



RECOMMANDATIONS STRATEGIQUES POUR LA FILIERE DES PRODUITS MARAICHES A KEBILI (TUNISIE)

ILS LEDA

Date: Juillet 2022

Auteurs: Francesca ACERRA, Giancarlo CANZANELLI, Vincenzo MILIO, Giulia RUCIRETA

Photo de couverture: Photo by [Vasi](#) on [Unsplash](#)



REMERCIEMENTS

Ce document a été élaboré par l'équipe ILS LEDA (Francesca ACERRA, Giancarlo CANZANELLI, Vincenzo MILIO et Giulia RUCIRETA), qui a travaillé sur les contributions fournies par le focus group des produits maraîchers.

Nos salutations vont, donc, à toutes les composantes du focus groups: Abdelmajid HOUITA (agriculteur des produits maraîchers); Ahmad MONTASSAR (agriculteur sous-serres); Ali CHIBANI (agriculteur des produits maraîchers); Ismail GRIRA (agriculteur des produits maraîchers); Jamila TOUIL (petite Start-up pour l'emballage des dattes); Amor THABET (représentant de l'entreprise «Fils Thabet»); Nadia TENNICH (femme entrepreneur); Nadia BEN KHLIFA (Association «NAKHLA»); Kalthoum MRABET (Association IMPAT); Belgacem AMMAR (chef de division au CRDA); Saida BEN BELGACEM (représentante du RADD0); Lilia NAILI (Directrice régionale de l'APIA); Salem KAROUS (ingénieur CTCPG -Centre technique des cultures protégées et géothermique); Bechir BEN MARZOUK (Représentant APII); Refki ETTAIB (chercheur et professeur à l'ISET de Kébili); Faouzi TOUMI (chef de section à l'IRA); Mouna BEN MOUHAMED (ingénieur à l'ISET); Rabeb KHALDI (chercheur à CRRAO); Nathir BEN MILOUD (Directeur du centre d'affaires de Kébili); Mohamed Farhat BEN ABBES (représentant de l'espace d'entreprendre de Kébili).

Le travail a été possible grâce à la précieuse facilitation apportée par l'équipe de terrain de WeWord-GVC: Amel Abdedhaheur, Khaoula Souai, Manel Mtimet et la collaboration de l'équipe WeWord-GVC: Giovanni Penzo et Margherita Winter.

INDEX

REMERCIEMENTS.....	1
CHAPITRE 1. INTRODUCTION.....	3
CHAPITRE 2. OBJECTIF.....	3
CHAPITRE 3. MÉTHODOLOGIE.....	4
CHAPITRE 4. CONTEXTE.....	5
CHAPITRE 5. ÉVALUATION DE LA CHAÎNE DE VALEUR.....	6
Chapitre 5.1 Avantage concurrentiel.....	6
Chapitre 5.2 Positionnement sur le marché.....	9
Chapitre 5.3 Égalité de genre.....	11
Chapitre 5.4 Durabilité.....	13
Chapitre 5.5 Évaluation de la chaîne de valeur des produits maraîchers.....	14
Chapitre 5.6 Les obstacles.....	19
CHAPITRE 6. LES RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR UN DÉVELOPPEMENT COMPÉTITIF ET INCLUSIF.....	20
Chapitre 6.1 La méthodologie pour l'élaboration des recommandations stratégiques pour le développement de la chaîne de valeur des produits maraîchers.....	20
Chapitre 6.2 Du potentiel et des besoins à l'action.....	21
Chapitre 6.3 La vision stratégique 2030.....	26
Chapitre 6.4 Les actions stratégiques.....	30
CHAPITRE 7. ROAD MAP DU PLAN D'ACTION CROLET.....	34
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	35
ANNEX 1. LA DURABILITÉ DE LA CHAÎNE DE VALEUR DES PRODUITS MARAÎCHERS À KEBILI.....	38
ANNEX 2. LA FEUILLE DE ROUTE DU PLAN D'ACTION CROLET.....	40

CHAPITRE 1. INTRODUCTION

Ce document a été élaboré dans le cadre du projet CROLET « *Création des opportunités d'emploi à travers l'économie territoriale – Appui au développement local dans les Gouvernorats de Sidi Bouzid et Kébili en Tunisie* », financé par le gouvernement italien, et visant à contribuer à réduire la migration irrégulière depuis la Tunisie à travers des processus de développement socio-économique local, et réalisé dans les gouvernorats de *Kébili* et *Sidi Bouzid*.

Le projet est géré grâce à un partenariat entre WeWorld-GVC, ILS LEDA, la municipalité de Palerme (Italie), ICU, *Cit'ESS* et *l'Association Sallima*.

Dans ce cadre, quatre filières ont été priorisées selon leur impact sur l'économie locale et leur potentiel de développement:

- Palmier dattier et produits maraîchers pour le gouvernorat de Kébili;
- Olive et produits maraîchers pour le gouvernorat de Sidi Bouzid.

L'objectif de ce document est de recommander des orientations stratégiques et un plan d'action pour le développement compétitif, inclusif et durable de la chaîne de valeur PRODUITS MARAÎCHERS à *Kébili*.

Le plan comprend des actions stratégiques à court terme (mises en œuvre par le projet CROLET), à moyen terme (facilitées par le projet CROLET) et à long terme (mises en œuvre par les mécanismes de gouvernance établis par le projet CROLET).

Afin d'atteindre cet objectif, le document fournira d'abord une évaluation du potentiel et des besoins de la chaîne de valeur et, sur la base de cette évaluation, il proposera des orientations stratégiques pour son développement inclusif et durable. L'évaluation et l'élaboration des recommandations stratégiques suivront "RESCO" (RESsources pour une COMpétitivité durable), une méthodologie participative qu'ILS LEDA a appliquée dans 13 pays au cours des 20 dernières années.

Le document est encore un brouillon, soumis à l'approbation des acteurs locaux, impliqués dans le groupe de réflexion sur la chaîne de valeur, qui a réalisé l'évaluation.

CHAPITRE 2. OBJECTIF

Ce document vise à recommander des orientations stratégiques pour le développement d'une chaîne de valeur compétitive, inclusive et durable des produits maraîchers à *Kébili*.

C'est l'un des résultats attendus du projet CROLET, liée au premier objectif spécifique: « Les gouvernorats d'intervention sont dotés d'outils de relance de l'emploi à travers une approche économique territoriale compétitive, inclusive et durable, à travers une stratégie de développement local, qui peut également être appliquée après la fin du projet » (OS1R1).

Le projet est géré grâce à un partenariat entre WeWorld-GVC, ILS LEDA, la municipalité de Palerme (Italie), ICU, *Cit'ESS* et *l'Association Sallima*.

Les orientations stratégiques recommandées sont définies en appliquant la méthodologie dite RESCO, une méthodologie spécifique créée par ILS LEDA pour «valoriser les ressources pour une compétitivité durable».

CHAPITRE 3. MÉTHODOLOGIE

En général, la méthodologie RESCO vise à recommander les orientations et les plans stratégiques de la chaîne de valeur et elle peut être appliquée à tous les secteurs économiques et productifs. En ce qui concerne ce projet spécifique, le secteur visé est celui de l'agriculture, plus précisément, la chaîne de valeur des produits maraîchers avec les deux sous-chaînes: la tomate et le concombre.

La méthodologie RESCO évalue les principales caractéristiques, potentiel et obstacles de chaque chaîne de valeur, en impliquant les principaux acteurs territoriaux. L'évaluation considère six composantes principales: l'avantage concurrentiel; le positionnement sur le marché; l'égalité de genre; la durabilité (financière, sociale, environnementale); l'état de la chaîne de valeur et les obstacles à son développement.

Pour chaque composante est considéré un ensemble de facteurs et, pour chaque facteur sont évaluées des variables spécifiques, selon une méthodologie de notation spéciale.

L'évaluation suit les étapes suivantes:

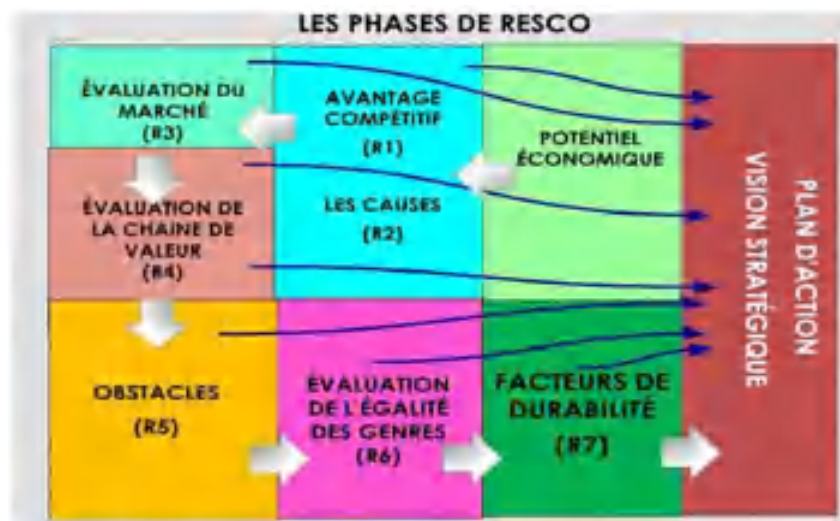
- 1) Focus group en présentiel avec 20 acteurs locaux représentant le secteur public et privé (voir tableau 1 ci-dessous), pour administrer un questionnaire composé par 6 composantes, 36 variables et 290 indicateurs;
- 2) Consultation de la littérature secondaire;
- 3) Rencontre avec des experts du secteur.

Tableau 1. Les acteurs impliqués dans l'évaluation RESCO pour la chaîne de valeur produits maraîchers

Sectors	N. personnes
Les agriculteurs	6 personnes
Gouvernement Municipal	1 personne
Institutions Publiques	7 personnes
Service Providers	4 personnes
Organisations de ka Société Civile	2 personnes
Total	20 personnes

L'image ci-dessous illustre le flux logique et chronologique de la méthodologie RESCO

Image 1. Les phases de la méthodologie RESCO (Source. ILS LEDA)



CHAPITRE 4. CONTEXTE

Le gouvernorat de *Kébili* - créé en septembre 1981 - est le deuxième plus grand des 24 gouvernorats de Tunisie, il est situé dans le sud-ouest de la Tunisie et il est frontalier avec l'Algérie. La capitale est Kébili.

Il couvre une superficie de 22 484 km² avec une population de 167 200 habitants et une densité de population de 7,4 habitants/km. D'un point de vue administratif, il comprend 7 délégations, 9 communes, 43 secteurs et 7 conseils ruraux (INS, 2020).

Le Gouvernorat de Kébili a une situation géographique privilégiée: il contient une grande partie du *Chott Djerid* et se caractérise par des paysages naturels agréables, en particulier ceux du Sahara; en fait, la région représente le lien entre la végétation dense de la palmeraie et les importantes dunes du désert. Ces paysages naturels uniques ont permis de développer le tourisme saharien dans la région.

Les oasis tunisiennes sont d'importants centres de production agricole. Ils couvrent une superficie totale estimée à plus de 41 000 ha et abritent environ 10 % de la population tunisienne totale. Plus de la moitié des oasis tunisiennes sont situées dans le gouvernorat de Kébili.

D'un point de vue économique, les oasis tunisiennes représentent traditionnellement la plus importante source d'emplois et de revenus au Sud. Ils constituent l'environnement le plus productif en offrant une valeur marchande élevée aux produits agricoles, notamment les dattes (Khamassi, 2015).

De plus, ce Gouvernorat dispose de fortes potentialités naturelles; en particulier de ressources en eau, utilisées pour la création de périmètres irrigués; terres arables (50 000 ha) et vastes pâturages (environ 567 100 ha); et des substances utiles (argile, pierres, sel et sable, etc.) à fort potentiel industriel.

Il possède des infrastructures de base, constituées principalement d'un réseau routier et de communication, de zones industrielles et touristiques, reliant la région aux lignes nationales et internationales.

Concernant le développement économique, la production des produits maraîchers, cultivés par des méthodes géothermiques, est l'une des activités économiques les plus pertinentes et importantes du territoire de Kébili.

Quant à l'horticulture (culture maraîchère), elle occupe toujours une place prépondérante dans l'agriculture tunisienne. Les cultures horticoles de plein champ et sous serre occupent en moyenne 140 000 hectares de terres en Tunisie. La production de tomates, poivrons, pommes de terre, pastèques et oignons représente plus de 80% de la production horticole et 76% des terres sont occupées par des cultures maraîchères (Observatoire National de l'Agriculture, 2021)

Dans le sud du pays et en particulier dans les zones disposant de sources d'eau chaude géothermique - notamment le gouvernorat de Kébili- la culture sous serre s'est fortement développée et elle est principalement axée sur la production horticole (tomates fraîches, poivrons, aubergines, etc.) pour l'exportation.

Grâce à une évaluation préliminaire de la chaîne de valeur des produits maraîchers dans le gouvernorat, menée grâce à l'implication des acteurs locaux et à l'examen de la littérature secondaire, il est ressorti que les produits à plus haut potentiel dans le gouvernorat sont tomates et concombre. Ils occupent la plus grande partie de la surface cultivée et ont la productivité la plus élevée (production par m²).

Pour ces raisons, ces cultures ont été sélectionnées pour l'évaluation RESCO de la chaîne de valeur et pour l'élaboration des stratégies de développement des chaînes de valeur.

CHAPITRE 5. ÉVALUATION DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Chapitre 5.1 Avantage concurrentiel

Les produits maraîchers cultivés hors saison bénéficient d'un approvisionnement faible durant la période hiver/printemps et ils sont vendus à des prix plus élevés qu'en saison.

L'exportation de légumes frais de serre représente environ 2% de la quantité totale produite, soit environ 1. 950 tonnes (moyenne sur les 5 dernières années) (APIA, n.d.).

La tomate est le premier produit exporté, représentant 82% des quantités exportées (moyenne des 5 dernières années). Il occupe 28,5% de la superficie agricole de Kébili, après le melon serpent (40%) et avant le melon (22%), et il a la production au m² la plus élevée (APIA, n.d.).

Selon l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles –APIA-, les variétés recommandées pour la production sous serre sont: *Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Neziha* (APIA, n.d.).



* Photo by Huzeyfe Turan on Unsplash

L'analyse comparative des prix de vente de la tomate, principal légume de serre exporté vers le marché français, montre une meilleure appréciation de la tomate tunisienne par rapport aux tomates marocaines et espagnoles avec un prix moyen de vente presque le double de celui de la tomate marocaine (1,38 euros/ kg contre 0,73 euros/kg) (APIA, n.d.).

En ce qui concerne le concombre, selon l'APIA, les variétés de concombre recommandées pour la production sous serre sont: *Avir, Pepinex, Vercor, Virel, Banbola*. Le concombre est la principale culture des oasis. Ses longs fruits non sucrés et non aromatiques sont récoltés immatures et consommés frais ou marinés.

La variété majoritairement cultivée dans les oasis du gouvernorat de Kébili est le melon serpent (*Fakous*), généralement consommé avant maturité. Les principaux marchés d'exportation du concombre tunisien sont: la France, la Libye, l'Allemagne, le Canada et le Qatar.

Grâce aux accords agricoles entre la Tunisie et l'Union européenne, la tomate et le concombre sont exonérés de droits de douane pendant certaines périodes et sans restrictions contingentes.

Selon l'APIA, la qualité des produits horticoles reste le premier déterminant de l'exportation. La demande des consommateurs européens s'articule autour de trois points fondamentaux :

- présentation du produit : maturité, couleur et qualité visuelle,
- le goût (qualité du goût),
- valeur nutritionnelle et sanitaire du produit (produit biologique).

Le focus group RESCO (décembre 2021) a sélectionné les **tomates** et le **concombre** comme produits de la chaîne de valeur qui présentent les avantages concurrentiels les plus précieux.

Ces avantages concurrentiels sont (image 2):

⇒ **Infrastructures**

Essentiellement les serres.

Les produits horticoles géothermiques, produits à Kébili, offrent des avantages comparatifs et compétitifs.

Les avantages comparatifs consistent en :

- précocité, régularité d'approvisionnement et livraison en basse saison ainsi qu'une production biologique
- l'utilisation de l'énergie géothermique qui aide à maintenir l'environnement non pollué et, offrant des possibilités intéressantes pour consolider la production en termes qualitatifs et quantitatifs, réduit les infections et apporte plus de valeurs nutritionnelles aux produits séchés (tomate en particulier)

Les avantages concurrentiels consistent en:

- La présence de sels minéraux spéciaux dans l'eau d'irrigation, qui donnent un goût spécial aux produits
- Le savoir-faire des agriculteurs

- Grâce à une production précoce, due à la disponibilité de la lumière (dans les zones arides, le ciel est toujours dégagé) et à cette technique de chauffage par géothermie, il est possible de produire des légumes durant les mois de décembre, janvier et février, la période la plus froide de l'année.

⇒ **Alimentation saine**

On pense que la tomate a de nombreuses propriétés curatives pour la pression artérielle, le cancer, le diabète, les troubles cardiaques, la dépendance au tabac, en raison de la teneur élevée en carotène, anthocyane, vitamine A, calcium, potassium, vitamine B, chrome, qui aide les diabétiques à garder leur glycémie sous contrôle, calculs rénaux et calculs biliaires et autres antioxydants naturels (George, 2004, *Indian Institute of Food Processing Technology*, 2020).

Le concombre, aussi, est un atout santé en raison de son profil nutritionnel atypique. Bien que composé majoritairement d'eau, il contient des micronutriments essentiels dont l'effet est extrêmement positif pour l'harmonie de l'organisme. Ses bienfaits pour la santé sont: pouvoir antioxydant, richesse en eau, source de cuivre et de vitamine K (Zubiria, 2021).

Dans le cas du Fakous (melon serpentine), c'est aussi une bonne source de vitamines C, A et de potassium.

De plus, en général, les produits géothermiques peuvent être considérés plus sains car la culture géothermique nécessite des contrôles quotidiens plus importants de l'environnement de travail, des serres, de la température, etc. qui préservent les légumes des maladies et des fléaux.

Les avantages des produits de Kébili en matière de salubrité consistent en de meilleures valeurs nutritionnelles dues à la qualité de l'eau d'irrigation, à la réduction des infections et à l'environnement propre.

⇒ **Caractéristiques organoleptiques**

Les tomates et concombres géothermiques se caractérisent par une qualité gustative spécifique due notamment à la composition minérale de l'eau et de l'écosystème du sud tunisien (Groupement Interprofessionnel des Légumes, 2016). Dans le cas de la tomate, les conditions géothermiques favorisent notamment un goût organoleptique différent de la poudre de tomate, la rendant plus sucrée que les autres. Par ailleurs, une caractéristique particulière du concombre *Fakous* est sa forme serpentine, qui le rend immédiatement reconnaissable par le consommateur.

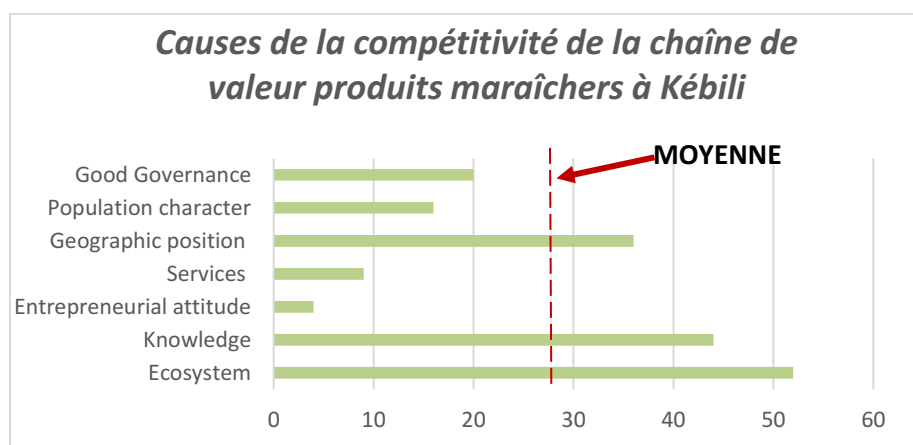
Le focus groupe RESCO a également évalué les facteurs ayant une incidence sur les avantages concurrentiels mentionnés, en soulignant les trois principales causes (voir image 3):



- 1) L'écosystème, compris le système oasien, et les conditions climatiques très spécifiques, impactant particulièrement la salubrité et l'abondance
 - 2) Le savoir-faire local, fruit d'une grande expérience des agriculteurs locaux; notamment pour les caractéristiques organoleptiques et l'abondance
 - 3) La position géographique qui correspond à la position spécifique de la zone, oasis dans le désert; notamment pour les caractéristiques organoleptiques et l'abondance.
- D'un point de vue stratégique, si on veut maintenir les avantages compétitifs à moyen-long terme, il sera important de préserver et de stimuler les facteurs qui les impactent.

Image 3. Causes de la compétitivité de la chaîne de valeur produits maraîchers à Kébili

(Source. RESCO Focus Group)



Chapitre 5.2 Positionnement sur le marché

En 2017 les exportations de produits maraîchers ont augmenté de 21% par rapport à 2016, pour atteindre 102 millions de dinars (MTD) contre 84 MDT, en raison de l'augmentation des certains marchés, principalement européens. En fait, les quantités exportées vers les pays de l'Union européenne ont augmenté de 61%. De même, le pays a enregistré une croissance des exportations vers les pays du Golfe (34%) et la Russie (29%), contre une forte baisse vers le marché libyen de 95% (Observatoire National de l'Agriculture, 2021)

5.2.a Positionnement de la tomate sur le marché

Selon les dernières données disponibles, la valeur des exportations de tomates fraîches en 2016 a augmenté de 38%, occupant le premier rang des exportations, avec un taux de 68% pour une valeur totale de 69 MDT, mais représente encore moins de 2 pour cent de la production totale de tomates. La plupart des exportations se font vers des grandes entreprises certifiées de l'UE (entre 80 et 85% en poids). La France, les Pays-Bas et l'Allemagne couvrent déjà environ 75% des exportations de tomates fraîches (Salhab et. al, 2020).

Les tomates produites sous serres chauffées représentent 95% des exportations de tomates, dirigées principalement vers le marché français (43%) suivi du marché néerlandais (34%), dans le cadre du partenariat avec des investisseurs néerlandais sur plusieurs marchés. (Centre de gestion Web, 2018).

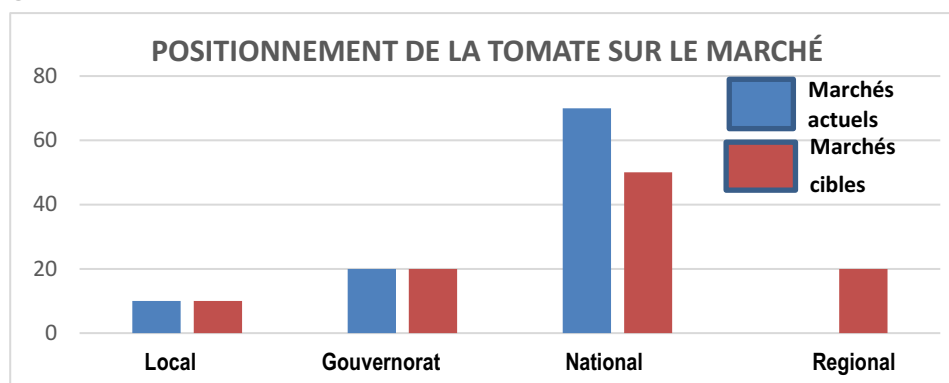
La tendance de la demande de produits à base de tomates prévoit une augmentation de:

- 1) produit de tomate fraîche et naturelle, mais la productivité en Tunisie (58 tonnes métriques par hectare) est très faible par rapport à des pays comme le Maroc (80 tonnes métriques par hectare) ou l'Espagne (86 tonnes métriques par hectare).
- 2) des lignes de produits avec des produits de quatrième gamme (produits frais, prêts à l'emploi), et différentes variétés de tomates fraîches, conditionnées dans des emballages pratiques et individuels.
- 3) tomate séchée¹.
- 4) tomate transformée, en particulier pour les sauces et le ketchup².
- 5) production de tomates invariante aux saisons, parce que les tomates fraîches sont si périssables, donc est nécessaire une logistique de collecte et de transport adaptée pour allonger jusqu'à 10 jours le délai entre la collecte et la consommation et permettre ainsi d'atteindre des marchés plus éloignés.

Le groupe de discussion RESCO a révélé que (voir image 4a):

- Les principaux marchés actuels pour les tomates fraîches de Kébili sont nationaux (70%), suivis du gouvernorat (20%) et locaux (10%)
- Les produits transformés sont très peu pertinents
- En ce qui concerne le principal marché cible, le groupe de discussion envisage un déplacement du national au régional de 20%.
- En ce qui concerne les produits secs et concentrés, le groupe de discussion est convaincu qu'une production pour le marché local est réaliste.

Image 4a. Marchés actuels et cibles de la tomate de Kébili (Source. RESCO Focus Group)



5.2.b Positionnement du concombre sur le marché

Les principaux marchés d'exportation du concombre tunisien sont la France, la Libye, l'Allemagne, le Canada et le Qatar (Brandenberger et al., 2021).

Les exportations de concombres de la Tunisie sont classées comme suit :

¹ Près de 99% de la production tunisienne est exportée vers l'UE. Les principales destinations des tomates séchées tunisiennes sont l'Italie (84,0%), la France (7,2%), l'Allemagne (5%) et le Canada (1%).

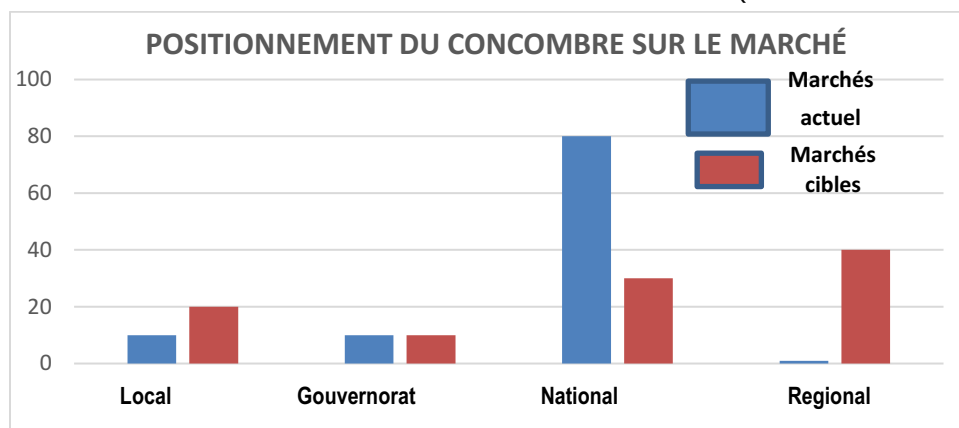
² Il y a environ 10 000 producteurs de tomates liés à la transformation. La plupart des exploitations ont moins de 2 ha, donc la mécanisation n'est pas en place.

- Concombres et cornichons conservés provisoirement par du dioxyde de soufre gazeux ou de l'eau sulfureuse ou dans d'autres solutions de conservation, mais impropres en l'état à la consommation immédiate
- Concombres et cornichons préparés ou conservés au vinaigre ou à l'acide acétique
- Concombres et cornichons, frais ou réfrigérés.

Le groupe de réflexion RESCO a révélé que (voir image 4b) :

- Le principal marché actuel du concombre est national (80%), suivi du gouvernorat (10%) et local (10%).
- Les produits transformés sont inexistants.
- En ce qui concerne le principal marché cible, le groupe de discussion envisage un déplacement du national vers le régional de 70% et une augmentation de 10% du marché local.

Image 4b. Marchés actuels et cibles du concombre de Kébili (Source. RESCO Focus Group)



Chapitre 5.3 Égalité de genre

En ce qui concerne la participation des femmes aux activités de la chaîne de valeur, le groupe de réflexion a déclaré qu'il y a une grande partie des femmes qui travaillent dans la chaîne de valeur des produits maraîchers à Kébili, mais il n'y a pas de chiffres exacts. Les statistiques précises sur les travailleuses manquent, néanmoins le groupe de discussion l'a fixé à 50% environ. Elles travaillent principalement dans la récolte des fruits et légumes, de manière manuelle. La plupart des propriétés sont masculines et les femmes ne travaillent que dans les entreprises.

Le modèle RESCO d'évaluation de l'égalité de genre s'est concentré sur les variables suivantes:

- Participation des femmes aux activités de la chaîne de valeur;
- Accès au financement;
- Accès aux services;
- Poste clé occupé par les femmes dans le gouvernement local;
- Stratégie/mesures/services nationaux pour l'égalité des genres;
- Mesures de conciliation entre responsabilités familiales et professionnelles;
- Installations publiques pour enfants et personnes âgées.



Tableau 2. Égalité de genre dans la chaîne de valeur produits maraîchers à Kébili (Source. RESCO Focus Group)

ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES VARIABLE	NON SATISFAISANT	PARTIELLEMENT SATISFAISANT	SATISFAISANT
Participation des femmes aux activités de la chaîne de valeur			
Accès au financement			
Accès aux services			
Position clé occupée par les femmes dans le gouvernement local			
Stratégie nationale / mesures / services pour l'égalité des genres			
Mesures de conciliation entre famille et travail			
Installations publiques pour enfants et personnes âgées			

En ce qui concerne la participation des femmes aux activités de la chaîne de valeur, les principaux problèmes sont :

- **Faible accès aux postes clés de l'administration publique**, principalement en raison du manque d'orientation des politiques publiques.

Le groupe de discussion a évalué que peu de femmes occupent des postes clés dans le gouvernement local de Kébili (30 % environ). Il y a environ 60% de femmes employées dans la recherche scientifique et dans le secteur administratif, mais au niveau décisionnel ce sont les hommes qui prennent les décisions.

- **Faibles mesures de conciliation entre famille et travail**. Le groupe de réflexion pense que la Tunisie est encore loin d'avoir une législation qui favorise le travail des femmes à l'extérieur du foyer. Dans le pays, il existe des exemples de mesures de conciliation (comme le congé de maternité), mais elles ne sont appliquées que dans le secteur public, pas dans le privé.

- **Manque d'installations publiques pour les enfants et les personnes âgées**. Le groupe de discussion a évalué que les installations publiques sont insuffisantes et inadéquates pour accueillir les enfants et les personnes âgées dans la région de Kébili. La plupart des femmes ne peuvent pas laisser leurs enfants toute la

journée dans les jardins d'enfants, car ils sont souvent ouverts jusqu'à midi. Par contre, dans le secteur de la production horticole il n'y a pas de temps de travail fixe, cela dépend de l'activité et souvent il faut travailler toute la journée. Ce manque d'installations retombe sur les femmes, qui sont traditionnellement chargées de s'occuper des enfants et des personnes âgées.

Les problèmes mineurs sont :

- **La participation des femmes aux activités de la chaîne de valeur**, puisque l'intervention des femmes est très limitée, avec des salaires bas et des conditions défavorables. Le principal problème ici est la propriété foncière, la plupart du temps refusée aux femmes.
- **Accès aux emplois au sein de la chaîne de valeur**, puisque c'est une filière qui demande un effort physique ou l'intervention des femmes est limitée dans des petites interventions qui ne nécessitent pas des efforts.
- **Stratégie/mesures/services nationaux pour l'égalité des genres**. N'est pas appliquée de manière satisfaisante, même s'il n'y a pas de discrimination d'un point de vue réglementaire et législatif.

En ce qui concerne **l'accès au financement**, même s'il n'y a pas de discrimination d'un point de vue réglementaire/législatif, elle existe d'un point de vue pratique. Par exemple, si un homme et une femme demandent le même service financier, l'homme est favorisé. Les banques estiment que les hommes sont plus capables de gérer les financements, alors que les femmes ne peuvent pas prendre de décisions seules. Dans la société la femme n'aspire pas au profit, et, au niveau familial, c'est l'homme qui possède la maison, le terrain et a, donc, plus de chance d'avoir la garantie pour demander un investissement.

La possibilité d'accéder au financement dépend aussi du type de service demandé: le financement pour une activité productive est plus facilement accordé aux hommes qu'aux femmes, car ils sont jugés plus aptes à exercer la production. Au contraire, le financement des services administratifs et organisationnels est plus facilement accordé aux femmes, car elles sont considérées comme plus organisées que les hommes.

Chapitre 5.4 Durabilité

Le modèle RESCO d'évaluation de la durabilité a considéré les variables suivantes:

- Durabilité économique
- Durabilité environnementale
- Économie verte
- Durabilité institutionnelle
- Durabilité sociale



Durabilité économique

Les principales faiblesses sont :

- Les surfaces pour la culture maraîchère sont très limitées ;
- Les PME formelles (collectives et individuelles) sont petites, puisqu'il n'y a pas des transformations des produits maraîchers à Kébili ;
- Emploi (formel + informel) est très limité, puisque la culture maraîchère sous serre se limite que dans les régions où se trouvent les nappes d'eaux géothermales ;
- Les parts d'emploi des femmes sont presque absentes dans la région.



Durabilité environnementale

Sauf que la présence partiellement satisfaisante d'aires protégées, le groupe de réflexion a jugé les programmes de protection de l'environnement très insuffisants et encore moins, leur efficacité. En particulier, il serait nécessaire principalement des interventions pour la gestion de l'eau d'irrigation et l'utilisation de panneaux solaires photovoltaïques pour l'irrigation. Certains programmes encouragent la participation des citoyens à la protection de l'environnement, mais les initiatives de la société civile et le rôle des institutions culturelles et des universités est absolument faible (il n'y a que deux spécialités en écotourisme à Kébili), tant dans la promotion du débat que dans l'échange de pratiques.

L'économie verte est un secteur très faible à Kébili, par rapport à tous ses principaux aspects:

Gestion des déchets et collecte des déchets, économie circulaire, présence d'entreprises de recyclage, production d'énergie alternative, alimentation biologique, conservation du patrimoine historique, savoir-faire artisanal, perception citoyenne sur la contamination atmosphérique.



Durabilité institutionnelle

Le principal problème et contrainte est le faible niveau d'exécution des plans gouvernementaux pour le développement de la chaîne de valeur dans le gouvernorat, et la faible présence de mécanismes financiers spécifiques pour la chaîne de valeur (facilités de prêts, etc.)



Durabilité sociale

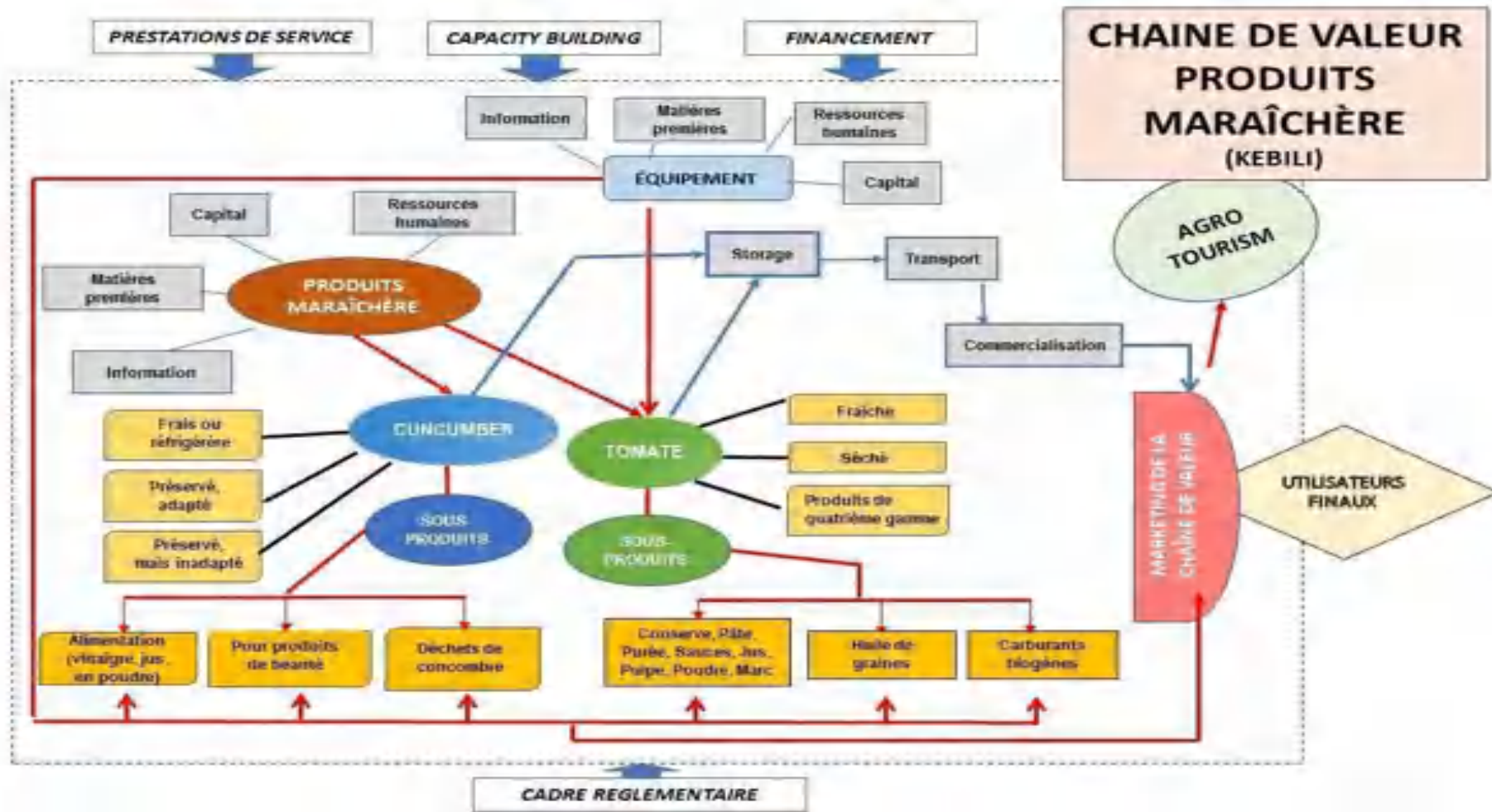
Le groupe de discussion a estimé que la durabilité sociale est faible, bien qu'il existe un modèle économique pour intégrer les porteurs de handicap. Il n'y a pas d'opportunités d'emploi, car le tissu économique est faible et fragile. Les PME gérées par des jeunes de moins de 35 ans et les entreprises à responsabilité sociale sont très peu nombreuses.

L'ANNEXE 1 contient l'évaluation complète de la durabilité.

Chapitre 5.5 Évaluation de la chaîne de valeur des produits maraîchers

Les images suivantes (5a et 5b) montrent les étapes de la chaîne de valeur des produits maraîchers et l'image 6 son développement.

Image 6. La chaîne de valeur des produits maraîchers (Source. ILS LEDA)



Le focus groupe RESCO a évalué les principaux composants pour la chaîne de valeur



Inputs

- **Semences et pépinières** : Au lieu de semences, ils achètent des plants chez des pépinières qui sont situés à l'extérieur et très loin de la ville, par conséquent, ils utilisent des intermédiaires. Il existe une seule pépinière en Kébili qui ne fonctionne pas. La plus proche est à *Gabesh*, par contre, la plupart se trouve dans le nord du pays. L'absence de pépinières sur site peut être justifiée par le coût élevé, les conditions climatiques et les connaissances techniques particulières et spécifiques nécessaires à la gestion.
- **L'accès au financement** n'est pas facile en raison de la faible capacité d'autofinancement et de l'accès difficile au financement institutionnel. L'absence de statut légal des agriculteurs est une grande contrainte de plus, bien que les associations de développement accordent des crédits pour la « Vulgarisation ». Quant à l'accès au financement pour l'économie verte, il existe une loi (loi 71/2017) mais elle n'est pas appliquée. Il existe également des institutions de micro finance et divers bailleurs de fonds, mais l'accès à l'information n'est pas facile.
- **L'accès au programme national**: la Caisse Nationale; Le Commissariat Régional au Développement Agricole de Kébili –CRDA- L'Agence de Promotion d'Investissement Agricole – APIA- fournit des financements possibles, mais il y a un problème d'accès à l'information et un manque de communication entre les acteurs gouvernementaux pour vulgariser l'information.
- Quant à **l'information**, les promoteurs ne recherchent pas les informations sur la demande du marché sauf en cas de besoin, ni sur les nouvelles technologies, puisque les agriculteurs usent des méthodes traditionnelles.
- Concernant les **informations sur l'économie verte**, l'accès est faible et parfois difficile car il manque l'information au niveau de l'administration. Aussi les recherches sont toutes académiques et difficiles à utiliser par les agriculteurs.
- En ce qui concerne les **équipements**:
Pour la production de tomates, il y a un manque de cultivateur de motoculteur; et pour la production de concombres, la trieuse/calibreuse n'est pas utilisée car l'étape de triage est exécutée manuellement.
- Quant aux **fournitures et biens consommables**, il y a un manque de fournitures pour les outils, les machines pour les emballages et pour les protections Covid19.
- Enfin, en ce qui concerne les **équipements et fournitures pour l'économie verte**, il y a peu d'équipements utilisant des énergies alternatives, alors qu'il n'y a pas d'usines qui utilisent le recyclage des déchets ou des fournitures fabriquées à partir de matériaux recyclables à Kébili.



Acheteurs

- La majorité sont des intermédiaires
- Il n'y a pas des initiatives de commerce équitable ou vente à l'industrie
- L'administration publique (école, hôpitaux, administrations locales etc.) n'achète pas de produits locaux aux agriculteurs.



Prestations de service

L'assistance technique est faible, tant l'assistance publique (insuffisante pour satisfaire l'extension territoriale des cultures géothermiques), que l'assistance privée, coûteuse et peu intéressée aux petits producteurs.

Les besoins les plus prioritaires sont :

- Aide aux semis, méthode de semis à temps, irrigation, gestion, résistance aux ravageurs et aux maladies, productivité de la récolte, contrôle des variétés, stabilité des performances, etc.
- Accès au financement
- Certification biologique

- Foires, festivals et événements culturels
- Activités d'écotourisme

Les besoins avec une priorité mineure:

- Services techniques, administratifs, organisationnels
- Marketing
- Formation
- Accompagnement dans le développement de coopératives et réseautage
- Accompagnement dans le développement d'alliances et associations
- Control de la qualité des sols

Sous-Produits:

a) Sous-produits de la tomate:

Presque aucun sous-produit de la tomate n'est réalisé à Kébili à l'échelle commerciale. Il n'y a pas de culture de transformation sur place et les producteurs vendent plus facilement des produits frais.

Néanmoins, des opportunités existent pour la production des produits suivants:

- Tomates en conserve
- Pâte de tomate (Concentré)
- Purée de tomates:
- Sauces de tomates
- Ketchup aux tomates
- Passata (crème de tomates)
- Tomates séchées
- Chutney de tomates
- Jus de tomate
- Pulpe de tomate
- tomate en poudre
- Carburants biogènes
- Huile de graines de tomate



b) Sous-produits du concombre:

Aussi pour le concombre, presque aucun sous-produit n'est réalisé à Kébili à l'échelle commerciale. Il n'y a pas de culture de transformation sur place et les producteurs vendent plus facilement des produits frais.



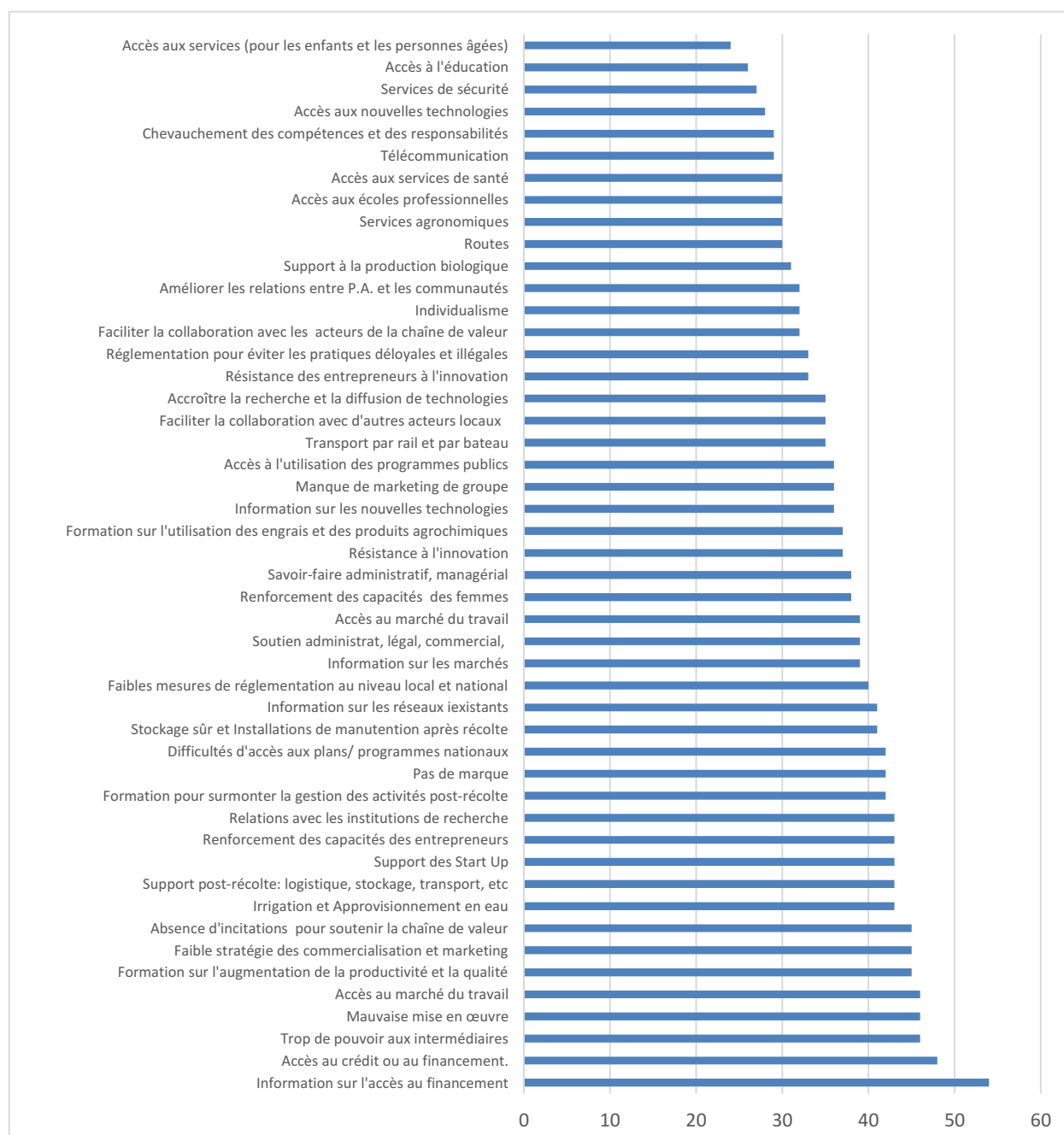
Néanmoins, des opportunités existent pour la production des produits suivants:

- Concombre au vinaigre
- Jus de concombre
- Concombre en poudre
- Extrait de concombre pour produits de beauté: cosmétiques, shampoings, savons, huiles essentielles
- Déchets de concombre pour matériaux d'emballage

Chapitre 5.6 Les obstacles

L'image suivante présente les obstacles au développement compétitif, inclusif et durable de la chaîne de valeur, selon les priorités assignées par le groupe de réflexion RESCO (plus le score est élevé, plus l'obstacle est grand).

Image 7. Les obstacles au développement de la chaîne de valeur des produits maraîchers à Kébili (Source. RESCO Focus)



Les principaux obstacles on souligne:

- 1) Information sur l'accès au financement
- 2) Accès au crédit ou au financement
- 3) Trop de pouvoir aux intermédiaires
- 4) Mauvaise mise en œuvre
- 5) Accès au marché du travail
- 6) Formation sur l'augmentation de la productivité et la qualité
- 7) Faible stratégie des commercialisation et marketing
- 8) Absence d'incitations pour soutenir la chaîne de valeur
- 9) Irrigation et approvisionnement en eau
- 10) Support post-récolte: logistique, stockage, transport, etc.
- 11) Support des Start Up
- 12) Renforcement des capacités des entrepreneurs
- 13) Relations avec les institutions de recherche
- 14) Formation pour surmonter la gestion des activités post-récolte
- 15) Pas de marque
- 16) Difficultés d'accès aux plans et programmes nationaux

Entre les obstacles moins pertinents on rencontre:

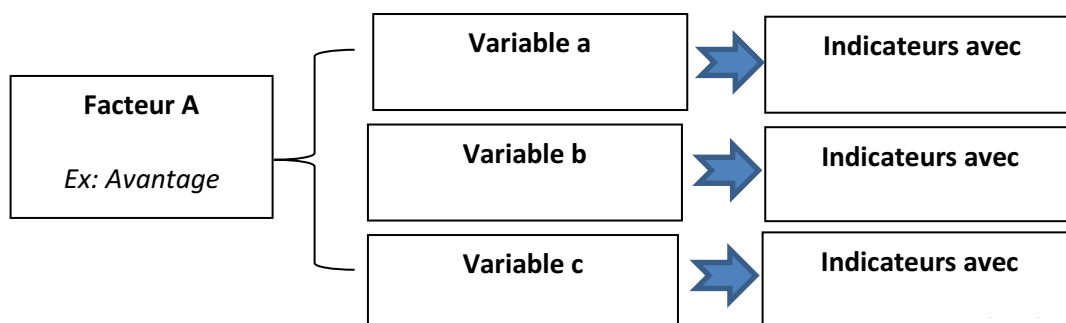
- 17) Stockage sûr et installations de manutention après récolte
- 18) Information sur les réseaux existants
- 19) Faibles mesures de réglementation au niveau local et national
- 20) Information sur les marchés
- 21) Soutien administratif, légal, commercial
- 22) Accès au marché du travail
- 23) Renforcement des capacités des femmes
- 24) Savoir-faire administratif, managérial
- 25) Résistance à l'innovation
- 26) Formation sur l'utilisation des engrais et des produits agrochimiques
- 27) Information sur les nouvelles technologies
- 28) Manque de marketing de groupe
- 29) Accès à l'utilisation des programmes publics
- 30) Transport par rail et par bateau
- 31) Faciliter la collaboration avec d'autres acteurs locaux
- 32) Accroître la recherche et la diffusion de technologies

CHAPITRE 6. LES RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR UN DÉVELOPPEMENT COMPÉTITIF ET INCLUSIF

Chapitre 6.1 La méthodologie pour l'élaboration des recommandations stratégiques pour le développement de la chaîne de valeur des produits maraîchers

La méthodologie RESCO utilise les apports de l'évaluation RESCO (entretiens), de l'analyse de la littérature secondaire et des consultations d'experts, et après, elle classe tous ces résultats dans un certain nombre de domaines d'intervention. Les entrées font référence aux indicateurs d'impact de chaque variable,

correspondant à chaque facteur, soit s'il est positif (points de force), soit négatif (points de faiblesse), comme illustré dans l'exemple suivant.



Les actions stratégiques correspondantes doivent être adressées à :

- a) Maintenir les points de forts sur le long terme
- b) Lever les obstacles au développement, car ils représentent des points de faiblesse

RESCO, enfin, utilise un algorithme simple pour dériver les actions stratégiques pour chacune des «variables» correspondant aux différents «facteurs»³.

En particulier, la formule est la suivante :

$$Sa = f(V_{ij}, Fa_n)$$

Sa = Actions Stratégiques

V_{ij} = Variable "i" du Composant "j"

Fa_n = Factor "n"

Chapitre 6.2 Du potentiel et des besoins à l'action

Le tableau suivant résume le potentiel et les besoins, selon l'évaluation précédente.

Tableau 3. Besoins stratégiques de la chaîne de valeur des produits maraîchers à Kébili
(Source RESCO Focus Group)

Besoins stratégiques	Priorité
VALORISER LES AVANTAGES CONCURRENTIELS EXISTANTS	
Pour la chaîne de valeur globale	
Faciliter le maintien de l'écosystème non contaminé: maintenir ou améliorer la fertilité des sols et réduire l'érosion des sols, contrôler l'irrigation en contrôlant la salinité et la composition de l'eau	HP

³ Voir RESCO at Glance in www.ilsleda.org

Améliorer la gestion de l'eau grâce à des techniques de collecte de l'eau pour retenir l'eau de pluie; diminution de l'utilisation de l'eau dans l'agriculture en empêchant les pertes d'eau o introduction/accent mis sur l'irrigation goutte à goutte (sous le sol); augmentation de l'efficacité de l'utilisation de l'eau; améliorer la réutilisation des eaux usées	
Améliorer la connaissance des avantages concurrentiels et de l'approche stratégique pour les autorités locales et les autres acteurs locaux	HP
Faciliter le transfert de connaissances et l'innovation à travers d'écoles professionnelles, d'écoles de terrain, également à travers des accords avec des établissements d'enseignement	
Renforcer le programme de protection des oasis et différentes infrastructures (villages, routes, etc.)	HP
Sous-chaîne de valeur: Tomate	
Sensibiliser les agriculteurs à ne pas abandonner la culture de la tomate, avec une référence particulière aux variétés <i>Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Neziha</i> pour ses bonnes opportunités de marchés et de revenus	HP
Sensibiliser les agriculteurs à réaliser des sous-produits de la tomate	HP
Sous-chaîne de valeur: Concombre	
Faciliter des stratégies de commercialisation pour valoriser principalement la variété <i>Fakous</i> , mais aussi les variétés <i>Avir, Pepinex, Vercor, Virel, Banbola</i>	HP
Sensibiliser les agriculteurs aux avantages et aux opportunités d'entrer dans les entreprises de sous-produits du concombre	HP
POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ	
Sous-chaîne de valeur: Tomate	
Réaliser des actions collectives de vente directe ou négocier collectivement avec des intermédiaires	HP
Améliorer les stratégies de marketing au niveau national	HP
Réaliser la diversification des produits	HP
Sous-chaîne de valeur: Concombre	
Améliorer les stratégies de marché, notamment en référence aux marchés régionaux (Libye)	HP
Promouvoir une marque territoriale spécifique pour les variétés de concombre produites à Kébili	HP
Soutenir l'entrée sur le marché des petits producteurs, surtout en favorisant les alliances commerciales	HP
ÉGALITÉ DE GENRE	
Améliorer l'accès des femmes aux postes clés dans les instances gouvernementales	HP
Renforcer les capacités des femmes pour accéder aux postes gouvernementaux clés	
Mener des actions de sensibilisation et de lobbying auprès des institutions nationales compétentes afin de mettre en œuvre les mesures existantes dans le domaine de l'égalité femmes-hommes	
Stimuler le renforcement et la création d'entreprises sociales pour l'accueil des enfants et des personnes âgées	HP
Promouvoir l'application de mesures de conciliation dans la chaîne de valeur (en particulier pour les petites entreprises, conformément à la législation en vigueur dans le secteur public, ex. le congé de maternité)	HP
Offrir aux femmes des opportunités d'accéder au travail, en particulier dans la transformation de tomates fraîches	MP
Renforcer les capacités techniques et entrepreneuriales des femmes	
Sensibiliser les femmes et la population à l'avantage des femmes chefs d'entreprise	MP
Favoriser les femmes propriétaires d'entreprises féminines	

Renforcer les prestataires de services locaux pour fournir des services personnalisés aux femmes	
DURABILITÉ DE LA CHAÎNE DE VALEUR DE LA DATE	
<i>Durabilité économique</i>	
Augmenter la capacité de production	HP
Améliorer l'équipement des serres	
Augmenter le nombre d'entreprises et encourager la création de nouvelles entreprises, notamment pour la transformation des produits	
Accroître les opportunités d'emploi, en particulier celles destinées aux femmes, et stimuler la formalisation du travail féminin	HP
<i>Durabilité environnementale</i>	
Améliorer l'efficacité de la protection environnementale des oasis	HP
Améliorer la gestion des eaux d'irrigation et l'utilisation des panneaux solaires photovoltaïques pour l'irrigation	
Réaliser des campagnes d'information sur la durabilité environnementale	
Promouvoir la présence d'un corps de volontaires pour la protection de l'environnement	MP
Travail actif d'association ou de fondation	
Initiatives ou programmes pour faciliter la participation des citoyens à la protection de l'environnement	
Renforcer les organisations de la société civile et leur coordination avec les autres acteurs locaux	MP
Campagnes de sensibilisation sur la contamination de l'environnement et le recyclage des déchets solides municipaux (lutte contre l'incendie des déchets, réutilisation/recyclage des matériaux de construction, déchets des compagnies pétrolières) également à travers des accords et conventions avec les sociétés de gestion des déchets	HP
<i>Économie verte</i>	
Favoriser la création d'entreprises de recyclage	HP
Faciliter la création d'entreprises de production d'énergies alternatives	
Faciliter la production biologique	
<i>Durabilité institutionnelle</i>	
Faciliter l'influence sur la planification et l'exécution du gouvernement en faveur du développement de la chaîne de valeur	HP
Promouvoir et mettre en place des mécanismes financiers spécifiques pour la chaîne de valeur (activation du Fonds de garantie)	
<i>Durabilité sociale</i>	
Faciliter la création d'emplois en relation avec des personnes aux capacités différentes	HP
Identification des opportunités d'emploi au sein de la chaîne de valeur adaptées aux personnes ayant des capacités différentes	
Identification des opportunités d'emploi au sein de la chaîne de valeur adaptées aux personnes peu qualifiées	HP
Faciliter l'activation d'un cadre juridique favorable à l'entrepreneuriat des jeunes	HP
Faciliter l'activation d'un cadre juridique favorable à la responsabilité sociale des entreprises	HP
STATUT DE LA CHAÎNE DE VALEUR	
Pour la chaîne de valeur globale	
<i>Inputs</i>	
Faciliter l'achat de semences au niveau local, grâce à de meilleures négociations avec les intermédiaires	MP

Promouvoir la création de pépinière	MP
Faciliter l'engagement du personnel peu qualifié	MP
Améliorer l'accès au financement, soit en termes d'autofinancement, soit d'accès au crédit et aux opportunités financières publiques, grâce à l'accès à l'information et à l'amélioration des capacités d'application des sollicitations/demandes	MP
Construire un système d'information efficace, clair et accessible sur la demande nationale, régionale et internationale	MP
Construire un système d'information efficace, clair et accessible sur la technologie et l'innovation et les technologies vertes	MP
Créer des liens/réseaux entre producteurs, chercheurs et politiques publiques. Améliorer la diffusion de l'information sur les nouvelles technologies	
Améliorer l'utilisation d'équipements de fabrication plus avancés, tels que l'introduction de serres durables multi-tunnels ou de haute technologie	MP
Faciliter l'achat d'équipements coûteux qui utilisent des énergies alternatives	MP
Faciliter et promouvoir les entreprises qui effectuent le recyclage des déchets	HP
Faciliter et promouvoir les entreprises qui fabriquent des matériaux recyclés	HP
<i>Acheteurs</i>	
Améliorer les relations commerciales directes, également à travers de ventes collectives	MP
Améliorer les capacités de commercialisation	
Améliorer les capacités de vente directe sur le lieu de production ou dans leurs propres magasins, ou via internet	MP
Améliorer les capacités d'accès au commerce équitable	HP
Améliorer les capacités de vente à l'industrie	HP
Améliorer les capacités de vente à l'administration publique	HP
<i>Prestations de service</i>	
Faciliter l'accès aux services agronomiques, tels que les semis, la méthode de semis à temps, l'irrigation, la gestion, la résistance aux ravageurs et aux maladies, la productivité de la récolte, le contrôle des variétés, la stabilité des performances, etc.	HP
Faciliter l'accès aux services techniques, administratifs, organisationnels	MP
Faciliter l'accès aux services de marketing/commercialisation	MP
Faciliter l'accès aux services de formation	MP
Faciliter le développement de coopératives et réseautage	MP
Faciliter le développement d'alliances et associations	MP
Faciliter l'accès au financement	HP
Faciliter l'accès aux services de contrôle de la qualité des sols	MP
Faciliter l'accès aux services d'assurance	HP
Faciliter l'accès aux services de certification biologique	HP
Promouvoir les foires, festivals	HP
Promouvoir les événements culturels	HP

Promouvoir les foires pour les produits biologiques	HP
Sous-chaîne de valeur: Tomate	
<i>Sous-produits</i>	
Réaliser des formations sur les avantages de la production de sous-produits de tomates	HP
Accompagner les entreprises dans la réalisation: Tomates en conserve; Tomates italiennes concassées; Pâte De Tomate (Concentré); Purée de tomates; Sauces Tomates; Ketchup aux tomates; Passata (crème de tomates); Tomates séchées; Chutney de tomates; Jus de tomate; Pulpe de tomate; Tomate en poudre; Marc de tomate; Carburants biogènes; Huile de graines de tomate	HP
Sous-chaîne de valeur: Concombre	
<i>Equipment</i>	
Promouvoir l'utilisation de trieuse/calibreuse de concombres	
<i>Sous-produits</i>	
Réaliser des formations sur les avantages de la production de sous-produits du concombre	HP
Accompagner les entreprises dans la réalisation: Concombre au vinaigre; Jus de concombre; Concombre en poudre; Extrait de concombre pour produits de beauté: cosmétiques, shampoings, savons, huiles essentielles, etc.; Déchets de concombre pour matériaux d'emballage	HP
OBSTACLES	
Informations sur les possibilités d'accès au financement	HP
Accès au crédit ou au financement	
Faciliter la vente directe, éventuellement par une approche ou des dispositifs collectifs	
Créer un intérêt favorable pour la culture de la tomate, au lieu d'autres cultures	
Faciliter l'égalité de genre	
Favoriser l'accès au marché du travail pour tous les genres et fournir des informations sur les opportunités de la chaîne de valeur	
Renforcer les capacités des femmes et des hommes pour accéder au marché du travail	
Renforcer les capacités pour augmenter la productivité et la qualité	
Améliorer les informations sur les tendances de la demande du marché	
Réaliser une stratégie de marketing de la chaîne de valeur, compris la publicité sur l'avantage concurrentiel, l'image et les moyens de communication diversifiés	
Établir des liens avec le gouvernement national	
Améliorer la gestion des eaux d'irrigation, et l'utilisation des panneaux solaires photovoltaïques pour l'irrigation	
Améliorer les services de soutien post-récolte (logistique, stockage, transport, etc.)	
Renforcement des capacités sur les activités post-récolte	
Créer des services efficaces pour le démarrage d'entreprise	
Renforcement des capacités des entrepreneurs	
Promouvoir les liens et les accords avec les universités pour faciliter les recherches et les innovations	
Faciliter l'accès aux programmes nationaux	
Améliorer les mesures de mise en œuvre des programmes nationaux au niveau local	
Faciliter les liens avec les réseaux existants au niveau national et international et l'accès à l'information	
Fournir des services administratifs, juridiques, de gestion et commerciaux aux entreprises	MP
Renforcement des capacités des femmes	

Sensibiliser à l'importance de l'innovation	
Fournir des informations sur les nouvelles technologies	
Accroître la recherche et la diffusion de technologies	
Mettre en place des moyens pour faciliter la collaboration entre les acteurs locaux	
Améliorer les transports	

Chapitre 6.3 La vision stratégique 2030

Selon l'évaluation précédente et les potentialités, opportunités et obstacles résultent, la vision stratégique peut être ainsi envisagée:

D'ici 2030, déterminer un développement compétitif, inclusif et durable de la chaîne de valeur des produits maraîchers, fondé sur:

Un profilage de Kébili comme un excellent endroit où produire des tomates et des concombres et étendre leurs ventes aux marchés régionaux (dans le cas du concombre) et internationaux (dans le cas des tomates), grâce aux avantages comparatifs et concurrentiels de ses serres géothermiques uniques; son écosystème et des savoir-faire locaux à travers une stratégie, basée sur les atouts suivants:

Atouts économiques, concernant :

- Accroître la capacité des entreprises existantes et en créer de nouvelles, en introduisant la haute technologie des serres durables et de nouvelles techniques axées sur l'économie d'eau et la gestion du climat.
- Soutenir la production de sous-produits de la tomate et de bioproduits
- Améliorer les activités post-récolte
- Promouvoir et faciliter l'innovation

Atouts sociaux, concernant :

- Renforcer la cohésion sociale
- Offrir à toutes les personnes des chances égales de travail et de vivre en toute sécurité, sans risques ni discrimination
- Renforcer les entreprises sociales

Atouts environnementaux, concernant :

- Protéger l'environnement pour le futur, comme source principale de l'avantage concurrentiel
- Améliorer la gestion de l'eau
- Stimuler l'économie circulaire

Les avantages concurrentiels et comparatifs de la chaîne de valeur sont les suivants.

Avantages comparatifs

Produire sous serre permet :

- a) une production toute l'année;
- b) un état d'équilibre des produits sains;
- c) l'utilisation d'énergie propre et bon marché;
- d) la production de produits séchés à haute valeur nutritionnelle.

Les avantages concurrentiels résident dans la singularité de l'écosystème oasien, l'eau d'irrigation géothermique, apportant un goût particulier grâce à la qualité de ses sels minéraux, et le savoir-faire local.

Le projet CROLET atteindra ses objectifs grâce à une double action:

A. soutien direct à ses bénéficiaires

B. création de L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCALE –ADEL–, comme fournisseur de services, qui durera après la fin formelle du projet.

Grâce à l'évaluation RESCO ont été identifiés les domaines d'action stratégiques suivants:

Gouvernance Participative, pour construire un environnement favorable au développement compétitif, inclusif, innovant et durable de la chaîne de valeur

Système de services complet et intégré, pour fournir l'assistance nécessaires aux producteurs, aux acteurs locaux et à la population, de manière efficace et efficiente

Renforcement des capacités, pour rendre les acteurs locaux de la chaîne de valeur capables de répondre aux défis du développement

Le plan stratégique a été élaboré parmi les trois étapes suivantes:

- 1) Définition des actions nécessaires pour répondre à chaque opportunité ou besoin, tels qu'ils résultent de l'évaluation RESCO et la bibliographie.
- 2) Regroupement des actions mentionnées en correspondance de trois domaines stratégiques: la gouvernance, les services et le marketing.
- 3) Sélection des actions stratégiques et rédaction du plan d'action, selon trois ordres de priorités:

Haute priorité: Actions correspondant aux objectifs du Projet CROLET, et correspondant, dans le même temps, aux « Hautes Priorités (HP) » indiquées par le groupe RESCO

Ces actions peuvent être réalisées dans le cadre des activités et du budget du Projet CROLET

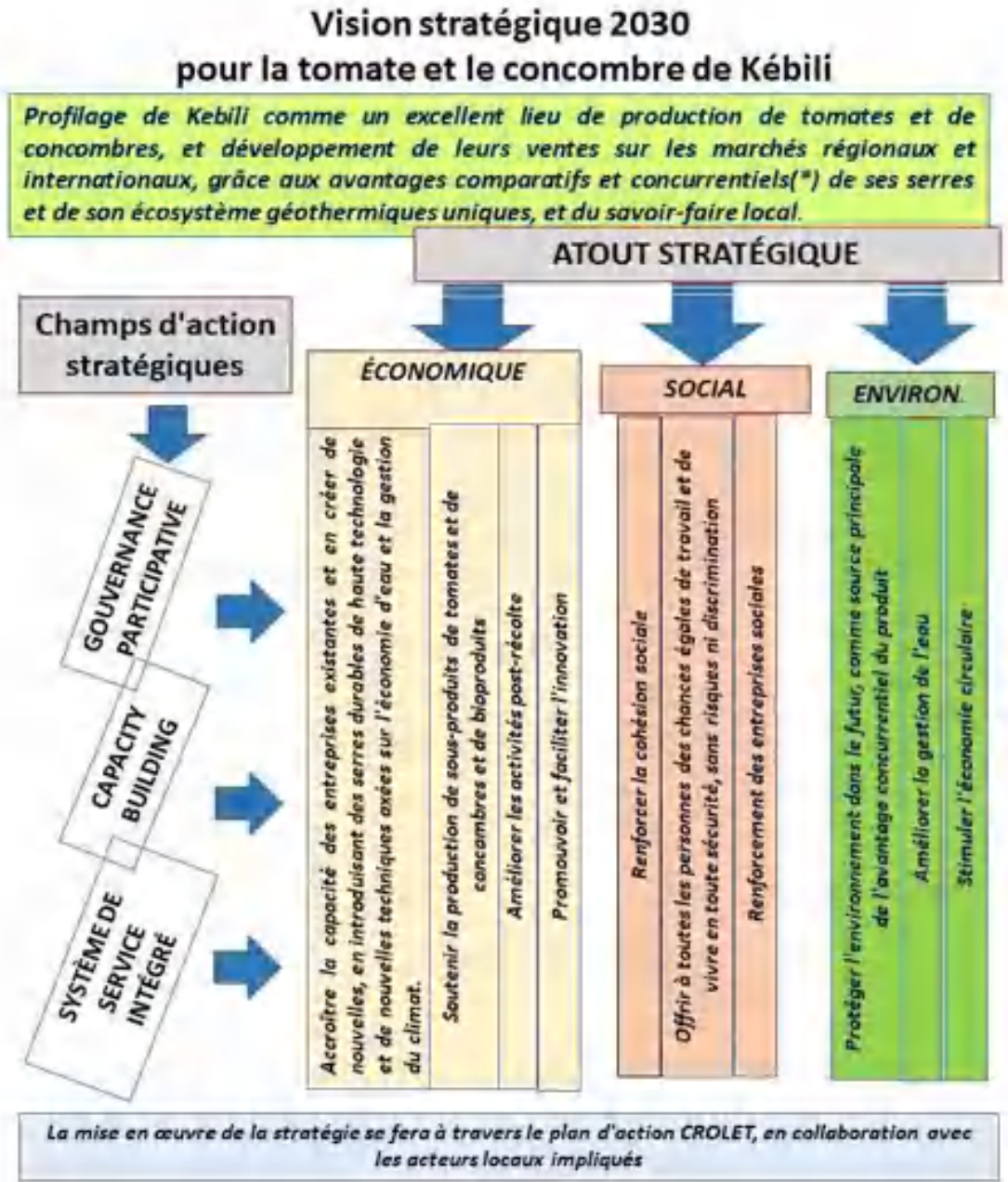
Priorité moyenne: Actions correspondant aux « Hautes Priorités (HP) » indiquées par le groupe RESCO, mais qui ne sont pas explicitement prévues dans les activités et le budget du Projet CROLET

Ces actions peuvent être anticipées ou facilitées par le projet CROLET

Priorité basse: Actions recommandées à mettre en œuvre au-delà du projet CROLET, dans le cadre des mécanismes de gouvernance construits au sein du programme.

L'image 8 montre les atouts économiques, sociaux et environnementaux correspondants, ainsi que les avantages comparatifs et concurrentiels; l'image 9 résume les actions stratégiques pour chaque domaine d'action.

Image 8. Vision stratégique 2030 pour les produits maraîchers à Kébili (Source. ILS LEDA)



(*) Les avantages comparatifs de la serre consistent en: (a) une production garantie toute l'année; (b) produits sains; (c) l'utilisation d'énergie propre et bon marché; d) la production de produits séchés à haute valeur nutritionnelle.

Les avantages concurrentiels consistent dans la singularité de l'écosystème oasien, l'eau d'irrigation géothermique qui apportant un goût particulier grâce à la qualité de ses sels minéraux, et le savoir-faire local.

Legenda
ENVIRON= Environnement

Image 9. Domaines et actions stratégiques pour les produits maraîchers à Kébili (Source. ILS LEDA)



Chapitre 6.4 Les actions stratégiques

A1. Actions stratégiques de haute priorité

A1.1 GOUVERNANCE PARTICIPATIVE

A.1.1.1 Stimuler et soutenir les actions collaboratives entre les acteurs locaux à travers:

- Renforcement des collaborations de chaîne de valeur entre les acteurs, pour fournir un soutien financier et non financier à la chaîne de valeur et réaliser des actions collectives pour les ventes directes et les stratégies de marketing
- Promouvoir une AGENCE DE DÉVELOPPEMENT ECONOMIQUE LOCAL –ADEL.
- Promouvoir des ventes ou des achats communs, l'utilisation d'équipements, le stockage commun, le transport et la distribution, etc.
- Réaliser des schémas alternatifs d'accès au financement, en surmontant les obstacles tels que les garanties, les conditions bancaires strictes, etc., tels que les fonds de garantie, les fonds de solidarité, etc., les services d'assurance
- Faciliter les liens avec les réseaux existants au niveau national et international et l'accès à l'information

A.1.1.2 : Réaliser de sessions de formation sur le lobbying auprès du gouvernement national pour améliorer le soutien à la mise en œuvre du Plan d'action 2015 de la stratégie de développement durable de l'écosystème oasien en Tunisie, du Ministère de l'Environnement et du Développement Durable (comme ce que précise l'objectif 4 : « Protéger les oasis contre les inondations et l'envasement, à travers le renforcement du programme de protection des oasis et des différentes infrastructures (villages, routes, etc.) (*Plan d'action de la stratégie de développement durable des oasis en Tunisie, 2015*)

A.1.1.3: Promouvoir l'agro-tourisme

A1.2 SYSTÈME DE SERVICES

A.1.2.1 : Création de pépinières pour les banques de semences existantes.

A.1.2.2 : Mise en place du système de services ADEL pour le soutien au développement des filières adaptées à la demande et aux perspectives du marché, et formation du personnel pour sa gestion

L'ADEL jouera le rôle de:

- Coordonner les services existants
- Faciliter l'accès aux informations sur les tendances de la demande
- Améliorer les stratégies de marché
- Fournir une assistance technique pour améliorer la performance et les capacités des entreprises,

A.1.2.3 : Promouvoir et accompagner les jeunes entrepreneurs

A.1.2.4 : Faciliter l'accès au crédit à travers l'établissement des accords avec les institutions financières pour la mise en place du fonds de garantie et du fonds de dotation.

A.1.2.6: Faciliter l'accès à l'information sur toutes les opportunités d'accès au financement

A.1.2.7: Stimuler le renforcement et la création d'entreprises sociales pour l'accueil des enfants et des personnes âgées

A.1.2.8: Stimuler les initiatives de solidarité pour la prise en charge des personnes âgées et des en

- Réalisation d'une campagne de sensibilisation sur l'économie sociale, l'égalité de genre et la protection de l'environnement
- Introduction de serres durables multi-tunnels et de haute technologie, des techniques durables axées sur l'économie d'eau et la gestion du climat.

Actions spécifiques pour la sous-chaîne de valeur de tomates

A.1.2.9: Activités valorisant les variétés locales de tomates, telles que: *Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Neziha*

A.1.2.10: Soutenir la production de sous-produits du tomates et la création de nouvelles entreprises, avec une référence particulière aux jeunes entrepreneurs et aux domaines suivants: tomates en conserve, tomates prune concassées, pâte de tomate (concentré), purée, ketchup, crème, chutney, jus, pulpe, marc, poudre de tomate, tomates séchées, carburants biogéniques, huile de graines de tomate

A.1.2.11: Services agronomiques (notamment sur les semis, la méthode de semis à temps, l'irrigation, la gestion, la résistance aux ravageurs et aux maladies, la productivité de la récolte, le contrôle des variétés, la stabilité des performances, certification biologique, etc.)

A.1.2.12: Soutenir la production de tomates biologiques

Actions spécifiques pour la sous-chaîne de valeur de concombre

A.1.2.13: Soutenir la production de différentes variétés de produits de concombre, telles que: la variété *Fakous*, mais aussi les variétés *Avir, Pepinex, Vercor, Virel, Banbola*

A.1.2.14: Soutenir la production de sous-produits du concombre, et la création de nouvelles entreprises, avec une référence particulière aux jeunes entrepreneurs et aux domaines suivants: concombre mariné; jus de concombre; poudre de concombre; extrait de concombre pour produits de beauté: cosmétiques, shampoings, savons, huiles essentielles, etc.; déchets de concombre pour les matériaux d'emballage

A.1.2.15: Soutenir l'entrée sur le marché des petits producteurs, surtout en favorisant les alliances commerciales

A1.3 RENFORCEMENT DES CAPACITÉS

A.1.3.1 : Réaliser des sessions de formation pour augmenter les opportunités d'emploi, en particulier celles destinées aux femmes et stimuler la formalisation du travail féminin

A.1.3.2 : Réaliser des sessions de formation pour faciliter les services pour l'agrotourisme

A.1.3.3 : Réalisation de cours d'amélioration de la compétitivité et de la productivité, hygiène et sécurité alimentaire et certifications, contrôle de la qualité, traçabilité, cours de marketing et de vente collective, énergies alternatives, emballage, production d'engrais organiques, réutilisation des déchets de la chaîne de valeur et les déchets solides.

A.1.3.4 : Réaliser des cours en ligne sur les nouvelles opportunités de travail pour les jeunes et les femmes, telles qu'elles ont résulté de l'analyse RESCO, pour :

- la mise à jour et le suivi des recommandations stratégiques;
- l'influence sur les politiques nationales;
- la réalisation des stratégies de marketing,

A.1.3.5 : Améliorer les capacités des acteurs locaux pour accéder à des lignes de crédit nationales et internationales, en impliquant des partenaires potentiels (gouvernement et institutions nationales, coopération internationale, etc.)

A.1.3.6 : Réaliser une campagne de sensibilisation sur l'importance de la durabilité environnementale et du maintien de la biodiversité, en utilisant les médias sociaux, les médias d'information (radio, télévision, journaux); les écoles et les universités.

Actions spécifiques pour la sous-chaîne de valeur de tomates

A.1.3.7 : Éducation professionnelle: Transfert de connaissances à travers d'écoles professionnelles, d'écoles de terrain (pratique de la FAO), également à travers des accords avec des établissements d'enseignement

A.1.3.8: Améliorer les capacités des femmes à accéder aux postes gouvernementaux clés et au marché du travail

A.1.3.9: Sensibilisation concernant: Contamination environnementale et recyclage des déchets solides municipaux (lutte contre l'incendie des déchets, réutilisation/recyclage des matériaux de construction, déchets des compagnies pétrolières) à travers des accords et conventions avec des sociétés de gestion des déchets ; durabilité environnementale et responsabilité sociale des entreprises (partage des meilleures pratiques)

A.1.3.10: Sensibilisation des agriculteurs pour:

- Ne pas abandonner la culture de la tomate, avec une référence particulière aux variétés *Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Nezih*, en raison de ses bonnes opportunités de marchés et de revenus, et de la réalisation de sous-produits
- Accroître les connaissances sur les avantages de la valorisation des sous-produits de la tomate

Actions spécifiques pour la sous-chaîne de valeur de concombre

A.1.3.11: Réaliser des formations sur les avantages de la réalisation des sous-produits du concombre

A.1.3.12: Sensibiliser et renforcer les capacités des agriculteurs sur les avantages et les opportunités d'entrer dans les entreprises de sous-produits du concombre

A2 : Actions stratégique de moyenne priorité

A2.1 GOUVERNANCE PARTICIPATIVE

A.2.1.1 : Faciliter la protection de l'environnement, avec une référence particulière à l'amélioration de la gestion des eaux d'irrigation, et l'utilisation des panneaux solaires photovoltaïques pour l'irrigation contre le gaspillage d'eau

A.2.1.2 : Faciliter l'activation d'un cadre juridique favorable à la responsabilité sociale des entreprises (partage des meilleures pratiques)

A.2.1.3 : Stimuler les initiatives de solidarité pour la prise en charge des personnes âgées et des enfants

A.2.1.4 : Établir avec le gouvernement local un plan pour faciliter l'accès des femmes aux postes clés du gouvernement, et des actions de formation correspondantes

A.2.2 SYSTÈME DE SERVICE INTÉGRÉ

Actions spécifiques pour la chaîne de valeur des produits maraîchers

A.2.2.7 : Faciliter la création d'emplois pour l'intégration des personnes handicapées, via internet, également adressé à l'industrie, à l'administration publique et au commerce équitable

A.2.2.8 : Stimuler le renforcement et la création d'entreprises sociales pour l'accueil des enfants et des personnes âgées

A.2.3 RENFORCEMENT DES CAPACITÉS

A.2.3.1: Réaliser des sessions de formation pour faciliter les services pour l'agrotourisme

A3: Actions stratégique de faible priorité

A3.1 GOUVERNANCE PARTICIPATIVE

Actions spécifiques pour la chaîne de valeur des produits maraîchers

A.3.1.4 Lobbying auprès du gouvernement national, principalement pour :

- Promouvoir et réaliser des initiatives ou des programmes pour faciliter la participation des citoyens, tels que des campagnes de nettoyage, la collecte des déchets, l'écotourisme, des cours de formation avec les écoles, des campagnes de reboisement, la gestion rationnelle des ressources en eau
- Faciliter le développement de coopératives et réseautage
- Favoriser l'application de mesures de conciliation dans la chaîne de valeur (en particulier pour les petites entreprises), conformément à la législation en vigueur dans le secteur public, par ex. congé maternité
- Mettre en œuvre les mesures existantes en matière d'égalité de genre
- Améliorer les transports

A.3.1.5 : Promouvoir et faciliter l'innovation, principalement par

- Créer des liens/réseaux entre producteurs, chercheurs et politiques publiques
- Améliorer la diffusion de l'information sur les nouvelles technologies

A.3.1.6 : Réaliser des stratégies de marketing, principalement à travers :

A.3.1.7 : Promouvoir de foires, festivals, événements culturels, foires pour les produits biologiques

A.3.1.8 : Renforcement des organisations de la société civile et leur coordination avec les autres acteurs locaux

A.3.1.9 : Faciliter du développement d'alliances et associations

A3.2 SYSTÈME DE SERVICE INTÉGRÉ

Actions spécifiques pour la chaîne de valeur des produits maraîchers

A.3.2.2 : Renforcement de la fourniture et de la coordination des services suivants :

- Faciliter l'achat de semences et plantes au niveau local
- Améliorer les relations commerciales directes et les ventes
- Améliorer des services techniques, administratifs, organisationnels et contrôle de la qualité des sols

- Améliorer l'accès à l'information sur la demande des marchés nationaux, régionaux et internationaux, sur la technologie et l'innovation et les technologies vertes

A.3.2.3 : Services pour l'économie verte, à travers faciliter l'achat d'équipements coûteux qui utilisant des énergies alternatives

A.3.2.4 : Services aux femmes, concernant :

- Offrir aux femmes des opportunités d'accéder au travail dans la chaîne de valeur, en particulier dans la production de tomates fraîches transformées
- Renforcer les prestataires de services locaux pour fournir des services personnalisés aux femmes

A.3.2.5 : Sensibilisation à l'égalité des genres sur:

- L'avantage des femmes chefs d'entreprise
- Favoriser les femmes chefs d'entreprise

CHAPITRE 7. ROAD MAP DU PLAN D'ACTION CROLET

L'annexe 2 montre comment le programme CROLET contribuera à la mise en œuvre de la stratégie, conformément aux activités et les résultats attendus.

La feuille de route décrit les actions recommandées par la stratégie, correspondant aux activités et objectifs spécifiques du projet CROLET, tels que:

OS1: Créer des opportunités d'emploi pour les jeunes, en valorisant les ressources locales, en utilisant une stratégie partagée et en renforçant les services à l'économie, dans les gouvernorats de Kébili et Sidi Bouzid.

OS2: La capacité des autorités locales de Kébili et Sidi Bouzid (gouvernorats, délégations et municipalités) à fournir des services aux citoyens, avec une attention particulière à la protection des mineurs non accompagnés, à l'informatisation des services d'état civil et à IRMI.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Admedera consulting export (2020). *Identification des marchés cibles pour la filière de la tomate séchée tunisienne*. PAMPAT "Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir"-phase 2 Retrieved from <https://pampat.tn/wp-content/uploads/2019/03/Etude-du-marche-de-la-tomate-sechee.pdf>

Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) (n.d.). *Les cultures maraîchères sous abris*. Retrieved from <http://www.apia.com.tn/medias/files/abri.pdf>

Akhtar, N., Mehmood, A., Khan, B.A., Mahmood, T., Muhammad, H., Khan, S., & Saeed, T. (2011). Exploring cucumber extract for skin rejuvenation. *African Journal of Biotechnology*, Vol. 10(7), pp. 1206-1216. DOI: 10.5897/AJB10.1072

Blom-Zandstra, G., Axmann, H., & Heesmans, H. (2017). *Needs Assessment of the Agriculture in NorthWest Tunisia; Evaluation of the key priorities for agricultural resilience*. Wageningen Research, Report WPR-720, 30 pp.; 4 fig.; 1 tab.; 9 ref. Retrieved from <https://edepot.wur.nl/444766>

Bottini, Caccioni, D., & Calzio, B. (n.d.). Il progetto Ortofrutta/Tunisia. Studio di prefattibilità. *Sei Regioni per Cinque Continenti*. Ministero del Commercio Internazionale.

https://www.mise.gov.it/images/stories/recuperi/Impresa_internazionalizzazione/mincomes/DIREZGENE/Progetto_Tunisia.pdf

Brandenberger, L., Shrefler, J., Rebek, E., & Damicone, J. (2021, March). *Cucumber Production*. Oklahoma Cooperative Extension Service. Retrieved from <https://extension.okstate.edu/fact-sheets/print-publications/hla/cucumber-production-hla-6023.pdf>

Carpentier, I., & Gana, A. (2017). Changing Agricultural Practices in the Oases of Southern Tunisia: Conflict and Competition for Resources in a Post-revolutionary and Globalization Context. In *Oases and Globalization* (pp.153-176) DOI:10.1007/978-3-319-50749-1_9

Casa, M., Miccio, M., De Feo, G., Andrea Paulillo, A., Chirone, R., Paulillo, D., Lettieri, P. & Chirone, R. (2021, June). A brief overview on valorization of industrial tomato by-products using the biorefinery cascade approach. *Detritus. Multidisciplinary Journal for Waste Resources & Residues*. Volume 15, pp. 31-39.. DOI: 10.31025/2611-4135/2021.14088

Currey, C.J. (2018). *Cucumbers 101: a production guide*. Retrieved from

<https://www.producegrower.com/article/cucumbers-101-a-production-guide/>

Domínguez, R., Gullón, P., Pateiro; M., Muneakata, P., Zhang; W., & Lorenz; J.M. (2020). Tomato as Potential Source of Natural Additives for Meat Industry. A Review. *Antioxidants* 2020, 9(1), 73. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2076-3921/9/1/73>

DownToEarth (2020). *Cool packaging: IIT Kharagpur has a new use for cucumber peels*. Retrieved from <https://www.downtoearth.org.in/news/waste/cool-packaging-iit-kharagpur-has-a-new-use-for-cucumber-peels-74269>

Eller, F.J., Moser, J.K., Kenar, J.A., Taylor, S. L. (2010). Extraction and Analysis of Tomato Seed Oil. *F J Am Oil Chem Soc*. DOI: 87:755–762 DOI 10.1007/s11746-010-1563-4

Ettaib, R., Tombari, T., Ben Hammouda, M., Ben Belgacem, A., Assadi, B., Ben Mohamed, M., Belkhad, M.S. (2018, décembre). Valorisation des écarts de triage des tomates géothermiques dans le sud tunisien. *Revue des Régions Arides* n°46 (1/2020) – Numéro spécial – Actes du 6ème Meeting International "Agriculture Oasienne et Développement Durable" Zarzis (Tunisie), 19-21

FDA, WIFSS (n.d.). *Cucumber*. Retrieved from http://www.wifss.ucdavis.edu/wp-content/uploads/2016/05/FDA_WIFSS_-Cucumbers_PDF.pdf

Groupement Interprofessionnel des Légumes (2016). *Tomate*. Ministère de l'Agriculture et des Ressources Hydrauliques et de la pêche, République Tunisienne. http://www.gil.com.tn/fr/product?label=tomate_4

Indian Institute of Food Processing Technology (2020). *Processing of tomato products -Tomato Puree, Paste, Ketchup and Sauce*. Ministry of Food Processing Industries, Govt. of India Thanjavur, Tamil Nadu. Retrieved from <http://iifpt.edu.in/course-material-tomato.pdf>

Khamassi, F. (2015). *Rapport sur L'analyse de la chaine de valeur du Palmier – Dattier et ses dérivés*. Développement Economique Régional – Programme Innovation, Développement Economique régional et Emploi (IDEE) n°2014.2493.6-001.00. https://www.poledjerid.com/pdf/Analyse_CDV.pdf

Ministère de l'Agriculture et des Ressources Hydrauliques et de la pêche (2015). *Filières legumes*. https://www.gil.com.tn/fr/staticPage?label=filières-legumes_4

Ministère de l'Environnement et du Développement Durable (2015). *Plan d'action de la stratégie de développement durable des oasis en Tunisie*.

http://www.environnement.gov.tn/images/fichiers/projets_acheves/GDEO/3_3.pdf

Naika, S., van Lidt de Jeude, J., de Goffau, M., Hilmi, M., van Dam, B. (2005). La culture de la tomate production, transformation et commercialisation. *Agrodok17*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/346427083_La_culture_de_la_tomate_production_transformation_et_commercialisation

Observatoire National de l'Agriculture (2021). *Indicateurs clés des filières agricoles en Tunisie 2020*. <http://www.onagri.nat.tn/uploads/publications-thematiques/indicateurs-octobre.pdf>

Office du Développement du Sud (2020) *Gouvernorat de Kébili en chiffres 2019*. Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Appui à l'Investissement <http://www.ods.nat.tn/upload/files/pdf/CHIFKEBILI.pdf>

Rad, S. (n.d.). *Wholesale prices cucumber in global market*. Vitarad Trading Group. Retrieved from <https://pricefruit.com/wholesale-prices-cucumber-in-global-market/>

Ramappa, K.B., & Manjunatha, A.V. (2016). *Value chain analysis of tomato marketing system in Karnataka*. Agricultural Development and Rural Transformation Centre (ADRTC) Institute for Social and Economic Change, Bengaluru. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/306262761_Tomato_Value_Chain_Marketing_Systems_in_Karnat_aka

Salhab et. al (2020). *Olive Oil, Medicinal and Aromatic plants, and Tomatoes in North-West Tunisia: A Roadmap to Developing Competitive Advantage on Strategic Markets*. World Bank Washington, DC. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34002/Olive-Oil-Medicinal-and-Aromatic-Plants-and-Tomatoes-in-North-West-Tunisia-A-Roadmap-to-Developing-Competitive-Advantage-on-Strategic-Markets.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Sánchez, E., De Gioia, F., Kime, L.F., & Jayson, K. (2018). *Cucumber production*. HarperSmall-scale and Part-time Farming Project at Penn State and U.S. Department of Agriculture-Extension Service. Retrieved from <https://extension.psu.edu/cucumber-production>

Sarma, P. (2019). Value Chain Analysis of Tomato: A Case Study in Jessore District of Bangladesh. *International Journal of Science and Research (IJSR)* 8(2):924-932. DOI:10.21275/ART20194747

Selina Wamuci (n.d.). *Tunisia ccucumber prices*. Retrieved from <https://www.selinawamucii.com/insights/prices/tunisia/cucumber/>

Soethoudt, H., Blom-Zandstra, G., & Axmann, H. (2018). *Tomato Value Chain in Tunisia, Business opportunities*. Wageningen Research, Report WFBR-1830. DOI: 10.18174/452977

Technavio (2019). *Cucumber and Gherkins Market by Distribution Channel and Geography - Forecast and Analysis 2020-2024*. Retrieved from https://www.technavio.com/report/cucumber-and-gherkins-market-industry-analysis?utm_source=pressrelease&utm_medium=bw&utm_campaign=t_auto_week22&utm_content=IRTNT_R40239

Tomato products. Food Glossary. Waitrose.com Retrieved from https://www.waitrose.com/home/recipes/food_glossary/tomato_products.html

Tunisie.co (2020, Décembre). *La tomate séchée tunisienne, un produit à promouvoir et à revaloriser!* <https://tunisie.co/article/15323/gastronomie/huiles-de-tunisie/tomate-sechee-tunisienne-revaloriser-564709>

Web Manager Center (2018, Janvier). *Les cultures maraîchères tunisiennes s'exportent bien!* <https://www.webmanagercenter.com/2018/01/20/414999/les-cultures-maraicheres-tunisiennes-sexportent-bien/>

ZEF, FARA, INRAT (2017). *Country Dossier: Innovation for sustainable agricultural growth*. Program of Accompanying Research for Agricultural Innovation. Bonn, Accra and Tunis: Center for Development Research, Forum for Agricultural Research in Africa and Institute National de Recherché Agronomies de Tunis. Retrieved from <http://research4agrinnovation.org/wp-content/uploads/2017/10/TunisiaDossier2017.pdf>

Zubiria, L. (2021, 26 février). Le concombre : tout savoir sur ce légume proche du cornichon. *PasseportSante*. https://www.passeportsante.net/fr/Nutrition/EncyclopedieAliments/Fiche.aspx?doc=concombre_cornichon_n_u

ANNEX 1. LA DURABILITÉ DE LA CHAÎNE DE VALEUR DES PRODUITS MARAÎCHERS À KEBILI

R 7.1 Durabilité économique					
AGRICULTURE	Valeur				
	Faible	Moyen	Élevé		
Facteur A : Nombre d'hectares de terres disponibles (1)	*				
	<100	100-200	>200		
Facteur B : N° de PME formelles (collectives et individuelles)	*				
	<100	100-500	>500		
Emploi (formel + informel)	*				
	<20%	20-50%	>50%		
Part de l'emploi des femmes sur le total	*				
	<30%	30-60%	>60%		
Part de l'emploi formel sur le total	*				

R 7.2 Durabilité environnementale					
(A) Existe-t-il des mesures ou des initiatives de protection de l'environnement naturel et quelle est leur efficacité ?					
	VALEUR		Efficacité dans la protection de l'environnement		
	Non ou faible	Moyen	Faible	Moyen	Élevé
Réserve Naturelle ou Zones Protégées		*	*		
Réglementations publiques (plans ou programmes) de protection des ressources naturelles/de l'environnement	*		*		
Campagnes d'information sur la durabilité environnementale	*		*		

(B) Existe-t-il des réglementations ou des programmes pour faciliter l'implication des citoyens dans la protection de l'environnement ?					
	VALEUR		IMPACT		
	Non ou faible	Moyen	Faible	Moyen	Élevé
Initiatives ou programmes pour faciliter la participation des citoyens		*	*		
Présence d'un corps de volontaires pour la protection de l'environnement		*	*		
Travail actif d'association ou de fondation		*	*		
Conférences ou débats sur la durabilité de l'environnement	*		*		
Enseignement universitaire sur la durabilité de l'environnement		*	*		

(C) Économie verte					
	VALUE				
	Faible	Moyen	Élevé		
Existe-t-il une réglementation pour gérer la collecte différenciée des déchets ?	*				
La collecte différenciée des déchets est-elle appliquée ?	*				
L'économie circulaire est-elle répandue dans le gouvernement ?	*				
Présence d'entreprises de recyclage	*				
Présence d'entreprises de production d'énergies alternatives	*				
Production d'aliments biologiques	*				
Conservation du patrimoine naturel	*				
Préservation d'espèces animales rares	*				
Conservation du patrimoine historique et culturel					
biodiversité - produit biologique	*				

R 7.3 Durabilité institutionnelle			
	Valeur		
Niveau d'exécution des plans gouvernementaux pour le développement de la chaîne de valeur dans le gouvernorat	<10%	10-60%	>60%
	*		
Niveau d'attention du gouvernement officiel pour le développement de la chaîne de valeur dans le gouvernorat	Faible	Moyen	Élevé
	*		
Présence de mécanismes financiers spécifiques pour la chaîne de valeur (facilités de prêts, etc.)	Non	Faible	Oui
	*		
R 7.4 Durabilité sociale			
	Valeur		
Capacité à créer des emplois pour des personnes ayant des capacités physiques et mentales différentes	Faible	Moyen	Élevé
	*		
Capacité à générer de l'emploi pour les personnes peu qualifiées et les cursus professionnels	Faible	Moyen	Élevé
	*		
PME gérées par des jeunes de moins de 35 ans / total PME	<5%	5-15%	> 15%
	*		
Entreprises qui utilisent leur responsabilité sociale pour des investissements sociaux	< 5%	5-15%	> 15%
	*		

ANNEX 2. LA FEUILLE DE ROUTE DU PLAN D'ACTION CROLET

Conformément aux actions stratégiques mentionnées pour les deux sous-chaînes de valeur, les actions suivantes sont envisagées dans le cadre du projet CROLET, réparties par priorités (élevées, moyennes, faibles)

HAUTE PRIORITÉ	
OS1R1A1	Identification des ressources économiques présentes ou potentielles, de leurs avantages concurrentiels et des besoins à satisfaire pour leur pleine exploitation; et des opportunités d'emploi et de création ou de développement d'entreprises; et la définition des profils professionnels à créer ou à renforcer pour mettre en œuvre les stratégies
Gouvernance	Actions globales pour les deux sous-chaînes de valeur
	Établir des collaborations et des réseaux entre les acteurs locaux au sein et hors de Kébili, pour fournir un soutien financier et non financier à la chaîne de valeur et réaliser des actions collectives pour les ventes directes et les stratégies de marketing
	Promotion d' une ADEL
	Réalisation de sessions de formation sur le lobbying auprès du gouvernement national pour améliorer le soutien à la mise en œuvre du Plan d'action 2015 de la stratégie de développement durable de l'écosystème oasien en Tunisie, du Ministère de l'Environnement

OS1R2A1	Actions de sensibilisation, check up d'entreprises et assistance technique et financière pour les petites et moyennes entreprises relatives aux secteurs identifiés dans le but de stabiliser ou de créer de nouveaux emplois. La priorité sera donnée aux entreprises appartenant à l'économie verte
Prestations de service	Actions globales pour les deux sous-chaînes de valeur
	Fournir une assistance technique pour améliorer la performance et les capacités des entreprises, avec une référence particulière à : <ul style="list-style-type: none"> ○ Introduction de hautes technologies pour des serres durables et de techniques durables axées sur l'économie d'eau et la gestion du climat <ul style="list-style-type: none"> ○ Amélioration des métiers post-récolte (logistique, stockage, transport, etc.)
	Actions spécifiques pour la chaîne de valeur de la tomate
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Activités valorisant les variétés de tomates, telles que: <i>Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Neziha</i> ○ Soutenir la production de tomates biologiques ○ Services agronomiques (notamment sur les semis, la méthode de semis à temps, l'irrigation, la gestion, la résistance aux ravageurs et aux maladies, la productivité de la récolte, le contrôle des variétés, la stabilité des performances, etc.) ○ Améliorer la gestion de l'eau grâce à des techniques de collecte de l'eau pour retenir l'eau de pluie; diminution de l'utilisation de l'eau dans l'agriculture en prévenant les pertes d'eau ou

	<p>introduction de l'irrigation au goutte-à-goutte (sous le sol); augmentation de l'efficacité de l'utilisation de l'eau; Améliorer la réutilisation des eaux usées</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Création de pépinières
	<p>Actions spécifiques pour la chaîne de valeur du concombre</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Soutenir la production de différentes variétés de produits de concombre, telles que: la variété <i>Fakous</i>, mais aussi les variétés <i>Avir</i>, <i>Pepinex</i>, <i>Vercor</i>, <i>Virel</i>, <i>Banbola</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Soutenir l'entrée sur le marché des petits producteurs, surtout en favorisant les alliances commerciales

OS1R2A2	Formation professionnelle en création d'entreprise et orientation vers le marché du travail dans le cadre des stratégies de développement
Capacity building	Réaliser des sessions de formation pour augmenter les opportunités d'emploi, en particulier celles destinées aux femmes et stimuler la formalisation du travail féminin

OS1R2A3	Création de nouvelles petites et moyennes entreprises et coopératives, à travers un programme "d'incubation" [aide à la définition des plans d'affaires, accès financier et commercialisation
	<p>Actions globales pour les deux sous-chaînes de valeur</p>
	<p>Fournir un soutien pour:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Entreprises post-récolte (logistique, stockage, transport, etc.) ○ Réalisation des pépinières ○ Collecte séparée des déchets <ul style="list-style-type: none"> ○ Recyclage des déchets
	<p>Actions spécifiques pour la chaîne de valeur de la tomate</p>
Prestations de service	<p>Soutien à la création de nouvelles entreprises, avec une référence particulière aux jeunes entrepreneurs et aux domaines suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sous-produits de la tomate, tels que: tomates en conserve, tomates concassées, pâte de tomate (concentré), purée, ketchup, crème, chutney, jus, pulpe, marc, poudre de tomate, tomates séchées, carburants biogéniques, huile de graine de tomate <ul style="list-style-type: none"> ○ Production de tomates biologiques
	<p>Actions spécifiques pour la chaîne de valeur du concombre</p>
	<p>Soutien à la création de nouvelles entreprises, avec une référence particulière aux jeunes entrepreneurs et aux domaines suivants: Concombre au vinaigre; Jus de concombre; Concombre en poudre; Extrait de concombre pour produits de beauté: cosmétiques, shampoings, savons, huiles essentielles, etc.; Déchets de concombre pour matériaux d'emballage</p>
	<p>Actions globales pour les deux sous-chaînes de valeur</p>

Capacity building	<ul style="list-style-type: none"> ○ Éducation professionnelle: Transfert de connaissances à travers d'écoles professionnelles, d'écoles de terrain (pratique de la FAO), également à travers des accords avec des établissements d'enseignement ○ Améliorer les capacités des femmes à accéder aux postes gouvernementaux clés et au marché du travail <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation concernant: Contamination environnementale et recyclage des déchets solides municipaux (lutte contre l'incendie des déchets, réutilisation/recyclage des matériaux de construction, déchets des compagnies pétrolières) à travers des accords et conventions avec des sociétés de gestion des déchets ; durabilité environnementale et responsabilité sociale des entreprises (partage des meilleures pratiques)
	<p>Actions spécifiques pour la chaîne de valeur de la tomate</p>
	<p>Sensibilisation des agriculteurs pour:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ne pas abandonner la culture de la tomate, avec une référence particulière aux variétés <i>Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Neziha</i>, en raison de ses bonnes opportunités de marchés et de revenus, et de la réalisation de sous-produits <ul style="list-style-type: none"> ○ Accroître les connaissances sur les avantages de la valorisation des sous-produits de la tomate.
	<p>Actions spécifiques pour la chaîne de valeur du concombre</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Réaliser des formations sur les avantages de la réalisation des sous-produits du concombre <p>Sensibiliser et renforcer les capacités des agriculteurs sur les avantages et les opportunités d'entrer dans les entreprises de sous-produits du concombre</p>

OS1R3A1	Création de 2 ADEL pour renforcer les services non financiers (assistance technique, formation, commercialisation, administration) et créer un mécanisme de coordination pérenne qui renforce les services financiers
Gouvernance	Mettre en place 2 ADEL et permettre son activation
	Réaliser des schémas alternatifs d'accès au financement, en surmontant les obstacles tels que les garanties, les conditions bancaires strictes, etc., tels que les fonds de garantie, les fonds de solidarité, etc., les services d'assurance
Prestations de service	<p>Faciliter l'ADEL pour mener à bien les actions suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Coordonner les services existants ○ Faciliter l'accès aux informations sur les tendances de la demande <ul style="list-style-type: none"> ○ Améliorer les stratégies de marché au niveau national, en définissant et valorisant les avantages territoriaux, en identifiant l'image de la chaîne de valeur et en établissant les moyens de communication appropriés (propagande, publicité, marketing direct, témoignage, médias sociaux, grands événements, etc.)

OS1R3A2	Création de produits financiers impliquant le système financier local, pour faciliter l'accès au crédit aux entreprises: "Fonds de Garantie" [FdG] et "Fonds de Dotation pour AGR [FdD]; assuré de manière giratoire et selon une réglementation convenue entre les acteurs locaux
----------------	--

Prestations de service	Permettre à l'ADEL de gérer le Fonds de garantie et le Fonds de dotation, et faciliter l'accès au financement aux bénéficiaires
	Faciliter l'accès à l'information sur toutes les opportunités d'accès au financement

OS2R1A2	Activation des services spécifiques pour les enfants identifiés dans OS2R1A1 pour renforcer la capacité de protection et de prise en charge des familles et des communautés
Prestations de service	<ul style="list-style-type: none"> Stimuler le renforcement et la création d'entreprises sociales pour l'accueil des enfants et des personnes âgées

MOYENNE PRIORITÉ	
OS1R1A1	Identification des ressources économiques présentes ou potentielles, de leurs avantages concurrentiels et des besoins à satisfaire pour leur pleine exploitation; et des opportunités d'emploi et de création ou de développement d'entreprises; et la définition des profils professionnels à créer ou à renforcer pour mettre en œuvre les stratégies
Gouvernance	Réaliser un schéma/modèle pour promouvoir et faciliter l'innovation, principalement en établissant des liens avec les universités
	Réalisation d'une campagne de sensibilisation sur l'économie sociale, l'égalité de genre et la protection de l'environnement

OS1R2A2	Formation professionnelle en création d'entreprise et orientation vers le marché du travail dans le cadre des stratégies de développement
	Actions globales pour les deux sous-chaînes de valeur
Capacity Building	Faciliter la création d'emplois pour l'intégration des personnes handicapées, via internet, également adressé à l'industrie, à l'administration publique et au commerce équitable
	Établir avec le gouvernement local un plan pour faciliter l'accès des femmes aux postes clés du gouvernement, et des actions de formation correspondantes
	Actions spécifiques pour la chaîne de valeur de la tomate
	Établir des ententes avec les écoles professionnelles et les établissements d'enseignement pour: <ul style="list-style-type: none"> Réaliser une cartographie des nouveaux besoins de la filière tomate pour son développement <ul style="list-style-type: none"> Promouvoir les écoles pratiques d'agriculture, selon la pratique de la FAO
	Actions spécifiques pour la chaîne de valeur du concombre
	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser des formations sur les avantages de la réalisation des sous-produits du concombre <ul style="list-style-type: none"> Sensibiliser et renforcer les capacités des agriculteurs sur les avantages et les opportunités d'entrer dans les entreprises de sous-produits du concombre

OS1R3A1	Création de 2 ADEL pour renforcer les services non financiers (assistance technique, formation, commercialisation, administration) et créer un mécanisme de coordination pérenne qui renforce les services financiers
Prestations de service	Faciliter le maintien de l'environnement non contaminé: maintenir ou améliorer la fertilité des sols et réduire l'érosion des sols, contrôler l'irrigation en contrôlant la salinité et la composition de l'eau