



# LACTIMED, une coopération transfrontalière pour valoriser les produits laitiers typiques de Méditerranée

**D**epuis des millénaires, les territoires méditerranéens ont une tradition d'élevage et de production et transformation laitière qui joue encore aujourd'hui un rôle social et économique marqué pour les populations rurales. Le lait et les produits laitiers occupent une place importante dans la diète méditerranéenne.

Pourtant cette filière laitière fait face aujourd'hui à un certain nombre de défis, parfois plus marqués dans les pays du nord de la Méditerranée, comme la concurrence des produits industrialisés, la perte de diversité agricole et alimentaire, un moindre intérêt pour les métiers agricoles. Dans les pays du Sud, les défis sont plutôt liés aux quantités insuffisantes produites et à un niveau de qualité non garanti, au faible taux de transformation du lait produit et au caractère informel de l'activité. Pour autant, la majorité des contraintes sont communes à l'ensemble des territoires ruraux méditerranéens : alimentation des élevages et productivité, qualité et sécurité sanitaire, difficulté pour valoriser les produits typiques, accès aux financements et structuration de la filière au niveau des territoires.

Le projet LACTIMED initié par le réseau ANIMA et le CIHEAM – IAMM s'est attaché pendant trois années à renforcer la production et la distribution de produits laitiers typiques et innovants en Méditerranée. Il a contribué à l'organisation des filières locales, appuyé les producteurs laitiers et la promotion de leurs produits sur les marchés locaux et internationaux.

**Emmanuel Noutary**  
Délégué Général, ANIMA Investment Network



Pour cela nous avons réuni douze partenaires aux profils complémentaires sur cinq régions : Alexandrie et Beheira (Egypte), la Bekaa et Baalbeck-Hermel (Liban), Bizerte et Béja (Tunisie), la Sicile (Italie) et la Thessalie (Grèce). En alliant des universitaires experts de la filière, des chambres de commerce, des pôles d'innovation et des acteurs de la promotion des territoires, LACTIMED a permis d'aborder la promotion de la filière laitière sous tous ses angles.

En se basant sur un travail fouillé de diagnostic au niveau local, le projet a mobilisé les producteurs dans une dynamique collective de ciblage de marché et de mutualisation de moyens pour y parvenir. Huit clusters pilotes ont émergé de ce travail sur des thématiques allant de la montée en qualité (collecte, conditions sanitaires, formation) à la commercialisation (labellisation, marketing, e-commerce). Le projet a également accompagné et financé des entrepreneurs de la filière engagés dans des démarches d'innovation au service de la promotion des produits traditionnels.

Au-delà de ces actions locales, les différents échanges et les visites de terrain ont fait naître un réseau de personnes et de compétences, mêlant à la fois secteur privé, autorités publiques, institutions académiques et société civile. Ce réseau méditerranéen, né du projet LACTIMED, constitue un socle important pour poursuivre ce travail de développement des territoires par le renforcement et la structuration de la filière laitière, et plus largement des produits agricoles typiques de Méditerranée.

**Pascal Bergeret**  
Directeur, CIHEAM - IAM Montpellier



## Sommaire

- p. 4 Présentation du projet
- p. 8 Des diagnostics locaux pour développer une stratégie concertée
- p.12 Développer la filière laitière par la structuration en réseau : la création de clusters pour répondre collectivement aux besoins spécifiques de chaque territoire
- p.18 Concours LACTIMED : susciter l'entrepreneuriat et l'innovation
- p.23 Accroître le rayonnement et la notoriété des produits laitiers typiques pour développer la commercialisation
- p.28 Tourisme et terroir : la route des produits laitiers de Méditerranée
- p.32 Développer les capacités locales par des échanges méditerranéens



**LACTIMED** vise à renforcer la production et la distribution de produits laitiers typiques et innovants en Méditerranée par l'organisation des filières locales, l'accompagnement des producteurs dans leurs projets de développement et la création de nouveaux débouchés pour leurs produits.

Le projet est financé, à 90 %, pour un montant de 4,35 millions d'euros, par l'Union européenne à travers le programme IEVP CT MED.

De novembre 2012 à décembre 2015, **ANIMA Investment Network** et ses 11 partenaires ont réalisé une centaine d'opérations à destination des acteurs des filières laitières d'Alexandrie et de Beheira (*Egypte*), la Bekaa et Baalbeck-Hermel (*Liban*), Bizerte et Béja (*Tunisie*), la Sicile (*Italie*) et la Thessalie (*Grèce*).



## LACTIMED EN CHIFFRES



## UNE COOPÉRATION EURO-MÉDITERRANÉENNE

L'Union européenne est constituée de 28 États membres qui ont décidé de mettre graduellement en commun leur savoir-faire, leurs ressources et leur destin. Elle est déterminée à partager ses réalisations et ses valeurs avec les pays et les peuples au-delà de ses frontières.

Elle met en œuvre le Programme multilatéral de coopération transfrontalière «Bassin Maritime Méditerranée» qui fait partie de la nouvelle Politique Européenne de Voisinage et de son instrument financier (IEVP) : il inclut les régions de l'UE et celles des pays partenaires situées le long des côtes de la mer Méditerranée.

Le Programme IEVP CT Bassin Méditerranéen 2007-2013 est une initiative de coopération transfrontalière multilatérale financée par l'Instrument Européen de Voisinage et de Partenariat (IEVP).

La gestion du Programme est assurée par des structures conjointes et mise en œuvre par la Région Autonome de Sardaigne (Italie).

L'objectif général du Programme est de contribuer à promouvoir un processus de coopération durable et harmonieuse au niveau du bassin de la Méditerranée en traitant les défis communs et en valorisant ses potentialités endogènes.



Consortium du projet LACTIMED

Chef de file du projet (ANIMA) + partenaires et associés (Chambres de commerce et d'agriculture, organisations de formation et de recherche, autorités publiques, organismes financiers, société civile, pôles de compétitivité).



## COORDINATEUR, PARTENAIRES ET ASSOCIÉS

### France

ANIMA Investment Network  
Plateforme multi-pays de coopération pour le développement économique en Méditerranée (Coordinateur du projet LACTIMED)  
CIHEAM-IAMM - Centre Intern. des Hautes Etudes Méditerranéennes - Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier (Partenaire)  
CCIFM - Chambre de Commerce Italienne pour la France de Marseille (Partenaire)

### Grèce

Université de Thessalie (Partenaire)  
UHCCI - Union des Chambres Helléniques de Commerce et d'Industrie (Partenaire)  
Ministère Hellénique du Développement Rural et des Aliments - Direction de la Production Animale et de Valorisation de ses produits (Associé)

### Italie

ASTER (Partenaire)  
Slow Food (Partenaire)  
Slow Food Italia (Associé)



### Egypte

GAFI - Autorité Générale pour l'Investissement d'Egypte (Partenaire)  
GACIC - Chambre Germano-Arabe d'Industrie et de Commerce (Partenaire)  
CITL-AAST - Institut International de Transport et de Logistique - Académie Arabe pour les Sciences, la Technologie et le Transport maritime (Partenaire)

### Liban

CCIAZ - Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Zahlé et la Bekaa (Partenaire)  
Ministère de l'Agriculture du Liban - Direction des Ressources Animales (Associé)

### Tunisie

Pôle de Compétitivité de Bizerte (Partenaire)  
BNA - Banque Nationale Agricole de Tunisie, Direction régionale de Bizerte (Associé)  
DERB - Association de développement régional de Bizerte (Associé)

## Acteurs cibles

### PME/TPE de la filière laitière

Éleveurs, collecteurs, transformateurs, fournisseurs

### Structures d'appui

Agropoles, chambres consulaires, organisations professionnelles, directions régionales de l'agriculture, universités, centres R&D

### Groupes agro-industriels

Acteurs de la petite, moyenne et grande distribution

Opérateurs du tourisme et de la restauration

Autorités nationales et locales





**6** pays  
**12** partenaires et **5** associés  
**37** mois (de novembre 2012 à décembre 2015)  
**150** opérations  
**+ de 4000** personnes directement impliquées  
**4,8** millions d'euros (financés à 90% par l'Union européenne à travers le programme I EVP CT MED)



**5** diagnostics des filières laitières  
**389** acteurs de la filière consultés  
**60** produits laitiers typiques identifiés  
**3** cycles de formations



Près de **200** acteurs (dont PME) formés et plus de **30** intervenants



**8** projets de clusters  
**100 000** euros de prix pour les lauréats du concours de projets innovants  
**10 000** euros pour chacun des **10** gagnants



**50** projets soumis  
**38** entrepreneurs et porteurs de projets présélectionnés et coachés

**1 308** rendez-vous d'affaires

**6** conférences

**10** ateliers/théâtres du goût

**150** acheteurs impliqués

**104** PME impliquées



**15** villes concernées : Palerme, Enna, Milazzo, Turin, Zahlé, Beyrouth, Alexandrie, Le Caire, Montpellier, Marseille, Athènes, Larissa, Corfou, Tunis, Bizerte

**27** opportunités d'investissement identifiées et **9** études de pré-faisabilité

**25** opportunités de partenariats

**28** activités agritouristiques identifiées

**16** publications et **450** articles de presse





# DES DIAGNOSTICS LOCAUX POUR DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE CONCERTÉE

Dès le lancement du projet, une équipe d'experts s'est rendue sur le terrain à la rencontre de près de 400 acteurs locaux (éleveurs, producteurs, collecteurs, transformateurs, organisations d'appui, etc.) au Liban, en Egypte, en Grèce, en Sicile et en Tunisie. Ils ont réalisé un état des lieux des filières laitières locales afin d'établir une cartographie des acteurs, des ressources et compétences des territoires, ainsi que pour connaître leur positionnement sur le marché. Ce travail réalisé de janvier à septembre 2013, a donné lieu à 5 diagnostics sur la situation des filières laitières locales et les opportunités de débouchés sur les marchés nationaux et internationaux, focalisés sur quatre axes principaux :


- Etat des lieux de la filière laitière : revue bibliographique, identification des parties prenantes locales, entretiens et réunions de travail avec des experts et acteurs clés ;
- Enquêtes de terrain auprès de 81 producteurs de fromage et de produits laitiers, 110 éleveurs, 36 éleveurs/transformatateurs, 43 représentants d'autorités locales, nationales et institutionnelles, 40 distributeurs, 18 experts de la filière, 14 producteurs d'aliments de bétail, 316 consommateurs et 2 unions de consommateurs, 2 opérateurs touristiques, 12

centres de recherche, développement et formation, 4 chambres consulaires et agences de développement ;

- Identification de 60 produits laitiers typiques locaux et spécification des méthodes de fabrication ;
- Synthèse, définition des priorités stratégiques pour assurer le développement de la filière et proposition de pistes pour la création de clusters laitiers.

Une étude sur le marché des produits laitiers et les débouchés internationaux vient compléter ce travail en fournissant une base d'information et d'analyse complémentaire.

Ces diagnostics territoriaux ont permis d'adopter, avec les PME et les autres acteurs, une stratégie pour la valorisation des produits laitiers typiques locaux visant à une meilleure intégration de la filière et à son développement commercial. Véritable pierre angulaire de cette stratégie et des actions menées durant les 3 ans du projet, ils sont également un outil important pour la sensibilisation des autorités publiques sur les contraintes de la filière nécessitant un appui accru en termes de politiques publiques.

 **5** diagnostics des filières laitières

**60** produits laitiers typiques identifiés

 **389** acteurs de la filière consultés



# DES PROBLÉMATIQUES COMMUNES SUR LES TERRITOIRES MÉDITERRANÉENS

Le recueil de ces précieuses informations auprès des acteurs de terrain a permis de dévoiler les difficultés auxquelles ils sont confrontés, ainsi que les axes prioritaires identifiés par LACTIMED pour y répondre le plus efficacement possible.

En synthèse, ces études ont mis en lumière des difficultés souvent communes : dans la plupart des territoires, les infrastructures manquent et nourrir le bétail coûte cher. L'hygiène et les questions sanitaires empêchent parfois les petits producteurs d'accéder aux marchés nationaux et internationaux. Les transformateurs souffrent de l'irrégularité de l'approvisionnement du lait. Les outils financiers sont mal adaptés et les investissements sont en général insuffisants pour le développement de la filière.

Dans les territoires méditerranéens, les activités de l'élevage laitier sont porteuses d'enjeux socio-économiques majeurs parmi lesquels peuvent être cités ceux concernant l'amélioration du revenu des populations rurales et la lutte contre la pauvreté, la création d'emplois et la valorisation des territoires ruraux (patrimoine socio-culturel, tourisme, aménagement du territoire). Pourtant, malgré les efforts réalisés pour dynamiser la production laitière, le secteur est bien en deçà de son potentiel dans de nombreux pays. De nombreuses contraintes structurelles pénalisent son développement et fragilisent les éleveurs dont la plupart sont dans une situation de forte vulnérabilité économique et ne disposent que de peu d'activités alternatives (en particulier dans les zones de montagnes). Malgré la diversité des systèmes de production présents dans les pays étudiés, les grands enjeux communs identifiés par les professionnels se rejoignent en cinq domaines :

## 1 • Assurer une alimentation de qualité des élevages pour améliorer la productivité

L'approvisionnement en alimentation de qualité du bétail est une préoccupation majeure des éleveurs et l'un des problèmes principaux qui entravent la productivité dans la filière laitière. Afin de réduire le déficit entre les disponibilités locales et la consommation d'aliments destinés aux animaux, des

mesures doivent être prises pour limiter les importations d'aliments concentrés et pour améliorer la qualité de la ration alimentaire. Les pistes d'actions prioritaires sont :

- Agir simultanément sur l'extension des superficies réservées à la production fourragère et sur la productivité des cultures ;
- Encourager l'utilisation des sous-produits issus de l'industrie agro-alimentaire ;
- Renforcer l'encadrement technique et la formation des éleveurs en matière de pratiques d'alimentation équilibrée et de conservation, lesquelles conditionnent à la fois la santé du cheptel, la productivité et la qualité des produits.

## 2 • Sécurité sanitaire et amélioration de la qualité : diffusion de bonnes pratiques pour des produits de haute qualité

L'impératif d'amélioration de la qualité, en particulier dans le domaine sanitaire, est incontestable face aux exigences croissantes des consommateurs. Les actions identifiées visent à instaurer une véritable politique de qualité à l'intention des opérateurs afin d'améliorer la qualité sanitaire et commerciale des produits mis en marché. L'amélioration de la qualité permet à la fois d'assurer la sécurité des consommateurs par la mise en marché d'aliments sains et de promouvoir les produits laitiers locaux.

La maîtrise de la qualité nécessite l'implication de tous les opérateurs et maillons de la filière (production, collecte, transformation, distribution, etc.) car le lait est un produit sensible sur le plan microbiologique (risques de contamination). L'implication des pouvoirs publics est primordiale face à l'enjeu de santé publique. La mise en œuvre d'une politique de qualité dès l'amont de la filière au niveau des pratiques d'élevage, de la traite et de la collecte est donc une priorité. En effet, la diffusion de bonnes pratiques est une condition essentielle pour le développement de la filière.





### 3 • Valoriser l'origine des produits et accompagner les démarches collectives de promotion des produits locaux typiques

Les perspectives de croissance de la demande de produits laitiers sous l'effet de la dynamique démographique et l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits traditionnels constituent des perspectives prometteuses qui appellent à des politiques de promotion d'envergure. L'enjeu de l'amélioration de la qualité des produits laitiers locaux ne doit pas se limiter à la qualité sanitaire, la valorisation des caractéristiques distinctives de ces produits (organoleptiques, nutritionnelles, terroir d'origine, savoir-faire traditionnels) est aussi un domaine d'action prioritaire. La typicité des produits occupe une position très importante dans la filière laitière et contribue largement à sa valorisation. Ces atouts sont porteurs d'un véritable potentiel de création de valeur ajoutée qui nécessite notamment d'élaborer des normes et réglementations nationales qui prennent en compte les caractéristiques distinctives des produits, d'encourager les démarches de qualité collectives par une politique de signes de qualité ou de label officiels, et de mettre en place des mécanismes de contrôle pour le respect des cahiers de charges, tout en finançant des activités de promotion conjointes.

### 4 • Accès au financement bancaire pour faciliter la professionnalisation et la structuration des filières

Le développement de la filière reste entravé par le manque de ressources financières. Les petits exploitants sont exclus du financement bancaire privé. L'absence de financement accentue la vulnérabilité économique des exploitations et entrave considérablement la modernisation des moyens de production et de valorisation des produits (approvisionnement en intrants, équipements, commercialisation).

Certaines mesures pourraient répondre à ce problème :

- Création de partenariats entre l'Etat et les banques commerciales, d'outils financiers adaptés à la situation économique des petits producteurs (éligibilité, garanties, durée du financement) ;
- Mise en place d'un soutien financier public avec un ciblage sur les petits producteurs pour des crédits à court terme (achats d'intrants de meilleure qualité) et à moyen terme/long terme (achats d'équipements et construction de bâtiments) pour améliorer les conditions de production ;
- Encouragement des groupements de producteurs (de type cluster ou autre) éligibles à des financements collectifs.



### 5 • Soutenir la structuration à l'échelle territoriale d'une organisation en réseau

Pour assurer le développement du secteur des produits laitiers, la structuration des filières adossée à une forte coordination horizontale et verticale entre tous les acteurs est indispensable.

La construction à l'échelle territoriale d'une organisation en réseau de type cluster s'avère la plus à même de faciliter la mise en œuvre de solutions concrètes pour des problématiques communes, au travers de la mutualisation des ressources et des compétences et du renforcement des capacités d'innovation.



Le projet LACTIMED échange sur la filière laitière avec le Commissaire européen en charge de la politique européenne de voisinage et des négociations d'élargissement, Johannes Hahn et la Directrice de l'AGC du Programme IEVP CT MED, Anna Catta.

## SENSIBILISER LES AUTORITÉS PUBLIQUES ET LES PARTIES PRENANTES DE LA FILIÈRE

Véritable relais des PME, le projet s'est attaché à diffuser les résultats des diagnostics, et notamment les freins identifiés, afin de générer une prise de conscience et de faire évoluer les dispositifs d'appui et les règlements. Pour cela l'équipe LACTIMED a rédigé un livret blanc commun aux territoires pilotes, comportant des recommandations pour le développement de conditions favorables aux produits méditerranéens typiques et innovants, enrichi de recommandations spécifiques pour la Sicile et l'Égypte.

Ce plaidoyer s'adresse aux décideurs institutionnels en charge des politiques publiques tant au niveau national, régional que territorial. L'ambition de LACTIMED a été de sensibiliser d'une part aux contraintes qui pèsent sur la filière laitière et d'autre part à la mise en œuvre d'actions pour valoriser pleinement les produits laitiers locaux typiques. Ces recommandations formulées par les différents acteurs de la filière laitière dans le cadre des études de terrain plaident pour un soutien institutionnel fort et pragmatique afin de créer des conditions favorables au développement de cette filière stratégique et porteuse d'un développement local inclusif.

Ce livret blanc a été présenté et discuté lors de 9 rencontres de haut niveau avec 33 représentants des autorités publiques ou décideurs impliquant également plus d'une cinquantaine de représentants de la société civile, du secteur privé, des institutions académiques, d'agences de développement ou d'organisations de soutien au secteur privé ainsi que des journalistes.

Les résultats des diagnostics ont également été diffusés auprès des acteurs des filières locales dans le cadre de 6 ateliers réunissant 408 participants, mais aussi auprès du grand public et d'un public spécialisé lors de 6 conférences sensibilisant directement 200 personnes.

Cette sensibilisation a été relayée par des actions de communication et des campagnes presse menées dans chaque pays.

Les actions de sensibilisation ont globalement permis de faire résonner les besoins prioritaires de la filière et de contribuer à la mobilisation de l'ensemble des acteurs, et notamment publics, sur ces questions.



LACTIMED présenté sur le Pavillon de la France à l'Exposition universelle de Milan 2015, comme bonne pratique pour le secteur agro-alimentaire en Méditerranée.

## DES AXES D'INTERVENTION BASÉS SUR LES DIAGNOSTICS ET UNE STRATÉGIE CONCERTÉE AVEC LES ACTEURS LOCAUX

- Contribuer à l'intégration des filières laitières et à l'émergence de clusters locaux
- Favoriser l'entrepreneuriat et l'innovation
- Accroître le développement et la notoriété des produits laitiers typiques pour développer la commercialisation
- Développer les capacités locales
- Initier la Route des produits laitiers de Méditerranée





# RENFORCER LA FILIÈRE LAITIÈRE PAR LA STRUCTURATION EN RÉSEAU : LA CRÉATION DE CLUSTERS POUR RÉPONDRE COLLECTIVEMENT AUX BESOINS SPÉCIFIQUES DE CHAQUE TERRITOIRE

- ▶ 8 projets pilotes de clusters
- ▶ Plus de 360 acteurs consultés

Développer la filière laitière par la création de clusters locaux était l'un des objectifs du projet LACTIMED. Les problématiques identifiées dans les diagnostics réalisés dans chaque territoire au début du projet avaient tout intérêt à être envisagées collectivement. Afin d'augmenter la valeur créée localement, le projet a encouragé fournisseurs, éleveurs, collecteurs, transformateurs, distributeurs, laboratoires de recherche, centres de formation et structures d'appui à se mettre en réseau et créer des clusters laitiers locaux. L'objectif ? Mutualiser des ressources (naturelles, techniques, financières), des compétences (recherche et développement, formation, élevage, collecte, transformation, conditionnement, marketing) et développer de nouvelles formes collectives d'accès aux marchés.

**8 clusters** en Méditerranée  
pour une filière laitière plus compétitive



Depuis 2014, LACTIMED a contribué à l'émergence de 8 projets pilotes de clusters, après consultation de plus de 360 acteurs, répondant à des besoins et défis spécifiques exprimés par les acteurs de chaque territoire. La mise en commun des problèmes et des atouts de chacun a eu de véritables retombées sur le terrain.

## APPROCHE ET MÉTHODOLOGIE

### La création des clusters en 6 étapes

#### 1 ] Diagnostic de la filière laitière

- Etat des lieux de la filière laitière
- Enquêtes de terrain auprès des acteurs
- Identification de produits typiques laitiers locaux
- Etude sur les opportunités de débouchés nationales et internationales
- Synthèse et proposition de plan d'action local
- ▶ Diagnostic de la filière laitière locale

#### 2 ] Atelier de restitution des résultats des diagnostics et de mobilisation des acteurs locaux

- Restitution et discussion des résultats
- Discussion d'une stratégie collective
- Sensibilisation à la démarche collective de cluster
- ▶ Un noyau d'acteurs (PME et institutions liées à la filière) souhaite travailler ensemble au développement d'un cluster

#### 3 ] Groupes de travail des acteurs locaux, partenaires et parties prenantes de la filière locale

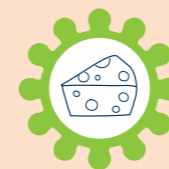
- Développement participatif d'un projet pilote de cluster afin de faire face à des difficultés communes, pour être plus compétitif, pour réaliser des économies d'échelles, etc.
- L'approche adoptée par les partenaires LACTIMED est de « bas en haut », afin de développer un cluster répondant aux besoins et aspirations de ses membres et dans un souci d'appropriation
- ▶ Construction d'une stratégie collective

#### 4 ] Conceptualisation collective de projets de cluster

- Elaboration de plusieurs idées et hiérarchisation
- Choix stratégique et formalisation des étapes de création du cluster
- ▶ Projet pilote de cluster



© Alberto Peroli



© Federica Bolla



#### 5 ] Lancement et développement du cluster

- Mise en œuvre d'activités pilotes
- Accompagnement des parties prenantes par les partenaires LACTIMED en tant que facilitateurs
- ▶ L'objectif est l'appropriation de l'outil cluster par ses membres et l'émergence d'un leader

#### 6 ] Bilan de la mise en œuvre et pérennité

- Etablissement d'un bilan du cluster après son lancement
- Recensement des difficultés et propositions pour y faire face collectivement
- ▶ Elaboration d'une feuille de route du cluster

### Consolider la mise en place de clusters par une action transversale

#### • Cycles régionaux de séminaires et formations pour renforcer les capacités des PME et des structures locales d'appui à la filière

- L'approche cluster ;
- Techniques agricoles efficaces et durables
- Processus agro-industriels flexibles et innovants
- Les circuits de commercialisation courts et longs
- Les réglementations nationales et internationales, etc.

#### • Sensibilisation des autorités publiques

- Livret blanc pour la mise en place de mesures en vue de rendre durables les agro-clusters locaux pour des produits méditerranéens typiques et innovants ;
- Evoquer les freins identifiés lors du diagnostic et les politiques publiques en soutien à la filière ;
- Mettre en évidence le potentiel des produits laitiers typiques en matière de création d'emploi, de contribution à la balance des paiements (exports), de compétitivité (captation de valeur ajoutée), de sauvegarde de savoir-faire traditionnels et de santé alimentaire ;
- Promouvoir l'intégration et la diffusion des résultats du projet au niveau des politiques de développement agricole et agro-alimentaire.

#### • Echanges transfrontaliers sur la démarche cluster

#### • Accès aux marchés et promotion des produits des clusters

- Participation des PME à des actions communes de promotion pour donner de la visibilité à leurs produits ;
- Organisation de rencontres d'affaires avec des acheteurs (petite et grande distribution, réseaux de chefs, etc.) et consommateurs ;
- Action de promotion des opportunités d'investissement et de partenariat des territoires pilotes ;
- Sensibilisation du public professionnel et autorités publiques aux défis de la filière.



## 8 PROJETS DE CLUSTERS POUR UNE FILIÈRE LAITIÈRE MÉDITERRANÉENNE PLUS COMPÉTITIVE

### Tunisie

#### Objectif

- Améliorer la qualité du lait et organiser sa collecte
- Faciliter l'accès au financement bancaire des petits éleveurs et transformateurs afin d'accroître la production

**Cluster de Bizerte (filiale bovine) :** 25 éleveurs + 1 centrale de collecte + institutions d'appui à la filière + institutions académiques et financières

**Cluster de Béja (filiale ovine) :** Plus de 50 éleveurs de brebis de race sicilo-sarde + 2 transformateurs + institutions d'appui à la filière + institutions académiques et financières

Les filières locales font face à plusieurs défis : résoudre les difficultés au niveau de l'approvisionnement en lait, améliorer la qualité du lait, optimiser la collecte et accéder au financement bancaire. Deux clusters ont été développés pour y apporter une réponse commune : l'un à Bizerte pour la filière bovine, l'autre à Béja pour la filière ovine. L'objectif est de permettre un point de collecte de lait mutualisé, favoriser la transformation de produits typiques et le développement de nouveaux produits, mettre en commun des équipements et des services (assistance vétérinaire, assistance technique, achats groupés à des prix avantageux), favoriser l'accès à la formation et développer l'agritourisme dans la région.

La participation d'institutions de soutien à la filière, d'institutions financières, de syndicats ou d'instituts de recherche se révèle un atout clé pour structurer davantage la filière.



En particulier, la participation de la Banque Nationale Agricole aux clusters a permis l'émergence de deux produits financiers innovants facilitant le financement de 153 éleveurs, producteurs de lait. Leur financement par le prisme du cluster a permis de diminuer le risque lié à leur solvabilité et a généré près de 4,4 millions de dinars de prêts pour l'acquisition de génisses (Prêt Tripartite) et pour l'investissement dans leur exploitation (Prêt Interface). Cette initiative a permis aux petits éleveurs généralement exclus du financement d'investir et d'augmenter voire de doubler leurs cheptels, accroissant ainsi leurs revenus et leur productivité.

### Liban

#### Objectif

- Améliorer la qualité du lait et organiser la collecte du lait de chèvre

**Cluster Ayta Al Foukhar :** 15 membres. Transformation du lait de chèvre

**Cluster Al Fekha :** 15 éleveurs de chèvres et de brebis. Collecte de lait commune et transformation de lait

**Cluster Deir El Ahmar :** 15 membres, dont 13 agriculteurs. Transformation de lait

Au Liban, c'est autour des questions de collecte et de qualité du lait que les producteurs ont choisi de se réunir, afin de répondre à des besoins communs, notamment en matière de structuration et d'organisation.

Les clusters sont établis en tant que coopératives, réunissant principalement des producteurs et transformateurs de lait. Ils répondent donc à ces deux besoins principaux : s'associer pour réduire les frais liés à la collecte et à la livraison à des transformateurs, mais aussi atteindre ensemble les quantités suffisantes de lait nécessaires à la transformation, pour valoriser davantage une partie du lait qu'ils produisent sous formes de produits typiques. En complément



d'un accompagnement sur le volet commercialisation, organisationnel et technique, LACTIMED a facilité l'acquisition d'équipements spécifiques.

Enfin, le cluster a permis l'établissement d'un prix du lait plus équitable dans la région d'Ayta Al Foukhar et d'un contrat d'achat entre 10 producteurs de lait de chèvre et la coopérative (à un prix environ 10% supérieur au prix de vente habituel), garantissant un approvisionnement constant.

### Italie

#### Objectif

- Promouvoir les fromages typiques siciliens pour développer les canaux de commercialisation

**Cluster :** 40 producteurs regroupés dans une action de promotion conjointe à travers le site Sicilian Roots

Les études et diagnostics réalisés sur le territoire sicilien ont révélé une méconnaissance de la production laitière sicilienne à l'échelle nationale. Il est également apparu comme une nécessité d'accroître et d'améliorer la promotion et la commercialisation, ce que les petits producteurs ne parvenaient à faire, faute de ressources.

Aujourd'hui très présents sur le marché local, les producteurs avaient pourtant vocation à faire connaître leurs spécialités de haute qualité au-delà de la Sicile. C'est ainsi qu'est née l'idée d'un site internet pour communiquer ensemble sur ces produits et renforcer leur visibilité, ciblant principalement le marché local, national et pourquoi pas, international. Ces 40 producteurs se sont réunis au sein du site Sicilian Roots, qui présente les produits, les races locales, les savoir-

faire traditionnels et les adresses (auberges, magasins) qui les proposent. Il reflète leur ancrage territorial.

L'objectif est d'augmenter les ventes et d'étendre le rayonnement et le réseau de contacts des producteurs. Le cluster défend et valorise également un modèle de production et d'élevage durable et de qualité, afin de développer plus généralement les circuits courts, plus adaptés à ces exploitations traditionnelles de petite taille. Après des actions de promotion conjointe en ligne et dans le cadre de manifestations, les PME siciliennes explorent différentes pistes pour collaborer davantage et commercialiser ensemble dans un point de vente et / ou en ligne.





## Egypte

### Objectif

- Pallier l'absence de centres de collecte de lait à proximité de groupes d'éleveurs et de système de collecte organisé
- Améliorer la qualité du lait

**Cluster El Nubaria :** 1 centre de collecte + 7 éleveurs

Le concept de cluster est relativement nouveau en Egypte, et 7 éleveurs de vaches et de bufflonnes du village d'El Nubaria, associés à 2 entrepreneurs, ont développé un centre de collecte: des réservoirs réfrigérés sont installés à proximité de trois groupes d'éleveurs et l'approvisionnement du centre se fait ensuite par l'intermédiaire de véhicules équipés de citernes réfrigérées.

Un impact positif sur le prix du lait, pour sa qualité améliorée, engendre ainsi une hausse de revenus pour les différents maillons (le transformateur vend plus cher un fromage de qualité, et l'éleveur – producteur de lait bénéficie également de cette valeur ajoutée).

90 familles à proximité pourraient être intéressées à intégrer ce cluster. Une formation a été mise en place pour

accompagner les éleveurs dans cette démarche et renforcer leurs activités. Les éleveurs réalisent des achats groupés d'intrants et travaillent à l'amélioration nutritionnelle des rations du bétail avec leur aide. Ils bénéficient également de matériel d'analyse laboratoire pour mener un contrôle plus régulier de la qualité du lait et dans l'optique de son amélioration.



## Grèce

### Objectif

**Catalyser la coopération entre les acteurs de la filière laitière de Thessalie et accroître la compétitivité des PME**

**Cluster Terra Thessalia Lactis**

En Grèce, le diagnostic territorial a montré que les filières laitières locales et leurs systèmes de production maintenaient des liens forts avec leurs territoires mais se heurtaient à un manque de coopération entre acteurs, ce qui impactait les gains des entreprises et la compétitivité de la filière. Cela est accentué par la faiblesse de l'organisation professionnelle des différentes catégories d'acteurs et l'affaiblissement du système de vulgarisation et d'appui technique sur les trois dernières décennies.

Le processus de création du cluster a nécessité une intense mobilisation pendant le projet, impliquant plus de 90 acteurs privés, publics ou d'autres institutions en soutien à la filière, jouant un rôle phare dans la dimension innovation. C'est une expérience particulière par sa dimension territoriale, et dans le sens où elle instaure une coopération de petits territoires laitiers thessaliens, mettant délibérément l'accent sur les petites fromageries, favorisant l'élevage extensif, pastoral et traditionnel.

Pour répondre à ces enjeux, le développement du cluster s'est attaché à l'adoption et au développement d'une stratégie territorialisée visant à :

- rassembler les acteurs de la filière autour d'une plateforme régionale de dialogue ;
- devenir un mécanisme de coordination et d'appui à la filière ;
- contribuer à la structuration de la filière ;
- créer plus de valeur ajoutée pour les différents maillons de la chaîne de valeurs ;
- accroître la compétitivité de la filière thessalienne.

### Organisation et fonctionnement

Le cluster se compose de 7 fromagers et des exploitations d'élevage qui y sont liées (400 troupeaux pour la production de lait), représentant un potentiel de production de 3 à 4 M de tonnes de Feta par an ; 4 coopératives d'éleveurs (regroupant 240 troupeaux) ; 2 banques coopératives ; 12 centres de recherche ; 3 organisations professionnelles et d'appui ; 15 Dèmes (circonscriptions administratives similaires aux municipalités) en tant que partenaires associés.

Le projet de cluster de Thessalie, Terra Thessalia Lactis, a pour vocation de rassembler les acteurs de la filière autour d'une plateforme régionale de dialogue, mettant en place des mécanismes de coopération à partir de trois structures distinctes :

**1. Une Assemblée territoriale, régie par la signature d'une charte permettant la participation des institutions et des services publics, organise des services et des actions concernant :** I) la recherche appliquée et II) la révélation et l'activation des ressources laitières spécifiques dans le cadre de la bio-économie. Le cluster intègre aussi un mécanisme d'autocontrôle du système participatif de garantie (fromage labellisé).

Par ailleurs, les membres s'attachent à resserrer les liens entre acteurs (PME, organismes de recherche, autorités publiques, société civile) et notamment dans le but d'instaurer un mécanisme de transmission de points de difficultés des entreprises de la filière vers les centres de recherche associés pouvant apporter des réponses et contribuer au développement du système de vulgarisation.

**2. Une société de promotion des produits laitiers des fromagers du cluster afin de développer la commercialisation, en particulier sous le label du cluster.**

**3. Une structure de soutien dans laquelle collaborent quatre institutions de soutien à la filière qui accompagnent le cluster sur plusieurs axes :**

- ▶ Une action pilote de "ration équilibrée" pour les troupeaux.
- ▶ Le développement d'un système de garantie pour la qualité des produits laitiers (label Terra Thessalia Lactis), avec l'introduction d'un label qualité garantissant des critères propres aux fromages labellisés produits par les membres du cluster. Cette action phare du cluster est basée sur des fromages de proximité, c'est-à-dire fabriqués par des petites et moyennes entreprises souvent familiales utilisant du lait produit par des animaux situés à moins de 15km de l'entreprise et en condition semi-extensive (pâturage une majorité de l'année et donc nutrition basée sur la biodiversité locale).

Par ailleurs, il est produit avec du lait printanier (très riche), dans le respect de la fabrication traditionnelle des fromages et des relations équitables entre l'ensemble des partenaires de la filière (notamment au niveau de la redistribution de la valeur ajoutée entre les acteurs). Ce label repose également sur l'introduction de nouvelles technologies afin de géolocaliser les troupeaux (échantillon de bétail équipé de GPS) pour garantir ces critères au consommateur, qui peut avoir accès aux informations de son fromage sur une plateforme Web. Cela permet de différencier les fromages du cluster d'autres productions de Thessalie ou d'autres régions grecques. L'enjeu est de taille : améliorer la productivité et territorialiser le produit. Les premiers fromages ont été commercialisés à l'automne 2015 en Suisse et en France.

- ▶ Actions de communication et de promotion du cluster.
- ▶ Formation et accompagnement des membres sur l'utilisation des outils du cluster et sur la coordination de la filière.

### Et demain ?

La mise en place du cluster et des actions pilotes requièrent une coordination significative et une forte appropriation par les membres. A moyen terme, l'enjeu est de consolider ce processus et les actions pilotes, de promouvoir les produits du cluster et de tisser davantage de liens commerciaux en Grèce et en Europe.





## CONCOURS LACTIMED : SUSCITER L'ENTREPRENEURIAT ET L'INNOVATION

100 000 euros de prix

10 000 euros pour chacun des 10 gagnants

72 acteurs formés 38 innovateurs coachés

50 projets soumis au concours LACTIMED

LACTIMED a lancé en 2014 un concours de projets innovants, visant à insuffler un nouvel élan à la filière laitière méditerranéenne et à montrer qu'innovation et esprit d'entreprise peuvent se concilier avec savoir-faire traditionnels et ressources locales. Un appel à propositions a été ouvert aux cinq territoires pilotes, révélant 50 projets portés par des candidats aux profils divers : entrepreneurs (éleveurs, fromagers, etc.), chercheurs et inventeurs, représentants de coopératives, d'associations ou d'agences de développement. Des profils divers à l'image des hommes et des femmes composant cette filière.

La présélection s'est faite sur la base d'une grille commune d'évaluation focalisée sur la capacité organisationnelle et commerciale du candidat, la dimension innovation et le potentiel de marché, la valorisation des ressources et compétences locales et l'impact en termes de développement durable. Par ailleurs les jeunes entrepreneurs et les femmes étaient particulièrement encouragés à y participer.

Ouvert aux micros, petites et moyennes entreprises (PME), associations, fédérations professionnelles ou encore centres de recherche, ce concours avait pour objectif de susciter l'innovation et la valorisation des produits laitiers typiques méditerranéens dans une filière de tradition. L'ambition de LACTIMED était également de développer les capacités des producteurs, entrepreneurs et autres candidats au travers d'un coaching efficace pour les 38 candidats présélectionnés dans l'élaboration de leurs plans d'affaires. Mieux préparés, ils ont ensuite présenté leur projet face à un jury international lors d'une session de pitching. Des séances de formation issues des cycles LACTIMED ont également associé 72 participants aux côtés des candidats en marge du coaching.

A la clé de ce concours, 100 000 euros de financement au total pour les innovateurs de la filière laitière méditerranéenne : une aide de 10 000 euros a été attribuée à chacun des 10 gagnants pour mettre en œuvre leur projet innovant. Ils ont aussi bénéficié d'une assistance technique et commerciale et d'une mise en réseau pour développer et mettre en œuvre leur projet, avec le soutien des partenaires LACTIMED. De plus, ce financement a parfois engendré une levée de fonds supplémentaire parmi certains des gagnants.

L'objectif de cette opération était bien sûr de favoriser l'innovation mais aussi de renforcer les capacités des porteurs de projets et de les accompagner dans leur développement. Les finalistes non gagnants ressortent mieux préparés grâce à l'appui des coaches spécialisés sur les aspects technique, innovation, commercial et financier ; cela a permis à plusieurs d'entre eux de présenter leur projet, plus abouti, à une banque ou un organisme de financement. Par ailleurs, le réseau développé par LACTIMED a facilité des mises en relation avec des financeurs potentiels.



## 10 PROJETS INNOVANTS POUR LA FILIÈRE LAITIÈRE MÉDITERRANÉENNE

### Machines spécialisées pour le conditionnement de produits laitiers

Pays : **Egypte**

Lauréat : **Eman Hassan, Co-fondatrice et Directrice financière de CUBII**

Projet : Le projet CUBII a développé des machines novatrices, destinées au conditionnement des produits laitiers à un coût abordable pour les PME égyptiennes. Innovant et porteur, ce projet permet de commercialiser du lait et des produits laitiers en préservant les aliments de toute contamination. Le prix LACTIMED lui a permis d'acquérir les machines nécessaires à la production des équipements destinés au conditionnement.



### Développement d'outils innovants pour la production de fromage Karish

Pays : **Egypte**

Lauréat : **Entsar Nour El Deen, Docteur en ingénierie alimentaire et de l'emballage à l'Institut de Recherche Technologique Alimentaire**

Projet : L'idée de ce projet résulte d'une double volonté : celle d'innover, en concevant et en créant des outils permettant la fabrication d'une nourriture saine, et celle de permettre à la tradition de perdurer en conservant la recette traditionnelle. Entsar Nour El Deen a pour ambition de développer des outils de fabrication du traditionnel fromage Karish en utilisant des matériaux modernes, afin de limiter les risques de contamination microbienne ou due aux larves d'insectes. Ce projet innovant permet ainsi d'optimiser la

production et d'assurer une meilleure qualité du fromage, une baisse des risques de contamination et par conséquent une diminution de la perte de produit. Le prix LACTIMED vient soutenir les coûts de recherche et de développement de ce projet.



### Production de beurre de chèvre aromatisé

Pays : **Grèce**

Lauréat : **Xristos Laitos, Fromager**

Projet : Associant produits locaux et traditionnels, Xristos Laitos a conçu un beurre original et innovant qu'il décline de différentes façons : beurre de chèvre classique ou aromatisé à l'ail, aux herbes ou encore aux truffes. Commercialisé en deux formats, l'un de 125 grammes et l'autre de 250 grammes, la dimension visuelle du produit occupe une place importante, première étape du voyage vers les contrées d'origines du produit. L'emballage, aux couleurs de la Thessalie, est informatif en explicitant les qualités du beurre de lait de chèvre. Grâce au prix LACTIMED, Xristos Laitos a acquis et installé l'équipement nécessaire à la production de ce beurre de chèvre, diffusé sur le marché national, avec la perspective de cibler aussi des marchés étrangers. Il souhaite qu'un grand nombre de personnes y ait accès, en le commercialisant à un coût abordable.





## Nouvelles formes de Feta pour salades grecques

Pays : Grèce

Lauréat : **Anastasios Antwniou, Président de la coopérative Voskos**

Projet : Revisiter la tradition, telle est l'ambition de ce projet. Anastasios Antwniou propose de concevoir autrement la Feta, fromage grec AOP internationalement réputé. Jusqu'à présent connue et commercialisée sous forme de morceaux de plusieurs centaines de grammes, il s'agit ici non seulement de la découper en petits cubes homogènes et de lui offrir un conditionnement original, mais également d'en sublimer les saveurs en y associant différents ingrédients typiques. Conservée dans de l'huile d'olive vierge locale et accompagnée d'herbes aromatiques du Mont Olympe, la Feta AOP thessalienne, fabriquée par la coopérative, sera ainsi préparée et prête à être servie dans des salades. D'origine locale, ces trois ingrédients garantissent un produit de qualité présenté comme un concentré gastronomique de Thessalie. Grâce au prix LACTIMED, Anastasios Antwniou

a investi dans du matériel spécialisé, telle qu'une machine pour la découpe du fromage et testé différents contenants en verre. Ce prix lui a également permis d'en faire la promotion, notamment sur les îles grecques afin d'atteindre les touristes.



## La route des chèvres Girgentana

Pays : Italie

Lauréat : **Ignazio Vassalo, Eleveur, Agronome, Secrétaire de l'association pour la sauvegarde et la valorisation de la chèvre Girgentana**

Projet : L'ambition d'Ignazio Vassalo est de valoriser la race locale de chèvres Girgentana, menacée, et d'en augmenter le nombre. Il a pour cela développé un circuit au cœur de la Vallée des temples d'Agrigento, à la découverte de cette chèvre. Dans un premier temps, cinq d'entre elles ont été réintroduites dans l'un de leurs habitats d'origine, au sein du parc. Les visiteurs peuvent aller à la rencontre des fermes, fromageries ou élevages, ou passer une journée dans les pâturages avec les animaux. Ils ont également l'occasion d'acquérir des produits laitiers. Véritable expérience sensorielle favorisant la découverte du territoire et de la culture locale, ce projet aide les éleveurs à faire

perdurer l'élevage de cette race. Il permettra également à terme d'articuler la réintroduction de l'espèce avec l'augmentation de la demande de produits à base de lait de chèvre Girgentana. Le prix LACTIMED a cofinancé des actions de communication, comme des panneaux informatifs en plusieurs langues, la création du Site Web [www.capragirgentana.eu](http://www.capragirgentana.eu) ou encore une campagne «adopte une chèvre Girgentana».



## Production, conditionnement et commercialisation du kechek vert

Pays : Liban

Lauréat : **Hiyam el Gharib, Fondatrice et Présidente de l'association coopérative pour la production des produits agricoles «Ain El Arich»**

Projet : Elle transforme le lait de chèvre en un produit local traditionnel, le kechek, mais en optant pour un nouveau mode de conservation. Aujourd'hui, cette préparation de poudre blanche à base de yaourt épais, de lait salé et de blé concassé (bulgur) est souvent proposée sous forme séchée, afin d'en faciliter le transport et la commercialisation hors de la Bekaa.

Hiyam El Gharib produit à présent ce produit aux valeurs nutritives remarquables sous sa forme « fraîche » difficile à trouver aujourd'hui. Afin de commercialiser ce kechek dit « vert », elle a développé des systèmes de conditionnement

appropriés, en le conservant dans de l'huile d'olive, à l'intérieur de récipients en verre et sous vide.

Le prix LACTIMED, associé à un autofinancement, a permis à la coopérative d'acquérir des équipements adéquats pour la production du kechek, son conditionnement et sa conservation.



## Labneh de chèvre et huile d'olive bio

Pays : Liban

Lauréat : **Sami Hajjar, Ingénieur agronome, Fondateur du centre Kab-Elías**

Projet : Le projet de Sami Hajjar répond à la demande croissante des consommateurs libanais pour les produits biologiques, de plus en plus sensibilisés au lien entre nutrition et santé. Avec ce projet, Sami Hajjar produit du labneh de chèvre biologique, un produit traditionnel, qu'il conditionne de façon originale : sous forme de morceaux ronds, le labneh est conservé dans de l'huile d'olive issue d'une production régionale. Certifié bio, il est commercialisé avec des arômes naturels locaux. Le consommateur a ainsi le choix entre plusieurs saveurs : menthe, thym, sumac ou piment rouge, qui évoquent les saveurs du terroir.

Le prix LACTIMED a permis à Sami Hajjar d'acquérir deux machines, l'une conçue pour obtenir une meilleure homogénéité dans la découpe du labneh et l'autre pour une fermeture optimisée des récipients en verre, évitant tout risque de contamination.



## Table d'hôte «Borj Lella»

Pays : Tunisie

Lauréat : **Zied Ben Youssef, Eleveur, Président du groupelement des éleveurs de brebis Sicilo-sarde, Fondateur de la fromagerie artisanale « From Art Béja »**

Projet : Organiser des randonnées, proposer un hébergement et une restauration typique à la ferme constituent le premier axe de ce projet. Zied Ben Youssef a également développé un aspect pédagogique, en impliquant les touristes dans l'activité de la ferme : en participant à la traite des brebis, en observant et prenant part à la fabrication des fromages frais. Il souhaite développer le lien entre producteur et consommateur. Les touristes ont ainsi tout loisir de profiter pleinement de l'environnement de la ferme et de ses activités typiques, grâce à des baies vitrées leur permettant d'observer l'activité de la laiterie tout en dégustant un repas traditionnel à la ferme. Le prix LACTIMED a permis à Zied Ben Youssef d'investir dans l'aménagement du bâtiment destiné à l'accueil du public, d'améliorer l'équipement de

cuisine et de développer l'installation de transformation fromagère, afin d'accueillir les touristes dans des conditions idéales. Grâce à son projet « Borj Lella », les touristes peuvent désormais profiter d'une table d'hôte.



## Biolact Protect : développement d'un bio-détergent pour la lutte et la prévention de bio films

Pays : Tunisie

Lauréat : **Hamida Ksontini – Assistante-Chercheuse en microbiologie alimentaire et industrielle à l'Ecole Supérieure des Industries Alimentaires de Tunis**

Projet : Innovation et écologie sont les maîtres mots de ce projet. Enseignante chercheuse en microbiologie, Hamida Ksontini forme un duo dynamique avec sa collègue Faten Kachouri. Elles connaissent parfaitement les problématiques de nettoyage et de désinfection des surfaces industrielles utilisées en agroalimentaire et leurs recherches ont débouché sur la création d'un bio-détergent issu de bactéries lactiques, appelé BioLact Protect. Naturel et plus efficace que les détergents chimiques, commercialisable à un prix concurrentiel, son avenir est prometteur. Il est par ailleurs particulièrement adapté aux équipements de la filière laitière. Après avoir déposé un brevet et songé plusieurs années durant à un développement commercial, leur participation au concours LACTIMED a été le déclencheur pour écrire un plan d'affaires. Gagnant, bénéficiant du coaching et d'un accompagnement, le duo envisage le développement d'une production semi-industrielle. C'est le résultat de l'étude de marché réalisée avec le prix LACTIMED et des contacts pris avec des financeurs.

«Le concours nous a permis de valoriser les résultats de nos recherches et de les concrétiser en un projet.» Dr. Hamida Ksontini





## Développement de ferments lactiques autoproduits

Pays : **Italie**

Lauréat : **Sandra Invidiata, Eleveuse et Fromagère**

**Projet :** Face à la mer Méditerranée, sur les monts Collesano, Sandra Invidiata élève ses quatre-vingt vaches sur une cinquantaine d'hectares. Depuis vingt ans, elle travaille à l'amélioration et au développement de son exploitation familiale : création d'une laiterie, d'une ferme pédagogique et développement d'activités agrotouristiques. Soucieuse du bien être de son troupeau et d'une production de lait de qualité, Sandra Invidiata élève les vaches brunes et métisses selon les principes de l'agriculture biologique. Le lait cru qui est produit est distribué localement, mais également transformé en fromage. Sandra Invidiata fabrique des produits typiques de Sicile comme la Provola delle Madonie ou encore la Ricotta.

Son projet accorde un intérêt particulier à la préservation des caractéristiques du terroir. Plutôt que d'utiliser des ferments industriels, qui certes corrigent certains défauts de fabrication, elle souhaite autoproduire les siens. Cette démarche permet de préserver l'authenticité du goût du fromage, au contraire des ferments industriels qui tendent à standardiser les saveurs. Les ferments autoproduits permettent ainsi de conférer aux produits une identité propre. Concevant des fromages uniques et typiques du terroir, ce procédé lui permet également de gagner du temps dans la production, tout en diminuant l'influence de la température et du climat, facteurs importants pour le travail des pâtes filées. Le prix LACTIMED lui a permis de bénéficier des conseils d'un technologue alimentaire spécialisé pour la production de ses ferments.



© Alberto Peroli

*"Gagner ce prix est un véritable encouragement pour mon projet ! Mon ambition est de diffuser ces outils dans d'autres gouvernorats d'Egypte."*  
Entsar Nour El Deen

*"Le projet LACTIMED nous a permis de connaître de nouvelles et bonnes pratiques concernant les produits laitiers. Nous avons eu l'opportunité de discuter et de coopérer avec des entreprises en Grèce mais aussi de différents pays méditerranéens. Le prix du concours vient contribuer à un effort ambitieux mené depuis de nombreuses années."* Anastasios Antwniou

*"LACTIMED nous a permis de réaliser un rêve."* Ignazio Vassalo

*"Notre participation au concours a été fructueuse et la démarche LACTIMED encourage les PME à se développer sur de nouveaux horizons. Le prix du concours est un véritable levier pour développer notre projet."* Sami Hajjar



© Federica Bolla

## ACCROÎTRE LE RAYONNEMENT ET LA NOTORIÉTÉ DES PRODUITS LAITIERS TYPIQUES POUR DÉVELOPPER LA COMMERCIALISATION

De mai 2014 à octobre 2015

**1308** rendez-vous d'affaires

**4** conférences

**10** ateliers théâtres du goût

**150** acheteurs impliqués

**104** PME impliquées

**15** villes :

**Palerme** **Milazzo** **Le Caire** **Beyrouth** **Tunis**  
**Bizerte** **Enna** **Zahlé** **Alexandrie** **Marseille** **Corfou**  
**Larissa** **Turin** **Montpellier** **Athènes**

**27** opportunités d'investissement

**9** études de pré-faisabilité

**25** opportunités de partenariats

## LES SEMAINES DES PRODUITS LAITIERS TYPIQUES DE LA MÉDITERRANÉE

Afin de renforcer la présence des productions locales sur les marchés nationaux, et de les aider à conquérir de nouveaux marchés internationaux, LACTIMED a mis en place des événements sur mesure pour mobiliser les opérateurs de la restauration et du tourisme, la distribution, les consommateurs, les médias, lors de Semaines des produits laitiers typiques, véritables vitrines des producteurs et de leurs produits. Focalisées sur l'aval de la filière pour faciliter la commercialisation, ces activités développées au niveau local et régional ont contribué à accroître le rayonnement des produits laitiers typiques des cinq territoires méditerranéens.

Au niveau local, l'un des objectifs était également de faire rayonner à l'échelle nationale la typicité de la filière laitière de chaque territoire pilote, en promouvant les produits, leurs caractéristiques organoleptiques, leur histoire, leurs processus de production, les richesses et les réalités de l'ensemble de la filière locale, parfois méconnues.

A l'échelle de la Méditerranée, des « Semaines des produits laitiers typiques de la Méditerranée » ont été organisées en Egypte, en France, en Grèce, en Italie, au Liban et en Tunisie, à travers la participation de LACTIMED à des salons internationaux du secteur agroalimentaire et des manifestations publiques. Des pavillons réunissant des PME des pays participants au projet ont fait découvrir l'offre inédite de produits laitiers de la région. Ces pavillons ont également bénéficié de la participation de responsables de la promotion touristique des différentes régions, œuvrant à la promotion conjointe du tourisme et des produits de terroir.

Au-delà de la volonté de promouvoir et tester ces

produits auprès des consommateurs, l'objectif principal était d'accéder à de nouveaux marchés et ces semaines ont également donné lieu à 1308 rencontres d'affaires entre 104 producteurs et 150 acheteurs nationaux et internationaux, par l'intermédiaire des partenaires LACTIMED, générant de nouveaux contrats pour les bénéficiaires et le développement de liens commerciaux.

Ces rencontres ont également été alimentées par la participation de porteurs de projet regroupant 27 opportunités d'investissement, 9 études de pré-faisabilité et 25 opportunités de partenariat (projets donnant lieu à des échanges entre entreprises mais ne se traduisant pas en priorité par une injection de capital) identifiées par le projet.

L'organisation de tels événements était enfin envisagée comme une opportunité pour faire connaître les défis de la filière, disséminer les résultats du projet et mettre en valeur les publications (diagnostics locaux, brochures sur les produits laitiers typiques, etc.), le tout en privilégiant la promotion et la communication, afin de leur assurer une visibilité maximale et une portée tant au niveau du grand public que des acteurs professionnels et spécialisés.





## ECHANGER ET TISSER DES LIENS ENTRE LES DEUX RIVES DE LA MÉDITERRANÉE

Le projet LACTIMED a également favorisé le partage entre les pays méditerranéens, illustrant les liens forts qui unissent ces pays au travers d'expériences concrètes : des Chefs libanais, égyptiens et tunisiens ont par exemple enseigné leurs gestes et savoir-faire dans des écoles de cuisine italienne et française, initiant les étudiants aux recettes et spécialités à base de lait. Parallèlement, des producteurs fromagers du Sud se sont rendus pendant plusieurs semaines dans des fermes françaises, grecques et italiennes pour y produire sur place leurs propres fromages avec leurs recettes et techniques mais à partir des ressources locales : l'occasion d'un échange de savoir-faire et d'expertise.

Les produits issus de ces échanges entre pairs et avec les étudiants ont ensuite été présentés au grand public et aux professionnels lors des Semaines LACTIMED en Europe afin de faire découvrir au public européen les produits laitiers égyptiens, libanais et tunisiens qui ne peuvent aujourd'hui entrer au sein de l'Union européenne.

**Caraglio et Orbassano, Italie • 20 et 21 octobre 2014**

**Élaboration de produits laitiers dans le Piémont**

1 producteur égyptien et 2 producteurs libanais se sont rendus dans deux laiteries piémontaises (Caseificio Moris de Caraglio et caseificio La Pinchinca di Finella Aiello de Orbassano) pour préparer les fromages typiques de leurs territoires. Les produits ont ensuite été présentés sur le Stand LACTIMED au Salone del Gusto à Turin, Italie.

**Turin, Italie • 22 octobre 2014**

**Master classe culinaire avec des Chefs méditerranéens**

Les chefs Moustafa El Refaey (Égypte) et George Khalaf (Liban) ont cuisiné avec 20 élèves de l'école Piazza dei mestieri, et préparé ensemble les plats et desserts typiques ensuite présentés sur le pavillon LACTIMED du Salone del Gusto.

**Aurillac, France • du 24 au 27 mars 2015**

**Élaboration de produits laitiers à la Laiterie Pédagogique ENILV d'Aurillac**

5 producteurs égyptiens, libanais et tunisiens se sont rendus à la Laiterie pour préparer les fromages et laits fermentés typiques de leurs territoires. Au programme : des fromages Karish, Domiati et Laban égyptien, Halloum et Akkawi libanais ou encore de la Rigouta ou Jben Arbi tunisien. Les produits ont ensuite été présentés sur le Stand LACTIMED du Festival M.A.D.

**Nîmes, France • 25 mars 2015**

**Master Class culinaire avec des Chefs méditerranéens**

Les chefs Moustafa El Refaey (Égypte) et Iyed TEJ, (Tunisie) ont cuisiné avec 10 apprentis du Lycée CFA du CCI de Nîmes, associé au Festival M.A.D. Les élèves ont eu l'occasion d'apprendre sur les techniques d'élaboration des dessert typiques des territoires du projet LACTIMED. Ces desserts ont ensuite été présentés sur le Stand LACTIMED du Festival M.A.D.

**Kalambaka, Grèce • 27 septembre 2015**

**Élaboration de produits laitiers en Thessalie**

9 producteurs égyptiens, libanais et tunisiens se sont rendus à la Laiterie Paidis pour préparer les fromages typiques de

leurs territoires. Les produits ont ensuite été présentés sur le Stand LACTIMED exposé à Larissa, Corfou et Athènes.

Les Semaines LACTIMED ont largement contribué aux échanges entre les acteurs de la filière laitière en Méditerranée et particulièrement entre les PME.

Au fil des rencontres et activités, de forts liens se sont tissés entre ces personnes qui aujourd'hui forment le socle d'un réseau méditerranéen qui pourrait avoir vocation à se structurer davantage. Par ailleurs, les relations et les initiatives bilatérales entre les entreprises et acteurs d'un même territoire ou entre pays méditerranéens continuent et nourrissent différents projets communs.

Ces semaines ont également permis de connaître différentes approches du marketing et fait prendre conscience à ces acteurs de l'importance de labels dans la promotion de leurs produits mais également en tant que moyen pour la structuration de la filière et le développement des territoires.



«LACTIMED nous a aidé, à travers les expositions et les séminaires de formation, à mettre en valeur nos produits et les faire connaître sur les marchés locaux mais surtout sur les marchés méditerranéens, en coopération avec l'Égypte, la Grèce, la Tunisie et l'Italie. Nous avons pu découvrir de nouveaux produits et des idées de développement innovantes. Le projet ouvre de grandes opportunités pour les producteurs et transformateurs laitiers, un monde de coopération entre acteurs méditerranéens.»

**Dani Tannoury** • Gérant, société Dairy Tannoury sarl – Zahlé, Liban

## UN APERÇU DES SEMAINES LACTIMED

De mai 2014 à octobre 2015, les semaines LACTIMED ont réuni des producteurs issus des 5 territoires lors de différents salons internationaux cités dans cette page. Ces événements ont permis de faire connaître les produits et de rencontrer des acteurs (distributeurs, restaurateurs, etc.) pouvant être intéressés par ces fromages.

Lors de ces salons, LACTIMED a proposé un éventail d'activités ouvertes au grand public : dégustations sur les stands tenus par les producteurs, rencontres d'affaires, conférences, ateliers du goût, échanges d'expérience, etc. Au total, près de 300 000 visiteurs se sont rendus sur l'ensemble des salons auxquels a participé LACTIMED.

### La semaine LACTIMED France du 27 au 31 mars 2015

Ultime étape méditerranéenne du cycle des Semaines LACTIMED (Semaines des produits laitiers typiques de la Méditerranée), la Semaine France (27-31 mars 2015), a proposé à ses visiteurs un parcours gourmand à la découverte des produits laitiers méditerranéens.

LACTIMED a ainsi participé au Festival Méditerranée à Déguster (M.A.D), qui s'est tenu du 27 au 29 mars 2015 à Montpellier. Festival culinaire ciblant la gastronomie méditerranéenne et ses déclinaisons, doté d'une dimension santé/nutrition inédite en France, cet événement grand public a offert l'opportunité de rencontrer les acteurs phares de la gastronomie méditerranéenne, de participer aux ateliers culinaires et d'interagir sur différents thèmes autour du bien vivre et du bien manger.

ANIMA a coordonné la participation de LACTIMED au travers d'un pavillon Méditerranée réunissant les producteurs des cinq territoires pilotes du projet (Égypte, Grèce, Italie, Liban, Tunisie).

Au programme, un large éventail d'activités : dégustations, table ronde, ateliers du goût, rendez-vous d'affaires pour les professionnels, découverte des territoires, rencontres avec les acteurs de la filière, etc. Cet événement a été l'occasion d'un moment de partage original entre les pays méditerranéens, qu'il soit Nord-Sud, Nord-Nord, ou Sud-Sud, illustrant une riche identité commune, et les liens forts qui unissent ces pays.





## LES SEMAINES MÉDITERRANÉENNES

Des producteurs de 5 pays de la Méditerranée réunis sur un même pavillon pour promouvoir leurs produits laitiers

**Turin, Italie** - LACTIMED au Salone del Gusto

Date : du 23 au 27/10/2014

**Tunis, Tunisie** - LACTIMED au Salon International de l'Investissement Agricole et de la Technologie (SIAT 2014)

Date : du 29/10/2014 au 1/11/2014

**Beyrouth, Liban** - LACTIMED au Cooking Festival de Beyrouth

Date : du 7 au 9/11/2014

**Le Caire, Egypte** - LACTIMED au salon HACE - Hotel Expo 2014

Date : du 11 au 14/11/2014

**Montpellier et Marseille, France** - LACTIMED au Festival Méditerranée à Déguster M.A.D. et à la Villa Méditerranée

Date : du 27 au 31/03/2015

**Larissa, Corfou et Athènes, Grèce** - Roadshow Grèce

Date : du 27/09 au 2/10/2015

## LES SEMAINES LOCALES

Les producteurs d'une même région s'unissent pour promouvoir leurs produits laitiers typiques à l'échelle locale et nationale

**Palerme, Enna, Milazzo, Italie** • Date : du 24/05 au 1/06/2014

**Athènes, Grèce** - Dans le cadre du salon Dairy Expo 2014 • Date : du 1 au 3/11/2014

**Alexandrie, Egypte** • Date : les 27/02/2015 et 27/04/2015 avec le projet MedDiet

**Zahlé, Liban** • Date : du 4 au 6/07/2014

**Tunis, Tunisie** • Date : du 14 au 16/05/2015

**Bizerte, Tunisie** • Date : le 22/10/2015

### Mustafa El Refaey

**Chef**, restaurant Zooba, Le Caire - **Egypte**

Mustafa El Refaey a pu participer à des échanges d'expériences enrichissants au nord de la Méditerranée, comme au travers de master class dans des écoles de cuisine en Italie et en France. Il a également eu l'opportunité de cuisiner des produits laitiers d'autres pays méditerranéens, ainsi que de rencontrer plus de 40 chefs étoilés des quatre coins de la Méditerranée lors du Festival M.A.D de Montpellier (France) en mars 2015.

«C'était pour moi une très bonne expérience que de découvrir des fromages grecs, siciliens, tunisiens, libanais et égyptiens. Ce projet était très enrichissant.»

### Amr Daoud

**Fromager**, **Egypte**

Amr Daoud est fromager depuis 30 ans en Alexandrie où il possède une entreprise de taille moyenne, fabriquant des fromages traditionnels et produits laitiers. On peut d'ailleurs le rencontrer et visiter sa laiterie. Mais c'est sa curiosité pour les produits du pourtour méditerranéen et l'ambition de se développer davantage voire d'exporter, qui l'ont conduit à participer à bon nombre des semaines LACTIMED en tant qu'exposant.

Ce parcours l'a conduit à produire du fromage avec ses pairs en Europe et à tester les fromages typiques égyptiens sur de nouveaux marchés, auprès d'amateurs de fromages et de professionnels. Devenu un véritable ambassadeur de la culture et de la gastronomie égyptienne, il nourrit à présent plusieurs idées de développement et de partenariats pour son activité.





# TOURISME ET TERROIR : LA ROUTE DES PRODUITS LAITIERS DE MÉDITERRANÉE

## L'AGRITOURISME EN MÉDITERRANÉE, MOTEUR DU DÉVELOPPEMENT INTÉGRÉ DES TERRITOIRES RURAUX

La promotion conjointe du tourisme et des produits du terroir est un élément clé du développement des territoires ruraux en Méditerranée : cette thématique a joué un rôle important au cours des trois ans de mise en œuvre du projet LACTIMED.

Cette question a fait l'objet d'un atelier organisé dans le cadre de la 8ème édition de la Semaine Économique de la Méditerranée, qui a mis en lumière les bénéfices d'une promotion conjointe du tourisme et des produits du terroir pour les territoires ruraux au travers d'exemples concrets d'initiatives locales et régionales d'agritourisme en Méditerranée. Les expériences diverses d'intervenants des deux rives de la Méditerranée (France, Grèce, Italie, Liban, etc.), issus de chambres d'agriculture, de parcs naturels régionaux et d'associations de promotion du tourisme et des produits du terroir ont apporté un éclairage inédit sur des questions stratégiques : comment créer des synergies entre tourisme

et produits du terroir ? Quelles initiatives locales ? Quelle efficacité ? Quelles retombées pour les producteurs ? Quel impact pour le territoire ? Composante incontournable d'une alliance tourisme/produits du terroir, la question des routes thématiques a été largement discutée. A l'échelle régionale, elles offrent de réelles opportunités de diffusion des pratiques d'agritourisme et contribuent à la promotion des producteurs et de leurs produits.

Ces dernières années ont vu émerger des stratégies publiques pour la promotion des produits du terroir, parallèlement à la mise en place d'initiatives de terrain. Cette dynamique trouve son origine dans une prise de conscience écologique et économique, doublée d'un constat : la valeur ajoutée des produits à forte notoriété échappe trop souvent aux acteurs locaux. Alors qu'en renforçant l'identité territoriale de leurs produits et en la valorisant au moyen d'actions de promotion adaptées, les petits producteurs pourraient améliorer considérablement leurs revenus. L'agritourisme permet de véhiculer ces valeurs et représente une activité complémentaire à la production et la transformation agricoles. Il est donc crucial de le développer pour donner un nouveau souffle aux territoires ruraux.

Trois axes principaux se sont dégagés des initiatives présentées, répondant à l'enjeu commun de conjuguer la valorisation du potentiel économique et la préservation du patrimoine naturel et culturel :

- 1] - Accueillir le visiteur dans un espace mis en valeur et préservé, en créant des synergies entre tourisme et exploitation agricole : hébergement et restauration à la ferme, visites guidées, activités pédagogiques, circuits thématiques, randonnées, etc. ;
- 2] - Valoriser les produits du terroir au travers de dégustations ou de marchés paysans, permettant aux consommateurs de s'approvisionner directement auprès du producteur, de découvrir les modes de fabrication et les savoir-faire locaux, etc. ;
- 3] - Offrir une visibilité à ces produits et aux initiatives engagées par l'élaboration d'éléments de communication et la promotion d'un message spécifique : création d'une image identifiable (marques, labels ou logos), édition de guides de promotion pour influencer sur la fréquentation, construction de packages pour les tours opérateurs, etc.



Des recommandations ont été partagées pour optimiser les retombées de ces initiatives :

- Associer les acteurs locaux et mettre en place un système de gouvernance sur le territoire ;
- Évaluer dès la phase amont l'impact des actions mises en œuvre ;
- Suivre et gérer efficacement les flux de visiteurs pour maîtriser l'impact de l'augmentation de la fréquentation sur les sites.

A l'issue de cet atelier, ANIMA a présenté le projet de Route des produits laitiers de Méditerranée, développée par LACTIMED. Son objectif ? Renforcer l'attrait touristique des pays méditerranéens en tant que destinations gastronomiques, augmenter la consommation nationale de produits laitiers typiques locaux via le tourisme domestique, accroître le rayonnement et la distribution de ces produits à l'international et créer de nouveaux revenus pour les entreprises et populations locales.

## LA ROUTE DES PRODUITS LAITIERS DE MÉDITERRANÉE



Conscient de ces enjeux, LACTIMED a initié une Route des produits laitiers de Méditerranée et réalisé un guide touristique permettant de la sillonner. Ce voyage parcourt les cinq territoires pilotes du projet, de Bizerte à Alexandrie, en passant par la Sicile, la Thessalie et la Bekaa, et met en lumière 28 étapes d'agritourisme identifiées de septembre 2014 à avril 2015.

Cette nouvelle façon de voyager connaît un succès croissant auprès des touristes en quête d'échanges, de découverte et d'authenticité. Elle consiste à visiter une ferme ou toute autre entreprise agricole à des fins éducatives et récréatives, et fait partie d'un ensemble plus large, le tourisme rural, qui englobe des prestations alternatives d'hébergement (gîtes ruraux, chambres d'hôtes, etc.), de restauration (table d'hôtes, dégustation de vins, de produits du terroir, etc.) et des activités de loisirs (randonnée, activités de pleine nature, cours de cuisine, etc.).

Proposer ce type d'activités permet aux agriculteurs et aux autres acteurs locaux de dégager des revenus complémentaires, d'entrer en contact direct avec le consommateur et de partager sa passion pour son métier et son territoire. Pour le voyageur, c'est l'occasion de redécouvrir la vie à la campagne, de se familiariser avec les techniques agricoles et artisanales, de savourer une cuisine saine et traditionnelle, etc.

Randonnées à travers les pâturages, découverte d'élevages de brebis, chèvres et vaches, initiation à la fabrication de Pecorino, Halloum, Rumi, dégustation de spécialités locales, etc. Les activités présentées dans le guide ont vocation à attirer les visiteurs au cœur des territoires ruraux de Méditerranée. Elles seront promues auprès des agences de voyage responsables et autres acteurs du tourisme durable.

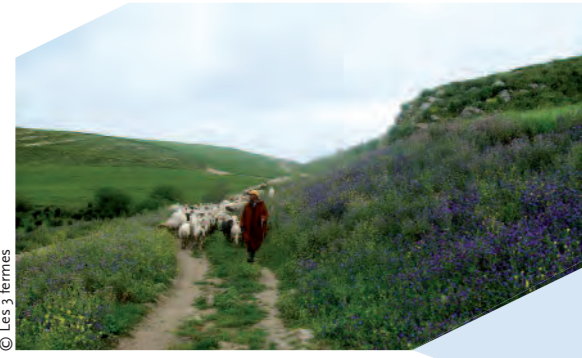
Le guide est également disponible en ligne sur le site [www.lactimed.eu](http://www.lactimed.eu), permettant de sélectionner des activités selon divers critères de recherche (pays, hébergement, restauration, visites de ferme, visites de fromagerie, randonnées, visites culturelles, adapté aux enfants, accessible aux personnes à mobilité réduite).

► Atelier LACTIMED, 5 novembre 2014, Marseille  
« Tourisme et produits du terroir : des synergies prometteuses pour le développement des territoires ruraux en Méditerranée »





## UN VOYAGE AU CŒUR DE LA FILIÈRE LAITIÈRE EN 28 ÉTAPES



### Tunisie - Bizerte et Béja

#### "La petite Suisse"

Visite d'une ferme d'élevage biologique de vaches laitières

#### Henchir Dheb

Détente et gastronomie à la Ferme d'Or

#### Tunisiaecotourism.com

Une agence d'éco-tourisme dans la région de Bizerte

#### Ferme d'Amina Najjar Baccouri

Découverte de l'élevage laitier de vaches Tarentaises

#### Ferme d'Atka et Zied Ben Youssef

Visite d'un élevage de brebis dans les montagnes de Béja

#### Ferme d'Ali Mastouri

Découverte du Parc de Jebel Chitana-Cap Négro



### Italie - Sicile

#### Ferme biologique Invidiata

Visite d'une ferme bovine et nuit au cœur des Madonies

#### Ferme Kalat Scibet

Découverte et randonnée avec des ânes Ragusa

#### Fattoria Fabio

Restauration à la ferme et fabrication de fromages

#### Fratelli Borrello

Découverte des spécialités culinaires des Nebrodi

#### Parcours Girgentana

Découverte d'une race de chèvre en voie d'extinction

#### Fattoria Vassallo

Détente à la ferme et découverte de l'élevage biologique

#### Asilat

Activités éducatives avec des ânes au pied de l'Etna

#### Massaria Ruvetta

Découverte des brebis et fromages de la Vallée del Bellice

### Grèce - Thessalie

#### Fromagerie Kissas

Visite d'une fromagerie familiale à Mouzaki

#### Fromagerie Amarantos

Dégustation de fromages avec vue sur les Météores

#### Coopérative Voskos

Rencontre de jeunes éleveurs de chèvres et brebis à Livadi



### Liban - Bekaa

#### Domaine de Tanaïl

Une ferme pédagogique dans un éco-parc d'exception

#### Darb El Karam

Un circuit gastronomique dans l'ouest de la Bekaa

#### Vamos Todos

Randonnées, dégustations de produits et visites de vignobles

#### Les Jardins de Rachaya

L'association des femmes de Rachaya

#### Coopérative d'Aïta El Foukhar

Fabrication et dégustation de produits au lait de chèvre

#### Ferme Skaff

Visite d'un élevage bovin et de sa laiterie à Zahlé

#### Fermes Lakis

Parcours de la ferme à l'assiette

#### WADA

L'association des femmes de Deir El Ahmar

#### Mamlaket Al Lezzeb

Découverte de la vie locale au Royaume du genévrier



### Egypte - Alexandrie et Beheira

#### Abu Daoud

Une fromagerie traditionnelle à deux pas d'Alexandrie

#### "La Vallée Verte"

Entre techniques artisanales et modernité

### "La petite Suisse" : visite d'une ferme d'élevage biologique de vaches laitières

Adel Maiz est originaire de Ghar El Melh, un village situé à 23 km de la ferme qu'il a fondée. Arrivé à 17 ans en Suisse, il y fait des études d'ingénieur en conception mécanique et y travaille. En 2002, il décide de rentrer en Tunisie car son pays lui manque et il souhaite que ses enfants en connaissent la culture. Il achète alors un terrain de 8 ha à 9 km d'Utique et démarre, en 2003, la culture de légumineuses et l'élevage. En 2010, il passe à l'élevage biologique, avec l'aide de l'association Abel Granier pour une agriculture environnementale. Technicienne supérieure en agroalimentaire, sa collaboratrice Khawla Ben Salem gère la ferme au quotidien et assure la transformation du lait.



#### "La petite Suisse" accueille les visiteurs depuis 2009 et propose les activités suivantes :

- Petit déjeuner avec du lait, du beurre, du fromage frais, des œufs et du miel de la ferme, accompagnés de pains traditionnels fabriqués par une voisine ;
- Visite de la ferme : écurie, élevage bovin (une quinzaine de vaches Holstein, Montbéliardes...), plantations (orge, blé dur et ancien, sula), ruches, oliviers et poulailler ;
- Participation à la traite du soir ;
- Démonstration de la transformation du lait en yaourts, beurre, fromages, etc. ;
- Visite d'un élevage caprin à une trentaine de kilomètres de la ferme ;
- Restauration à base de salades et grillades (selon les saisons) ;
- Hébergement jusqu'à 4 personnes (2 chambres à l'étage de la ferme).



### Darb El Karam : un circuit gastronomique dans l'ouest de la Bekaa

La Fondation du patrimoine culinaire œuvre pour la conservation et la promotion des produits alimentaires et savoir-faire traditionnels du Liban. Elle a développé un circuit gastronomique nommé 'Darb el Karam' (le circuit de la générosité), qui met en lumière le caractère saisonnier et les spécificités locales des produits, les méthodes de transformation traditionnelles et, surtout, la générosité des hôtes. Le circuit passe par l'ouest de la Bekaa et traverse les villages de Kherbet Qanafar, Ain Zebde, Saghbine et Aitanit.

#### Les visiteurs peuvent ainsi :

- Participer à la récolte des pommes, tomates, mûres, olives et oignons ;
- Cueillir des plantes sauvages comestibles à Ein Zebde ;
- Se promener avec un berger et ses chèvres dans les montagnes entre Saghbine et Ein Zebde et apprendre les caractéristiques de la race Baladi, les plantes sauvages dont elle se nourrit, la saison de traite, l'élevage et la production laitière ;
- Visiter un moulin à blé et une laiterie familiale à Saghbine et découvrir la fabrication du boulgour et des produits au lait de chèvre tels que les fromages Akkawi et Baladi, le Labneh, l'Anbaris, le yaourt et le Kichk (fait à base de boulgour et de yaourt) ;
- Déguster des glaces au lait de chèvre frais à Saghbine ;
- Découvrir la préparation de la Mouneh, la technique libanaise de conservation en bocal des fruits, légumes, céréales, épices et produits laitiers selon les saisons ;
- Dormir chez l'habitant et savourer un repas traditionnel à base de produits locaux.





# DÉVELOPPER LES CAPACITÉS LOCALES PAR DES ÉCHANGES MÉDITERRANÉENS

## CYCLES DE FORMATION

Former les acteurs en favorisant l'échange de savoirs et de bonnes pratiques au travers de formations régionales réunissant des acteurs méditerranéens

- ▶ 246 personnes formées
- ▶ 38 intervenants
- ▶ 50 supports pédagogiques

La dimension transfrontalière du projet a particulièrement été marquée par le développement des capacités des acteurs de la filière, les échanges entre territoires et les visites de terrain. Les défis auxquels ils sont confrontés, mis en lumière par les diagnostics, ont permis d'élaborer trois cycles de formation régionale organisés à Bizerte (Tunisie), Zahlé (Liban) et Alexandrie (Égypte) en 2014. Véritables temps forts dans les échanges entre territoires méditerranéens au sein de LACTIMED, ces cycles ont permis d'organiser :

- 3 séminaires méditerranéens d'échanges autour des défis de la filière laitière et les politiques qui y sont associées, impliquant 154 participants (dont 58 représentants d'autorités publiques et 20 PME) et 15 intervenants, portant sur des comparaisons de politiques publiques en soutien à la filière, sur le développement de signes distinctifs de qualité, sur les normes de qualité et les dispositifs d'appui à l'innovation et au développement territorial. 21 outils pédagogiques ont été diffusés lors de ces séminaires.

- 3 ateliers de formation regroupant 92 participants (dont 30 représentants de structures locales d'appui à la filière, 31 PME et 18 représentants d'autorités publiques) et 23 intervenants. Ces ateliers ont abordé la notion de cluster, les circuits de commercialisation, les techniques agricoles et les processus agro-industriels flexibles et innovants. Ils ont donné lieu à 29 outils pédagogiques.

Ces cycles de formation ont pour vocation de permettre à des leaders du secteur privé et aux structures formées d'accompagner les producteurs et entrepreneurs locaux, et de s'imposer comme médiateurs privilégiés entre les différentes parties prenantes (industriels, producteurs, chercheurs, dis-

tributeurs, financiers). Le contenu de ces formations a également été utilisé pour l'accompagnement de porteurs de projets et d'autres acteurs dans le cadre du concours innovation.

## ECHANGES MÉDITERRANÉENS

### Des expériences partagées

Le projet LACTIMED a largement favorisé le partage entre les pays méditerranéens, illustrant les liens forts qui unissent ces pays au travers d'expériences concrètes : des Chefs égyptiens, libanais et tunisiens ont par exemple enseigné leurs gestes et savoir-faire dans des écoles de cuisine italiennes et françaises, initiant les étudiants à leurs recettes et spécialités à base de lait.

Des producteurs des pays du sud de la Méditerranée ont eu l'opportunité de produire leurs fromages dans des fermes françaises, grecques et italiennes, expérience enrichissante pour chacune des parties.

### Roadshow LACTIMED en Grèce

Un Roadshow LACTIMED en Grèce intitulé « Fromages méditerranéens sur le marché grec » (27 septembre-02 octobre 2015) a été l'occasion d'un échange d'expérience entre les producteurs grecs et leurs homologues méditerranéens. Un groupe de PME bénéficiaires et de partenaires du projet s'est rendu à Larissa, Corfou et Athènes pour présenter au grand public et aux professionnels leurs produits sur un stand commun, au cœur de ces villes, avec l'aide des chambres de commerce locales. Cette activité a impliqué directement 27 participants (13 PME, 3 organisations de support, 4 représentants d'universités, 1 autorité publique et 1 organisation internationale) et de nombreux consommateurs, professionnels et représentants des chambres de commerce au travers des expositions, dégustations et rencontres d'affaires. A Corfou, un évènement de dégustation de fromages typiques des producteurs bénéficiaires du projet a été organisé avec l'association des Chefs corfiotes. L'objectif visait à initier une relation directe producteur - chef.



Auparavant, 8 producteurs égyptiens, libanais et tunisiens ont fabriqué du fromage sur place avec 3 producteurs grecs. En marge de ces activités, les participants ont également eu l'occasion de visiter 4 fromageries et entreprises laitières ainsi que des élevages thessaliens.

### Renforcer le cluster sicilien par les échanges

Plusieurs membres du cluster sicilien ont participé à des visites auprès de deux initiatives collectives et de production en France et en Italie.

Une délégation de 6 représentants de PME sicilienes, membres du cluster LACTIMED, a participé du 22 au 25 juillet 2015 à une rencontre avec l'association des producteurs fermiers du Pays Basque IDOKI afin d'échanger sur l'action collective de production, l'affinage, la labellisation, la commercialisation et la promotion. Cet échange a nourri le cluster sicilien de nouvelles idées dans la perspective de développer davantage les initiatives collectives.

Les producteurs siciliens se sont également rendus à Gerola Alta, en Italie, du 4 au 6 août 2015 pour visiter Bitto Trading SPA, qui réunit les producteurs du Presidio Slow Food du Bitto historique. L'objectif ? Connaître le système d'organisation collective des producteurs lombards, innovant et adaptable à une petite réalité productive, dans une perspective de vente de produits directe.

Outre la visite des élevages, de la traite, de la production de fromage, ils ont pu visiter la « Casa del Bitto », regroupant 14 producteurs, et où le fromage est affiné entre 1 et



10 ans, puis commercialisé de manière collective. La visite a aussi permis aux producteurs de connaître en détail le système de coordination collective de Bitto Trading SPA et les possibilités que ce système offre :

export, espace d'affinage collectif avec des employés dédiés plein temps aux fromages et à leur livraison à l'étranger.

### Formation de chefs siciliens sur les fromages typiques

La valorisation des produits typiques passe par l'implication des chefs, véritables relais entre producteurs et consommateurs. Pourtant il n'est pas toujours aisé pour les restaurants de proposer des fromages de qualité et de fournir une information sur la qualité, l'origine du produit ou l'histoire du producteur. L'acquisition directe auprès de petits producteurs est également un soutien aux fromages de qualité et aux producteurs. Une journée de formation et d'échange sur ce thème a été organisée le 21 octobre 2015 en Sicile, regroupant 22 chefs siciliens, 8 producteurs et 7 intervenants pour informer les participants, favoriser leur contact direct et améliorer la visibilité du patrimoine laitier sicilien. Cet échange a amélioré les connaissances de chacun sur les fromages et leurs caractéristiques (vertus et défauts) ainsi que sur la pâtisserie sicilienne authentique à base de ricotta.

### Renforcer le cluster égyptien par les échanges avec la Sicile

Une délégation égyptienne composée d'une dizaine de représentants (PME, ministère, universités, structures d'appui à la filière et membres du cluster égyptien) s'est rendue en Sicile du 22 au 26 novembre 2015 afin de visiter l'exploitation de la lauréate du concours LACTIMED Sandra Invidiata, également membre du cluster sicilien lancé dans le cadre du projet, ainsi que le Consortium de recherche de la filière laitière (CORFILAC), afin d'évoquer l'aval de la filière et en particulier la promotion de produits typiques. Ils ont aussi visité d'autres entreprises et rencontré des chambres de commerce locales. L'objectif était de mieux connaître les pratiques autour de la protection et valorisation des races locales et des produits typiques.





# PUBLICATIONS



## ► Brochure « A la découverte des produits laitiers typiques de la Méditerranée »

Présentation des produits laitiers typiques à l'échelle des cinq régions du projet, reflétant leur identité, leur richesse et biodiversité, ainsi que les traditions et le savoir-faire des hommes et des femmes.



## ► Brochure « 8 clusters en Méditerranée pour une filière laitière plus compétitive »

Présentation des huit projets pilotes de cluster LACTIMED.



## ► Etude sur le marché des produits laitiers et les débouchés internationaux

Cette étude apporte un éclairage sur la production, le commerce international, l'évolution et les perspectives de consommation, les réseaux de distribution, les attitudes et les comportements des consommateurs.



## ► Livret blanc LACTIMED : recommandations pour le développement de conditions favorables aux produits laitiers méditerranéens typiques et innovants

Formulées par les différents acteurs de la filière laitière, elles visent à sensibiliser d'une part, aux contraintes qui pèsent sur la filière laitière et d'autre part, à la mise en œuvre d'actions pour

valoriser pleinement les produits laitiers locaux typiques. Elles plaident pour un soutien institutionnel fort et pragmatique afin de créer des conditions favorables pour une filière laitière plus forte et porteuse d'un développement local inclusif.



## ► Ressources pédagogiques

50 supports utilisés lors des cycles de formation LACTIMED abordant différentes catégories : aspects techniques, signes distinctifs de qualité, commercialisation, clusters, politiques publiques et études de cas.



## ► Brochure « 10 projets innovants pour la filière laitière méditerranéenne »

Présentation des 10 lauréats du concours LACTIMED, sélectionnés parmi 50 idées de projets innovants.



## ► 5 diagnostics des filières laitières

Diagnostic de la filière laitière locale incluant un état des lieux de la filière, l'analyse des résultats d'enquêtes de terrain menées auprès des producteurs, l'identification de produits laitiers typiques avec leur cahier des charges de production et des informations sur le marché domestique.

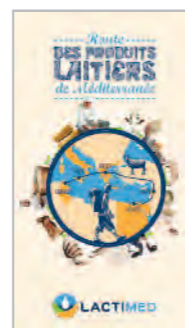
- Diagnostic et stratégie locale d'Alexandrie et El-Beheira (Egypte)
- Diagnostic et stratégie locale de Thessalie (Grèce)
- Diagnostic et stratégie locale de Sicile (Italie)
- Diagnostic et stratégie locale de la Bekaa et Baalbeck-Hermel (Liban)
- Diagnostic et stratégie locale de Bizerte et Béja (Tunisie)



## ► 3 guides « Investir dans la filière laitière - Les clés pour réussir »

Boîtes à outils qui donnent un aperçu des conditions générales d'investissement sur plusieurs territoires, des dispositifs existants pour la filière laitière, ainsi que des organisations d'appui et autres contacts utiles. Ils présentent également une soixantaine d'opportunités concrètes d'investissement et de partenariat, proposés par des acteurs locaux de la filière.

- Guide « Investir dans la filière laitière de Bizerte et Béja - Les clés pour réussir »
- Guide « Investir dans les filières laitières d'Alexandrie et de Beheira - Les clés pour réussir »
- Guide « Investir dans la filière laitière de Thessalie - Les clés pour réussir »



## ► Guide de la Route des produits laitiers de Méditerranée

Guide touristique permettant de silloner les cinq territoires pilotes du projet, de Bizerte à Alexandrie, en passant par la Sicile, la Thessalie et la Bekaa, et qui met en lumière 28 étapes d'agritourisme identifiées de septembre 2014 à avril 2015.



## ► Vidéo Lactimed

Ce film retrace les différentes étapes et résultats du projet LACTIMED. Il présente les acteurs de la filière laitière méditerranéenne et ses produits typiques, reflète des territoires dont ils sont issus.



© Alberto Peroli



Auteurs : Aurélien Baudoin, Lauriane Ammouche

Avec la contribution d'Emmanuel Noutary, de Jeanne Lapujade, Inmaculada Ruiz, Selma Tozanli et Fatima Gauthier El-Hadad.

Merci à l'ensemble des partenaires et associés LACTIMED pour les informations fournies pour la réalisation de cette brochure.

Conception graphique : Armelledesign / exécution : Pierre-Marie Gély

Crédits photographie : Alberto Peroli, Federica Bolla, Slow Food Archive, Chevalier Photos

Crédits photos couverture : Alberto Peroli (1 et 3), Federica Bolla (4)

Cette publication a été produite par le projet LACTIMED avec l'aide financière de l'Union européenne dans le cadre du Programme IEVP CT Bassin Maritime Méditerranée. Le contenu de ce document est la seule responsabilité d'ANIMA Investment Network, coordinateur du projet LACTIMED, et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Union européenne ou celles des structures de gestion du Programme.

LACTIMED vise à renforcer la production et la distribution de produits laitiers typiques et innovants en Méditerranée par l'organisation des filières locales, l'accompagnement des producteurs dans leurs projets de développement et la création de nouveaux débouchés pour leurs produits. Le projet est financé à 90% par l'Union européenne à travers le programme IEVP CT MED, pour un montant de 4,35 millions d'euros.

Le Programme IEVP CT Bassin Méditerranéen 2007-2013 est une initiative de coopération transfrontalière multilatérale financée par l'Instrument Européen de Voisinage et de Partenariat (IEVP). L'objectif du Programme est de promouvoir un processus de coopération durable et harmonieuse au niveau du bassin méditerranéen en traitant les défis communs et en valorisant ses potentialités endogènes. Il finance des projets de coopération en tant que contribution au développement économique, social, environnemental et culturel de la région méditerranéenne. Les 14 pays suivants participent au Programme: Chypre, Egypte, France, Grèce, Israël, Italie, Jordanie, Liban, Malte, Autorité palestinienne, le Portugal, l'Espagne, la Syrie, la Tunisie. L'Autorité de Gestion Commune (AGC) est la Région Autonome de Sardaigne (Italie). Les langues officielles du Programme sont l'arabe, l'anglais et le français. [www.enpicbcmed.eu](http://www.enpicbcmed.eu)

L'Union européenne est constituée de 28 États membres qui ont décidé de mettre graduellement en commun leur savoir-faire, leurs ressources et leur destin. Ensemble, durant une période d'élargissement de plus de 50 ans, ils ont construit une zone de stabilité, de démocratie et de développement durable tout en maintenant leur diversité culturelle, la tolérance et les libertés individuelles. L'Union européenne est déterminée à partager ses réalisations et ses valeurs avec les pays et les peuples au-delà de ses frontières. [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

ANIMA Investment Network est une plateforme multi-pays de coopération pour le développement économique en Méditerranée. Le réseau ANIMA fédère des agences nationales et régionales de promotion des territoires, des organisations internationales, des associations d'entrepreneurs, des pôles d'innovation, des investisseurs et des instituts de recherche. Il est piloté depuis Marseille (France) et présidé par Monsieur Khalil Laabidi, Directeur général de FIPA Tunisie. L'objectif d'ANIMA est de contribuer à une amélioration continue du climat des affaires et à un développement économique durable et partagé en Méditerranée. [www.anima.coop](http://www.anima.coop) ; [contact@anima.coop](mailto:contact@anima.coop)

© Copyright LACTIMED 2015 - Reproduction interdite sans autorisation expresse. Tous droits réservés pour tous pays.

N°ISBN : 2-915719-50-0