

**Atelier « Tea Time »
El Krib, Gouvernorat de Siliana**



Bonne pratique identifiée par les participant·e·s

**« DU LOCAL AU MARCHÉ: VALORISER
LES PRODUITS PAR LES PARTENARIATS
ET LA PROXIMITÉ »**

**LE POINT DE
DÉPART...**

À Siliana, les femmes transformatrices agroalimentaires produisent des aliments de qualité, issus de savoir-faire locaux reconnus. Toutefois, les échanges lors de l'atelier de capitalisation ont montré que la commercialisation reste un défi majeur : accès limité aux marchés, faible visibilité des produits, débouchés irréguliers et dépendance aux réseaux informels.

Individuellement, les femmes disposent de peu d'opportunités pour entrer en contact avec des acheteurs potentiels ou des partenaires commerciaux. En revanche, les événements communautaires (foires, réunions locales, forums) représentent des espaces accessibles et stratégiques pour faire connaître les produits, à condition qu'ils soient investis de manière collective et organisée.

**DE QUOI
S'AGIT-IL ?**

Cette bonne pratique repose sur une démarche collective portée par le GDA, visant à améliorer la visibilité des produits transformés par ses membres, à diversifier les débouchés commerciaux et à renforcer la reconnaissance de la qualité des productions locales.

Le GDA joue un rôle central dans :

- L'identification des opportunités de valorisation locale ;
- La coordination de la participation des femmes aux événements ;
- La mise en relation avec des partenaires institutionnels et privés ;
- La structuration de relations commerciales directes et durables.

COMMENT LA METTRE EN OEUVRE ?

1. Identifier les opportunités de valorisation locale

- Recensement, par le GDA, des foires agricoles, événements communautaires, réunions institutionnelles et forums locaux.
- Sélection des événements les plus pertinents selon les produits disponibles et les capacités de production des membres.

2. Organiser la participation collective aux événements

- Mise en place de stands collectifs représentant le GDA.
- Mutualisation de la logistique (transport, présentation des produits, communication), afin de réduire les coûts et renforcer l'impact visuel.

3. Valoriser les produits et les savoir-faire du GDA

- Présentation des produits comme issus d'un travail collectif, ancré dans le territoire.
- Mise en avant de la qualité, de l'origine locale et des méthodes de transformation.

4. Développer des partenariats commerciaux directs

- Prise de contact, lors des événements, avec des institutions, associations, entreprises et acteurs du secteur touristique.
 - Exemple : le GDA Dar Mhania a développé des collaborations avec plusieurs partenaires institutionnels et privés.
- Ces partenariats ont permis la fourniture de pauses-café et de produits transformés lors de réunions et d'événements, ouvrant la voie à des commandes régulières.

5. Capitaliser et pérenniser les retombées

- Partage au sein du GDA des contacts établis et des résultats obtenus.
- Ajustement des productions en fonction de la demande identifiée.
- Renforcement progressif de la crédibilité du GDA comme acteur économique local.



QU'EST-CE QUE CETTE PRATIQUE PERMET DE CHANGER ?

- **Une meilleure visibilité des produits transformés** par les femmes membres du GDA.
- **Une diversification des débouchés commerciaux**, grâce à des partenariats directs et des marchés de proximité.
- **Une augmentation progressive et plus stable des revenus**, avec des effets positifs sur les ménages.
- **Un renforcement du rôle économique du GDA** au niveau local.
- **Une reconnaissance accrue du travail des femmes**, tant au sein de la famille que dans la communauté.



PSSEETAT



En partenariat avec
Canada

UPADI
DÉVELOPPEMENT
INTERNATIONAL

