

Etudes de marchés : de grandes opportunités d'exportation pour les produits de terroir tunisiens

Des études de marchés ont été élaborées dans le cadre du projet PAMPAT 2 (ONU-DI-SECO) pour identifier les destinations à l'exportation les plus prometteuses pour différents produits de terroir tunisiens. Plusieurs marchés cible ont été identifiés pour les produits suivants : la pâte de dattes, le sirop de dattes, la poudre de dattes, les tomates séchées en vrac ou conditionnées à l'huile d'olive ainsi que la grenade fraîche, le jus de grenade et le sirop de grenade. Ces produits présentent un fort potentiel de commercialisation en Europe, en Amérique du Nord, en Russie et aux pays du Golfe. Les trois études ainsi que neuf guides d'accès aux marchés sont publiés en ligne sur le site www.pampat.tn/documents-telechargeables-produits-de-terroir

Tunis - 20/04/2021 - Les principaux produits agroalimentaires à l'exportation en Tunisie sont l'huile d'olive et les dattes fraîches. Les autres produits sont classés loin derrière. Néanmoins, il y a plusieurs produits du terroir tunisien qui ont un fort potentiel sur les marchés extérieurs et qui peuvent devenir les nouveaux porte-drapeaux de la gastronomie tunisienne.

Dans le cadre du projet PAMPAT 2 des études ont été réalisées pour cerner la demande et pour identifier les pays les plus prometteurs pour différents produits de terroir sélectionnés issus des filières de la grenade, des dérivés de dattes et des tomates séchées. Le projet PAMPAT 2 a été lancé en 2020 pour améliorer la commercialisation des produits typiquement tunisiens. Ce projet est financé par le Secrétariat d'Etat à l'Economie Suisse et mis en œuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel en collaboration avec le Ministère de l'Economie, le Ministère de l'Industrie et le Ministère de l'Agriculture et d'autres organismes comme le CEPEX, l'APIA, le GICA, le GIFRUITES et le GIDATTES.

La grenade tunisienne dispose de plusieurs atouts pour se positionner à l'international. La Tunisie est classée parmi les 10 premiers producteurs mondiaux de grenades et la production nationale ne cesse d'augmenter. Même si les exportations ont connu une légère évolution au cours des dernières années, le taux d'exportation reste faible et représente moins de 10% de la production. Les études de marchés ont permis de révéler que la grenade fraîche tunisienne a de grandes chances de pouvoir se positionner sur le marché russe, le marché britannique et le marché néerlandais. En effet, la Russie est le premier pays importateur mondial des grenades fraîches avec un taux de croissance des importations de 100% entre 2016 et 2018. En parallèle, la Tunisie pourrait également développer la production du jus de grenade pour lequel la demande à l'international est de plus en plus importante à cause de ses propriétés antioxydantes. Les marchés les plus porteurs pour ce produit sont l'Allemagne, les Pays Bas, le Royaume Uni et la France. Ces pays sont en effet les leaders européens en matière d'importation de jus issus des super-fruits. Le sirop de grenade est également un produit très demandé notamment sur les marchés du Royaume Uni, de l'Allemagne et de la France.

Le marché mondial des sirops connaît une importante croissance qui pourra atteindre un taux de 25% à l'horizon 2025. Ainsi parmi les produits phare à l'exportation de la filière dérivés de dattes on retrouve également le sirop de dattes qui est spécialement demandé sur les marchés canadien, émirati et qatarien. Le Qatar représente aujourd'hui la principale destination des exportations tunisiennes de sirop de dattes. Par ailleurs, la poudre de dattes tunisienne, qui constitue un substitut du sucre blanc, a également de grandes chances de réussite sur les marchés internationaux et notamment en France, aux

Etats Unis et en Allemagne où on recherche de plus en plus d'aliments bons pour la santé. En effet, l'Hexagone qui est en train d'adopter des stratégies nationales pour réduire la consommation du sucre est le leader européen en consommation de dattes. La France, l'Allemagne et les Etats Unis sont également les destinations les plus prometteuses pour la pâte de dattes. Parmi les dérivés de dattes tunisiens, ce produit reste jusqu'à présent en tête de liste des produits exportés. Entre 2014 et 2018 la valeur des exportations de la pâte de dattes tunisienne a triplé. En effet, le créneau des dérivés de dattes offre beaucoup d'opportunités à la Tunisie ; il permet de valoriser les 30 000 tonnes d'écarts de tri issus du conditionnement des dattes fraîches. Après leur transformation, ces écarts de tri peuvent générer jusqu'à 4 à 5 fois plus de revenus.

Une autre filière qui pourrait également se développer davantage sur les marchés internationaux est celle des tomates séchées. 90% de la production nationale est aujourd'hui exportée vers l'Italie. La filière tunisienne reste donc très dépendante de la demande italienne, de l'offre des pays concurrents et des prix fixés chaque année par les importateurs. Par conséquent, la diversification des marchés cibles s'impose. Selon les études de marchés, les producteurs tunisiens de tomates séchées en vrac ou en poudre pourraient cibler en particulier l'Allemagne, qui est le 2^{ème} pays importateur mondial après l'Italie. D'ailleurs, les importateurs allemands paient jusqu'à 60% plus cher que les importateurs italiens. La rémunération est également plus attractive aux Etats Unis, un autre pays cible pour les exportateurs tunisiens.

Aujourd'hui, la Tunisie se focalise sur les exportations des tomates séchées en vrac, alors que la valeur du produit conditionné peut connaître une augmentation pouvant aller jusqu'à 500%. Les marchés cibles les plus prometteurs pour les tomates séchées conditionnées à l'huile d'olive sont le Royaume Uni, qui est le premier importateur mondial, la France et l'Allemagne. Il est à noter qu'entre 2016 et 2019, les importations françaises ont connu une augmentation de plus de 40%

La demande existe pour les produits de terroir tunisiens, mais elle peut seulement être saisie, si ce secteur s'oriente vers la qualité, la diversification, le marketing et la recherche de nouvelles niches de marchés. D'ailleurs, il faut souligner que les produits certifiés biologiques sont de plus en plus recherchés. Les plus grands marchés mondiaux pour les produits biologiques sont les EEUU suivi par l'Allemagne, la France, la Chine et l'Italie. D'une manière générale, en Europe la consommation des produits bio est en train d'augmenter beaucoup plus vite que la production, ce qui implique une forte évolution des importations. Mais plusieurs nouvelles opportunités pour les produits biologiques se présentent sur d'autres marchés cibles notamment en Russie où la consommation bio est en train d'augmenter en moyenne de 20% par année, ou encore aux Emirats Arabes Unis qui connaît un taux de croissance annuel de presque 8%. La certification biologique constitue ainsi un atout majeur pour mieux positionner les produits de terroir tunisiens sur les marchés d'exportation.

Les trois études ainsi que les neuf guides d'accès aux marchés sont publiés en ligne sur le site web www.pampat.tn/documents-telechargeables-produits-de-terroir pour permettre aux opérateurs tunisiens de mieux connaître les exigences des différents marchés et pouvoir ainsi mieux positionner leurs produits sur de nouvelles destinations. Le projet PAMPAT 2 en étroite collaboration avec le Swiss Import Promotion Programme (SIPPO) vise à accompagner les entreprises tunisiennes pour accéder à un nombre grandissant de marchés avec une gamme de produits à forte valeur ajoutée.

Pour plus d'information : pampattunis@unido.org