



SUISSE-TUNISIE: L'EXPORT DES PRODUITS DU TERROIR

La Haute École de gestion Arc (HEG Arc) a mené, en partenariat avec la Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax, un projet d'analyse et de comparaison des pratiques stratégiques, managériales et de marketing, relatives aux activités d'exportation. Et plus précisément celles adoptées par deux filières phares du secteur des produits du terroir: la Tête de Moine AOP pour la Suisse et l'huile d'olive pour la Tunisie.

Ces deux produits haut de gamme détiennent chacun une très riche histoire ancestrale, un savoir-faire traditionnel et artisanal ainsi qu'un ancrage territorial. Bien qu'il s'agisse de produits locaux, ils sont également connus à l'étranger et très appréciés dans le monde grâce à leurs goûts uniques.

Notons que 60 % du volume de production de la Tête de Moine AOP a été vendu à l'international en 2023, et que la Tunisie compte parmi les principaux commerçants d'huile d'olive en exportant trois quarts de sa production (principalement en vrac).

UN ANCRAGE TERRITORIAL FORT

Les produits de terroir se distinguent des produits industriels par leurs liens étroits avec leur origine territoriale et leurs circuits courts. Le territoire devrait être également considéré comme un avantage concurrentiel grâce à ses ressources tangibles (telles que ses ressources naturelles, ses infrastructures, sa climatologie, etc.) et ses ressources intangibles (son histoire, sa tradition, ses valeurs partagées, etc.). L'ancrage territorial joue un rôle crucial: il s'agit de l'attachement du produit du terroir à une région géographique spécifique.

Pour qu'un produit ait un véritable avantage concurrentiel sur le marché, il doit répondre à plusieurs critères. Tout d'abord, il doit posséder une valeur stratégique et se distinguer par sa rareté ou son unicité, le rendant difficile à trouver parmi les offres des concurrents existants et potentiels. En combinant ces caractéristiques, un produit peut établir et maintenir une position dominante sur le marché. Il est indéniable que consommer des produits du terroir s'inscrit dans une démarche durable et renforce des traditions profondément enracinées dans une région.

Cette étude comparative a permis d'identifier entre autres les catalyseurs de succès dans l'exportation de ces deux produits du terroir et de proposer une série de prescriptions managériales visant à promouvoir leurs exportations.

UN CATALOGUE DE RECOMMANDATIONS

À travers des entretiens semi-directifs effectués auprès d'acteurs clés de chacune des filières, l'équipe de projet a récolté, tout au long des chaînes de valeur, un certain nombre d'informations permettant d'analyser les stratégies de développement à l'international de chacune d'entre elles.

Des recommandations ont été proposées en vue d'améliorer et de renforcer l'internationalisation de ces produits et d'apporter un regard croisé sur les pratiques tunisiennes et suisses. Les recommandations émises aux filières de la Tête de Moine AOP et de l'huile d'olive tunisienne sont valables pour d'autres filières de produits du terroir. Il s'agit tout d'abord de considérer le territoire comme un avantage concurrentiel, mais aussi de développer ou renforcer la relation producteurs-consommateurs en réduisant au minimum les intermédiaires tout en soutenant les circuits courts.

La présentation de l'histoire du produit et son mode de fabrication traditionnel aux consommateurs constitue également un point fort. De même que le développement d'un cahier des charges définissant les rôles de chaque acteur clé, tout en laissant une marge de manœuvre pour l'innovation et la créativité. Enfin, l'union renforce la position sur le marché international et permet de mieux appréhender les enjeux de durabilité.

En conclusion, chaque chaîne de valeur doit disposer de ressources précieuses et avoir la capacité de les utiliser de manière dynamique pour répondre aux demandes changeantes des marchés nationaux et internationaux. Le territoire est considéré comme une source potentielle de compétitivité sur les marchés extérieurs, en particulier pour les produits du terroir.

LAMIA BEN HAMIDA

Professeure associée HES

STEFANIE HASLER

Collaboratrice à la HEG Arc



Les résultats de l'étude ont été commentés par Lamia Ben Hamida et Stefanie Hasler sur les ondes de RTN. L'émission est à voir sur la chaîne YouTube de la HE-Arc.

