits marocains, renforçant ainsi la confiance des consommateurs. De plus, chaque année, l'ADA lance un programme de mise à niveau pour professionnaliser les groupements de producteurs, en élargissant leurs canaux de commercialisation à la fois au niveau national et international. Le commerce en ligne n'est pas en reste, avec le lancement du site www.terroirdumaroc.ada.gov.ma, permettant aux producteurs d'accéder à de nouveaux marchés. À ce jour, plus de 900 coopératives vendent régulièrement plus de 5 000 produits différents.

Pour stimuler encore davantage les exportations, l'ADA organise également des missions B2B à l'international et participe à des salons agroalimentaires dans diverses régions du monde. Ces actions viennent compléter un programme de communication diversifié, à la fois médiatique et hors-média, visant à accroître la visibilité des produits du terroir marocains.

Ainsi, à travers cette participation au Salon d'Abu Dhabi et ses nombreuses initiatives, le Maroc affirme sa volonté de positionner ses produits du terroir sur le marché international et de contribuer à l'essor du secteur agricole, tout en soutenant le développement économique des zones rurales et des petites exploitations agricoles.