



■ EXTRAIT GRATUIT · CONCEVOIR · GUIDE 06

Qualifier, tester, raconter

Qualifier un fournisseur local, conduire un test pilote d'environ treize semaines et raconter le produit avec des affirmations documentées.

Chapitres 2 et 4 complets · 13 pages, dont 10 pages du guide · extrait du guide CNT 06 « Produits locaux & artisanat », version 1.1, octobre 2026.
Pagination d'origine conservée.

Comment lire cet extrait

Cet extrait reproduit, sans les modifier, 10 pages du guide 06 « Produits locaux & artisanat » (pages 23 à 28 et 36 à 39). La pagination est celle du guide : un passage se cite par son numéro de page et se retrouve dans la version complète.

Chaque information porte l'étiquette de son registre ; la légende complète figure en page 2 du guide.

Ce que contient cet extrait

- **Chapitre 2 — Qualifier un fournisseur**
- **Chapitre 4 — Raconter sans inventer**
 - 2.1 Cinq pièces, et l'ordre dans lequel on les demande
 - 2.2 La capacité : là où les partenariats se cassent
 - 2.3 Le test pilote : environ treize semaines
 - 2.4 Six situations fréquentes
 - 4.1 Une affirmation, c'est une promesse vérifiable
 - 4.2 La fiche d'histoire produit
 - 4.3 Trois zones sensibles
 - 4.4 Le risque de la mise en scène

Usage

Cet extrait est gratuit. Il peut être imprimé, partagé et remis à une équipe, sans modification et avec mention de sa source.

2

CHAPITRE DEUX

Qualifier un fournisseur

Cinq pièces à demander, dans l'ordre. La capacité est ce qui casse les partenariats — pas l'authenticité. Un pilote court teste ce qu'aucun échantillon ne montre : la constance lot à lot. Et sur une commande sur mesure, le prototype précède la série.

-
- 2.1** Cinq pièces, et l'ordre dans lequel on les demande
 - 2.2** La capacité : là où les partenariats se cassent
 - 2.3** Le test pilote : environ treize semaines
 - 2.4** Six situations fréquentes
-

2.1 Cinq pièces, et l'ordre dans lequel on les demande

Cette séquence est un **repère de gestion**, construit à partir des cinq dispositifs du chapitre 1 et des critères que l'agence chargée du développement agricole applique elle-même pour l'accès des coopératives à la grande distribution — autorisation sanitaire, capacité de production, qualité de l'emballage et de l'étiquetage. Ces critères valent exactement pour l'hôtellerie. **REPÈRE DE GESTION**

▲ NI Guide 04 · délais de paiement

**Le document fait foi,
pas le logo.**

Un principe de méthode, et il vaut pour les cinq. Une relation de confiance personnelle ne remplace aucun de ces documents. Elle ne les rend pas non plus superflus : **la professionnalisation ne détruit pas l'authenticité, elle protège la relation commerciale** — parce qu'une rupture sur un incident sanitaire ou une facture impayée détruit une relation de village bien plus sûrement qu'un formulaire.

V12 Les cinq pièces à demander, dans l'ordre

1

La preuve d'existence légale

Coopérative :
inscription au registre local.
Artisan :
attestation du registre national de l'artisanat, avec code QR.
Entreprise :
documents habituels.

Ce que vous cherchez : que l'entité existe et puisse vous facturer.

2

Le numéro sanitaire, si le produit est alimentaire

Le document, et non une affirmation orale.
La vérification porte sur l'unité qui produit ou conditionne le produit précis acheté — pas sur une autre activité de la même structure.

Ce que vous cherchez : la conformité de l'unité, pas la sympathie du producteur.

3

Le label revendiqué, s'il y en a un

Signe d'origine, « Terroir du Maroc », label national de l'artisanat et son niveau. **Le document fait foi, pas le logo** : un logo se copie, une autorisation d'usage a une date et une durée.

Ce que vous cherchez : que l'affirmation que vous reprendrez sur votre carte soit couverte par un tiers.

4

La preuve de capacité

Capacité mensuelle, saisonnalité, quantité minimale de commande, délai, conditionnement, durée de conservation le cas échéant.

Ce que vous cherchez : la seule chose qui fera échouer le partenariat.

5

La preuve commerciale

Prix, conditions de paiement, livraison, retours, et **la capacité à émettre une facture**. Le régime des délais de paiement est présenté au Guide 04.

▲ NI

Une relation de confiance personnelle ne remplace aucun de ces documents — et ne les rend pas superflus. **La professionnalisation ne détruit pas l'authenticité : elle protège la relation commerciale.**

REPÈRE DE GESTION construit à partir des cinq dispositifs du chapitre 1 et des critères d'accès des coopératives à la grande distribution.

2.2 La capacité : là où les partenariats se cassent

C'est le point central de ce chapitre, parce que c'est celui qui produit le plus d'échecs — et le moins de mauvaise foi.

Le scénario est toujours le même. Un établissement teste un miel ou une huile excellents auprès d'une petite coopérative. Le produit plaît. L'établissement commande alors trois fois le volume pour la haute saison. Et la coopérative n'a ni le stock, ni l'emballage, ni la logistique, ni la trésorerie pour produire à l'avance. Résultat : rupture, changement de fournisseur, frustration des deux côtés — et une conclusion fautive tirée de part et d'autre, du genre « les coopératives ne sont pas fiables » ou « les hôtels ne tiennent pas parole ».

Ce qui a manqué n'est pas l'authenticité, c'est le dimensionnement.

Pour une commande sur mesure — mobilier, luminaires, textile — la méthode est plus progressive : une grande série ne se lance pas d'emblée. Prototype, première série, contrôle qualité, puis montée en volume. Un atelier qui reçoit une commande de plusieurs centaines de pièces identiques et n'ose pas dire non sous-traitera sans le signaler, ou livrera en retard, ou dégradera la qualité. Un contrat de ce type précise en général les tolérances, les matières, les dimensions, le délai, la propriété intellectuelle et le service après-vente.

LE SCÉNARIO, TOUJOURS
LE MÊME

**Ce qui a manqué
n'est pas
l'authenticité,
c'est le
dimensionnement.**

Le produit plaît, la commande triple pour la haute saison, et la coopérative n'a ni stock, ni emballage, ni trésorerie pour produire à l'avance.

V13 Capacité et saisonnalité

CINQ LEVIERS



L'acompte contractualisé finance la production en avance — c'est souvent le point décisif. Et « selon disponibilité » sur une carte est une phrase honnête, pas un aveu de faiblesse.

Commande sur mesure : la série vient après le prototype. Prototype → première série → contrôle qualité → montée en volume. Le contrat définit tolérances, matières, dimensions, délai, propriété intellectuelle et service après-vente.

La version développée de cette grille figure à l'outil 3 de la fiche pratique.

REPÈRE DE GESTION

2.3 Le test pilote : environ treize semaines

Avant tout engagement de volume, un pilote court règle presque tout.

REPÈRE DE GESTION

PHASE	DURÉE	CE QU'ON VÉRIFIE
Échantillon	Semaine 1	Qualité intrinsèque, conditionnement, étiquetage, cohérence avec ce qui a été promis
Première commande réelle	Semaines 2 à 4	Respect du délai, conformité de la livraison, qualité de la facturation
Répétition	Semaines 5 à 10	La constance lot à lot — c'est le vrai test, et il ne peut pas se faire sur un seul envoi
Montée	Semaines 11 à 13	Comportement du fournisseur quand le volume double
Décision	Fin	On contractualise, on ajuste, ou on arrête — et on le dit clairement

Un point de courtoisie professionnelle qui a des conséquences

économiques : le fournisseur sait, dès le départ, qu'il s'agit d'un pilote et ce qui sera décidé à la fin. Une petite structure qui croit avoir décroché un contrat annuel et se retrouve sans commande au bout de trois mois peut avoir engagé des dépenses. Le caractère de pilote est annoncé au fournisseur dès le départ.

2.4 Six situations fréquentes

Chacune trouve sa réponse dans un geste simple, et aucune ne demande de renoncer à la relation avec le producteur. Le visuel de la page suivante les présente dans le format qui sert à les repérer : la situation, le risque, la réponse.

LE VRAI TEST

La constance lot à lot.

Elle ne peut pas se vérifier sur un seul envoi — c'est pourquoi le pilote dure plusieurs semaines.

Le pilote est annoncé comme tel au fournisseur.

V14 Six situations fréquentes

1 Confondre la confiance et la conformité

La situation. Une cuisine achète auprès d'un contact local, parce que le goût est excellent et que le producteur est connu au village.

Le risque. Le problème n'est pas la personne : c'est qu'aucun document ne couvre l'achat en cas d'incident.

La réponse. La relation demeure, complétée par une couche professionnelle — document sanitaire si requis, fiche produit, facture, numéro de lot, date, conditionnement, contrôle à réception.

2 Acheter de l'« artisanat local » à un importateur

La situation. Des objets présentés comme inspirés du Maroc, fabriqués industriellement ailleurs, revendus comme local.

Le risque. Incohérence marketing, confusion du client, concurrence déloyale envers les artisans, et une affirmation commerciale fausse.

La réponse. L'identité du fabricant, l'origine, la facture et, le cas échéant, les éléments d'origine du label national permettent de trancher. « **Style marocain** » et « **fabriqué au Maroc** » sont deux affirmations différentes, et une seule est vérifiable.

3 Organiser un atelier sans modèle économique

La situation. Un artisan est invité à venir faire une démonstration gratuite, en espérant qu'il vendra ensuite quelques pièces.

Le risque. Il supporte le temps et le déplacement sans garantie.

La réponse. Le modèle se définit **avant** l'atelier. Le chapitre 3 en présente cinq. **Le temps de transmission est lui-même un service rémunérable.**

4 Prendre une médaille pour un contrat

La situation. Le concours national des produits du terroir est un excellent outil de préqualification : sa 7^e édition, tenue à Meknès en avril 2026 en marge du Salon international de l'agriculture, a réuni **1 375 produits** et distingué **sept prix d'excellence et 455 médailles — 134 or, 141 argent, 180 bronze**. Produits d'excellence 2026 : miel de thym, huile d'argane, huile d'olive, fromage, dattes Mejhoul, couscous six céréales, vinaigre de cidre aromatisé au romarin.

Le risque. Une médaille n'est ni un contrat d'approvisionnement, ni une preuve de capacité régulière, ni un substitut à l'autorisation sanitaire.

La réponse. La liste des médaillés, publiée par l'agence organisatrice, sert de point de départ ; les cinq pièces du 2.1 s'appliquent ensuite.

5 Commander trop grand, trop vite

Le scénario, les cinq leviers et la règle de la commande sur mesure figurent au visuel 13.

La réponse. Lissage des commandes · acompte contractualisé · saisonnalité affichée au menu · répartition entre fournisseurs · carte adaptée au stock. Et sur mesure : prototype avant série.

6 Vendre l'objet de la chambre sans avoir décidé qui vend

La situation. Un client aime le tapis, la céramique ou le plateau de sa chambre et demande où l'acheter. C'est une excellente nouvelle — et c'est le moment où l'on improvise.

La réponse. Qui est vendeur, qui facture, qui livre et qui gère un retour se décide à froid ; les coordonnées du client ne se transmettent pas sans base appropriée. Le chapitre 3 détaille les cinq options.

Format : la situation, le risque, la réponse. Aucune de ces réponses ne demande de renoncer à la relation avec le producteur.

▲ Ce qui a manqué n'est pas l'authenticité, c'est le dimensionnement.

CHAPITRE 2 · 2.2 — LA CAPACITÉ, LÀ OÙ LES PARTENARIATS SE CASSENT

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Cinq pièces à demander, dans l'ordre : existence légale, numéro sanitaire si alimentaire, label revendiqué avec son document et sa date, preuve de capacité, conditions commerciales.
- La capacité est ce qui casse les partenariats — pas l'authenticité.
- Un pilote d'environ treize semaines teste ce qu'aucun échantillon ne montre : la constance lot à lot.
- Sur une commande sur mesure, le prototype précède la série.

La suite, en une phrase. Une fois le fournisseur qualifié, reste la question qui détermine la valeur créée des deux côtés : quelle relation on construit avec lui.

CHAPITRE 3

3

façons d'intégrer le local — acheter, distribuer une expérience, être une plateforme. Chacune crée une valeur différente.

4

CHAPITRE QUATRE

Raconter sans inventer

Tout ce qui précède se résume, du point de vue du client, à quelques mots sur une carte, une étiquette ou un site. Ces mots sont des affirmations commerciales, et le test est unique : auriez-vous la preuve si on vous la demandait ?

4.1 Une affirmation, c'est une promesse vérifiable

4.2 La fiche d'histoire produit

4.3 Trois zones sensibles

4.4 Le risque de la mise en scène

4.1 Une affirmation, c'est une promesse vérifiable

Tout ce qui précède se résume, du point de vue du client, à quelques mots sur une carte, une étiquette ou un site. Ces mots sont des affirmations commerciales.

Le test, et il est simple : si un client vous demandait la preuve de ce que vous avez écrit, l'auriez-vous ? Si oui, la formulation tient. Sinon, il existe presque toujours une formulation vraie et attractive.

LE TEST, ET IL EST SIMPLE

Si un client vous demandait la preuve de ce que vous avez écrit, l'auriez-vous ?

Il y a presque toujours une formulation vraie et attractive.

V20 Formulations documentées et formulations non étayées

FORMULATION DOCUMENTÉE	PARCE QUE	FORMULATION NON ÉTAYÉE
« Huile d'olive de [région], producteur [nom ou coopérative] »	L'origine est vérifiable et documentée par une facture et un document sanitaire	« Huile d'olive du terroir » sans origine — la mention « produit du terroir marocain » est encadrée par un label collectif
« Miel conditionné par [unité autorisée], origine [région] »	Le conditionneur est identifié, l'autorisation existe	« Miel artisanal de la montagne » — sans conditionneur identifié, l'affirmation ne tient pas
« Tapis tissé à [localité] par une coopérative de [nombre] artisanes »	Le fait est vérifiable et l'artisan l'a validé	« Tapis berbère authentique fait main » — invérifiable et générique
« Céramique fabriquée au Maroc, atelier de [localité] »	Le lieu de fabrication est documenté ; si un label est invoqué, le nom exact du signe est précisé	« Made in Morocco » sans préciser de quel label ou référentiel il s'agit, ou « style marocain » présenté comme une origine
« Atelier animé par [artisan ou coopérative], deux heures, [prix] »	La personne, la durée et le prix sont exacts	« Rencontre avec les derniers maîtres d'un art millénaire » — le romanesque n'est pas de l'information
« Produit distingué au concours national des produits du terroir [année] »	Le palmarès est public	« Produit primé » sans concours ni année

Si un client vous demandait la preuve de ce que vous avez écrit, l'auriez-vous ? Si oui, la formulation tient. Sinon, une autre formulation, vraie, existe presque toujours.

REPÈRE DE GESTION

4.2 La fiche d'histoire produit

C'est l'outil qui transforme un approvisionnement en récit, et il tient sur une demi-page par produit. Il sert à trois choses : documenter, former le personnel de salle, et alimenter la communication sans avoir à réinventer à chaque fois. **REPÈRE DE GESTION**

Ce qu'elle contient : le produit et sa catégorie · l'origine géographique précise · le producteur ou l'atelier, avec son statut · la matière première et sa provenance · le geste ou la technique, en une phrase compréhensible · la saisonnalité s'il y a lieu · le ou les documents détenus, avec leur date · ce que le personnel peut dire au client · **et ce qu'il ne dit pas.**

Cette dernière ligne est la plus utile. Elle évite qu'un serveur bien intentionné transforme « coopérative de la région » en « village qui vit de cet atelier depuis quatre siècles ».

La ligne la plus utile de la fiche : ce que le personnel ne dit pas.

v21 La fiche d'histoire produit

Fiche d'histoire produit		UNE FICHE PAR PRODUIT
Produit et catégorie	—	
Origine géographique précise	—	
Producteur ou atelier, et statut	—	
Matière première et provenance	—	
Le geste ou la technique, en une phrase compréhensible par un client	—	
Saisonnalité	—	
Documents détenus, avec leur date	—	
Ce que le personnel peut dire	—	
Ce que le personnel ne dit pas	—	

Format une demi-page, reproduit en version à remplir à l'outil 6 de la fiche pratique. Trois usages : documenter, former le personnel de salle, alimenter la communication.

4.3 Trois zones sensibles

Les motifs et les designs. Le statut juridique d'un motif ou d'un design dépend de son auteur, de son ancienneté, des éventuels dépôts, cessions et protections applicables. **Un motif dit « traditionnel » n'est pas automatiquement libre, et un design identifié chez un artisan n'est pas, de ce seul fait, reproductible ou déposable par un tiers.** Lorsqu'une pièce est produite d'après un dessin fourni par l'établissement, ou qu'un motif existant est adapté, un écrit précise les droits de reproduction et d'exploitation.

⚠ Ces trois points se règlent **au contrat, point par point, avant la première commande.**

L'image de l'artisan. Par prudence, toute utilisation commerciale identifiable de l'image d'un artisan s'appuie sur **une autorisation écrite précisant les usages, les supports et la durée**. Ce repère opérationnel ne remplace pas l'analyse juridique du cas concret.

Les logos et les labels. Un signe distinctif ou un label est régi par ses propres conditions d'usage. **La reproduction du logo détenu par un fournisseur dépend de ce que son règlement autorise pour un tiers**. À défaut d'autorisation explicite, une mention factuelle du produit, du signe et de son titulaire remplit le même office.

4.4 Le risque de la mise en scène

Un dernier point vaut pour tout ce chapitre.

L'expérience artisanale devient une mise en scène dès lors que l'artisan n'a pas la maîtrise de ce qui se passe, ou que le récit est fabriqué. Le client, contrairement à ce qu'on suppose souvent, le perçoit — et un client qui a l'impression d'avoir assisté à un numéro raconte cela, pas autre chose.

Le troisième signal est le plus sensible, parce qu'il engage le nom d'un tiers. Une coopérative citée dans une communication est une coopérative avec laquelle existe une relation réelle, et qui sait qu'elle est citée.

TROIS SIGNAUX D'ALERTE

L'artisan répète une démonstration qu'il ne pratique pas dans son travail réel.

Le récit contient des éléments que personne dans l'établissement ne pourrait sourcer.

Le partenaire est présenté comme un partenaire alors qu'il n'existe aucune relation économique documentée.

Une coopérative citée est une coopérative qui sait qu'elle est citée.

▲ Le romanesque n'est pas de l'information.

CHAPITRE 4 · 4.1 — FORMULATIONS DOCUMENTÉES ET FORMULATIONS NON ÉTAYÉES

CE QU'IL FAUT RETENIR

- Ce que vous écrivez est une affirmation commerciale, et le test est unique : auriez-vous la preuve si on vous la demandait ?
- La fiche d'histoire produit documente le récit et précise aussi ce que le personnel ne dit pas.
- Trois zones sensibles se règlent par écrit et à froid : la propriété des motifs, le droit à l'image, et l'usage des logos de labels — encadré par leur règlement d'usage.
- Un partenaire cité est un partenaire réel, qui sait qu'il est cité.

La suite, en une phrase. *Reste à savoir ce que d'autres pays ont construit sur les mêmes ingrédients, et ce qui est réellement transposable ici.*

Le guide complet

Le guide 06 « Produits locaux & artisanat » compte 60 pages : une ouverture, cinq chapitres, une fiche pratique de six outils à remplir et un quiz de dix-huit questions avec réponses commentées.

Le guide, ses fiches, son quiz et sa vidéo

cntacademy.ma/11guides

Adhérer à la Confédération Nationale du Tourisme

Les modalités et le formulaire d'adhésion : www.cnt.ma/page/adhesion-au-cnt

Réserve

Cet extrait est un document d'information. Il ne constitue ni un avis juridique ni une consultation, et ne remplace pas les textes publiés au Bulletin officiel.