

Certifications et commercialisation

Les signes de qualité : un atout pour la commercialisation des produits agricoles

Geneviève Teil, INRA CRRA Tanger, INRA SADAPT Paris

Présentation faite à la réunion thématique « Economie et sociologie rurales » de l'INRA du Maroc

Tpt 1 Une double demande des consommateurs

- Les consommateurs approuvent les techniques modernes de production agricole et de distribution. Ils reconnaissent les avantages que cela induit pour eux, notamment en termes de prix, de régularité de l'approvisionnement.
- Cependant ce « Oui » est un « oui mais ». Ils disent attention. La révolution agricole a également des effets moins souhaitables, sur l'environnement, la santé, la diversité des produits, les conditions de vie des agriculteurs...
- Les consommateurs demandent donc aussi des produits de qualité particulière, bio, de terroir, traditionnels, locaux etc...

Tpt 2 Des signes de qualité

- Vous allez sans doute nous demander, mais comment vendre ces produits ? Tout le monde prétend toujours avoir les meilleurs produits... Comment savoir s'ils sont vraiment de qualité? Il y a beaucoup de fraude... Ce n'est pas toujours facile de reconnaître les vrais bons produits.
- C'est précisément à cette question que répond la certification des produits de qualité.
- Les produits certifiés ont des signes de qualité, des étiquettes particulières qui permettent à la fois d'informer l'acheteur de la qualité du produit et de lui garantir la qualité du produit
- Les producteurs qui font des produits certifiés s'engagent à respecter des façons de faire, des procédés, des variétés végétales indispensables à la qualité du produit.
- Ils s'engagent certes, mais ils sont aussi contrôlés par des inspecteurs
- C'est pour cela que la qualité des produits certifiés est une qualité garantie.

Tpt 3. La distribution doit se mobiliser

- La demande est là, M. Abidar de *Ecole Nationale de l'Agriculture de Meknès* va revenir sur ce sujet. Et les produits aussi. Dans les coopératives et les petites exploitations rurales... Attention certaines espèces intéressantes disparaissent, des savoir faire sont en voie d'oubli
- Mais il manque une distribution adaptée.
- Il faut donc que la distribution se mobilise pour aller chercher ces produits et les proposer non pas - ou pas seulement - sur les marchés à l'export, mais surtout sur le marché national marocain

- Il faut aussi que la distribution respecte leur différence, contribue à la lutte contre la fraude et les imitations, informe les consommateurs de leur existence.
- En contribuant à une meilleure distribution des produits de qualité de terroir, bio, ou autres... les distributeurs ne seront plus de simples transporteurs, mais deviendront de véritables agents du développement rural.
- *M. Etaba Directeur du Développement des Produits de Terroirs, à l'agence de Développement Agricole* va nous parler des projets d'aide à la commercialisation en cours
- *M. Sidmou Vice président* de l'université Cadi Ayyad de Marrakech va revenir sur le marketing des produits de terroir
- Et enfin *M. Regag, Directeur généra du Crédit Agricole du Maroc* terminera en abondant l'aide au financement de la commercialisation de ces produits.