



# LES BATAILLES DU CONSOMMER LOCAL EN AFRIQUE DE L'OUEST



Fondation  
de France



JAFOWA  
Joint Action for Farmer Organisations in West Africa



**LES BATAILLES**

**DU CONSOMMER LOCAL**

**EN AFRIQUE DE L'OUEST**

## 06 | éditorial - préface

---

**06 | Éditorial**, Axelle Davezac, directrice générale de la Fondation de France,  
Anne-Françoise Taisne, déléguée générale du CFSI

**07 | Préface, Consommer local en Afrique de l'Ouest**, Djibo Bagna, président du Roppa jusqu'en décembre 2018

## 09 | comprendre

---

### COMPRENDRE LES ENJEUX : UNE CONDITION DE L'ESSOR DU CONSOMMER LOCAL

- 10 |** L'offensive libérale sur l'agriculture
- 12 |** Une concurrence bien réelle
- 14 |** Exportation de lait : l'Europe fait son beurre !
- 16 |** Entretien avec Christophe Rigourd - Quelle place pour le lait local à Niamey ?
- 17 |** La concurrence touche aussi les produits transformés
- 20 |** Entretien avec Simone Zoundi - « Le privé, ce n'est pas des poudres magiques! »
- 22 |** Les enjeux de la commercialisation
- 25 |** Grande distribution : le rouleau compresseur ?
- 27 |** Les habitudes alimentaires évoluent
- 29 |** « Nous cultivons le leadership féminin »
- 30 |** C'est bon mais c'est pas arrivé !

## 31 | reconquérir

---

### COMMENT LES ORGANISATIONS PAYSANNES FONT BOUGER LE SYSTÈME

- 32 |** Systèmes alimentaires territorialisés et agroécologie
- 35 |** Louga, un système alimentaire territorial à l'échelle d'une région
- 37 |** Les stratégies de plaidoyer d'Enda Pronat
- 39 |** Entretien avec Nicolas Bricas - « L'intermédiation est un enjeu stratégique »
- 42 |** La structuration des filières est en marche
- 44 |** Les Sim contre la spéculation ?
- 45 |** Stimuler la demande pour développer les marchés
- 48 |** Entretien avec Chakirath Salifou - La sécurité sanitaire, un gage de confiance
- 49 |** Labelliser pour convaincre les consommateurs
- 52 |** Des produits locaux accessibles à tous !

# 55 | proposer

## NE LÂCHONS PAS LA PRESSION!

- 56 | Entretien avec Neven Mimica - Accord ACP-UE : vers plus d'implication de la société civile africaine ?
- 58 | L'agriculture, priorité politique ouest-africaine
- 62 | Entretien avec Nadjirou Sall - Pour alimenter les populations : laissons faire l'agriculture familiale
- 64 | Entretien avec Ibrahim Sarr - Un vrai bras de fer pour les intrants
- 66 | Entretien avec Paul Kaba Thiéba - « Cet arrêté vise à promouvoir les produits burkinabè »
- 68 | L'arrêté Produits locaux ? Bien, mais peut mieux faire !
- 69 | L'exonération de TVA, une mesure au service du consommateur local ?
- 70 | Remettre de l'équité dans l'accès à la terre
- 72 | Le grand paradoxe
- 73 | Achats institutionnels : un défi stratégique
- 77 | Entretien avec Gianluca Ferrera - « Nous ne voulons plus susciter de fausses attentes »
- 79 | Entretien avec Tahirou Traoré - « Des normes de qualité pour protéger les producteurs »
- 81 | **Conclusion** - La nécessité d'un portage collectif

# 83 | découvrir

## RENCONTRE AVEC CELLES ET CEUX QUI ŒUVRENT À L'ESSOR DU CONSOMMATEUR LOCAL

- 84 | Carte du « Réseau Pafao » - Ensemble au service de la solidarité
- 86 | Rencontre avec celles et ceux qui œuvrent à l'essor du consommateur local

88 | Dieu-donné Konnon. 89 | Jocelyne Delarue et Francklin Agbandou. 90 | Issoufou Porgo. 92 | Emmanuel Rouamba. 93 | Sam Tokoro Bacye. 94 | Modibo Ouédraogo. 96 | Moumouni Nikiema. 98 | Estelle Koïta. 100 | Estelle Juré. 102 | Oumar Tiémogo Cissé. 103 | Léocadie Saré. 104 | Abdou Seydou Mané. 106 | Alain Kasriel. 108 | Valérie Géhin. 109 | Cédric Rabany. 110 | Dominique Laure. 112 | Oumy Seck et Abir Nur. 114 | Cécile Broutin. 115 | Yangone Mbow. 116 | Elphège Ghestem. 118 | Meïssa Niang Ndiaye. 120 | Claude Nutsudzie. 122 | Hindatou Amadou. 124 | Abou Bass, Léa Graafland, Edgar Déguénon, Jean-Baptiste Adimou, Pascaline Toulouse, Alimatou Ouédraogo, Dotianga Konaté, Sylvain Colmet-Daage, Malick Diallo, Claire Guyon. 125 | Christophe Brismé, Nahé Alassan, Karfa Diallo, Pape Assane Diop, Moustapha Ka, Mamadou Cissé, Tata Ametoenyenu, Julien Komi Lokokpe, Agathe Henry.

# éditorial



**D**epuis les années 80, l'agriculture familiale et paysanne est malmenée par la libéralisation et la tendance à l'affaiblissement des politiques agricoles africaines. Pourtant, en Afrique de l'Ouest, elle produit l'essentiel de l'alimentation, emploie près de 60 % des actifs et est la mieux à même de gérer les ressources naturelles de façon durable.

Convaincus par son potentiel, le CFSI et la Fondation de France ont lancé il y a dix ans le programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao). Il compte le Réseau des organisations paysannes et de producteurs d'Afrique de l'Ouest (Roppa) au sein de son comité d'orientation et de suivi, et s'enrichit d'alliances avec Seed Foundation, la Fondation JM.Bruneau et le programme Jafowa. Il soutient les initiatives de plus de 300 organisations en faveur de systèmes agricoles et alimentaires équitables et durables. Elles innovent, échangent pour produire des connaissances et agissent auprès des décideurs politiques. Pour que ces initiatives essaient, grandissent ou soient reprises par des politiques publiques, le programme Pafao donne aussi la priorité, depuis 2015, aux stratégies de changement d'échelle.

Dans la publication *Les batailles du consommer local*, nous vous proposons de décrypter les défis à relever. Des défis qui interrogent les politiques agricoles, alimentaires et commerciales, car il est indispensable de soutenir tant la production locale que sa transformation agroalimentaire, et de réguler les importations qui la concurrencent. Le Sénégal l'a fait pour la filière oignon, la Guinée pour la pomme de terre. Pour généraliser ces expériences, reste à construire un contexte politique favorable à des modes de distribution qui protègent davantage l'emploi, garantissent des prix décents aux productrices et aux producteurs et participent à l'évolution des habitudes alimentaires au profit du consommer local.

Nous le voyons dans ces pages, des solutions existent à l'échelle des territoires : des associations valorisent des céréales négligées et pourtant nutritives, des collectivités se soucient des marchés locaux. La contractualisation entre organisations de producteurs et transformateurs structure les filières. La démarche qualité progresse grâce à des coopérations entre producteurs et consommateurs.

Mais face aux obstacles qui subsistent, les organisations de la société civile doivent sans relâche rappeler aux décideurs politiques les engagements pris pour atteindre les objectifs du développement durable et le droit à l'alimentation. Elles portent des revendications légitimes pour obtenir des politiques en faveur de l'agroécologie, de l'accès à la terre, de la reconnaissance des métiers agricoles et de l'ouverture des achats institutionnels aux produits des territoires (pour les cantines scolaires par exemple). Ainsi le consommer local s'inscrit dans des systèmes alimentaires territorialisés qui donnent la priorité aux populations et à l'environnement.

**Axelle Davezac, directrice générale de la Fondation de France**  
**Anne-Françoise Taisne, déléguée générale du CFSI**

**Axelle Davezac,**  
directrice  
générale  
de la Fondation  
de France  
© Lucien Lung/  
Fondation  
de France -  
**Anne-Françoise**  
**Taisne,** déléguée  
générale du CFSI  
© Studio Falour



Affiche de la coopération Bénin Suisse dans une rue de Cotonou © A-F Taisne

# Consommer local en Afrique de l'Ouest

Exploitants familiaux, consommateurs et autorités publiques, même combat pour la souveraineté alimentaire et la consommation des produits locaux

**E**n Afrique de l'Ouest, la forte croissance démographique et l'urbanisation rapide ont changé les caractéristiques démographiques de notre population: en 1961, 80 % des 70 millions d'ouest-africains étaient paysans; en 2011, ils n'étaient plus que 56 % des 342 millions; en 2050, ils pourraient n'être que 37 % des 815 millions d'habitants.

Ces évolutions ont transformé l'économie alimentaire. Aujourd'hui, 20 % de notre consommation est importée, représentant selon les années de 30 à 50 milliards de dollars pour l'Afrique sub-saharienne. L'International Food Policy Research Institute (Ifpri) estime que l'addition pourrait s'élever à 150 milliards de dollars en 2030. Ces chiffres sont alarmants: quelles exportations pourront nous permettre de payer une telle facture? Quel avenir dessine-t-on à nos agricultures? Quels emplois pourra-t-on proposer à nos paysans, producteurs agricoles, à nos éleveurs, pasteurs, agropasteurs et à nos pêcheurs?

La responsabilité de cette situation est triple: elle est à la fois celle des acteurs des chaînes de valeur des productions agrosylvopastorales, halieutiques et alimentaires (producteurs agricoles, transformateurs, commerçants...), celle des consommateurs et celle des autorités publiques.

Le Réseau des organisations paysannes et de producteurs agricoles d'Afrique de l'Ouest (Roppa), les plateformes paysannes nationales et leurs fédérations membres doivent renforcer leurs efforts pour proposer aux consommateurs urbains des



Djibo Bagna, président du Roppa © Le club du sahel et de l'Afrique de l'Ouest

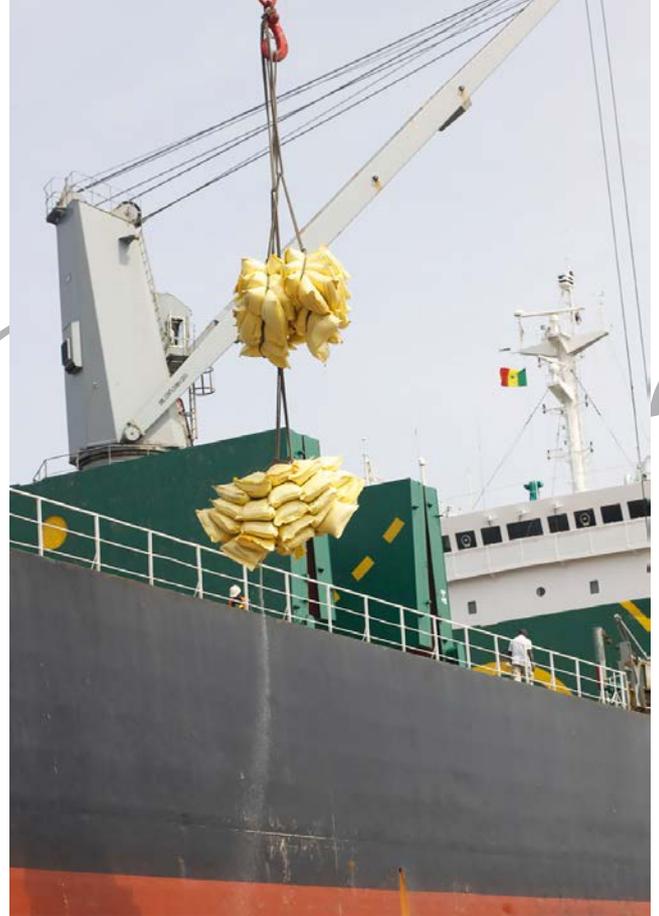
produits alimentaires nationaux correspondant à leurs besoins et à leurs demandes. Cet objectif exige des partenariats structurés et des contrats entre les différents acteurs des chaînes agroalimentaires nationales.

Le rôle des consommateurs est essentiel. Selon leurs choix, le système alimentaire national deviendra le moteur central du développement économique, social et environnemental ou, s'ils préfèrent privilégier les produits importés, celui de l'endettement national et de la marginalisation de la grande majorité des acteurs économiques engagés dans le vaste système alimentaire qui va de l'amont des productions agrosylvopastorales et halieutiques à l'aval de la consommation alimentaire. Le choix qu'ils feront dépendra de critères objectifs qu'il appartient aux producteurs de satisfaire — prix, qualité, facilité de préparation, présentation des produits alimentaires —, mais aussi de facteurs culturels, voire psychologiques, qui s'attachent aux produits locaux et souvent au discrédit dont ceux-ci sont l'objet.

Enfin, les autorités publiques ont une responsabilité éminente dans l'évolution des actions de production, de transformation et de distribution, dans l'orientation des choix de consommation et dans la défense des produits nationaux et la régulation des marchés. Eu égard à l'importance de l'enjeu de la « consommation des produits nationaux », les politiques publiques, celles des collectivités territoriales, des gouvernements et des organisations régionales, doivent appuyer toutes les dynamiques qui permettent de faire des systèmes alimentaires locaux, des systèmes alimentaires nationaux et du système alimentaire ouest-africain les moteurs centraux du développement économique, social et environnemental local, national et régional.

Face à ce grand défi du « consommer local », c'est sur le terrain de la recherche de solutions que nous souhaitons nous engager avec ceux — producteurs, consommateurs ou autorités publiques — qui œuvrent dans nos pays pour promouvoir une transition agricole et alimentaire. Les pionniers, qui nous intéressent, portent des « initiatives d'alimentation responsable et durable » (IARD) en ville ou en milieu rural. Ils sont déjà en marche sur les chemins de cette transition et ouvrent des voies nouvelles, diverses et novatrices. Nous souhaitons constituer des échantillons nationaux et un échantillon ouest-africain, qui nous permettront de développer avec les acteurs des chaînes agricoles et alimentaires des actions d'essaimage et de changement d'échelle de ces initiatives de référence, mais aussi de renforcer notre campagne « Afrique nourricière » en direction des consommateurs et nos plaidoyers pour « la souveraineté alimentaire et la consommation locale » à l'adresse des autorités publiques locales et nationales. Ensemble, paysans et producteurs agricoles, consommateurs et autorités publiques, nous devons réactiver ce moteur central de notre développement.

**| Djibo Bagna, président du conseil d'administration du Roppa jusqu'en décembre 2018**



Manutention de riz importé de Chine dans le port autonome de Dakar  
© Rikolto

# comprendre

## COMPRENDRE LES ENJEUX : UNE CONDITION DE L'ESSOR DU CONSOMMER LOCAL

En Afrique de l'Ouest, bien comprendre **les enjeux politiques (p. 10)** permet d'identifier les différents défis pour la généralisation du **consommer local**. **La concurrence entre produits locaux et produits importés (p. 16)** va crescendo. D'autant que l'industrie de transformation est trop peu développée, a fortiori en zones rurales. Mais la difficulté pour les paysans africains n'est pas tant de produire que de trouver **des circuits de distribution (p. 22)** qui ne les pénalisent pas. Dans ces conditions, les habitudes de consommation ont-elles évolué ces dernières années ? Peut-on parler de l'émergence d'un mouvement en faveur du **consommer local ? (p.27)**

# L'offensive libérale sur l'agriculture

En quelques années, l'agriculture est redevenue un enjeu politique majeur pour la communauté internationale. À l'instar de la stratégie *Nourrir l'Afrique* de la Banque africaine de développement, la priorité est, encore et toujours, mise sur l'agriculture productiviste et libre-échangiste, au grand dam des mouvements paysans.

**E**n Afrique, l'agriculture a longtemps été le parent pauvre des politiques publiques. Résultat : elle ne pèse qu'un quart du PIB du continent. Pourtant, de l'avis général, son potentiel est énorme. L'agriculture emploie plus de 60 % de la population du continent et les femmes représentent au moins la moitié de la main d'œuvre agricole. En 2016, la Banque africaine de développement (Bad) a donc adopté *Nourrir l'Afrique*, une stratégie pour la transformation de l'agriculture africaine 2016-2025, et s'est engagée à y investir 24 milliards de dollars par an. Objectifs : mettre fin à l'extrême pauvreté, à la malnutrition, à la dépendance aux importations de produits alimentaires et placer l'Afrique au sommet des chaînes de valeur dans les domaines où elle a un avantage comparatif.

## UNE VISION ENTREPRENEURIALE ET MODERNE ?

Cette stratégie offensive, alignée sur les engagements souscrits lors du Sommet du G8 de L'Aquila, en 2009, repose sur une vision de l'agriculture productiviste et libre-échangiste. « L'agriculture ne doit plus être considérée comme un mode de vie mais comme une entreprise de création de richesses », affirme Martin Fregene, directeur du Département de l'agriculture et de l'agro-industrie de la Bad. Un postulat que récuse Nora McKeon, de l'ONG Terra Nuova : « Leur présupposé est que les petits producteurs sont archaïques et qu'il faut les connecter au marché. Mais cela n'a aucun sens. Évidemment que les petits producteurs sont des entrepreneurs, évidemment qu'ils sont connectés aux marchés territoriaux. La réalité, c'est que les petits producteurs nourrissent 80 % de la population africaine, sans bénéficier jusqu'à présent d'aucune politique substantielle de soutien. »

Faible productivité, faible valeur ajoutée, manque d'investissements et déficit d'infrastructures sont des freins réels auxquels la stratégie *Nourrir l'Afrique* veut s'attaquer en priorité. « L'Afrique a moins de 100 tracteurs pour 1 000 hectares et les surfaces irriguées représentent moins de 1,5 % des surfaces cultivées », souligne Martin Fregene, chiffres à l'appui. Rares sont les producteurs qui vont s'opposer aux investissements dans les outils de production, à l'irrigation en goutte à goutte, aux cultures sous filets... « Mais peut-on m'expliquer pourquoi le gouvernement malien doit acheter des tracteurs, alors que 99 % des familles ont juste



Maraîchère  
sénégalaise  
© Enda Pronat

1. Coordination nationale des organisations paysannes (CNOP) 2. Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique. En savoir plus : [www.nepad.org](http://www.nepad.org) 3. En Afrique de l'Ouest, seuls le Nigeria, la Mauritanie et la Gambie ont refusé de signer l'accord, bloquant la mise en œuvre de l'APE régional.



besoin de charrues et de bêtes de labour? Qui la Bad va-t-elle engraisser avec ses 24 milliards de dollars? » interroge Ibrahima Coulibaly, président de la CNOP<sup>1</sup> du Mali et vice-président du Roppa.

### À QUI PROFITE L'AGRICULTURE ?

La défiance des organisations paysannes est grande face à un modèle qu'elles soupçonnent de servir d'abord les intérêts des multinationales de l'agrobusiness. « Nous avons les capacités de faire une agriculture saine, qui ne pollue ni les sols, ni l'air et ne nuise pas à la santé. Mais les bailleurs veulent faire de nous des marchés pour les intrants chimiques », fustige Ibrahima Coulibaly. « Peut-on vraiment révolutionner l'agriculture africaine en faisant du débat sur l'amélioration variétale un tabou, en ayant un a priori complètement négatif sur la fertilisation chimique des sols? Ce serait une erreur », lui répond Augustin Yamdjeu, directeur du Programme de développement détaillé de l'agriculture africaine au Nepad<sup>2</sup>. La FAO a beau défendre l'idée que l'agriculture biologique peut nourrir le monde, les réticences à soutenir ce mode de production restent très fortes, notamment à la Bad.

En cohérence avec leur vision entrepreneuriale de l'agriculture, les organisations internationales prônent donc un modèle où le secteur privé joue un rôle central, via notamment les partenariats public-privé, difficiles à faire accepter aux mouvements paysans. « Le débat sur le secteur privé est biaisé par un vécu qui plaide en faveur de ceux qui s'en méfient. Pendant la période de l'ajustement structurel, la privatisation a en effet surtout fait la part belle au privé étranger, reconnaît Augustin Yamdjeu. Un gros travail de sensibilisation reste donc à faire pour que les agriculteurs ouest-africains mettent de côté leur attachement presque maladif au tout-État. »

### LES SIRÈNES DU LIBRE-ÉCHANGE

Pour la communauté internationale, le libre-échange est une règle d'airain. « Mais quel intérêt pour le Mali d'être le premier producteur de coton, s'il est dépendant d'un marché mondial volatil? », interroge Ibrahima Coulibaly. Nous ne sommes pas opposés au marché international, mais notre priorité, c'est le marché local, notre sécurité alimentaire! » Cette divergence est au cœur de l'opposition aux Accords de partenariat économique (APE) avec l'Union européenne. « Les APE sont des instruments économiques majeurs et constituent un processus mutuellement avantageux, permettant aux pays en développement d'entrer de plain-pied dans la mondialisation, défend Louis Michel, coprésident de l'Assemblée parlementaire paritaire ACP-UE. Il s'agit non pas d'ouvrir les marchés aux sociétés européennes aux dépens des producteurs ACP, mais au contraire d'aider les pays en développement à élargir leurs marchés, à encourager les échanges de marchandises et à stimuler les investissements. » L'argument ne convainc pas les mouvements paysans. « Nous nous sommes battus comme des lions, mais la pression de l'UE a été trop forte. Les chefs d'État africains ont finalement signé les APE<sup>3</sup> », regrette Ibrahima Coulibaly.

« Dans les années 1980, on disait que l'agriculture tropicale ne pourrait jamais concurrencer l'agriculture des pays tempérés. Des pays comme le Brésil ont prouvé que c'était faux. Un jour nous pourrions entrer dans la compétition grâce aux investissements que nous faisons aujourd'hui dans les semences, les engrais... », se plaît à prédire Martin Fregene. Même si, pour Nora McKeon, ce futur n'est ni plus ni moins que « la perpétuation du modèle de développement agricole productiviste et libre-échangiste qui est déjà responsable des difficultés que connaissent aujourd'hui les paysans du Nord ».

| David Eloy

Boutique d'intrants chimiques en Mauritanie © Johanne Castaño

**24 milliards**

de dollars est le montant annuel prévu par la Bad pour la stratégie *Nourrir l'Afrique*

# Une concurrence bien réelle

En Afrique de l'Ouest, la croissance démographique et l'urbanisation rapide transforment l'économie alimentaire. Aujourd'hui, 20 % de la consommation de la sous-région est importée. Mais si rien n'est fait, la concurrence entre produits locaux et produits importés, aujourd'hui circonscrite à quelques-uns, ira crescendo.

**D**'ici 2050, la planète comptera près de 9,8 milliards d'habitants, soit 30 % de plus qu'aujourd'hui. Plus de la moitié de cette croissance démographique aura lieu en Afrique. L'enjeu de la sécurité alimentaire se pose de manière particulièrement aiguë pour l'Afrique subsaharienne. D'après l'OCDE et la FAO : « D'ici 2024, cette région abritera plus du tiers de la population sous-alimentée de la planète. Dans les pays africains les plus pauvres, des mutations bien plus profondes seront nécessaires pour élever le revenu des ménages les plus démunis et, dans le même temps, l'accès de ces derniers à l'alimentation, que celle-ci soit produite sur place ou importée<sup>1</sup>. »

Publicité pour le cube Maggi, omniprésent en Afrique de l'Ouest  
© Saskia Arndt

## IMPORTATIONS : UNE FACTURE À RISQUES

« L'augmentation de la demande de produits alimentaires et les changements dans les habitudes alimentaires [...] conduisent à une augmentation rapide des importations nettes de produits alimentaires, leur valeur devant passer de 35 milliards de dollars en 2015 à plus de 110 milliards de dollars à l'horizon 2025 », souligne la Banque africaine de développement (Bad)<sup>2</sup>. Qui paiera la note ? Une question d'autant plus sensible que le montant est à mettre en regard des 130 à 170 milliards de dollars par an d'investissements nécessaires, toujours selon la Bad, pour combler le déficit du continent en infrastructures d'électricité, d'approvisionnement en eau et assainissement et de transport<sup>3</sup>. Des factures plus élevées ne veulent pas nécessairement dire que davantage de nourriture a été achetée, indiquait par ailleurs Adam Prakash, économiste à la FAO, lors de la publication des *Perspectives de l'alimentation 2017*, relevant qu'en l'espace d'un an, la facture des importations alimentaires avait augmenté de 6 % en raison d'une hausse de la demande alimentaire internationale et des tarifs de fret.

Ces vingt dernières années, l'Afrique de l'Ouest a



su répondre à la croissance de la demande en augmentant significativement sa production agricole, souvent via l'extension des surfaces cultivées. Mais, selon la FAO, pour soutenir le rythme de l'accroissement démographique, elle devra encore plus que doubler sa production d'ici à 2050.

## UNE ANALYSE À NUANCER

Comme le rappelle l'étude *L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur*<sup>4</sup>, le blé et le riz importés représentent 72 % de la valeur des céréales consommées et 62 % de tous les amylacés en Afrique de l'Ouest, au Cameroun et au Tchad. Cette dépendance au marché international ne doit pas pour autant occulter d'importantes disparités. À Bamako (Mali), ces deux céréales importées représentent moins du tiers de la consommation des amylacés, le riz local couvre 40 % des besoins. À Lomé (Togo) et Cotonou (Bénin), elles ne totalisent respectivement que 41 et 44 % des amylacés, le maïs local couvre, lui, plus du tiers et plus du quart de la consommation. Nicolas Bricas, coauteur de l'étude, conclut qu'il n'y a pas de fatalité à une

domination des céréales importées dans les villes. Les métropoles peuvent largement assurer leur alimentation de base à partir de produits locaux.

Autre constat : pour les seules capitales des pays de l'Uemoa, et en moyenne pondérée par leur population, la part des produits locaux ou régionaux, toutes catégories confondues, dans la valeur de la consommation alimentaire urbaine est de 61,3 %. Le reste se répartit entre les produits importés consommés tels quels (20,4 %), les produits transformés localement mais à base de matières premières importées (8 %) et les produits dont l'origine est indéterminée (10,3 %). « Comme on réduit souvent la question alimentaire aux céréales, parce qu'elles fournissent l'essentiel de l'apport calorique, on entretient l'idée, fautive, que l'Afrique urbaine est complètement nourrie de l'extérieur », conclut Nicolas Bricas.

### TOUS CONCERNÉS

Les pratiques alimentaires ne sont cependant pas immuables et des changements apparaissent. Dans son *Rapport sur les politiques alimentaires mondiales 2017*, l'International Food Policy Research Institute (Ifpri) souligne que « les milieux urbains sont également associés à "la transition nutritionnelle" — une évolution vers une augmentation de la consommation d'aliments d'origine animale, de sucre, de graisses et d'huiles, de sel et d'aliments transformés — qui se produit à un rythme plus rapide dans les villes ». Appuyant le constat, la FAO relevait qu'en Afrique subsaharienne, après les céréales, ce sont les huiles végétales, le sucre et le poisson qui viennent grossir la facture des importations alimentaires.

La concurrence touche également les produits frais, jusque dans des zones isolées comme la région de Kayes au Mali. « Les marchés de Bamako et d'autres capitales sont aujourd'hui envahis par des oranges,

des mandarines... qui viennent du Maghreb, dénonce Ibrahim Sarr, du Réseau régional des horticulteurs de Kayes (RHK). Kéniéba est une zone de très importante production d'agrumes, mais les paysans maliens n'arrivent pas à écouler leur production. C'est autant une question de prix que d'accessibilité. Les infrastructures routières entre Kayes et Kéniéba sont difficiles. Sur le marché de Kayes, le kilo d'agrumes se vend autour de 500 FCFA. C'est globalement plus facile de faire venir des oranges du Maroc. »

Les produits transformés souffrent eux aussi de la concurrence. « L'Afrique est la seule région au monde, où la contribution de l'agriculture au PIB est plus élevée que celle de l'agro-industrie », regrette la Banque africaine de développement dans sa *Stratégie pour la transformation de l'agriculture africaine 2016-2025*. Simone Zoundi, présidente de la Fédération nationale des industries agroalimentaires et de transformation du Burkina (Fiab), reconnaît l'ampleur du défi : « Le marché ouvert est un vrai combat. Ce n'est plus comme avant. Nous sommes confrontés au marché sous-régional, au marché international et aux produits qui entrent aussi par la fraude. La Fiab doit davantage travailler dans la perspective d'élargir le marché. Il faut orienter la lutte pour avoir des produits compétitifs. Tout le monde est concerné. Chacun de nous, l'État comme le secteur privé! »

| David Eloy

1. *Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2016-2025*, OCDE/FAO, 2016. 2. *Nourrir l'Afrique – Stratégie pour la transformation de l'agriculture africaine 2016-2025*, Banque africaine de développement (Bad). 3. *Perspectives économiques en Afrique 2018*, rapport annuel de la Banque africaine de développement (Bad), janvier 2018. 4. Bricas N., Tchamda C., Mouton F. (dir.), 2016. *L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur. Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages d'Afrique de l'Ouest, du Cameroun et du Tchad*. Paris, AFD, collection « Études de l'AFD », n° 12. 5. Lire aussi « Le privé, ce n'est pas des poudres magiques! », entretien avec Simone Zoundi, pp. 20 et 21.

# 72%

des céréales consommées dans la sous-région sont du blé et du riz importés



Véhicule d'une laiterie solidaire de Kaye au Burkina Faso © Apil

# Exportation de lait : l'Europe fait son beurre !

Première exportatrice mondiale de lait, l'Union européenne développe une stratégie offensive pour augmenter ses parts de marché, y compris en Afrique de l'Ouest, où la consommation explose. Quelles sont les conséquences d'une telle stratégie sur la filière lait local ?<sup>1</sup>

## 2 à 3

fois moins cher :  
le lait à base  
de poudre  
réengraissée  
concurrence  
durement le lait  
local

**D**epuis plus de quinze ans, l'Union européenne cherche à obtenir la conclusion d'un accord de partenariat économique (APE)<sup>2</sup> avec l'Afrique de l'Ouest, obligeant cette dernière à supprimer l'essentiel de ses protections commerciales vis-à-vis des importations venant d'Europe, dont le lait en poudre. Suite à des pressions considérables, le Ghana et la Côte d'Ivoire ont ratifié un APE intérimaire. L'Union européenne n'a pas renoncé pour autant à obtenir un APE régional.

### ACCROÎTRE LES EXPORTATIONS EUROPÉENNES

Mais ouvrir le marché ouest-africain aux produits européens ne suffit pas. L'Union européenne doit également accroître sa production laitière pour exporter davantage. C'est dans ce but qu'en 2015, la Politique agricole commune européenne (Pac) a mis fin aux quotas laitiers qui limitaient la production. En outre, grâce aux subventions de la

Pac, le lait est exporté, sous forme de poudre, en dessous de ses coûts de revient, ce qui permet à l'Union européenne d'être le premier fournisseur de l'Afrique de l'Ouest.

Pour autant, cette situation ne profite pas aux producteurs européens de lait qui peinent à survivre face aux prix imposés par les industriels et la grande distribution. En Afrique de l'Ouest, la stratégie de multinationales européennes telles que Lactalis et Danone est également préoccupante pour les producteurs de la région. Ces entreprises s'implantent de plus en plus pour écouler et transformer une poudre de lait européenne abondante et bon marché. Rares sont celles qui s'approvisionnent en lait local.

Depuis une dizaine d'années, la concurrence subie par les éleveurs laitiers ouest-africains est aggravée par l'importation croissante d'un nouveau produit : la poudre de lait écrémé, réengraissée avec de la matière grasse végétale, le plus souvent de l'huile de palme, et vendue 30 % moins cher que le lait entier en poudre. En 2015, pour la première fois, l'Afrique de l'Ouest importait plus de lait réengraissé que de lait entier.

### QUELLE CONCURRENCE POUR LE LAIT LOCAL ?

La population ouest-africaine consomme surtout du lait en poudre importé, du lait liquide et du lait fermenté (yaourts...). Ces deux derniers aliments peuvent être issus de lait local, de poudre importée ou d'un mélange des deux<sup>3</sup>. Cette production est effectuée par des industries (généralement à partir de poudre de lait), des minilaiteries ou de manière artisanale.

La production locale couvre environ 50 % des besoins de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (Cedeao) avec de fortes disparités selon les pays. Le taux de couverture est de 72 % au Burkina Faso contre 33 % au Sénégal en 2015.

Publicité Nido  
© DR





Éleveurs du nord  
du Burkina Faso  
© Apil

Les prix bas des importations nuisent à la production ouest-africaine. Au Sénégal, par exemple, le litre de lait local coûte au transformateur entre 250 et 600 FCFA, selon la région et la saison, alors qu'un litre de lait reconstitué à partir de poudre réengraissée lui revient entre 170 et 200 FCFA. Cette importante différence n'est pas compensée par la politique commerciale de la Cedeao qui taxe faiblement les importations de lait en poudre. En effet les droits de douane ne se montent qu'à 5 % pour les sacs de plus de 25 kg destinés à la transformation ou au reconditionnement en petits emballages.

La concurrence ne se limite pas aux prix. Il est plus facile, par exemple, de conserver et de transformer du lait en poudre que du lait local. Ce dernier est en effet un produit fragile qu'il faut collecter, transporter et conserver en respectant la chaîne du froid. À cela s'ajoute la saisonnalité de la production, qui chute souvent en saison sèche car le bétail ne dispose pas d'une nourriture suffisante. Or les politiques agricoles de la région négligent l'élevage.

En conséquence, la concurrence des importations ainsi que le manque de soutien et de débouchés réguliers n'incitent pas les éleveurs à investir pour accroître le volume et la régularité de leur production.

### UN FORT POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT

Même si l'autosuffisance de la région n'est pas envisageable à court terme, et en dépit de contraintes importantes, la filière lait local dispose d'un fort

potentiel de développement. Il est en effet remarquable que, dans de telles conditions, la production ouest-africaine de lait de vache ait augmenté de 50 % entre 2000 et 2016. Le développement de cette filière est essentiel pour réduire la coûteuse dépendance de l'Afrique de l'Ouest aux importations et pour combattre la pauvreté, qui touche particulièrement les éleveurs.

C'est la raison pour laquelle l'Association pour la promotion de l'élevage au Sahel et en savane (Apess), le Réseau Billital Maroobé (RBM) et le Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest (Roppa), trois organisations régionales de paysans et d'éleveurs, plaident en faveur de politiques agricoles et commerciales qui soutiennent la filière lait local. Ils commencent à être entendus.

En 2015, la Cedeao a décidé de lancer une « offensive lait ». Outre des financements pour la filière, une meilleure protection commerciale face aux importations fait également partie des pistes possibles. Il importe qu'à leur tour l'Union européenne et ses membres mènent des politiques commerciales, agricoles et de développement favorables aux filières lait local en Afrique de l'Ouest.

**| Pascal Érad**

1. Cet article s'appuie sur l'étude *Quelles politiques commerciales pour la promotion du « lait local » en Afrique de l'Ouest?*, réalisée par le Gret, en partenariat avec l'Apess, le RBM, le Roppa et ISF, et publiée en janvier 2018 par le CFSI. 2. En savoir plus : Note de Coordination Sud réalisée par le CFSI avec Sol et le Gret : <https://www.coordinationsud.org/document-ressource/pac-accords-de-partenariat-economique-coherence-developpement-agricultures-paysannes-sud>. 3. L'importation de lait liquide est très limitée du fait notamment des coûts de transport et des droits de douanes (10 %) appliqués à ce produit.

Bouteilles  
de yaourts Solani  
à base de lait  
local, Niger  
© Iram



## Quelle place pour le lait local à Niamey ?

Entretien avec **Christophe Rigourd**, chargé de programme à l'Iram, sur le potentiel de la filière lait au Niger.



Christophe  
Rigourd  
© DR

### Au Niger, le lait local est-il trop cher ?

Il n'est pas compétitif, du point de vue du prix, face à la poudre vendue en vrac, encore moins face à la poudre *low cost* réengraissée et, forcément, pas du tout face à la poudre périmée et ré-étiquetée<sup>1</sup>. Il l'est en revanche par rapport au sachet Nido

de 26 g qui est vendu 200 FCFA. Très consommé ce sachet permet de remplir un seul verre. Le litre revient alors à 1 000 FCFA, soit deux à trois fois le prix du lait local. La limite ici n'est pas le prix, mais la conservation qui donne l'avantage à la poudre de lait.

### Quel est l'avantage du lait local pour les industriels ?

Il est incontestable que le lait de races locales est meilleur. Les rares industriels utilisant du lait local et de la poudre le reconnaissent. Il est beaucoup plus riche et permet toutes sortes de transformations : yaourt, crème fraîche, lait caillé, beurre, fromages, etc. L'ajout d'une faible quantité de lait local dans un produit à base de poudre est d'ailleurs remarqué par les consommateurs avertis.

La qualité sanitaire est un point sensible. Dans les zones de forte prévalence de brucellose ou de tuberculose, une bonne pasteurisation est nécessaire. L'accompagnement des éleveurs améliore aussi cette qualité.

### La disponibilité de la matière première est-elle le frein au développement du secteur ?

Au Niger, le projet Nariindu, qui associe un industriel et des centres de collecte paysans multiservices, a considérablement amélioré la qualité du lait livré (aucun rejet par l'industriel), augmenté la quantité collectée (+ 600 % en six ans pour le centre d'Hamdallaye) et diminué la saisonnalité de la production (quasi lissage de la courbe de collecte). On constate aujourd'hui un déplacement du goulot d'étranglement à l'aval de la filière. Si en 2006, les industries laitières doutaient des capacités des éleveurs à les fournir, l'offre de lait local dépasse à présent la capacité d'achat de l'industrie partenaire qui a imposé des quotas d'achats en 2017. Cela peut s'expliquer par une frilosité à investir sur des équipements dédiés au lait local malgré des signaux de marché favorable, mais aussi par des difficultés de trésorerie pour l'industriel (paiement cash des producteurs alors que les ventes sont en dépôt), par le « déguerpissement » en bout de chaîne de nombreux revendeurs de rue de Niamey<sup>2</sup>, et enfin par l'absence de cadre incitatif ou coercitif pour l'industriel.

### Ces difficultés sont-elles propres au Niger ?

Au Mali aussi, on aboutit au même constat : l'amont de la filière se structure et le goulot d'étranglement se déplace à l'aval. Les politiques de développement de la filière doivent être repensées. Certes le soutien à l'amont (organisations d'éleveurs et centres de collecte) est nécessaire, mais il l'est également pour les industriels (facilités de trésorerie, appuis techniques, subventions aux équipements, mesures coercitives et incitatives), les revendeurs (équipements de froid) et les consommateurs (promotion du lait local). Tout comme les appuis interprofessionnels : partenariats gagnants-gagnants, centres de collecte gérés par des éleveurs et des industriels, instances de concertation.

### Propos recueillis par Hélène Basquin Fané

1. Lait en poudre périmé exporté d'Europe via le Moyen-Orient, reconditionné, et sur lequel est apposée une nouvelle date limite de consommation. 2. Les produits à base de lait présentent aussi un risque accru de conservation et donc un risque financier pour les revendeurs et distributeurs.



Unité  
de transformation  
alimentaire  
« Saveurs  
de Ndem »,  
Sénégal  
© David Erhart

# La concurrence touche aussi les produits transformés

Le secteur de la transformation est encore peu structuré en Afrique de l'Ouest. Il repose sur une myriade de micro et petites entreprises, portées essentiellement par des femmes. Créatrices de valeur ajoutée, pourvoyeuses d'emplois, elles sont confrontées à la concurrence des produits importés.

**C**onsommer local, c'est certes consommer des produits bruts mais aussi, et de plus en plus, consommer des produits transformés dans le pays. L'urbanisation des modes de vie conjuguée au recours accru au marché pour la consommation alimentaire favorise le développement d'un secteur de la transformation agroalimentaire, qui offre de nouvelles opportunités pour connecter les producteurs et les consommateurs.

## UNE MAJORITÉ DE MICROENTREPRISES

Histoire coloniale oblige, le secteur agroalimentaire a démarré par la transformation des matières premières locales pour les marchés de l'exportation (huileries d'arachide et de palme, sucreries, conserveries de poisson...), avant de passer à la transformation de matières premières importées pour le marché intérieur (minoteries de blé, brasseries et usines de sodas, usines de produits laitiers à

base de poudre...). Cette industrie agroalimentaire n'a cependant pas connu de réel essor. En Afrique subsaharienne, on trouve donc aujourd'hui une grande majorité de micro et petites entreprises agroalimentaires (MPEA), quelques moyennes entreprises plus rares, mais émergentes, et un nombre très restreint de grosses entreprises industrielles. « Au Sénégal, on compte plus de 100 000 micro et petites entreprises dans ce secteur, confirme Fatou Ndoye, chargée de programme alimentaire à Enda Graf Sahel. Elles emploient de une à trente personnes, en grosse majorité des femmes, dans le secteur formel comme informel. » En Afrique de l'Ouest, les transformateurs sont des formatrices. Le féminin l'emporte sur le masculin. En effet, au démarrage, les activités de transformation agroalimentaire mobilisent souvent des savoir-faire et des outils de la cuisine domestique. En devenant des activités commerciales et en changeant progressivement d'échelle, ces

# 100 mille

C'est le nombre de micro et petites entreprises de transformation alimentaire au Sénégal



## L'experte

Fatou Ndoye est coordinatrice du pôle Systèmes alimentaires alternatifs durables (Sada) au sein de l'ONG Enda Graf Sahel, une des premières à appuyer les femmes transformatrices au Sénégal, dès les années 1990.  
© Enda Graf Sahel

activités peuvent devenir de véritables entreprises, à l'impact économique et social avéré. De nombreuses études le montrent : les revenus qui en découlent sont, davantage que ceux des hommes, investis dans l'éducation et la santé des enfants.

### QUELS LIENS ENTRE PRODUCTION ET TRANSFORMATION ?

Les produits transformés forment aujourd'hui le premier poste d'approvisionnement des ménages ouest-africains<sup>1</sup>. La donnée n'a pas échappé aux organisations de producteurs, certaines développant même des activités de transformation en leur propre sein, en zone rurale. « La valeur ajoutée est plus importante pour les organisations de producteurs, quand elles parviennent elles-mêmes à transformer leurs productions agricoles, constate Karfa Diallo d'Enda Pronat, au Sénégal<sup>2</sup>. Cette activité de transformation crée de l'emploi et valorise le métier d'agriculteur. Monter de petites unités de transformation dans les zones de production, avec comme

Atelier de transformation de fruits, Sénégal  
© Enda Graf Sahel



principal acteur la population locale, doit être une priorité pour soutenir l'économie rurale. » Cependant, Cécile Broutin du Gret pointe le risque de perte de revenus des femmes qui assuraient auparavant des activités de transformation à leur compte, ou de perte d'autonomie lorsqu'elles deviennent simples employées des unités de transformation.

Les coopératives de producteurs ont *a priori* l'avantage d'avoir un accès facilité à la matière première. « La plus grosse difficulté est l'écoulement de leurs produits finis, souligne l'agronome Hélène Cadiou<sup>3</sup>. En effet, les coopératives se trouvent dans des zones rurales reculées et difficiles d'accès et les producteurs n'ont pas de formation marketing, vente ou commerce. » Papa Seck, coordinateur du Grdr en Guinée-Bissau, abonde : « Nous partageons la conviction que toute approche visant à amener le producteur à jouer un rôle qui n'est pas le sien est à éviter. En revanche, nous pourrions envisager la mise en marché de produits céréaliers issus de la transformation primaire, destinés aux acteurs de la transformation secondaire des centres urbains. Bâtir la relation commerciale sur ce type de produit offrirait plus de garanties aux différents protagonistes et sécuriserait le contrat entre producteurs et transformateurs. » Une stratégie qu'expérimente déjà Enda Graf Sahel au Sénégal.

Si, à l'évidence, les intérêts entre producteurs et transformateurs convergent, certains ajustements sont cependant nécessaires. « Si nous voulons garantir la qualité des produits transformés, il y a une nécessité à faire remonter l'information jusqu'aux producteurs, parce que la qualité des matières premières doit être aussi là pour répondre aux besoins des transformatrices. C'est désormais la demande qui doit commander la production », résume Fatou Ndoye, qui rappelle ainsi le rôle majeur joué par les femmes.

### UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT NÉGLIGÉ

« Plus on développe la transformation, plus on crée de l'emploi et des revenus tout au long de la filière (production, transformation, distribution), affirme Cécile Broutin, responsable de programme Filières agroalimentaires au Gret. Le secteur agroalimentaire a su se développer spontanément en répondant

## PENDANT LONGTEMPS, LES ÉTATS AFRICAINS ONT CONSIDÉRÉ QUE L'ENJEU ESSENTIEL ÉTAIT D'AUGMENTER LA PRODUCTION

au marché. C'est le cas de la transformation du manioc et de celle de l'igname, pour lesquelles il n'y a pas eu d'appui extérieur. » Or, relevant pour une très large part du secteur informel, ces entreprises échappent le plus souvent à la comptabilité publique. Elles sont dès lors peu visibles dans le paysage économique voire totalement absentes des choix politiques. « La tendance est de promouvoir l'exportation de produits bruts alors que le développement de filières pour approvisionner les marchés urbains devrait être davantage soutenu », poursuit Cécile Broutin.

Beaucoup d'efforts restent donc à fournir pour accompagner ces milliers de petites entreprises. Des efforts en ce qui concerne le financement car elles ne peuvent accéder au crédit bancaire, faute de garanties suffisantes. L'offre de crédit intermédiaire, c'est-à-dire entre le microcrédit et le prêt bancaire, est aujourd'hui défailante. Des efforts, aussi, quant à la formation. « En Afrique de l'Ouest, on trouve des lycées agricoles mais il n'existe quasiment aucune formation sur la transformation, la commercialisation et la distribution des produits, souligne Nicolas Bricas, socioéconomiste au Cirad. Pour ces activités essentiellement féminines, pas d'école pour apprendre à mieux maîtriser la qualité, à augmenter la productivité, à développer des stratégies commerciales... »

Des efforts portant sur les équipements et les infrastructures. « Au Sénégal, il n'y a pas d'usine de fabrication de verre. Les entreprises sont obligées d'importer les produits en verre, explique Fatou Ndoye. Il y a bien une centrale d'achats à l'Institut de technologie alimentaire (ITA) mais elle ne fonctionne pas très bien. Pourquoi l'État n'investit-il pas dans la création d'une usine de ce type ? » La liste pourrait s'allonger en pointant la faiblesse des infrastructures de transport, un accès à l'énergie



Pasteurisateur acquis par la Coopérative de développement et d'innovation des biens agricoles de Kara (Coodibak), Togo © Héléne Cadiou

handicapant, entre dépendance aux énergies fossiles et délestages quotidiens, des législations qui ne favorisent guère la transformation locale, quand elles ne la pénalisent pas...

### LE PARENT PAUVRE DES POLITIQUES

Pendant longtemps, les États africains ont considéré que l'enjeu essentiel était d'augmenter la production, sans trop se préoccuper de la transformation, du stockage, de la commercialisation, de la distribution... Ces enjeux de structuration de filières sont aujourd'hui d'autant plus importants que l'émergence de la classe moyenne urbaine suscite la convoitise de grandes entreprises étrangères, qui veulent s'implanter sur le créneau de la transformation des produits locaux. L'ouverture des économies ouest-africaines apparaît dès lors d'autant plus déloyale qu'elle met brutalement en concurrence des multinationales qui disposent d'énormes moyens et une myriade de petites entreprises très fragiles.

« Les multinationales ont encore du mal à développer des produits locaux pour le marché local car elles ne le comprennent pas. Nestlé ou Cadbury ont, par exemple, échoué à lancer un flocon d'igname, sur le modèle du flocon de pomme de terre. Mais ce n'est qu'une question de temps », prédit Nicolas Bricas. Il est urgent que les gouvernements reconnaissent enfin les forces économiques locales, qu'elles soient micro et petites entreprises ou PME et adoptent les politiques indispensables à leur développement.

| David Eloy

# 51 %

des produits alimentaires achetés par les ménages sont des produits transformés

1. Bricas N., Tohamda C., Mouton F. (dir.), *op. cit.* 2. Les citations de Karfa Diallo, Papa Seck et Cécile Broutin sont extraites de la discussion n° 1 « Approvisionnement des unités de transformation », lancée par le forum Roppa-Pafao, du 4 juin au 15 juillet 2015.

3. Cadiou H., *Analyse de la diversité des acteurs de la transformation agroalimentaire au Togo, des produits locaux togolais et de la dynamique nationale autour du slogan « consommer local » à partir de la création de fiches « produits locaux »*. Montpellier SupAgro, mémoire de fin d'études, 2017.

# Le privé, ce n'est pas des poudres magiques!

Depuis 1991, les entreprises du secteur agroalimentaire au Burkina Faso sont rassemblées au sein de la Fédération des industries agroalimentaires du Burkina Faso (Fiab). Sa mission ? Soutenir et promouvoir les produits locaux.

**Entretien avec Simone Zoundi**, directrice de la Sodepal et présidente de la Fiab.



Simone Zoundi  
© DR

## Quel est aujourd'hui le principal enjeu pour les entreprises burkinabès du secteur agroalimentaire ?

L'enjeu, c'est la maîtrise de notre marché. Elle passe par des produits qui respectent les normes de qualité et par des critères de présentation. Le marketing des produits est indispensable. C'est la condition pour que le marché public s'intéresse davantage à ce qui se passe localement.

Ainsi, depuis plus de deux ans, le Pam accompagne les producteurs pour les former à la qualité de leurs produits sur le marché. Nous travaillons également à développer les systèmes de contractualisation. Ces mécanismes exigent de sensibiliser en permanence les acteurs au fait que le non-respect des contrats perturbe le bon fonctionnement des unités de transformation. Malheureusement, il arrive que certains producteurs se laissent prendre par le jeu des commerçants qui les incitent à ne pas respecter les contrats. D'autres ne respectent pas les cahiers des charges. Par exemple, pour la fabrication des biscuits, la qualité des céréales est essentielle. Il ne faut pas trop d'impuretés. Or, vous avez parfois jusqu'à 3 % de produits qui sont hors cahier des charges.

## Travaillez-vous avec les organisations faitières sur cette question ?

Au Burkina Faso, nous avons maintenant des organisations professionnelles qui sont très dynamiques. La Confédération paysanne du Faso (CPF), par exemple, est très efficace. Le marché évolue sans cesse. Il faut savoir apporter les mesures nécessaires, pour que, sur toute la filière, on puisse maîtriser le coût et sortir des produits qui respectent des normes de qualité. Il faut toujours développer la formation professionnelle

pour garantir le bon fonctionnement des unités de transformation et préserver leur compétitivité. Sans compétitivité, on ne peut pas être maître sur son propre marché.

## Le gouvernement élabore en ce moment le Plan national de développement économique et social (PNDES). Quelles sont vos principales demandes ?

Nous formulons des demandes relatives au coût des facteurs de production. Nous sommes confrontés à une difficulté première : l'énergie. La fréquence des délestages perturbe énormément le fonctionnement des unités. Nous devons travailler avec des groupes électrogènes. Cela contribue à alourdir les coûts de production. Le transport est un autre problème. Ne dit-on pas d'ailleurs que c'est la route qui freine le succès de la collecte des matières premières ? Les problèmes sont bien connus. Depuis 1980, par exemple, combien de fois n'ai-je pas aussi répété au Bureau de la formation professionnelle de la Chambre de commerce qu'il fallait créer des pépinières d'entreprises pour aider les jeunes qui sortent des écoles et qui ont des ambitions dans l'entrepreneuriat ?

## L'État annonce qu'il veut que, d'ici 2020, 25 % des produits agricoles soient transformés. Aujourd'hui, on en est à 12 %. Comment compte-t-il s'y prendre ?

En tant que secteur privé, nous participons aux réflexions et à l'élaboration des politiques. Le reproche que nous faisons, c'est que nous ne voyons toujours pas dans le PNDES les facilités qui nous seront données pour financer et réaliser nos plans d'action. Dans le domaine de l'agroalimentaire, nous avons besoin de taux d'intérêt bonifiés pour pouvoir améliorer rapidement notre productivité et avancer sur le marché. On dit que le secteur privé



Enseigne de la Société d'exploitation des produits alimentaires (Sodepal) à Ouagadougou © Sodepal



Bonbons et biscuits à base de produits locaux © Sodepal

est le moteur du développement, alors donnez-lui aussi les capacités! Le secteur privé, ce n'est pas des poudres magiques: il faut des financements! Il faut également que nos espaces en zone industrielle puissent vraiment accueillir les unités, parce que c'est là où on peut maîtriser certains coûts, mutualiser les charges, pour l'énergie particulièrement.

### À vous entendre, les banques ne semblent pas jouer le jeu.

Vous savez, pour avoir accès aux financements, il faut pouvoir apporter une garantie à la banque. Le plus souvent ce sont des sûretés réelles, par exemple des gages sur des marchandises, mais ces sûretés ne sont plus des éléments motivants pour les banques. Il y a donc un accompagnement à faire pour rassurer les banques. Se pose aussi la question des conditions d'accessibilité. Quand vous soumettez un dossier à une banque pour demander un financement et que vous devez attendre six mois, les opportunités s'envolent! Imaginons que vous voulez commander un équipement! En l'espace de six mois, le prix peut changer plusieurs fois. Notre pays ne produit pas d'équipement, il y a donc aussi le problème du taux de change. Nous avons besoin de sérénité dans le financement.

### L'État ne pourrait-il pas également prendre des mesures de protection des marchés pour les PME?

Nous sommes dans un marché ouvert. Ce qui serait avantageux c'est qu'une entreprise étrangère, qui vient s'installer au Burkina Faso, ne s'installe pas toute seule! Elle devrait travailler avec

des producteurs locaux, qui connaissent bien le marché local. C'est le principe de la co-entreprise. Une entreprise française, par exemple, apporte ses compétences en transfert de technologie et nous travaillons ensemble pour que ce transfert produise des effets sur l'économie, pour que le Burkina comme l'entreprise étrangère soient gagnants. Nous sommes dans un univers économique mondial. On devrait pouvoir profiter, chacun, d'une solidarité active. Il y a peu de co-entreprises aujourd'hui au Burkina. Nous demandons au gouvernement de passer une loi qui stipule que si une entreprise étrangère s'installe au Burkina, elle doit monter un partenariat gagnant-gagnant avec une entreprise locale.

**| Propos recueillis par David Eloy**

# 25 %

de produits agricoles transformés d'ici 2020 est l'objectif affiché par l'État burkinabè

# Les enjeux de la commercialisation

En Afrique de l'Ouest, les politiques se concentrent sur l'augmentation de la productivité des exploitations agricoles. Or, la difficulté pour les paysans, outre et parfois plus que celle de produire, est de disposer de circuits de distribution.

Les achats couvrent entre les deux tiers et plus de

**90 %**

de la consommation alimentaire

**E**n Afrique de l'Ouest, les habitants des campagnes comme ceux des villes achètent désormais une très large part des produits qu'ils consomment. Le temps d'une alimentation reposant essentiellement sur l'autoconsommation est révolu. Selon les pays, les achats couvrent entre les deux tiers et plus de 90 % de la consommation alimentaire<sup>1</sup>.

Pour les producteurs, la conséquence est immédiate: c'est maintenant la demande qui commande la production. Ils doivent l'analyser pour mieux répondre aux attentes des consommateurs. « Cela paraît une évidence mais ce préalable est parfois oublié ou jugé inutile parce que nous croyons connaître le marché », avertit Cécile Broutin, responsable de programme Filières agroalimentaires au Gret. Que dire quand il s'agit de pénétrer un nouveau marché? « Rien ne sert de promouvoir un emballage moderne et coûteux, si le consommateur n'est pas prêt à payer plus cher, poursuit-elle. La vente en vrac est encore très développée car elle répond aussi à la demande d'une partie des ménages de pouvoir voir, toucher, sentir les pro-

duits, en acheter une quantité précise et ne pas payer un emballage dont ils n'ont pas besoin. »

La commercialisation des produits locaux requiert également la planification des productions (pour garantir la continuité des approvisionnements et la diversité de l'offre), la maîtrise de la qualité, l'organisation de la collecte, du stockage et du transport. Autant d'éléments qui pèsent dans la structure des coûts et la définition des prix de vente et avec lesquels il faut savoir jouer. « Grâce à la construction d'un magasin de stockage, nous sommes arrivés à réguler le prix de l'oignon et de la pomme de terre sur le marché local, explique Pathé Dia, président de l'Union des groupements paysans des Niayes (UGPN), au Sénégal. Lorsque les prix d'achat des commerçants sont trop à la baisse (par exemple, 100 FCFA par kilo), nous nous mettons à acheter les produits à un prix supérieur (110 FCFA) pour les conserver. Ce qui provoque une ruée des consommateurs et la remontée du prix (jusqu'à 125 FCFA)<sup>2</sup>. »

## DES COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES

Dans un secteur de plus en plus concurrentiel, il faut pouvoir s'assurer que les produits sont toujours présents, en quantité suffisante et bien placés, dans les rayons ou les étals, que les conditionnements sont en bon état... Le suivi commercial peut s'étendre sur des centaines de boutiques. Or, les entreprises sont trop petites pour avoir une telle force de vente et, régulièrement, les consommateurs ne trouvent plus le produit en rayon, faute de réapprovisionnement. Les organisations de producteurs imaginent des solutions pour répondre à ces contraintes. Au Mali, au Togo, au Bénin et au Burkina Faso, certaines d'entre elles créent des Esop<sup>3</sup>, des SARL qui accompagnent la valorisation des produits tout au long de la filière et jouent le rôle d'interfaces entre agriculture familiale et consommateurs urbains. Au Sénégal, l'Union des groupements paysans de Mékhé (UGPM) a mis en place un système de relais de distribution, où des



Fromage Danaya Nono, conditionné de façon attractive, Mali  
© ICD



Boutique dédiée aux produits locaux transformés, Guinée-Bissau © Essor

ressortissants de Mékhé vivant dans les grandes villes se chargent de la distribution de l'huile d'arachide au niveau de leur voisinage.

« Les métiers de production et de commercialisation demandent des compétences différentes, souligne René Emmenegger, du Conseil national de l'agriculture biologique (Cnabio) au Burkina Faso. La majorité des structures ayant mis en place une commission spécialisée pour la commercialisation confirme une augmentation des chiffres d'affaires<sup>4</sup>. » L'Union des MFR du Burkina a d'ailleurs récemment intégré dans son cursus des formations sur la commercialisation (conditionnement, recherche de marchés). « Les productrices de la province de Pella ont pu côtoyer des femmes spécialisées dans la vente, qui les ont renseignées sur les normes de qualité pour les céréales transformées », explique Estelle Koïta, sa directrice<sup>5</sup>.

### LE CASSE-TÊTE DE L'EMBALLAGE

La valeur ajoutée d'un produit se construit de plus en plus sur son image, son conditionnement voire sa mise en scène en rayon. Or, comme le souligne Gisèle Kazoni d'Aprossa-Afrique verte Burkina Faso : « L'accès à l'emballage est un goulot d'étranglement. Dans le secteur de la transformation agroalimentaire, un produit de qualité, s'il n'est pas bien présenté, a peu de chance d'être acheté<sup>6</sup>. » L'expérience du fromage Danaya Nono, au Mali, l'illustre. Il aura suffi d'en améliorer l'emballage, en collant des étiquettes, pour qu'il connaisse du succès lors de la Journée mondiale du lait en 2015. « Un supermarché renommé de Bamako en vend désormais à côté des fromages

importés, confirme Malick Diallo d'ICD. Au niveau des minilaiteries, le prix de vente d'un morceau de 500 g est passé de 2 500 à 3 000 FCFA. »

Le conditionnement peut permettre d'accéder à des distributeurs en dehors de la zone d'achalandage habituelle. Sauf que les unités d'emballage coûtent cher. « Les acteurs qui ne parviennent pas à trouver des emballages sont obligés de recycler ceux d'autres produits comme les bouteilles d'eau minérale pour l'huile et le lait de soja, témoigne Bernard Dédjélénou de l'organisation paysanne

## LE CODÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

**« Nous voyons souvent les importateurs comme ceux qui mettent en péril le développement des filières locales. C'est effectivement ce qui se passe pour le riz au Sénégal. Dans le cas de l'oignon, au Niger, c'est complètement différent. L'oignon est un produit de grande consommation, à la base de beaucoup de plats, quelle que soit la saison. Succès commercial remarquable, la production d'oignons nigériens est un très bon exemple de codéveloppement de marchés, car il s'est construit grâce à la complémentarité avec l'oignon importé de Hollande. L'oignon nigérien reste toujours plus cher, même en période de récolte. Mais les consommateurs le préfèrent car il est de meilleure qualité. Du fait des problèmes que pose sa conservation, son concurrent venu des Pays-Bas vient compléter l'offre. Comme les commerçants réinjectent leurs marges dans la production de contre-saison, l'importation sert à financer l'oignon nigérien. »**

**| Cédric Rabany, directeur de Nitidae (ex-Rongead)**



## L'experte

Aïssa Kimba, ingénieure agronome, travaille au sein du Réseau des chambres d'agriculture du Niger. Elle témoigne : « Personne n'est là pour conseiller les unités de transformation, les aider à trouver les fournisseurs d'emballages de qualité qui leur feraient gagner des parts de marché. »

## IL FAUT S'ASSURER QUE LES PRODUITS LOCAUX SONT TOUJOURS PRÉSENTS ET BIEN PLACÉS DANS LES RAYONS OU LES ÉTALS

URP-AL au Bénin, ce qui les empêche d'accéder à des segments de marché plus rémunérateurs, fréquentés par des fonctionnaires et autres consommateurs à revenus moyens. » L'emballage est un véritable casse-tête pour les responsables des unités de transformation. « Personne n'est là pour les conseiller et les aider à trouver les fournisseurs d'emballages de qualité qui permettront à leurs produits de gagner des parts de marché », conclut Aïssa Kimba du Réseau national des chambres d'agriculture au Niger.

Transformatrices de manioc en prospection pour le placement de leurs produits, Bénin © Cidev

### L'ÉTAT, AVIDE DE MODERNITÉ ?

C'est évidemment le développement de chaînes de distribution et l'arrivée de la grande distribution qui bouleversent le paysage et suscitent inter-

rogations et inquiétudes. Fatou Ndoye est sceptique sur l'effet de levier que les grandes surfaces peuvent offrir à la distribution des produits locaux : « Auchan ou Casino ne peuvent pas proposer l'ensemble des produits issus des transformateurs locaux. Ils ne vont en sélectionner qu'un ou deux. Les producteurs doivent essayer de vendre dans les supermarchés mais il faut aussi chercher à créer de nouveaux marchés qui vendent spécifiquement des produits locaux. » À Dakar, des supérettes et des petites boutiques se développent ainsi dans les quartiers et les stations essence, créant des débouchés pour les produits locaux en sachets des petites entreprises.

Pour Nicolas Bricas, socioéconomiste au Cirad, derrière l'accueil favorable réservé par les États à la grande distribution, se trouve une volonté de construire une image moderne de leur pays : « Avouons-le ! Les gouvernements n'ont pas envie d'encourager les produits en sachets plastiques, avec de l'encre qui coule, parce que ça fait pays pauvre ! Ils préfèrent les projets industriels. Les États africains veulent se moderniser, être comme tout le monde, avoir le même type d'entreprises et de supermarchés que le reste du monde, même s'il y a un risque de marginalisation des entreprises locales ou de casse en termes d'emplois. » Un constat qui ne peut satisfaire les producteurs et l'ensemble des acteurs de la filière.

David Eloy



1. Bricas N., Tchamda C., Mouton F. (dir.), *op. cit.* 2. Propos recueillis par Daouda Diagne. Lire aussi « Systèmes alimentaires territorialisés et agroécologie », pp. 32 à 34. 3. Entreprises de services et organisations de producteurs. 4. Les citations de René Emmenegger sont extraites de la discussion n° 5 « Mise en marché des produits agroécologiques », forum Roppa-Pafao. 5. Les propos d'Estelle Koïta sont tirés de : « Au Burkina Faso, développer l'aval des filières vivrières », entretien paru sur [www.alimentterre.org](http://www.alimentterre.org) en janvier 2017. 6. Les citations de Gisèle Kazoni, Malick Diallo, Bernard Dedjelenou et Aïssa Kimba sont extraites de la discussion n° 2 « Conditionnement et emballage », lancée par le forum Roppa-Pafao, de décembre 2015 à janvier 2016. 7. L'Agriculture saine et durable (ASD) repose sur un cahier des charges strict et adapté aux réalités sénégalaises sur les mêmes principes que celui de l'agriculture biologique. En savoir plus : <http://sellsellal.com>

# Grande distribution : le rouleau compresseur ?

L'Afrique de l'Ouest est le nouvel eldorado de la grande distribution. Les supermarchés y fleurissent, présentés par leurs promoteurs comme des opportunités quant aux emplois et aux débouchés pour les producteurs locaux. Est-ce si sûr ?

“ L'Afrique entre de plain-pied dans la société de consommation qui était jusqu'ici réservée à une élite africaine qui voyageait », se félicitait Jean-Louis Billon, ministre ivoirien du Commerce, le 18 décembre 2015, lors de l'inauguration du premier magasin Carrefour de Côte d'Ivoire<sup>1</sup>. La grande distribution n'est pourtant pas un phénomène nouveau en Afrique subsaharienne. En Côte d'Ivoire, le groupe Prosuma, qui compte 152 points de vente et 20 enseignes, a fêté en 2016 son cinquantième anniversaire. Ce qui l'est plus, c'est l'accélération du nombre d'ouvertures de supermarchés.

## L'AFRIQUE, NOUVEL ELDORADO DES SUPERMARCHÉS

En 2015, selon le cabinet Sagaci Research, le continent africain, hors Afrique du Sud, comptait 292 centres commerciaux, dont seulement 37 en Afrique de l'Ouest. Toutefois, comme le souligne Marie-José Neveu Tafforeau, chef de projet Financement et filières agroalimentaires à la Fondation Farm<sup>2</sup>, c'est en Afrique de l'Ouest que la progression est la plus forte avec + 19 % de janvier 2014 à juin 2015. Implanté au Sénégal et en Mauritanie depuis 2014, Auchan est devenu le premier réseau de distribution sur le marché sénégalais suite au rachat, fin septembre 2017, de Citydia Dakar, l'un de ses principaux concurrents<sup>3</sup>. Conséquence directe : la concurrence s'exacerbe. En réponse à

l'arrivée de Carrefour à Abidjan, Prosuma lançait, en juin 2016, Yaatoo, supermarché en ligne proposant aussi des produits frais, livrés à domicile ou pris directement par les clients en magasin. Trois mois plus tard, il poursuivait sur sa lancée en inaugurant l'enseigne Casino Mandarine, magasin de proximité, moderne et ouvert 24h/24.

Or, « selon les estimations les plus courantes, les achats en supermarché ne représentent que 10 % en valeur des achats des consommateurs ivoiriens. Les achats dans les marchés traditionnels restent la norme », rappelle Marie-José Neveu Tafforeau. Alors, comment expliquer l'engouement récent de la grande distribution pour l'Afrique ?

## L'ÉMERGENCE D'UNE CLASSE MOYENNE

Selon la Banque africaine de développement (Bad), la classe moyenne représente 34 % de la population africaine, soit 370 millions de personnes (243 millions au sud du Sahara et 127 millions en

**90 %**  
des achats se font  
toujours  
sur les marchés  
traditionnels



Marché traditionnel  
au Bénin  
© Yves Le Bars

1. Mahut A., « La Côte d'Ivoire accueille le premier magasin Carrefour d'Afrique subsaharienne », *La Croix*, 21 décembre 2015. 2. Neveu Tafforeau M.J., *Grande distribution : quelles opportunités pour les filières agroalimentaires locales ? Enquête en Côte d'Ivoire*, Farm, Note n°10, mars 2017. 3. Diallo A. O., *Auchan accélère au Sénégal*, [www.jeuneafrique.com](http://www.jeuneafrique.com), 23 octobre 2017. 4. *Le milieu de la pyramide : les dynamiques de la classe moyenne africaine*, Banque africaine de développement, 2011. 5. « Notre objectif : près d'une centaine de sites d'ici à dix ans », *Linéaires*, 2 février 2016.



Hypermarchés  
d'Abidjan © DR

Afrique du Nord)<sup>4</sup>. Un chiffre controversé – car englobant dans la classe moyenne tous ceux gagnant entre 2 et 20 dollars par jour – mais qui a changé la perception qu'avaient les investisseurs du marché africain.

Ce que confirmait Xavier Desjobert, directeur général de CFAO Retail/Carrefour, dans les colonnes de *Linéaires*, en 2016<sup>5</sup> : « Mon enjeu est d'attirer les classes moyennes vers nos centres commerciaux, en leur apportant l'assurance de la sécurité sanitaire des produits, la régularité d'approvisionnement et des prix compétitifs voire moins chers que sur les marchés traditionnels. » Une stratégie gagnante à Abidjan où « les supermarchés ont vécu un processus d'appropriation qui les a transformés en lieux relativement "communs et africanisés", témoigne Clélie Nallet, chercheur au programme Afrique subsaharienne de l'Ifri<sup>6</sup>, qui tempère toutefois : ces dynamiques sont pour autant loin d'entraîner la disparition des lieux de consommation plus classiques tels que le marché, les petites boutiques de proximité, la vente de rue, etc. »

### À QUI PROFITE LA GRANDE DISTRIBUTION ?

Le développement de la grande distribution ouvre des perspectives quant aux débouchés, qu'il faut cependant nuancer. « Les plateformes de collecte de fruits et légumes qui garantissent un apport régulier de marchandises sont les structures qui répondent le mieux à la demande de la grande distribution, explique Marie-José Neveu Tafforeau. La grande majorité des producteurs individuels est encore éloignée de l'acheteur final, ce qui limite leur marge de négociation sur les marchés. »

Les producteurs dégagent-ils malgré tout de meilleurs revenus avec la grande distribution ? « La réponse n'est pas évidente, reconnaît l'experte. Les produits vivriers sont des produits d'appel et sont proposés aux clients à des prix quasi identiques à ceux des marchés traditionnels. Un producteur local pourra difficilement mieux valoriser ses produits en les vendant à un supermarché plutôt qu'à un marché de gros. » D'autant que les grandes surfaces pratiquent les délais de paiement à 60 voire 90 jours qui sont difficilement accep-

tables par les petites entreprises nationales, tout comme la volonté des distributeurs de promouvoir leurs propres marques. Leur principale stratégie d'approvisionnement a pour le moment consisté à faire appel à des « fournisseurs privilégiés » pouvant mettre à disposition des volumes importants à faible coût. Leur taille et leur pouvoir d'achat leur donne un formidable moyen de pression pour dicter leurs conditions.

Cédric Rabany, directeur du Rongead, relève toutefois que l'arrivée de la grande distribution en Côte d'Ivoire ouvre des marchés à une agriculture saine et que le type de clientèle qui la fréquente incite à une montée en gamme des produits frais<sup>7</sup>. Sauf qu'en l'absence d'exigences réglementaires ou de contrôle, la grande distribution n'est pas demandeuse, pour le moment, nuance Marie-José Neveu Tafforeau. D'autant que la grande distribution a pour habitude d'imposer ses propres normes lui permettant d'organiser les marchés comme elle l'entend.

### DÉROULER LE TAPIS ROUGE ?

Pour Devlin Kuyek de l'ONG Grain, « le système d'intégration contractuelle, visant à répondre aux commandes des centrales d'achat, est un système, où toutes les charges (achat d'intrants, de semences, d'outillage) reposent sur le producteur tandis que le distributeur contrôle les prix en les maintenant au plus bas [...] L'efficacité économique de la grande distribution repose justement sur la réduction du travail et la disparition des intermédiaires afin d'assurer une concentration du profit en fin de chaîne, au bénéfice d'une oligarchie locale et internationale<sup>8</sup>. » Plutôt que de leur dérouler le tapis rouge, pour paraphraser Bernard Njonga de l'Acadic au Cameroun, les gouvernements ouest-africains ne seraient-ils pas plus avisés de mieux encadrer leur implantation ?

David Eloy

6. Nallet C., *De nouveaux lieux de consommation pour de nouvelles classes moyennes ? Les centres commerciaux à Abidjan*, Notes de l'Ifri, Ifri, avril 2018. 7. Les propos de Cédric Rabany sont tirés de : « Côte d'Ivoire, efficacité des réseaux d'approvisionnement des villes », entretien paru sur [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org) en mars 2017. 8. « La grande distribution a une stratégie agressive de captation des parts de marché », *Altermondes*, décembre 2015.

# Les habitudes alimentaires évoluent

L'augmentation des importations alimentaires peut laisser penser que les populations ouest-africaines se tournent vers de nouveaux modes de consommation. La réalité est plus complexe et le consommateur local conserve son attrait.

**A** force d'entendre répéter par les organisations internationales que l'augmentation continue des importations de denrées alimentaires est liée à la croissance démographique et à une urbanisation des modes de vie, on en viendrait presque à penser que l'Afrique de l'Ouest se nourrit surtout de produits venus de l'étranger. *L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur*<sup>1</sup>, l'une des trop rares études sur les habitudes alimentaires des populations ouest-africaines, livre une réflexion plus nuancée.

## LA MAJORITÉ DE LA CONSOMMATION EST LOCALE

Contrairement à une idée reçue, les consommateurs, urbains comme ruraux, s'approvisionnent surtout sur les marchés. « L'autoproduction représente désormais moins de la moitié de la valeur économique de ce qui est consommé », insiste Nicolas Bricas, coauteur de l'étude. Conclusion inévitable : « Les ménages, y compris ruraux, sont devenus très largement dépendants des prix pour leur sécurité alimentaire » qui dépend jusqu'à 90 % des achats.

Autre mise au point : la majorité de ce que consomment les habitants d'Afrique de l'Ouest est locale. Y compris en milieu urbain. En effet, la structure de la consommation alimentaire se décompose en trois blocs : les produits amyliques (céréales, racines, tubercules et plantains) qui pèsent entre 40 et 50 % de la valeur économique de la consommation alimentaire ; les produits animaux (viande, poisson, produits laitiers...) qui représentent de 15 à 30 % de la consommation ; les produits de sauce (légumes, légumineuses, huiles...), les produits sucrés et les produits achetés à l'extérieur mais consommés à domicile qui pèsent, ensemble, 30 à 40 % de la valeur économique. Or, les deux dernières catégories réunissent des produits qui sont très majoritairement locaux, contrairement

aux céréales, comme le blé et surtout le riz, denrée de base de l'alimentation africaine.

## LE SUCCÈS BIAISÉ DES CÉRÉALES IMPORTÉES

Si le blé n'est pas cultivé en Afrique de l'Ouest, il n'en va pas de même du riz. Comment expliquer que les consommateurs favorisent le riz importé ? La question du prix est déterminante. Si de nombreux consommateurs ouest-africains « préfèrent » acheter du riz importé, c'est d'abord parce qu'il est meilleur marché que le riz national. L'argument économique prime sur les préférences alimentaires. D'autres critères rentrent ensuite en ligne de compte. « Lors de la Foire internationale de l'agriculture et des ressources animales (Fiara), en avril 2017, nous avons effectué des tests de dégustation à l'aveugle pour comparer le riz importé et le riz local, explique Dominique Laure, chargée de projets pour le Grdr à Dakar<sup>2</sup>. Les résultats ont été très concluants. Mais, il y a encore beaucoup de préjugés sur la qualité du riz local. Il consommerait beaucoup d'huile, beaucoup d'eau... »



Vente de pain de farine de blé importé à côté d'ignames, Bénin  
© Yves Le Bars

Ce que confirme le témoignage de Léopold Lokossou, président de la Plateforme nationale des organisations paysannes et de producteurs agricoles (Pnoppa), au Bénin : « Nous avons mené une expérience pour démontrer la qualité de notre riz. Des producteurs de la commune de Savalou ont envoyé 35 tonnes de riz en Belgique pour qu'il soit vendu dans les supermarchés Colruyt. Peu après, ce riz est revenu, dans un nouvel emballage, sur les marchés béninois. Les gens se sont rués pour l'acheter à un prix qui dépassait même le prix normal sur le marché national. Quand nous nous sommes approchés d'eux pour leur dire que c'était du riz béninois, ils étaient surpris. Nous devons donc continuer à travailler pour montrer que le riz local n'a rien à envier au riz importé. »

« Lorsqu'une habitude est ancrée, ce n'est pas facile de l'enlever, analyse Malick Sow, secrétaire général de la Fédération des associations paysannes de la région de Louga (Fapal), au Sénégal. C'est pourquoi on investit sur les jeunes et les tout-petits pour qu'ils grandissent avec des habitudes de consommation liées à notre système alimentaire, qu'ils s'habituent au café à base de niébé et à la bouillie de mil au petit-déjeuner, plutôt qu'au chocolat importé d'on ne sait où. »

Équipe de cantine de l'école Matar Seck, formée à la préparation de produits locaux, Dakar, Sénégal © Grdr



## LES PRÉMISSSES D'UN CHANGEMENT D'HABITUDES

Fatou Ndoye, chargée de programme alimentaire à Enda Graf Sahel, au Sénégal, se montre plutôt optimiste. Le consommer local fait ses premiers pas au Sénégal. « Je suis en train de terminer une enquête en milieu urbain, qui montre que le riz local commence à faire sa percée au niveau du déjeuner. Ce n'était pas le cas dans mon étude précédente en 2001. » Plus intéressant encore, les consommateurs sénégalais chercheraient à diversifier leur alimentation et à consommer autrement. « Prenons le cas du niébé ! Cette légumineuse fait une percée intéressante. On observe aussi qu'au dîner les ménages abandonnent de plus en plus le riz au profit des céréales locales (maïs, mil, bouillies, couscous, etc.). Et même si le Sénégal a adopté le petit-déjeuner à la française, avec le café au lait et le pain, la consommation de tisanes locales est en augmentation, tout comme celle du café Touba<sup>3</sup>, passée de 6 % en 2001 à 34 % aujourd'hui. »

Reste que, comme l'ont montré Élisabeth Lomet et Nicolas Bricas<sup>4</sup>, « la notion de "produits locaux" n'est pas parlante pour tous, autrement dit, la conception du local ne fait pas sens auprès de la population générale [...]. À ce propos, la communication sur un plus large public doit être repensée ». Alors que les scandales sanitaires éclatent (lait à la mélatonine, explosion des diabètes de type 2, etc.), de grandes campagnes de sensibilisation devraient être menées pour vanter l'origine et la qualité des produits locaux.

Les organisations de producteurs, même si elles nouent les partenariats — qu'elles appellent de leurs vœux — avec les associations de consommateurs, n'y parviendront pas seules. « Le gouvernement doit faire du consommer local une priorité. Il ne doit pas se limiter à de simples déclarations, mais avoir une réelle volonté politique pour accompagner la consommation locale, conclut Ndiakhate Fall de l'Union des groupements paysans de Mékhé (UGPM), au Sénégal. L'État devrait faciliter des ponts entre le milieu rural et les consommateurs urbains pour mieux faire connaître nos produits et promouvoir leur consommation. C'est une question de souveraineté nationale. »

**David Eloy**

1. Bricas N., Tchamda C., Mouton F. (dir.), *op. cit.* 2. Les propos de Dominique Laure, de Malick Sow et de Ndiakhate Fall ont été recueillis par Daouda Diagne. 3. Boisson composée de café aromatisé au poivre de Guinée ou au piment noir. 4. Bricas N., Lomet É., *Étude des styles alimentaires à Lomé pour identifier les moyens de relancer la consommation de produits locaux*, Oadel, Acting for life et Cirad, juin 2017.



Concours  
culinaire dans  
le cadre  
de la campagne  
Afrique  
nourricière au  
Sénégal © CNCR

# “ Nous cultivons le leadership féminin ”

Les femmes africaines jouent un rôle prépondérant dans la production et le consommer local. La campagne Afrique nourricière, dans laquelle s'est engagé le Collège des femmes du Roppa, est l'occasion d'en apporter une preuve éclatante.

**E**n Afrique, les femmes n'ont pas les mêmes facilités d'accès aux facteurs de production agricole que les hommes. C'est pour prendre en compte les problèmes spécifiques des femmes qu'est né le Collège des femmes au sein du Roppa. Au niveau de la Plateforme paysanne du Niger et du Roppa, nous œuvrons à cultiver le leadership féminin, au sein des exploitations familiales agricoles ou dans la vie associative. Dès 2005, les femmes ont adhéré pleinement à la campagne Afrique nourricière lancée par le Roppa.

## UNE MULTITUDE D'ACTIONS

En Afrique de l'Ouest, les femmes s'occupent de la transformation et de la conservation des produits. Au Niger, nous nous appuyons sur ce fait social pour mener le combat en faveur du consommer local. Nous avons instauré des journées de dégustation de mets locaux, dont la première édition a été parrainée par la femme du chef de l'État, Mme Tandja. Un concours culinaire a fait découvrir des recettes en voie de disparition. Les femmes des pêcheurs, membres de la Plateforme paysanne, nous ont appris à faire le couscous avec le fruit du nénuphar que l'on trouve sur le fleuve. Nous avons découvert la façon de cuisiner une bonne sauce avec les feuilles de moringa. Par la suite, nous avons édité un livret de recettes. Nous organisons des marchés, nous formons des femmes qui veulent ouvrir des restaurants de produits locaux. Nous sensibilisons les écoliers. Ils sont réceptifs, plus faciles à sensibiliser que les adultes qui ont des habitudes installées. La reconversion des mentalités se fait sur le long terme.

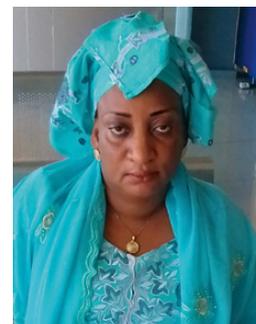
## UNE RÉUSSITE À SOUTENIR

Dans l'ensemble du Niger, nous avons réussi à mobiliser. Nous nous réjouissons qu'aujourd'hui, des produits locaux, comme le lait ou les galettes de riz, soient servis pour les pauses café, les déjeuners et les dîners dans les grands hôtels du Niger. Si cette réussite a été possible au Niger, pourquoi ne le serait-elle pas dans les autres pays ? J'encourage donc toutes mes sœurs membres du Roppa à s'engager encore plus pour faire d'Afrique nourricière une vraie réussite.

Nous avons encore besoin de soutien pour nos actions de sensibilisation, pour aller dans les régions jusqu'à la base, mais aussi pour renforcer nos capacités. Il nous faut, par exemple, comprendre la valeur nutritive des denrées, savoir pour quelle tranche d'âges elles sont conseillées et ce qu'il faut faire pour les conserver. Des appuis sont également nécessaires en ce qui concerne le matériel de transformation et le conditionnement.

Au sein du Collège des femmes, nous avançons doucement vers l'entrepreneuriat agricole afin d'autonomiser les femmes sur le plan économique. Qui dit indépendance de la femme dit aussi indépendance économique. Aujourd'hui, en Afrique de l'Ouest, l'accès à la terre est difficile pour les femmes. Si elles acquièrent le pouvoir économique, rien ne les empêchera plus d'acheter la terre sur laquelle elles pourront produire. Avec l'avènement de la campagne Afrique nourricière, les comportements commencent à changer petit à petit.

**| Halima Thiouso, présidente du collège des femmes de la Plateforme paysanne du Niger**



Halima Thiouso  
© DR

## C'est bon mais c'est pas arrivé !<sup>1</sup>

Au Sénégal, l'Ascosen, une association de consommateurs, s'engage dans le soutien au consommateur local, tout en pointant les défis qui restent à relever tant par les producteurs que par le gouvernement.

L'Association des consommateurs du Sénégal (Ascosen) est impliquée dans des campagnes de promotion du consommateur local. « En collaboration avec l'ONG Rikolto et des organisations paysannes, nous avons mené des campagnes en faveur de produits locaux, tels que le sésame, le fonio et la banane », explique Momath Cissé, son vice-président. En tant que représentant des consommateurs, l'Ascosen participe régulièrement à des instances au niveau national et international, par exemple au comité pour la promotion du riz local, lié à la mise en œuvre du Programme national d'autosuffisance en riz au Sénégal. À ce titre elle est dans des dispositions idoines pour apprécier les avancées sur le front du consommateur local.

### S'ADAPTER AU CONSOMMATEUR URBAIN

« Aujourd'hui, les produits connaissent de plus en plus de succès, car des efforts ont été faits sur la qualité, surtout en ce qui concerne le riz local, souligne Momath Cissé, avant de nuancer : bien qu'apprécié, le riz local n'est pas toujours disponible sur le marché. Cette non-accessibilité permanente "à la boutique du coin" porte préjudice à son image auprès des consommateurs qui commencent tout juste à s'y habituer. Il faudrait aussi un effort auprès des femmes pour la redécouverte de ses modes de

préparation car c'est un point de blocage pour son adoption à grande échelle. » L'Ascosen a participé récemment au Salon international de l'agriculture et des ressources animales (Sara) d'Abidjan, en Côte d'Ivoire. « Nous y avons vu des produits transformés, comme le sésame et le fonio, vendus sous une forme "prêt à l'emploi" qui fait gagner beaucoup de temps à la consommatrice urbaine », poursuit le vice-président. Des efforts doivent donc encore porter sur la transformation et sur l'emballage des produits locaux. « Ces produits étaient bien emballés, présentés sous une forme qui n'a rien à envier aux produits venant d'Europe, précise Momath Cissé. À Dakar, un produit venant d'Inde peut être vendu trois fois plus cher qu'un produit sénégalais de qualité équivalente, simplement parce qu'il bénéficie d'un emballage plus attrayant. 50 % de l'incitation à l'achat vient de la présentation. C'est le comportement du consommateur urbain. »

### CONCRÉTISER LA VOLONTÉ POLITIQUE

Le vice-président relève enfin des défis d'ordre institutionnel, comme la nécessité d'une volonté politique pour la protection du marché (voir encadré) et la promotion du consommateur local. « La volonté de promouvoir le consommateur local est affichée au plus haut niveau de l'État. C'est le Président lui-même qui le souhaite. Cependant, cela ne se traduit pas suffisamment dans les faits, notamment au niveau des ministères du Commerce et de l'Agriculture, explique-t-il avant de détailler une série de propositions. Il faudrait tout d'abord une campagne de sensibilisation, ensuite, l'accompagnement des organisations paysannes pour qu'elles s'adaptent à la demande, et enfin, des actions concertées de plaidoyer envers les autorités étatiques pour qu'elles traduisent en actes la vision du chef de l'État.»

| Daouda Diagne

### L'IMPÉRATIF DE LA PROTECTION

« Nous avons déjà vécu une expérience d'arrêt de l'importation du riz. Elle a duré trois mois. Les paysans sénégalais ont pu satisfaire la demande de riz entier, mais pas de riz brisé, celui qui a la préférence des consommateurs. Pour réapprovisionner le marché, le gouvernement a dû autoriser l'importation de riz brisé. En plus de la protection, il faut une stratégie qui permette aux producteurs de profiter d'une limitation temporaire des importations. »

| Momath Cissé, vice-président de l'Ascosen

1. Cette expression burkinabè symbolise assez justement la situation du consommateur local au Sénégal : les avancées sont notables, mais du chemin reste à parcourir.

# reconquérir

## COMMENT LES ORGANISATIONS PAYSANNES FONT BOUGER LE SYSTÈME

La « reconquête du ventre » par l'agriculture familiale passe par les **systèmes alimentaires territorialisés (p. 32)**. Ils représentent de nouvelles formes de gouvernance, valorisent les terroirs en prônant l'agroécologie et une gestion collective des ressources. La **structuration des filières (p. 39)** est essentielle pour mieux répartir la valeur ajoutée et éviter la « casse » dans le secteur artisanal. En l'absence de politique de régulation, de multiples initiatives s'attaquent au **développement du marché des produits locaux (p. 44)**, via l'information sur les prix, le soutien de la demande, la sécurité sanitaire ou la labellisation. L'accès aux marchés de masse reste un défi même si certaines organisations montrent comment atteindre les classes moyennes et les **consommateurs pauvres voire très pauvres (p. 52)**.

# Systemes alimentaires territorialisés et agroécologie

Les systèmes alimentaires territorialisés se multiplient en Afrique de l'Ouest. L'agroécologie est au cœur de ces projets centrés sur l'agriculture familiale et qui s'emparent des défis relatifs à l'augmentation de la valeur ajoutée ou au renforcement des filières. Analyse à travers quelques exemples au Sénégal.

**L**e système alimentaire est un concept qui n'est pas récent. En 1994, Louis Malassis, grand spécialiste de l'économie rurale, le définissait comme « la façon dont les hommes s'organisent dans l'espace et dans le temps pour obtenir et consommer leur nourriture »<sup>1</sup>. Progressivement le modèle dominant agro-industriel a construit un système alimentaire mondialisé qui se caractérise par un processus de concentration et de financiarisation croissantes. Ce modèle a apporté aux consommateurs des avantages quant à la facilité d'accès, au coût et à la standardisation des produits. Mais sa logique répond essentiellement à des critères de rentabilité des investissements, au détriment des considérations d'ordre social, environnemental, nutritionnel et même sanitaire (impact avéré sur la santé).

## DES SYSTÈMES ALIMENTAIRES INSCRITS DANS LA DURABILITÉ

Comme l'analyse l'agronome Jean-Louis Rastoin, les systèmes alimentaires territorialisés « constituent une forme émergente alternative au modèle dominant agro-industriel, inspirée par un objectif de réduction des externalités négatives et de valorisation des impacts sociaux, environnementaux et économiques positifs ». Ces systèmes sont caractérisés par les acteurs mobilisés et par l'échelle concernée. « [Ils] sont fondés sur des initiatives innovantes, généralement issues de producteurs, consommateurs et mouvements associatifs, accompagnées voire encouragées par des politiques publiques le plus souvent territoriales (villes ou régions), parfois nationales<sup>2</sup>. »

Au Sénégal, comme un peu partout en Afrique de l'Ouest, les acteurs installent à différentes échelles territoriales une nouvelle gouvernance alimentaire reposant sur des modalités éthiques, participatives. Leur objectif est de valoriser un territoire grâce à l'agroécologie et à une gestion collective des ressources. Ils favorisent l'adoption de nouvelles pratiques agronomiques durables, mais aussi la diversité des systèmes de production et la préservation des exploitations agricoles familiales. Comme en attestent les exemples développés par la suite, ces acteurs déploient, en fonction de leurs défis locaux, différentes stratégies simultanées.

## UGPM : LA QUÊTE DE LA VALEUR AJOUTÉE

Au Sénégal, l'arachide connaît de plus en plus de difficultés de débouchés. Sa transformation en huile constitue une réponse, tout en étant une opportunité pour augmenter les revenus des exploitations familiales. La transformation artisanale



Transformatrice d'arachide de l'UGPM, Sénégal  
© Frères des hommes



Mobilisation  
de paysans  
en Guinée-Bissau  
« Agriculture :  
nous mangeons  
ce que nous  
produisons »  
© Essor

est cependant face à une contrainte: le taux élevé d'aflatoxine<sup>3</sup> qui freine son potentiel de développement.

En 2011, l'Union des groupements paysans de Mékhé (UGPM) relève le défi et réussit à produire, après traitement, une huile de qualité<sup>4</sup>. Ndiakhate Fall, secrétaire général de l'UGPM, explique ce succès: « Les femmes membres de l'UGPM sont aujourd'hui connues et reconnues comme transformatrices de qualité. Différents facteurs ont contribué à cette réussite: la mise en place de petites unités de transformation dans les exploitations familiales; un processus de formation avec l'Institut de technologie alimentaire (ITA) de Dakar pour identifier les bonnes et les mauvaises graines et assurer l'hygiène et la qualité; un dispositif endogène de suivi et de contrôle; une ligne de crédit permettant d'éviter l'achat de graines de mauvaise qualité auprès des commerçants; une unité de traitement collectif de l'aflatoxine au siège. »

Mais, le développement de ce marché potentiellement porteur est bloqué depuis 2014. « Nous n'avons pas encore obtenu la reconnaissance appelée "autorisation FRA" pour une commercialisation à grande échelle, explique Ndiakhate Fall. Nous ne vendons qu'à des consommateurs via notre réseau. En l'absence d'autorisation FRA, nous n'osons pas faire de la publicité. » Le taux d'aflatoxine de leur huile était pourtant conforme à la législation. On peut donc légitimement s'interroger sur les raisons de ce blocage. « Nous pensons qu'un lobby est derrière tout ça! suggère Ndiakhate Fall. Certains industriels, actifs dans la production d'huile d'arachide, ont toujours combattu la transformation artisanale de nos produits. Il y a une vraie concurrence entre notre huile transformée, qui est de plus en plus présente sur le marché, l'huile végétale importée et l'huile transformée par les industriels. »

Pour Ndiakhate Fall, les enjeux sont clairement identifiés: « Nos organisations faïtières doivent

prendre à bras le corps cette question, notamment la Fédération des ONG du Sénégal (Fongs) et le Conseil national de concertation et de coopération des ruraux (CNCR). Aussi, le gouvernement doit faire du consommateur local une priorité. Il ne doit pas se limiter à de simples déclarations. »

### UGPN : AGIR SUR LE MAILLON FAIBLE DE LA CHAÎNE

Située à une centaine de kilomètres de Dakar, l'Union des groupements paysans des Niayes (UGPN) est positionnée sur les produits maraîchers (oignons, pommes de terre, haricots, etc.) et fruitiers (mangues). Leur conception du consommateur local est donc spécifique, comme le précise son président, Pathé Dia: « Consommer local, c'est consommer ce que nous produisons. C'est aussi vendre ce que nous produisons, comme la mangue que nous exportons vers l'Europe, pour acheter des produits locaux que nous ne produisons pas dans notre zone agroécologique, comme le riz, le mil et d'autres céréales. »

L'UGPN combine la sensibilisation au consommateur local et un ensemble de services, de l'approvisionnement en semences et engrais jusqu'à la commercialisation. À travers l'appui qu'elle leur

50 à  
60%

de l'alimentation  
consommée  
en Afrique de l'Ouest  
est locale

## UNE DYNAMIQUE QUI SE MONDIALISE

**Les systèmes alimentaires territorialisés essaient au Nord comme au Sud. Quelques expériences de gouvernance alimentaire sont à l'œuvre dans de grandes villes (Toronto, Montréal et Chicago) ou régions (Hauts-de-France et Cerdagne en Espagne). L'État français les encourage à travers sa Politique nationale de l'alimentation (PNA), déclinée au niveau des régions. Ce mouvement émerge aussi en Afrique de l'Ouest: Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali, Sénégal, Togo...**

Week-end  
biologique organisé  
par les femmes  
du Réfabec  
© Autre Terre

apporte, l'Union a en effet résolu les problèmes d'approvisionnement et de commercialisation, auxquels les producteurs étaient confrontés. « De 2011 à 2013, nous avons expérimenté la commercialisation de nos produits maraîchers en circuit-court, à travers des paniers en portion hebdomadaire familiale, à Dakar, Thiès, Mbour, Diourbel et Kaolack, développe Pathé Dia. La construction d'un magasin de stockage a permis de réguler le prix de l'oignon et de la pomme de terre sur le marché local. Avant, les *bana-bana*<sup>5</sup> achetaient les produits à de mauvais prix, à crédit, avec parfois des impayés. Maintenant ils paient d'abord pour avoir les produits. »

L'absence de chambres froides dans la zone constitue la principale limite à laquelle l'UGPN est aujourd'hui confrontée. « [Elles] nous permettraient d'acheter les produits lorsqu'ils sont en surabondance, pour les conserver quelques mois supplémentaires et les revendre à un meilleur prix, explique Pathé Dia. On pourrait ainsi profiter au maximum du gel temporaire des importations d'oignons et de pommes de terre que l'État met en place chaque année, dès que nos produits ne sont plus disponibles en quantité suffisante sur les marchés. Nous attendons de lui qu'il investisse dans les chambres froides, car cela dépasse nos capacités financières. »

Les difficultés sont également d'ordre organisationnel: « En 2017, nous avons mis en place un cadre de concertation à l'échelle de la zone des Niayes pour harmoniser notre entrée en campagne et commercialiser de façon plus cohérente. Mais nous n'avons pas une stratégie de concertation avec les producteurs d'oignons de la Vallée du fleuve, alors que nous vendons sur les mêmes marchés. De la même façon, nous commerciali-



sons tous des mangues en Europe, mais nous ne démarrons pas nos campagnes de façon concertée. Résultat: nous n'arrivons pas à convoier nos fruits de façon optimale parce qu'ils ne sont pas au même degré de maturité. »

## RÉFABEC : AGIR SUR PLUSIEURS LEVIERS EN MÊME TEMPS

Le Réseau des femmes pour l'agriculture biologique et le commerce équitable (Réfabec) a pu au fil des années construire une chaîne d'initiatives articulées relatives à la production, la transformation, la commercialisation et la consommation. Meïssa Niang Ndiaye, sa présidente, explique que « pour valoriser les produits locaux, nous combinons quatre axes stratégiques: la vente directe via un marché hebdomadaire de produits biologiques et notre boutique de vente permanente de produits locaux, la transformation de nos céréales et la prestation de services, et enfin la restauration, à travers notre restaurant dénommé Tikaara, qui sert quotidiennement des plats sénégalais et européens à base de produits locaux et biologiques ». Membre de la Fédération nationale de l'agriculture biologique (Fenab), le réseau a réussi à obtenir une autorisation FRA sur les produits céréaliers et une certification bio grâce au système participatif de garantie (SPG) mis en place par la Fenab.

À l'instar de beaucoup de pays dans le monde, les systèmes alimentaires territorialisés semblent promis à un bel avenir au Sénégal. Beaucoup d'organisations de producteurs ou de la société civile s'y sont investis car ils favorisent une coopération fructueuse entre divers acteurs afin de promouvoir l'agroécologie à l'échelle de leur territoire.

| Daouda Diagne

## REPÈRES CHRONOLOGIQUES

- décembre 2011, New York: l'Onu dédie l'année 2014 à l'agriculture familiale
- novembre 2013 et mars 2014, Bruxelles: la Commission et le Parlement européens consacrent des colloques à la promotion de l'agriculture familiale
- février 2014, Paris: déclaration ministérielle de soutien à l'agriculture familiale
- juillet 2014, Rennes: déclaration Pour des systèmes alimentaires territorialisés (Association des régions de France)
- décembre 2017, New York: l'ONU vote la Décennie pour l'agriculture familiale 2019-2028

1. *Systèmes alimentaires territorialisés en France, 100 initiatives locales pour une alimentation responsable et durable*, journal Resolis n° 4, mars 2015. 2. Ibid. 3. L'aflatoxine est produite par certains champignons proliférant sur des graines conservées en atmosphère chaude et humide. Elle peut être toxique pour l'homme et pour l'animal. 4. Voir l'entretien « Au Sénégal, une huile d'arachide labellisée », mars 2014, sur [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org). Voir également la vidéo sur la transformation de l'huile d'arachide par les femmes de l'UGPM sur [www.fongs.sn/spip.php?article201](http://www.fongs.sn/spip.php?article201). 5. Appellation locale pour les commerçants.

# Louga, un système alimentaire territorial à l'échelle d'une région

Dans la région de Louga, au Sénégal, la consommation des familles paysannes est dominée par les aliments à base de blé. La Fédération des associations paysannes de Louga (Fapal) agit pour transformer durablement les modes de consommation.

“ Produire ce qu'on mange et manger ce qu'on produit. » Pour agir et maîtriser le système alimentaire régional, la Fédération des associations paysannes de Louga (Fapal) agit simultanément à plusieurs niveaux stratégiques, que décrit son secrétaire général, Malick Sow : « (i) sensibiliser dans les maisons, car il faut en premier lieu travailler les esprits et les comportements pour que les populations accordent de l'importance au fait de consommer nos propres produits ; (ii) fournir à nos membres les moyens de production ; (iii) vivre des produits issus des exploitations familiales, tirer des revenus grâce à leur commercialisation mais aussi créer de la plus-value grâce à notre unité de transformation ; (iv) développer le savoir-faire, la technicité, le marketing pour avoir des produits de qualité et faire face à la concurrence ; (v) influencer les décideurs pour que les décisions prises soient favorables à nos efforts de mise en place d'un système alimentaire territorial. »

## PRODUIRE DURABLEMENT, CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE

La Fapal met à la disposition de ses membres, à temps et à des coûts abordables, des semences de qualité, des engrais (phosphate) et des produits phytosanitaires. Elle dispose également d'un atelier de fabrication et de réparation de matériel agricole et de transformation : semoirs, houes, charrettes, souleveuses, batteuses de mil, décortiqueuses électriques, moulin à mil, presse à huile, etc. La Fapal a élaboré un plan de déploiement de ce service dans tout le département de Louga. Grâce à la Mutuelle d'épargne et de crédit des associations

paysannes de Louga (Mecapel), les membres de la Fapal accèdent chaque année à un crédit adapté pour les intrants, le matériel, la transformation des produits agricoles, l'emboche ovine, etc.

La Fapal est membre de la Fédération nationale pour l'agriculture biologique (Fenab) et de l'Association sénégalaise des producteurs de semences paysannes (ASPSP). Au sein de ces cadres, elle forme ses membres, mais aussi participe à la promotion de l'agriculture biologique et à la lutte contre les OGM et l'utilisation abusive de pesticides. Elle s'inscrit également dans plusieurs dynamiques liées à la sécurisation foncière aussi bien au niveau régional que national, notamment à travers le Comité de ré-



Malick Sow  
© Fapal

## LA RECONQUÊTE DU VENTRE

**En 2001, le bilan stratégique de la Fapal est l'occasion d'une lecture fine des réalités paysannes. Il révèle que les exploitations familiales valorisent faiblement leur production agricole céréalière, qu'elles ont une consommation alimentaire extravertie et que les budgets alimentaires sont fortement dominés par ces dépenses. À la lumière des enseignements de la crise alimentaire de 2007-2008, la Fapal identifie des pistes d'action parmi lesquelles la diversification des activités et leur intégration dans une chaîne cohérente de valorisation du village à la commune, du département à la région.**

flexion et d'action sur le foncier au Sénégal (Crafs), très actif dans le processus de réforme foncière.

### PROMOUVOIR LE CONSOMMER LOCAL

La Fapal agit par la sensibilisation et des actions ciblées sur les produits locaux phares (maïs, mil et niébé). « On travaille avec d'autres acteurs pour inciter et convaincre les populations de consommer les produits issus des exploitations familiales et ainsi ne pas confier notre ventre à d'autres », explique Malick Sow. Cela passe, par exemple, par l'organisation d'un Forum national sur le niébé<sup>1</sup>, par la tenue de multiples séances de préparation culinaire suivies de dégustations dans les centres de santé et les écoles en présence des parents d'élèves et des autorités et par l'élaboration d'un livret de recettes, intitulé *Préparer et consommer nos produits locaux tous les jours!* Ainsi, les ménages sont sensibilisés aux vertus et techniques de préparation des produits locaux, tout comme les autorités afin qu'elles les introduisent dans les cantines scolaires.

Malick Sow est satisfait des évolutions du système alimentaire territorial: « La déconnexion avec nos systèmes de consommation est en train d'être corrigée pour mieux coller à nos réalités territoriales pour ce qui touche à la production, la consommation et même au patrimoine culturel. Jusque récemment, on ne donnait plus de valeur à nos propres produits. Le niébé était considéré comme l'aliment du pauvre. Aujourd'hui des plats comme

le *ndambé*<sup>2</sup> sont courants et très prisés. Le niébé est également transformé en café pour le petit-déjeuner. La transformation du mil et de l'arachide en huile connaît aussi des avancées sur la maîtrise technique et l'hygiène. Nous sommes en train de nous professionnaliser! »

### DES ENJEUX DE MISE À L'ÉCHELLE

Malick Sow relève cependant certains facteurs limitants: « L'emballage, la certification, les normes constituent des blocages car y accéder demande beaucoup de moyens financiers et de capacités. L'autre frein, c'est l'ouverture des marchés. Les supérettes et la grande distribution sont plus enclines à vendre des produits importés. Si on met nos produits en concurrence avec des produits mieux présentés et à moindre coût, on sera battus! Tu as beau avoir la volonté d'accéder au marché, tu n'iras pas loin. » Subir la loi du plus fort est source de découragement. « Nos produits n'arrivent pas à avoir de place car cela demande un long chemin et des mesures d'accompagnement durables qui font aujourd'hui défaut et que l'État et les services techniques devraient mettre en place. »

Le secrétaire général de la Fapal insiste sur la responsabilité des pouvoirs publics. « Pour accéder à ce marché, la seule solution c'est de nous protéger, nous les producteurs, de protéger nos marchés et de nous accompagner. Cette protection ne peut venir que des autorités étatiques, des décideurs, ce n'est pas directement de notre ressort. » La Fapal pilote un chantier de changement d'échelle pour généraliser la consommation publique des produits locaux dans les autres communes des trois départements où elle rayonne. Elle produit des argumentaires pour alimenter le plaidoyer national des organisations paysannes, en vue d'influencer les politiques publiques et d'aboutir à des actions concrètes de promotion du consommateur local au Sénégal.

**Daouda Diagne**

Événement de promotion des produits régionaux avec les autorités  
© Fapal



1. Le Forum était organisé par le Service du développement rural régional et le Conseil départemental de la région de Louga, en collaboration avec l'Institut de technologie alimentaire de Dakar (ITA).

2. Ragoût de viande et de haricot.

# Les stratégies de plaidoyer d'Enda Pronat

La maîtrise des ressources naturelles et du foncier joue un rôle déterminant dans la mise en place d'un système alimentaire territorialisé. L'expérience d'Enda Pronat, au Sénégal, atteste qu'un plaidoyer articulant le local et le national et associant les collectivités territoriales est indispensable.

**D**ès les années 1980, les membres d'Enda ont pris conscience des effets néfastes de l'utilisation à outrance des pesticides et autres produits chimiques. « Enda a su anticiper les enjeux liés aux changements climatiques et à l'agroécologie. En 1981, nous avons publié une étude dénommée *Utilisation des pesticides et engrais: une menace*, raconte Marième Sow, responsable d'Enda Pronat. Mais, on nous a longtemps considérés comme des rêveurs. Les gens étaient trop habitués aux pesticides qui tuent "vite" n'importe quel type de ravageurs et aux engrais qui donnent de "la verdure". Le temps nous a donné raison. »

## UN PLAIDOYER ALLIANT AGROÉCOLOGIE ET FONCIER

Créée en 1982, Enda Pronat (pour Protection naturelle des terroirs), entame un plaidoyer pour l'agroécologie et contre les pesticides. Pour construire son argumentaire, l'association mène des expérimentations « qui se fondent sur le savoir-faire paysan et la connaissance scientifique. On n'a pas sauté du lit pour parler d'agroécologie, précise Marième Sow. On s'est d'abord dit: Allons voir si on peut produire sans pesticides et sans engrais! » En 1991, Enda Pronat met en place des cours sur l'agroécologie. « Nous avons vu qu'il y avait assez d'organisations, au niveau national et même international, qui étaient sensibles à la question. Grâce à nos expérimentations<sup>1</sup>, nous avons défini des concepts: agriculture saine, agriculture durable, agroécologie, etc. » Par le biais d'Enda Graf Sahel, Enda Pronat noue, à la même époque, une alliance durable avec les organisations paysannes. « C'est à ce moment-là que nous avons commencé aussi à lier l'agroécologie au foncier, explique Marième Sow. Nous avons pris conscience que l'agroécologie ne peut

pas fonctionner tant que le paysan ne maîtrise pas, ne gouverne pas, ne décide pas de l'utilisation de ses ressources. C'est cela qui nous lie au foncier. » L'association a depuis développé de multiples initiatives avec les fédérations de producteurs ruraux, qu'elle a d'ailleurs contribué à mettre en place. Le défi majeur a consisté à renforcer leurs capacités pour que ces organisations paysannes se positionnent en acteurs majeurs dans le champ de la sécurisation du foncier rural<sup>2</sup>.

Enda Pronat s'investit dans différentes actions contre le phénomène d'accaparement des terres. En 2010, l'association réalise sa première grande étude-diagnostic sur l'accaparement des terres en Afrique de l'Ouest (Bénin, Burkina Faso, Mali, Sénégal...), en partenariat avec l'Institut de recherche et de promotion des alternatives en développement (Irpada-Mali) et l'Association Diobass (Burkina Faso). À partir de 2012, profitant du contexte de réforme foncière, Enda Pronat entreprend des ateliers de



Marième Sow  
© Enda Pronat



## l'histoire

En 2016, Enda Pronat réussit à introduire un master sur l'agroécologie à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Ucad). © I. Duquesne

## CONSOMMER LOCAL, C'EST SE DÉVELOPPER EN PARTANT DE SES RACINES

« Consommer local ne peut pas aller sans que d'abord, toi-même tu croies à ta personne, à ce que tu es, à ce que tu peux et à ce que tu fais. Il faut également croire en ton milieu, et avoir l'amour de ce milieu. C'est une diversité d'acteurs, où chacun ne produit qu'une partie et considère aussi la production de l'autre. Le consommer local, c'est se développer localement et progressivement en partant de ses racines. C'est un modèle de consommation qui ne casse pas la dynamique locale. »

| **Marième Sow, Enda Pronat**

sensibilisation et de formation sur les enjeux et la législation foncière au niveau local, en collaboration avec le Cadre de réflexion et d'action sur le foncier au Sénégal (Crafs). À partir de ces ateliers, des plateformes de veille et de défense des droits des populations locales sur le foncier sont créées en vue de contribuer au débat national sur la réforme foncière. Des propositions paysannes sont ainsi formulées grâce à un outil d'animation développé par des scientifiques.

### STRATÉGIE D'ALLIANCES

En 2016, Enda Pronat coorganise, avec le ministère de l'Agriculture et de l'Équipement rural, les premières Journées de l'agroécologie au Sénégal, à l'issue desquelles est créé le Réseau des communes et villes vertes au Sénégal (Reves). Ce dernier s'engage à faire la promotion de l'agroécologie et à recruter la première promotion des étudiants diplômés d'agroécologie. En 2018, la deuxième édition des Journées de l'agroécologie, coorganisée avec l'Ucad, la Fédération nationale pour l'agriculture biologique (Fenab) et le Reves, mobilise plus de mille participants, venus de l'ensemble du pays. À travers ce plaidoyer national, Enda Pronat veut contribuer au développement de politiques et programmes fondés sur les principes de l'agroécologie et d'une gouvernance transparente et équitable du foncier. Dans son plaidoyer, Enda Pronat n'a

de cesse de faire alliance avec des organisations qui partagent sa vision, telles que l'Association sénégalaise des producteurs de semences paysannes (ASPSP), la Coalition pour la protection du patrimoine génétique (Copagen) qui lutte contre les OGM au niveau national et régional, la Fenab qui cherche à asseoir un modèle de labellisation des produits bio pour valoriser les producteurs, rassurer les consommateurs et développer le marché local, ou encore le Réseau national des femmes rurales (RNFR) qui plaide pour un meilleur accès des femmes au foncier et au pouvoir de décision<sup>3</sup>. Membre de l'Initiative de l'agriculture écologique biologique (I-AEB), Enda Pronat a capitalisé une dizaine de recherches paysannes menées par des membres de la Fenab et réalisé une série de 35 fiches d'expériences sur l'agroécologie<sup>4</sup>.

### POUR UNE ALIMENTATION SAINTE ET DURABLE

Après de premières tentatives infructueuses en 1998, Enda Pronat a renouvelé en 2007 l'expérience de la commercialisation des produits sains à Dakar à travers le concept d'agriculture saine et durable (ASD). « Des producteurs s'allient à Enda Pronat pour s'engager dans une dynamique de changement de leurs systèmes de production, de consommation et d'organisation au niveau des terroirs », précise Marième Sow. En 2008, la coopération avec les pouvoirs publics a débouché sur l'inscription, dans le budget du ministère de l'Agriculture, d'une ligne de financement dédiée à la promotion de l'ASD. Aujourd'hui, les produits sains sont encore distribués en circuit-court à Dakar via la coopérative Sell Sellal. Pour Marième Sow, le grand défi reste de passer du stade de la vente aux expatriés et aux nantis, à celui de la consommation de masse.

| **Daouda Diagne**

1. Voir « Agriculture saine et durable : le défi du marché de masse », entretien de Karfa Diallo, Enda Pronat, publié sur [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org). 2. Sur les difficultés spécifiques que les femmes rencontrent dans l'accès à la terre, voir aussi les expériences du Siad, pp. 96-97, et du CEEDD, pp. 112-113. 3. *Et si on écoutait la terre pour un développement rural durable*, Enda Pronat, avril 2015. 4. Fiches de capitalisation sur l'agriculture écologique et biologique au Sénégal de 2015 à 2017, Enda Pronat, AEB, Fenab, 2016.

# L'intermédiation est un enjeu stratégique

La structuration des filières est une étape essentielle vers une meilleure répartition de la valeur ajoutée. Quels défis relever pour y parvenir ? Comment les pouvoirs publics peuvent-ils soutenir les dynamiques de structuration ?

Entretien avec **Nicolas Bricas**, socioéconomiste au Cirad<sup>1</sup>.

## **En Afrique de l'Ouest, les politiques agricoles continuent de miser sur la hausse de la productivité. L'urgence n'est-elle pas davantage d'organiser les filières ?**

L'Afrique de l'Ouest a connu, ces cinquante dernières années, la croissance urbaine la plus rapide de l'histoire du monde. En quinze ans, la population des villes a doublé. C'est bien plus rapide que l'urbanisation du Royaume-Uni au XIX<sup>e</sup> siècle ! Or, il est intéressant de noter que jusqu'à présent aucune ville de la région n'a jamais manqué de nourriture, y compris de nourriture locale, et ce malgré parfois des infrastructures dégradées. Ce résultat est le fait de milliers d'opérateurs privés, commerçants, transformateurs, distributeurs, généralement du secteur dit informel, qui s'organisent pour ravitailler les villes, qui créent des marchés à tour de bras, qui construisent des entrepôts de stockage, qui achètent des camions et approvisionnent quotidiennement les villes en produits frais, bruts ou transformés. Maintenant, il est vrai qu'on a trop longtemps considéré que la production était l'enjeu essentiel, sans trop se préoccuper de l'intermédiation : la transformation, le stockage, la commercialisation, la distribution... Or, l'émergence d'une classe moyenne urbaine ouest-africaine suscite la convoitise de grandes entreprises étrangères, qui veulent s'implanter sur le créneau de la transformation des produits locaux et risquent de concurrencer des milliers de petites entreprises. La structuration et la professionnalisation du secteur de l'intermédiation constituent un enjeu majeur. Il y a donc un passage un peu compliqué à gérer : poursuivre la structuration du secteur agroalimentaire, sans pour autant aller trop vite dans l'industrialisation, de façon à permettre aux petites entreprises de rester sur le marché. C'est difficile mais pas impossible ! L'Inde, par exemple, a été très attentive à la création d'emplois dans le métier de l'agroalimentaire. Elle a beaucoup encouragé

les petites entreprises, parce qu'elle était sensible à la promotion de l'entrepreneuriat.

## **La mutualisation des services en aval est-elle une piste pour renforcer l'intermédiation ?**

Tout à fait. Les entreprises sont très petites et n'ont que peu de moyens d'investir, en particulier pour adapter leur offre aux exigences des marchés en libre-service qui se développent. Elles conditionnent souvent au moins cher, dans des sachets très fins, qui finissent par devenir poisseux. Elles ne peuvent donc pas rivaliser avec les produits industriels qui sont présents dans les rayons d'une épicerie ou d'un supermarché. Pour surmonter ce problème, l'une des pistes consiste à accompagner la création de coopératives de service qui assureront les opérations en aval pour un ensemble de petites entreprises. Il y a vingt ans, au Mali, Madame Mariko a créé une société de ce genre, Ucodal. Plutôt que de vouloir tout faire, elle a choisi d'investir dans un bon système de conditionnement et de passer commandes à des femmes des villages, organisées en microentreprises, pour la fabrication de produits à base de fonio, de mil... Madame Mariko achète donc des produits finis qu'elle conditionne de façon moderne et compétitive pour gagner de nouvelles parts de marché, localement et à l'export. Très bonne commerciale, elle s'est fait connaître du gouvernement



Nicolas Bricas  
© DR

## **L'ÉMERGENCE D'UNE CLASSE MOYENNE URBAINE SUSCITE LA CONVOITISE DE GRANDES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES**

Produits locaux transformés placés dans un rayon de supermarché, Guinée-Bissau  
© Essor



et a pénétré le marché de la commande publique. En résumé, elle a créé une unité de services en aval de la filière (conditionnement, commercialisation, promotion) pour un grand nombre de microentreprises. Plus la peine pour ces dernières de rogner sur la qualité des emballages, par exemple.

### Ucodal est-elle une exception ?

Racine est un autre exemple. C'est une entreprise montpelliéraine, qui importe et vend des produits africains, y compris artisanaux, pour la diaspora africaine en Europe. Elle accompagne les entrepreneurs, à qui elle passe des commandes et qu'elle forme à mieux maîtriser la qualité (et pour que les produits soient aux normes européennes). Elle achète les produits en vrac, les conditionne sous sa marque et en assure la promotion commerciale. Vous les trouvez dans toutes les boutiques de produits exotiques en France<sup>2</sup>. Les coopératives d'aval sont donc un maillon qui permet la connexion entre une multitude de PME et un marché extrêmement exigeant et compétitif, sur lequel

Transformation artisanale de céréales, Burkina Faso  
© Yves Le Bars



il faut assurer autant que les multinationales qui vendent en supermarchés.

### Qu'est-ce qui freine le développement des coopératives de service ?

Nous sommes dans une phase où les entreprises construisent leur marché, expérimentent leurs produits, tâtonnent... Il est difficile de les faire travailler ensemble car elles craignent de se faire voler leurs idées de produits. Dans certains pays, les choses sont plus avancées, comme au Sénégal, avec le syndicat des transformateurs de céréales qui représente un secteur de microentreprises. Il faut donc aider les filières à se structurer pour qu'elles restent compétitives sur les nouveaux marchés, comme celui de la grande distribution.

En Afrique de l'Ouest francophone, le secteur agroalimentaire est porté par des projets de développement. Une myriade d'ONG intervient. C'est un peu à chacun son village, son entreprise, son projet. Or, cela conduit à une fragmentation des systèmes d'appui. C'est intéressant de comparer avec les pays anglophones, comme le Ghana, qui ont une tradition plus ancienne de soutien au secteur privé. « Pour les francophones, le monde idéal est sans entreprise », répètent souvent les Anglo-saxons. Les choses changent, évidemment, mais on a accumulé beaucoup de retard. Ce n'est que dans les années 1980 que les pays du Sahel ont commencé à reconnaître l'intérêt de faire du crédit aux commerçants.

### Doit-on en déduire que l'Afrique de l'Ouest francophone part de zéro ?

Non. Les structurations professionnelles existent mais elles sont en construction. Par manque de moyens, elles ne sont pas encore capables de recruter des gens de bonne compétence. Pour autant, il ne faut pas minimiser le chemin parcouru. En une trentaine d'années, l'Afrique de l'Ouest a opéré une véritable révolution. Au Sénégal, le secteur de la transformation des céréales a vu l'émergence et la structuration de PME qui sont parties à la reconquête du marché des céréales locales (notamment le mil et le maïs), avec le soutien du Fonds de contrepartie à l'aide alimentaire, de la Commission européenne, de la France... Au Nigeria, la production d'igname a explosé. De vraies innovations techniques ont émergé, sans aucun accompagne-

## L'ESSOR DE LA FILIÈRE IGNAME AU NIGERIA EST UNE IMMENSE SUCCESS STORY

ment, et ont révolutionné la filière. Elles se diffusent maintenant dans d'autres pays voisins. Le secteur professionnel s'est organisé par lui-même avec des réseaux de commerçants, de transformateurs... C'est une immense *success story*. Il faut saluer la capacité d'organisation des acteurs, en particulier au Nigeria, qui ont réussi à maintenir l'igname, haut et fort, dans la consommation de leurs concitoyens.

### À vous entendre, la création de coopératives de service et celle d'interprofessions vont de pair.

La coopérative de services sur l'aval de la filière assure les opérations de transformation, de mise en marché et de promotion pour le compte de nombreuses petites entreprises. L'interprofession, elle, réunit autour de la table l'ensemble des acteurs, des producteurs jusqu'aux distributeurs, pour négocier la répartition de la valeur ajoutée. Elle fédère un plus grand nombre d'acteurs pour la défense des produits. Il faut donc créer les deux types de structures. En même temps, difficile d'imaginer qu'on puisse tout créer du jour au lendemain. La structuration des acteurs peut prendre plus de temps qu'il n'en faut aux supermarchés pour arriver.

### Quels sont les risques qui rendent la structuration des filières d'autant plus urgente ? Sur quoi les pouvoirs publics devraient-ils concentrer leur soutien ?

Le secteur agroalimentaire local a fait la preuve de sa capacité à conquérir les marchés intérieurs. Si les politiques avaient accompagné davantage les acteurs, si on avait construit des routes en fonction de la structuration des marchés locaux, si on avait donné plus d'accès au crédit aux entrepreneurs, on serait peut-être mieux préparé au contexte actuel qui se caractérise par l'émergence de la classe moyenne et la modernisation accélérée de l'aval de la filière. Il faut rattraper le retard. La deuxième chose que je redoute, c'est une flambée des prix du pétrole. Les filières aujourd'hui sont peu performantes d'un point de vue énergétique, que ce soit le transport en camion ou la transformation. Elles se sont construites sur un pétrole pas cher. Si demain les prix du pétrole augmentent durablement, le secteur devra reporter la hausse du coût de l'énergie sur le prix de vente des aliments. Les



Formation de transformatrices sur les relations d'affaires, Bénin © Cidev

# 30%

du marché alimentaire urbain est fourni par le secteur artisanal et les PME locales

grosses entreprises qui ont investi sur une meilleure performance énergétique s'en sortiront mieux. Mais surtout, la principale crainte est celle des emplois. Le secteur de la transformation, de la commercialisation et de la distribution est créateur d'emplois, en particulier pour les femmes. Si demain, des structures industrielles viennent concurrencer le secteur artisanal, ce sera la casse. On l'a vu ailleurs. En Amérique latine, la modernisation rapide de l'aval de la filière s'est traduite par la marginalisation des petits producteurs. C'est pourquoi il y a besoin d'accélérer la mutualisation pour renforcer l'aval des filières locales. En même temps, une fois de plus, il faut reconnaître que les acteurs de terrain ont une capacité d'adaptation importante. Plutôt que d'imaginer tout moderniser à coup de supermarchés, il faut davantage accompagner les forces vives de ce secteur, et en particulier les femmes.

#### | Propos recueillis par David Eloy

1. Nicolas Bricas est le coauteur de *L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur. Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages d'Afrique de l'Ouest, du Cameroun et du Tchad*, AFD, collection « Études de l'AFD », 2016. 2. Racine procède ainsi pour un grand nombre de petites entreprises africaines mais aussi pour des entreprises industrielles, parce que sa clientèle veut aussi du lait Nido ou de la bière Flag.

# La structuration des filières est en marche

Comme en atteste le travail de capitalisation engagé par le Roppa, de plus en plus souvent, les organisations paysannes considèrent qu'il est plus stratégique de se centrer sur leur cœur de métier et de mettre en place des contractualisations « sous contrôle paysan ».

Il existe toute une littérature sur les organisations paysannes (OP), mais elle est rarement le fait des OP elles-mêmes. Le Réseau des organisations paysannes et de producteurs d'Afrique de l'Ouest (Roppa) a souhaité encourager ses membres à analyser leurs propres expériences et à en tirer des enseignements utiles pour les OP et les décideurs politiques. De 2014 à 2016, le Roppa a donc animé un cycle d'échange de pratiques et d'apprentissage (ou capitalisation d'expériences). Un des enseignements porte sur le développement d'alliances avec les autres acteurs des filières. Si les OP ont un temps cherché à assumer tous les rôles en lieu et place d'autres opérateurs perçus comme hostiles ou défaillants, elles sont désormais davantage dans une logique de partenariat lorsque celui-ci s'avère plus efficace que l'internalisation d'une activité. On remarque une forte implication des OP dans des démarches interprofessionnelles ou des plateformes d'innovation. « L'approche filière » se dégage comme un acquis, ce qui n'était pas le cas il y a quelques années. En particulier, de nombreuses expériences réussies touchent à la liaison entre les OP et le secteur de la transformation. Il semble que les agriculteurs familiaux aient pris conscience de la convergence d'intérêts qui les lie aux transformateurs artisanaux, qui sont en grande majorité des transformatrices. Cette alliance apparaît comme un mariage très prometteur. Si on laisse le temps aux forces vives des filières agroalimentaires de mutualiser leurs services plutôt que de laisser carte blanche

Laiterie dont les éleveurs sont parties prenantes, Burkina Faso © Apil



aux grands opérateurs privés pour « moderniser » l'aval à marche forcée.

Les expériences recueillies sont multiformes. Elles sont dans de nombreux cas liées à une dynamique interprofessionnelle plus large. En effet, le point de départ est souvent la création d'un cadre de concertation incluant producteurs, transformateurs, commerçants, mais aussi les services décentralisés de l'État, les collectivités territoriales, les institutions financières. Ces cadres de concertation naissent en général de l'initiative de structures externes d'accompagnement, dans une dynamique de renforcement de l'ensemble de la chaîne de valeur. Ces cadres de concertation sont parfois formalisés, qu'il s'agisse de pôles d'entreprises agricoles (PEA), de réseaux d'acteurs, d'interprofessions, ou de plateformes d'innovation. Toutefois, les résultats obtenus par les cadres informels n'en sont pas moins importants, l'élément clé étant la dynamique d'échange entre les acteurs.

Les stratégies d'alliance ont conduit à de bons résultats à condition qu'elles soient portées par des OP fortes, capables de négocier et qu'elles reposent sur des liens de confiance, inscrits dans le long terme et bénéfiques pour les différents





Réunions de la Fédération des maraîchers de Bowé-Badiar (centre) et de membres de la Fédération paysanne du Fouta Djalou (à droite), Guinée © FMBB et Émilie Leroux

acteurs. Voici trois exemples de mariages entre agriculteurs familiaux et transformateurs.

### AU BÉNIN, OP ET TRANSFORMATRICES DE SOJA TISSENT DES LIENS D'AFFAIRE

L'Union régionale des producteurs de l'Atlantique et du Littoral (URP-AL) développe un projet pilote de pôles d'entreprises agricoles (PEA). Ce système crée et renforce des liens d'affaires entre les producteurs de soja, la Coopérative de transformation, d'approvisionnement et d'écoulement (CTAE) et les groupements de transformatrices. Outre le « fromage », les groupements de femmes vendent une nouvelle gamme, de qualité, de dérivés du soja : lait, huile, farine... De plus, la rotation de cultures soja-maïs-soja améliore la fertilité des sols et le rendement. Un système d'épargne et de crédit interne à l'OP facilite l'achat des intrants.

### AU BURKINA FASO, LES UNITÉS DE TRANSFORMATIONS OUVERT LEUR CONSEIL D'ADMINISTRATION AUX PRODUCTEURS

L'Association pour la promotion des initiatives locales (Apil) et son partenaire belge Autre terre incitent les producteurs à s'impliquer dans le développement d'activités économiques sous le modèle de l'économie sociale et solidaire. Des concertations sont organisées entre les producteurs et les unités de transformation, puis les producteurs sont encouragés à se structurer afin d'être partie prenante de la gouvernance et de la gestion des unités économiques. De ce fait, leur sentiment de responsabilité est renforcé. Ils s'impliquent davantage pour le bon fonctionnement des activités et les unités sécurisent mieux leurs

approvisionnements. La demande en produits apicoles et laitiers reste très forte sur les marchés locaux à cause non seulement de la croissance de la population mais aussi des changements des habitudes alimentaires. Grâce au soutien d'Apil, les producteurs ont vu leurs revenus augmenter de manière importante.

### AU NIGER, UNE OP CRÉE DES RÉSEAUX DE TRANSFORMATRICES AFFILIÉES

La Fédération des unions des coopératives des producteurs de riz du Niger (Fucopri) est l'un des principaux acteurs dans la filière riz local. Cependant, le système d'écoulement de sa production auprès des industriels publics et privés est freiné par le non-respect des délais de paiement du riz paddy. La Fucopri a alors identifié une alternative, l'appui aux femmes étuveuses de riz, ses partenaires commerciales historiques, pour développer leurs activités. L'accompagnement porte depuis 2007 sur divers axes : organisation, équipements, fonds de roulement, promotion du riz étuvé sur les marchés. Les femmes étuveuses sont aujourd'hui constituées en cinq unions départementales. Leur fonds de roulement de départ a doublé et elles négocient des contrats d'affaire auprès des producteurs de riz paddy de la Fucopri, ce qui contribue à réduire la dépendance des OP aux circuits de commercialisation étatiques.

| **Hélène Basquin Fané**

D'après le document rédigé par Vital Pelon (Inter-réseaux) *Faire ou faire faire ? Stratégies d'OP pour accéder aux intrants et trouver des débouchés – Premier cycle de capitalisation du Roppa* (2014-2016)

## Les Sim contre la spéculation ?



Réduire les pertes agricoles et lisser l'offre saisonnière supposent non seulement d'améliorer la chaîne logistique, mais aussi la diffusion des informations. La téléphonie mobile ouvre des perspectives.

Les systèmes d'information de marché (Sim) recueillent, traitent et diffusent des informations sur l'évolution des prix et la disponibilité des produits agricoles. En l'absence de politique de régulation des marchés, ils peuvent réduire la spéculation sur les produits périssables, car ils permettent de mieux connecter zones déficitaires et excédentaires. Les prix pratiqués sont plus justes: ni trop bas pour ne pas décourager la production, ni spéculatifs pour ne pas pénaliser les urbains ou les paysans souvent amenés à racheter leurs propres productions.

### LA RÉVOLUTION DU MOBILE

Au Niger, on estime que la seule diffusion des téléphones portables entre 2001 et 2006 a réduit les prix de l'alimentation de 3,5 % en moyenne. Les ménages ont pu acheter l'équivalent de 5 à 10 jours de céréales supplémentaires par an, une économie importante dans un pays où les crises alimentaires sont persistantes<sup>1</sup>. Au Mali et en Côte d'Ivoire, l'ONG Rongead s'est associée avec l'entreprise Orange pour diffuser des informations de marché par SMS<sup>2</sup>.

### RÉGULER LES MARCHÉS

Aprossa-Afrique verte Burkina a lancé en 2015 un système d'information de marché, Simagri<sup>3</sup>. Philippe Ki, son coordinateur, témoigne: « Optimiser les revenus tirés des ventes [des excédents] est impératif pour éviter de grandes ponctions sur les stocks vivriers. Par la diffusion des prix de marché, Simagri aide les producteurs à choisir le moment et le lieu de vente en connaissance de cause. Selon les témoignages, les prix de marché sont systématiquement consultés par les utilisateurs de Simagri avant toute décision. Cela s'explique par l'accès en temps réel à une information crédible et impartiale d'une part, par l'économie de temps et d'argent d'autre part. Les acheteurs ne sont pas en reste. Grâce à son service de mise en ligne d'offres d'achat, Simagri met en concurrence les vendeurs qui, conscients de n'être pas seuls à disposer de l'information, proposent leurs meilleurs prix. L'information de marché, quand elle est bien exploitée, accroît les transactions commerciales agricoles, optimise et rationalise les échanges, toutes choses qui participent à l'accès aux produits agricoles et donc à l'amélioration de la sécurité alimentaire. »

Certaines OP, comme la Fédération des producteurs du Fouta-Djalon en Guinée, se servent aussi des Sim pour établir des bilans et comparer les campagnes. Si l'utilité de ces informations de marché est incontestable, la question de la pérennisation du service, surtout de son financement, n'est pas résolue.

**Hélène Basquin Fané**

#### Ci-dessus

Relevé de prix pour le lancement d'un Sim, Mbafoye, Sénégal © Agrisud

#### Ci-dessous

Publicité pour le service Senekela (agriculteur en bambara) d'Orange Mali © DR



1. Aker Jenny C., « Les impacts de la téléphonie mobile sur le fonctionnement des marchés en Afrique sub-saharienne », *Revue de Proparco*, novembre 2009. 2. Voir le témoignage de Cédric Rabany du Rongead, p. 109. 3. En savoir plus : [www.simagri.net](http://www.simagri.net)

# Stimuler la demande pour développer les marchés

Le soutien de la demande est le parent pauvre des politiques agricoles. Lors d'un atelier à Lomé, l'organisation togolaise Oadel et son partenaire suisse, la Plateforme souveraineté alimentaire, ont réfléchi aux stratégies pour inverser la tendance. Mots d'ordre : sensibiliser, renforcer, relier, plaider.

“ Du champ à l'assiette : organiser les marchés des produits locaux. » Tel était l'intitulé de l'atelier organisé par l'Organisation pour l'alimentation et le développement local (Oadel) et la Plateforme souveraineté alimentaire<sup>1</sup>, en novembre 2017, à Lomé (Togo). Les associations de producteurs, de transformateurs et de distributeurs d'Afrique de l'Ouest qui y participaient, ont identifié les principaux obstacles au développement de la consommation des produits locaux et, surtout, proposé des pistes d'action.

## LA CHARRUE AVANT LES BŒUFS

Comme la croissance démographique s'accompagne de la formation d'un marché intérieur, on a longtemps pensé que les populations africaines consommeraient les produits locaux si on soutenait leur production. N'aurait-on pas mis la charrue avant les bœufs ? Ne faudrait-il pas privilégier, dans un premier temps, le développement de la demande de produits locaux ?

Plutôt que d'imaginer que la consommation des produits locaux est encouragée par une production abondante, on peut émettre l'hypothèse inverse : la stimulation de la demande des consommateurs aura des effets d'entraînement sur l'ensemble de la chaîne, de la distribution à la production en passant par la transformation.

Ce pari n'est pas dénué de logique. Dès lors qu'ils bénéficieront de l'assurance de vendre à un prix rémunérateur, les acteurs du secteur de l'alimentation sauront améliorer la qualité et la présentation de leurs produits, bruts ou transformés, pour répondre aux nouvelles exigences des consommateurs. Mais ces changements ne seront ni naturels,



Atelier de l'Oadel et de la Plateforme souveraineté alimentaire de la Fédération genevoise de coopération de coopération (FGC) en novembre 2017 à Lomé, Togo © FGC

ni faciles. Les acteurs devront être accompagnés dans l'adaptation de leurs modes de production, de conservation, de transformation et de distribution. C'est l'un des défis posés aux organisations professionnelles et d'appui.

## MAUVAISES RÉFÉRENCES

Persuadés de l'effet d'entraînement de la consommation des produits locaux sur l'économie, les participants ont cependant dû reconnaître que, même si les produits locaux sont porteurs d'identité culturelle, ils sont en général méprisés par les consommateurs qui ignorent leurs qualités. À

Partenaires de la Plateforme souveraineté alimentaire venus de toute l'Afrique de l'Ouest et du Centre  
© FGC



l'inverse, les produits importés, dans certains cas moins chers, sont considérés comme de meilleure qualité.

Les publicités télévisuelles, radiophoniques et les campagnes d'affichage contribuent en outre à survaloriser un modèle de consommation inaccessible à la grande majorité de la population, tant urbaine que rurale. Les classes moyennes et aisées ainsi que les étrangers qui consomment ces produits déconsidèrent la production locale. C'est pourquoi l'Oadel et d'autres organisations ont mené des initiatives s'adressant à ces consommateurs, « solvables et occidentalisés », pour qu'ils construisent une image positive des produits locaux.

Pour dépasser ces « références » et donner confiance aux consommateurs dans la qualité des produits locaux, il faut un difficile travail de sensibilisation, de communication et de formation.

La confiance doit s'établir à chaque niveau des systèmes alimentaires, tant auprès des consommateurs que de l'ensemble des acteurs de la chaîne, sans oublier les responsables politiques. Les participants de l'atelier ont réfléchi à des axes stratégiques pour le développement de la consommation des produits locaux, que l'on peut énoncer ainsi : sensibiliser, renforcer, relier, plaider.

## TRANSPARENCE ET SENSIBILISATION

La sensibilisation doit atteindre toutes les composantes des sociétés africaines et utiliser tous les médias existants, y compris les médias de masse. L'Oadel, par exemple, a engagé des accords de collaboration de long terme avec ces médias.

Une communication de proximité qui se veut efficace se réalise là où les organisations sont proches des publics : les femmes et les enfants (dans le cadre des programmes de lutte contre la malnutrition), les élèves des cantines scolaires, les apprentis en formation, les producteurs sur les marchés, les transformateurs sur leur lieu de travail, les officiels lors de réunions ou de réceptions et les participants à des événements, tant en ville qu'en milieu rural. Grâce aux repas servis pendant notre atelier, de nombreux intervenants ont pu redécouvrir des préparations culinaires et des aliments qu'ils avaient oubliés. Cette expérience prouve que travailler avec les consommateurs est un chemin très probant pour promouvoir le consommé local. Enfin, comme en témoignent les initiatives menées au Togo par l'organisation Recherche-action pour le développement intégré (Radi), sur le café nutritionnel, et par l'Oadel avec des cuisinières, ou encore au Sénégal par l'association Aide aux forces

## « LA POLITIQUE ALIMENTAIRE N'EST PAS CLAIRE »

« La politique alimentaire au Sénégal est orientée vers le soutien à la production. Peu d'efforts portent sur le reste de la filière ou sur les consommateurs. À Ziguinchor les riziculteurs sont nombreux, mais les gens ont l'habitude de consommer du riz brisé. Booster la production de riz local sans s'appuyer sur un travail de changement des habitudes de consommation n'est pas très efficace. Enfin, les accords de partenariat économique qui risquent d'être signés entre l'Europe et l'Afrique de l'Ouest posent également problème. La politique alimentaire de l'État sénégalais n'est pas claire. »

| Mamadou Niokane, Grdr Sénégal



## LA MUTUALISATION D'OUTILS DE COMMUNICATION DEVRAIT CONSTITUER UN DES AXES PRIORITAIRES DE TRAVAIL



Réunion de travail (au centre), Christophe Vadon et Isabelle Lejeune (auteurs de l'article) accompagnés de leurs partenaires Jean-Marie Dushimiyimana (Caritas Byumba-Burundi) et Valentin Mbuli Moliko (CADC-RDC)  
© FGC

vives africaines par la formation à l'agroécologie (Afafe) sur l'introduction de produits oubliés dans les recettes, les femmes sont le cœur de cible de ce combat, en tant qu'acheteuses, cuisinières mais aussi vendeuses ou transformatrices. Participer à la préparation et à la dégustation les convainc plus que n'importe quelle argumentation.

### RENFORCER ET RELIER

Après la sensibilisation, vient l'idée de s'attaquer à la compétitivité des produits, par la démarche qualité et l'échange de techniques en matière d'emballages. La structuration de la filière oignon au Sénégal ou la démarche du Cnabio<sup>2</sup> au Burkina Faso pour l'adoption de critères locaux de labellisation montrent qu'il est possible de rassembler les acteurs autour d'intérêts communs.

Relier, troisième axe stratégique, consiste à rapprocher les producteurs et les transformateurs des consommateurs, pour apporter la preuve que les produits locaux sont de bonne qualité gustative et sanitaire. Il faut donc faire découvrir le travail de tous ceux qui interviennent sur la chaîne, du champ jusqu'à leur assiette. Lors de l'atelier, une participante guinéenne a rappelé qu'il était facile de faire cette démonstration avec les produits issus de l'agroécologie. Même constat du Centre

de formation agricole et de production écologique (CFAPE) de Kpalimé, au Togo. Mais relier, c'est aussi animer un réseau ou des plateformes virtuelles d'échanges (comme la page Facebook « Consommer local » du Groupe de réalisations et d'accompagnement pour le développement — Grad), ouvrir des cadres de concertation et organiser des rencontres autour d'initiatives probantes. L'échange et la mutualisation d'outils de communication devraient d'ailleurs constituer rapidement un des axes prioritaires de travail entre les participants de l'atelier.

### DES ARGUMENTAIRES POUR LE PLAIDOYER

La Plateforme souveraineté alimentaire occupe à présent une place particulière qui l'amène à s'investir davantage dans le plaidoyer, l'un des leviers majeurs pour obtenir un changement concret de l'environnement législatif et politique. Cet engagement demande au préalable d'approfondir les connaissances sur la consommation locale à l'aide d'enquêtes, comme celle réalisée par l'Oadel, Acting for life et le Cirad sur les comportements alimentaires à Lomé<sup>3</sup>.

Enfin, au regard des enjeux, les alliances sont indispensables pour développer un plaidoyer efficace qui vienne en soutien des revendications et des luttes des mouvements paysans, aux niveaux national, régional et international. Une première échéance s'est dessinée avec l'adoption par l'Assemblée générale des Nations unies en septembre 2018 de la Déclaration des droits des paysannes, des paysans et des personnes travaillant dans les zones rurales.

Isabelle Lejeune et Christophe Vadon, Fédération genevoise de coopération

1. Soutenue par la Fédération genevoise de coopération, la Plateforme souveraineté alimentaire mène un travail au long cours sur la promotion des produits locaux. Elle a notamment publié *Les familles paysannes sèment l'avenir*, recueil capitalisant un ensemble d'expériences africaines qu'elle a accompagnées. En savoir plus : [www.souverainetealimentaire.org](http://www.souverainetealimentaire.org). 2. Conseil national pour l'agriculture biologique au Burkina Faso. 3. Bricas N., Lomet É., *op. cit.*

**32 %**  
des produits alimentaires sont importés à Lomé

## La sécurité sanitaire, un gage de confiance

Les consommateurs étant plus exigeants sur la qualité des produits, la sécurité sanitaire est devenue une condition d'accès au marché de masse. Entretien avec **Chakirath Salifou**, enseignante-chercheuse au Département de production et santé animales de l'École polytechnique de l'Université d'Abomey-Calavi, au Bénin<sup>1</sup>.



### Quelles sont les avancées sur le front de la qualité sanitaire au Bénin?

Pour gagner des parts de marché à l'international, les acteurs économiques béninois doivent être en conformité avec les législations des marchés des pays visés. La qualité sanitaire des aliments a donc bien progressé pour les denrées des-

tinées à l'export. Au Bénin, les consommateurs urbains et instruits sont aussi de plus en plus exigeants. Ils sont avertis des risques encourus, des intoxications possibles et recherchent les produits béninois portant une certification officielle Dana<sup>2</sup>. Les producteurs font donc de plus en plus appel aux organismes de contrôle pour faire certifier un lot. Malheureusement, certains font ensuite apparaître abusivement la mention « certifié ou contrôlé par la Dana » sur tous leurs produits et les consommateurs sont trompés. Les produits conformes restent souvent ceux destinés à l'exportation.

### L'enjeu est pourtant tout aussi crucial pour le marché intérieur.

Les producteurs doivent comprendre l'enjeu que représente, pour eux, le respect de la qualité. Si l'emballage est attrayant mais que la qualité ne suit pas, la sanction des consommateurs est immédiate. Les consommateurs se méfient d'autant plus que les risques d'intoxication sont réels, faute d'une réelle surveillance du secteur agroalimentaire. Le secteur des jus de fruits locaux, par exemple, est en plein essor au Bénin. Les conditions d'hygiène ne sont pas toujours respectées, certains jus ne sont pas produits dans des ateliers mais dans les habitations. C'est risqué car toute intoxication entamerait l'image des jus locaux. Certaines fraudes sont portées sur la place publique, comme l'histoire récente de la « belle et dangereuse baguette de pain » : des contrôles en caméra

cachée réalisés par le ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat ont révélé que certains boulangers utilisaient des produits cancérigènes prohibés pour faire gonfler le pain et obtenir plus de baguettes. Ce type de scandale entretient la méfiance envers les produits locaux.

### Quelles sont les actions menées par les pouvoirs publics?

Les contrôles sont très rares, la création d'unités de production est anarchique, sans déclaration préalable. Les obligations existent mais il n'y a aucun moyen de contrôle. La surveillance accrue des unités de production de denrées alimentaires est indispensable pour mettre en confiance les consommateurs par rapport aux produits locaux. L'État doit au minimum créer un climat favorable à la consommation de produits locaux de qualité (exonération ou diminution de charges pour les entreprises certifiées, etc.). Au niveau de la Cedeao, une harmonisation des normes sanitaires et règlements est en cours. Malheureusement ces normes et règlements ne sont pas diffusés aux unités de transformation agroalimentaires. Un grand progrès serait d'avoir plusieurs versions des normes en fonction de la taille des unités de transformation et des réalités locales. Qu'elles soient hiérarchisées et qu'il y ait des moyens pour faire appliquer les règlements qui, sinon, ne sont pas crédibles. Il faut toutefois souligner les progrès : la création, en plus du Laboratoire central de sécurité sanitaire des aliments (LCSSA), de l'Agence béninoise de la sécurité sanitaire des aliments (Abssa).

### Propos recueillis par Hélène Basquin Fané

1. Ses travaux de recherche portent sur l'évaluation de la qualité sanitaire des denrées d'origine animale, l'évaluation de l'hygiène de production dans les abattoirs et industries de viande, l'amélioration des techniques de production et de transformation de produits agroalimentaires, la perception de la qualité par les consommateurs. 2. Direction de l'alimentation et de la nutrition appliquée.

# Labelliser pour convaincre les consommateurs

En adoptant des démarches de qualité et en recourant à la labellisation, les producteurs ouest-africains peuvent rassurer les consommateurs. Les contraintes sont cependant fortes et, pour partir à la conquête du marché de masse, le soutien des pouvoirs publics est indispensable.

“ J’ai rencontré une femme transformatrice au Mali. Elle était très heureuse de me montrer le sachet produit au Ghana qui devait remplacer les vieux sachets bicolores thermosoudés à la main qu’elle utilisait pour son lait caillé. Le sachet était en effet de très belle qualité, mais il mettait en avant une vache suisse avec une très belle cloche autour du cou, alors que la femme s’approvisionnait chez des éleveurs de Sikasso... Personnellement, je n’ai jamais vu de vache avec une telle cloche suisse au Sahel... » L’anecdote que relate Christophe Rigourd, de l’Iram<sup>1</sup>, peut faire sourire, elle illustre pourtant la difficulté persistante à mettre en avant l’origine locale des produits en Afrique de l’Ouest.

## PROBLÈME D’IMAGE, QUESTION DE CONFIANCE

Les produits locaux ont souvent une mauvaise image auprès des consommateurs ouest-africains, qui les jugent de piètre qualité par rapport aux produits d’importation qui sont, eux, mieux emballés et mieux étiquetés. Dans l’enquête qu’ils ont menée auprès de ménages togolais, Élixa Lomet et Nicolas Bricas<sup>2</sup> montrent que ce « manque de confiance » dans les produits locaux trouve son origine dans une méconnaissance non seulement des produits, mais aussi de celles et ceux qui les produisent ou les transforment. La suspicion est d’ailleurs encore plus forte à l’encontre des produits transformés, nourrie par le « mystère » qui entoure leur fabrication.

La promotion de la consommation de produits locaux commence donc par la construction de la confiance. Un processus souvent lent et difficile qui passe par l’information, la transparence et la réglementation. Une prise de conscience émerge cependant chez certains consommateurs, notamment urbains. « Une partie de la population des villes comprend l’intérêt de consommer des produits locaux de meilleure qualité et contenant moins de pesticides, explique Casimir Chokki, de la Fédération des unions de producteurs du Bénin (Fupro)<sup>3</sup>. La volonté de consommer local est davantage liée à des questions de santé qu’à une volonté de soutenir les producteurs locaux. » D’autant que la notion de « produits locaux » n’est pas forcément parlante. Le terme « local » est flou pour les consommateurs, il est préférable de communiquer sur un pays, un terroir, une culture, une histoire... Faire reconnaître la qualité des produits locaux est un enjeu de taille surtout lorsque la



Étagère dédiée aux produits locaux dans une boutique de Lomé, Togo  
© AFL

commercialisation se fait loin du territoire de production, là où les liens entre ceux qui produisent et ceux qui consomment — tellement déterminants en Afrique de l'Ouest — sont distendus. L'enregistrement de marques collectives comme les labellisations (bio, équitable, SPP<sup>4</sup>, etc.) ou les indications géographiques protégées confèrent une garantie, d'autant plus forte qu'elle est certifiée par des autorités publiques.

## LABELLISER POUR OUVRIR DES MARCHÉS

Le développement ou l'obtention d'un label facilite — quand il n'en est pas une condition — l'accès à des marchés et circuits de distribution plus exigeants quant à la qualité et la présentation (export, grande distribution, certains restaurants, achats institutionnels, etc.) et parfois plus rémunérateurs. Au Sénégal, la SARL Aprocob<sup>5</sup> a développé le label Welly, grâce auquel les producteurs de la Vallée du fleuve Gambie sont parvenus à « intégrer le même segment que celui de la banane importée de Côte d'Ivoire qui se trouve être la qualité préférée du consommateur de Dakar, souligne Cheikh Mambaye Sy de Rikolto. Les commandes sont devenues tellement importantes qu'Aprocob peine à satisfaire tous ses clients ». Même constat en Guinée, où la labellisation d'un riz de mangrove de qualité, sous la marque Fanyi Bora maalé, a favorisé une nette augmentation du revenu des producteurs. Le riz labellisé est vendu 50 % plus cher que celui non labellisé. Et pour la première fois, le riz local est vendu dans les supermarchés et les grands restaurants de la capitale, Conakry.

La labellisation présente cependant des contraintes très lourdes, à commencer par le respect du cahier des charges et le coût de la certification, *a fortiori* si

Riz labellisé Fanyi Bora maalé dans un supermarché de Conakry, Guinée  
© Gret



cette dernière est confiée à un organisme tiers. Il faut aussi ajouter des coûts induits (emballage, contrôle qualité, gestion de la marque, etc.). « La labellisation, bien que permettant un meilleur accès aux marchés, peut peser sur la rentabilité des entreprises agricoles en renchérissant les coûts de production, confirme Cheikh Mambaye Sy. Pour sa rentabilisation, elle doit surtout être adoptée dans la perspective d'une commercialisation sur une grande échelle. » Ou pour une niche de marché haut de gamme, comme le suggère Cécile Broutin, du Gret, qui accompagne la Maison guinéenne de l'entrepreneur (MGE) dans la démarche de labellisation du riz guinéen. Avant d'avertir que rien ne sert de promouvoir un emballage coûteux, des produits labellisés, si le consommateur n'est pas prêt à payer plus cher le produit.

C'est là une limite de la labellisation. Abdoulaye Ouédraogo de l'ONG Apil, au Burkina Faso, en appelle donc au développement de nouveaux marchés : « Actuellement seuls les consommateurs sensibilisés acceptent d'acheter au prix, car les produits certifiés coûtent plus cher à cause des emballages, des étiquettes et des coûts de certification. »

## SYSTÈMES PARTICIPATIFS DE GARANTIE

Pour contourner cet obstacle, les organisations de producteurs ouest-africaines préfèrent souvent s'engager dans des systèmes participatifs de garantie (SPG)<sup>6</sup>. En 2013, l'Amap gérée par l'ONG béninoise Hortitechs obtenait la première certifica-

1. Sauf indication contraire, toutes les citations de l'article sont issues de la discussion n° 6 « La labellisation des produits locaux et de terroir », lancée par le forum Roppa-Pafao, du 7 décembre 2017 au 9 février 2018. 2. Bricas N. et Iomet É., *op. cit.*

3. Les propos de Casimir Chokki sont tirés de : « Au Bénin, les produits du terroir n'ont pas dit leur dernier mot », entretien paru sur [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org) en octobre 2014. 4. Le Symbole des producteurs paysans (SPP) est une certification internationale de commerce équitable créée par des petits producteurs. En savoir plus : <http://spp-france.fr>. 5. Aprocob, SARL créée par l'Association des producteurs de la Vallée du fleuve Gambie (Aprovag) prend en charge les activités à but lucratif.



## LE SPG SE FONDE SUR LA COOPÉRATION ENTRE PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS, DE MANIÈRE PARTICIPATIVE ET TRANSPARENTE



Boutique-bar-restaurant (Bobar) de produits locaux à Lomé, Togo © AFL Bananes bio labellisées Welly, Sénégal © Rikolto

tion biologique, via un SPG, d'Afrique de l'Ouest. De nombreuses autres organisations l'ont depuis suivie. « Le SPG se fonde sur la coopération entre producteurs et consommateurs, de manière participative et transparente, rappelle Djibril Thiam d'Agrecol Afrique, au Sénégal<sup>7</sup>. Il garantit non seulement la qualité biologique des produits, mais favorise aussi les échanges de savoirs et de savoir-faire entre les producteurs, la réduction des coûts du contrôle de la qualité pour les producteurs, l'organisation de circuits de distribution courts et d'événements, etc. Chacun des acteurs participe au respect et au suivi des principes de l'agriculture biologique. »

En 2013, la norme burkinabè en agriculture biologique et le guide de certification SPG ont été élaborés et validés par les ministères chargés du développement rural et par tous les acteurs du secteur, explique René Emmenegger, du Conseil national de l'agriculture biologique (Cnabio). Aujourd'hui vingt sites sont certifiés Bio SPG dans six régions du Burkina<sup>8</sup>. Le processus de certification, très rigoureux, a duré 24 mois. Le temps est l'une des conditions requises à toute démarche de labellisation : le temps de s'approprier les référentiels et les normes, le temps de s'organiser entre acteurs de la filière, le temps d'obtenir les agréments, par exemple ceux de l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI).

Pour un label d'envergure nationale, la question du porteur de l'initiative doit également être posée. En Guinée, la MGE et le Gret ont accompagné la création d'une organisation interprofessionnelle de la marque collective Fanyi Bora maalé. « C'était un préalable nécessaire pour rendre opérationnel le dispositif de gestion, de contrôle et de promotion de la marque, analyse Cécile Broutin. Le processus nécessite d'avoir une structuration forte des acteurs aux différents maillons des filières, avec une collaboration importante entre acteurs de l'amont et de l'aval. »

### LE NÉCESSAIRE SOUTIEN DES POUVOIRS PUBLICS

En adoptant des démarches de qualité et en recourant à la labellisation, les producteurs ouest-africains se donnent les moyens de rassurer les consommateurs. Mais, seuls, ils ne peuvent relever le défi de la conquête d'un marché de masse. Les pouvoirs publics doivent reconnaître les efforts de labellisation, en adoptant des lois et des normes de contrôle auxquelles sont alloués les budgets nécessaires. « Le mécanisme de certification est fragile : un tiers pourrait usurper notre étiquette ou des productrices pourraient reconditionner de l'huile extra-villageoise sous leur appellation sans risquer grand-chose, sur le court terme au moins, dans la mesure où les services certificateurs n'ont pas la possibilité d'assurer le contrôle », témoigne Yvan Lecoq, du Grdr, au sujet de la labellisation d'huile de palme en Guinée-Bissau et au Sénégal.

L'État doit surtout soutenir la promotion des produits locaux. « Malheureusement, aucune politique nationale n'accompagne aujourd'hui les initiatives de sensibilisation des consommateurs, tout comme il manque un accompagnement des agriculteurs », regrette Casimir Chokki. En conclusion de l'enquête qu'ils ont menée au Togo, Éliisa Lomet et Nicolas Bricas recommandent l'adoption de politiques nationales de valorisation des produits locaux, impliquant les organismes gouvernementaux, les chambres de commerce, les ministères de l'Agriculture et de la Santé.

| David Eloy

6. Définition de l'Ifoam (2005) : « Les systèmes participatifs de garantie (SPG) sont des systèmes d'assurance qualité ancrés localement. Ils certifient les producteurs sur la base d'une participation active des acteurs concernés et sont construits sur un socle de confiance, de réseaux et d'échanges de connaissances. » 7. Les propos de Djibril Thiam sont tirés de : « Au Sénégal, démocratisation des produits bio locaux », entretien paru sur [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org) en juin 2015. 8. La certification de la plupart de ces acteurs datant d'octobre 2017, il est encore trop tôt pour en évaluer l'impact.

**20**  
sites certifiés Bio SPG au Burkina Faso

# Des produits locaux accessibles à tous !

Le marché alimentaire ouest-africain est très vulnérable aux fluctuations des prix mondiaux et au dumping. Comment concilier juste rémunération des paysans et prix accessibles aux classes populaires tentées par les importations bon marché ?

**30 à 60%**

du budget des ménages passe dans l'alimentation

**E**n Afrique de l'Ouest, les produits transformés locaux correspondent pour la plupart à des marchés de niche et s'adressent aux catégories aisées de la population ou aux classes moyennes en émergence. Même si ces filières permettent aux acteurs locaux de dégager des marges plus importantes, les quantités vendues restent limitées. Comment garantir l'accès de tous à une alimentation locale de qualité ? La question est d'autant plus cruciale que l'alimentation représente une part très importante du budget des ménages ouest-africains, entre 30 et 60 %. Sachant, comme le rappelle l'agroéconomiste Hubert Cochet, qu'« il ne peut y avoir de juste rémunération des producteurs et d'accès à une alimentation de qualité pour tous sans un minimum de protection aux frontières permettant de se protéger de l'influence délétère des bas prix mondiaux et surtout de leurs fluctuations ».

## TRAVAILLER AVEC LES INTERMÉDIAIRES

Elphège Ghestem d'Agrisud au Sénégal et Estelle Koïta des Maisons familiales rurales au Burkina

Faso en témoignent<sup>1</sup> : un cadre de concertation entre paysans et intermédiaires commerciaux facilite l'acheminement des denrées vers les marchés. Au Sénégal, la coopérative Sell-Sellal commercialise des produits agroécologiques sur des marchés de niche à Dakar mais elle envisage également d'établir des liens d'affaires avec des *bana-bana*, nom donné aux intermédiaires commerciaux, pour écouler des quantités beaucoup plus grandes.

Les commerçants sont intéressés par la qualité agroécologique des produits car elle améliore leur conservation. Karfa Diallo d'Enda Pronat, qui appuie la coopérative, explique : « Le marché de Thiaroye [l'un des plus gros de Dakar] est codifié et un niveau de qualité est attribué à chaque producteur. Les *bana-bana* savent s'ils peuvent s'engager sur de longues distances comme Touba, Kaolack ou Tambacounda. » Et comme le marché de Thiaroye est organisé en parcs par produit, Sell-Sellal va négocier avec les autorités locales pour avoir son propre parc de produits agroécologiques.

## COLLABORER AVEC LES RESTAURATRICES DE RUE

La restauration de rue est accessible à toutes les classes sociales en Afrique de l'Ouest. En raison des prix de gros de l'approvisionnement et d'une utilisation rationalisée de l'énergie pour la cuisson, manger dans la rue est peu coûteux. Fatou Ndoye, chargée de programme alimentaire à Enda Graf Sahel au Sénégal précise : « Nous avons comparé le prix entre le couscous préparé chez soi et celui vendu dans la rue, la différence va du simple au double, voire parfois au triple. Cela revient plus cher d'acheter un petit sachet de couscous, de quoi faire de la sauce et de préparer. C'est pour cette raison que les populations pauvres se rabattent sur la restauration de rue. » Les projets

Vente de produits agroécologiques par la coopérative Sell-Sellal à Dakar, Sénégal © Enda Pronat





Vente ambulante de bouillies locales fortifiées dans un quartier non loti de Ouagadougou, Burkina Faso  
© Gret



qui tissent du lien entre les transformatrices et les restauratrices se multiplient.

Pour faire coïncider l'offre des paysans avec la demande et abaisser les coûts, Échoppe, au Togo, a imaginé un nouveau type d'intermédiaire. L'entreprise sociale Planète paysans fournit aux restauratrices de rue du maïs de qualité à des conditions avantageuses. « Le gros avantage des circuits courts est de permettre aux paysans et restauratrices de communiquer sur leurs besoins respectifs, explique Claude Nutsudzie, gérant de l'entreprise. Échoppe avait d'abord essayé de les mettre directement en lien. Mais les coûts de collecte, de stockage et de transport doivent être optimisés pour assurer un approvisionnement de qualité qui reste abordable. Avec quelques investisseurs togolais partageant les valeurs de l'économie sociale et solidaire, Échoppe a créé l'entreprise sociale Planète paysans qui joue un rôle d'intermédiaire entre la ville et la campagne. »

Comme l'entreprise préfinance les campagnes agricoles, elle bute sur un problème de trésorerie pour grandir et accéder à l'autonomie financière. Le système bancaire togolais ne soutient pas de tels projets, en prise directe avec l'agriculture locale, considérés comme trop risqués. Pourtant ce type d'initiative est bien de nature à favoriser l'accès du plus grand nombre à une alimentation de qualité. Là, comme ailleurs, les politiques manquent pour soutenir le développement de ce secteur. Et Fatou Ndoye d'évoquer la mise en place d'un fonds de crédit entre producteurs et restauratrices ou de centrales d'achats au niveau des communes pour faciliter l'accès des restauratrices aux produits locaux.

Restauratrices de rue à Lomé, Togo  
© A-F Taisne et Échoppe

## UNE FORTE PRODUCTION AGRICOLE ET UN TAUX ÉLEVÉ DE MALNUTRITION PEUVENT COEXISTER

### SORTIR DU PRISME CÉRÉALIER

L'insécurité alimentaire n'est pas qu'une question de revenu. La boucle du Mouhoun au Burkina Faso et la région de Sikasso au Mali sont connues comme les greniers à céréales de leur pays. Paradoxalement, une forte production agricole et un taux élevé de malnutrition y coexistent. Ces régions ont en commun la monoculture du coton et des céréales, sans diversification agricole. À cela s'ajoutent une méconnaissance des bonnes pratiques alimentaires et l'inégalité de genre qui fait que les femmes, responsables de l'alimentation et des soins aux jeunes enfants, perçoivent peu de revenus de leur travail au sein de l'exploitation familiale. Les solutions passent par l'éducation nutritionnelle, l'amélioration de la situation des femmes et la diversification des productions (maraîchage, niébé, soja, etc.).

Sortir du prisme céréalière, c'est aussi revoir les politiques agricoles et alimentaires focalisées sur les céréales au détriment d'autres filières. Avec la diversification alimentaire, ce sont surtout les ingrédients dits « de sauce » qui pèsent dans le budget (produits animaux, huile, légumes, etc.). Le marché urbain de ces cultures, passées du statut de « vivrières » largement autoconsommées à celui de « commerciales », est nettement plus important que celui des céréales. Les filières animales, en particulier, sont stratégiques pour lutter contre l'insuffisance protéino-énergétique dont souffrent les populations vulnérables.

Dans les filières avicoles et laitières, même si le produit local a la préférence des consommateurs, le coût de production donne l'avantage aux importations. Cette concurrence déloyale vient décourager la production nationale<sup>2</sup> et renforce le déficit du pays en protéines animales. L'URP-AL, une organisation paysanne béninoise, promeut le lait de soja (bien moins cher), consommé comme tel ou incorporé au fromage de lait de vache traditionnel (*wagashi*). Une autre solution est le développement des espèces à cycle court (volailles, lapins) et de la vente à la découpe s'adaptant à toutes les bourses.

Enfant tenant une pintade locale labellisée « Or gris des savanes » dans le nord du Togo  
© Élevages sans frontières



### CIBLER LES PLUS PAUVRES

Diverses initiatives ciblent de manière spécifique les plus vulnérables. Que ce soit en plaçant l'offre de produits de qualité dans les quartiers pauvres<sup>3</sup>, en mobilisant des fonds pour subventionner l'achat de repas par les écoliers défavorisés de Dakar<sup>4</sup> ou encore en cassant les représentations associées aux agriculteurs pauvres pour qu'ils aient accès à un accompagnement qui leur permette de sortir de l'insécurité alimentaire. Le Gret, qui pilote le projet Repam<sup>5</sup> au Burkina Faso, explique ainsi : « Travailler avec les plus pauvres est une innovation. La vision des agriculteurs pauvres ou très pauvres par certains leaders [paysans] était défavorable. La plupart d'entre eux considéraient en effet que la pauvreté est une conséquence de la "paresse". Les études qualitatives ont montré que le projet a changé cette perception en prouvant que si les paysans pauvres sont dotés de moyens, ils peuvent, comme les autres, obtenir de bons résultats. » Et ainsi augmenter leurs réserves pour l'autoconsommation et l'alimentation des marchés.

Pour Malick Diallo, directeur de l'ONG ICD au Mali, la conclusion s'impose : « L'équation "juste rémunération des producteurs/access à une alimentation de qualité pour les populations vulnérables" sera résolue lorsque les politiques mettront l'accent sur l'agriculture familiale, gage du développement durable de nos pays en voie de développement. Si elle est soutenue, cette agriculture peut produire plus qu'il n'en faut pour les producteurs. »

| **Hélène Basquin Fané**

1. Voir les témoignages d'Estelle Koïta de l'UNMFRBF, pp. 98 et 99 et d'Elphège Ghestem d'Agrisud, pp. 116 et 117.

2. Les races locales sont peu productives, avec, par exemple, 1,5 litre de lait par jour et par vache. 3. Voir les témoignages d'Estelle Juré du Gret, pp. 100 et 101 et d'Emmanuel Rouamba d'ASD, p. 92. 4. Voir le témoignage de Dominique Laure du Grdr, pp. 110 et 111. 5. En savoir plus : [www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/food-security-capacity-building/docs/Nutrition/BurkinaFaso/Resilience\\_des\\_Population\\_pauvre\\_\\_REPAM-Gret.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/food-security-capacity-building/docs/Nutrition/BurkinaFaso/Resilience_des_Population_pauvre__REPAM-Gret.pdf)

# proposer

## NE LÂCHONS PAS LA PRESSION !

Les **politiques agricoles et commerciales européennes (p. 56)**, qui maintiennent la compétitivité des produits européens, mobilisent les mouvements paysans. Ces derniers se positionnent aussi comme interlocuteurs des instances régionales pour faire de **l'agriculture une priorité politique ouest-africaine (p.58)** et défendre le **rôle de l'agriculture familiale (p. 62)**. Malgré les difficultés qui persistent au niveau national, des **initiatives gouvernementales et les revendications des organisations (p.64)** propulsent le consommateur local sur le devant de la scène. Mais l'agriculture industrielle continue son **assaut sur le foncier (p.70)** et les **élus politiques ne se hissent pas toujours à la hauteur des enjeux (p. 72)**. L'accès des produits locaux aux **achats institutionnels (p.73)**, enfin, présente autant de défis qu'il n'offre de possibilités, et les acteurs de l'agriculture familiale n'entendent pas passer à côté de cette formidable opportunité d'un changement d'échelle du consommateur local !

# Accord ACP-UE : vers plus d'implication de la société civile africaine ?

Principal importateur de produits agricoles issus des pays les moins avancés, l'Union européenne est un partenaire politique pour l'agriculture africaine. Au moment où se négocie le futur des accords entre l'Union européenne et les pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique), entretien avec **Neven Mimica**, commissaire européen au Développement.



Neven Mimica,  
commissaire  
européen au  
Développement  
© EC/Andrea  
Renault

**L'Union européenne (UE) est le plus grand donateur d'aide au développement dans le monde. Quelle place occupe la petite agriculture dans ses priorités ?**

L'UE a fait du soutien à la petite agriculture une priorité stratégique, réaffirmée dans le Nouveau consensus européen pour le développement, adopté en 2017, qui reconnaît l'importance centrale de l'agriculture familiale. L'agriculture, y compris l'élevage et la pêche, reste la base économique de la majorité des pays les moins avancés (PMA) et un secteur économique clé dans de nombreux pays en développement, particulièrement en Afrique. La sécurité alimentaire et nutritionnelle et l'agriculture durable constituent le principal secteur d'intervention de la coopération au développement de l'UE pour la période 2014-2020, dans environ 62 pays, avec presque 9 milliards d'euros alloués. Au travers de ses interventions, l'UE vise à favoriser une agriculture moteur de croissance et d'emploi, qui contribue à la lutte contre le changement climatique, ainsi qu'à renforcer la résilience aux crises alimentaires, tout en luttant contre le retard de croissance des enfants de moins de cinq ans.

**Pourtant, de nombreuses études ont démontré que les exportations européennes subventionnées par la Politique agricole commune (Pac) portent préjudice aux agricultures paysannes du Sud.**

L'UE est à la pointe de la promotion du développement agricole en Afrique, où de nombreux pays

partenaires ont choisi l'agriculture et la sécurité alimentaire comme premières priorités de leurs programmes de développement. Pour ses exportations agricoles, l'UE a cessé d'accorder des restitutions à l'exportation. Les derniers paiements pour les produits laitiers ont été effectués fin 2009, et pour la viande de volaille durant l'été 2013. L'UE a été le moteur de l'accord de l'OMC à Nairobi, en décembre 2015, pour éliminer toutes les subventions à l'exportation qui faussent les échanges. En 2016, l'UE a importé des produits agroalimentaires d'une valeur de 112 milliards d'euros en provenance de pays en développement. L'UE est le premier importateur mondial de produits agricoles en provenance des PMA, auxquels elle accorde un accès en franchise de droits et sans contingent à « tous les produits sauf les armes ».

**L'UE élabore en ce moment l'accord qui succédera à celui de Cotonou, après 2020. Quelle est la place des organisations de la société civile africaine dans l'analyse d'impact des précédents accords ?**

Les organisations de la société civile sont très importantes dans ce processus, et c'est pourquoi elles sont reconnues comme des acteurs de développement à part entière. L'accord de Cotonou offre un « cadre unique » en matière de coopération internationale. Il précise le rôle des parties prenantes (parlements, autorités locales, acteurs non étatiques, incluant la société civile) en ce qui concerne le dialogue politique, mais également la programmation et la mise en œuvre



Leaders paysans ouest-africains lors de l'Assemblée parlementaire paritaire ACP-UE de Kinshasa  
© J.-J. Grodent

de programmes de coopération. Comme stipulé dans l'article 4, elles sont informées et impliquées dans la consultation sur les politiques, stratégies et priorités de coopération, ainsi que dans le dialogue politique. Une analyse d'impact, parue en 2016, souligne l'importance et la contribution au développement des acteurs non étatiques, dont la société civile, notamment en fournissant différents biens et services, de manière complémentaire aux efforts des États. Ces observations conjuguées à une communication conjointe au Parlement européen et au Conseil, ont permis de définir certaines orientations sur le futur des relations UE-ACP. Les bases du partenariat après 2020 ont été inspirées des commentaires de tous nos partenaires, faisant suite à une évaluation portant sur les quinze premières années de mise en œuvre de l'accord de Cotonou et à une large consultation publique lancée en 2015.

#### Quelles sont les ambitions du futur accord ?

Elles sont grandes. L'accord devra à la fois préserver les acquis et les succès de Cotonou, tout en bonifiant le partenariat UE-ACP. Tel que proposé en 2017 dans sa recommandation au Conseil [COM(2017)763 final], la Commission souhaite que le nouvel accord soit juridiquement contraignant, ce qui permettrait notamment de maintenir une reconnaissance légale du rôle complémentaire des acteurs non étatiques, donc de la société civile. La recommandation spécifie également que le futur partenariat devrait adopter une approche participative qui engloberait les voix d'un large spectre de partenaires au sein de

l'UE et des pays ACP. La nouvelle structure proposée à ce stade, c'est-à-dire une base commune jumelée à trois piliers régionaux, Afrique, Caraïbes et Pacifique, permettrait entre autres de maintenir et de renforcer les relations entre la société civile européenne et chacune des « régions » ACP. D'ici à l'ouverture des négociations, la Commission s'assurera de maintenir ce dialogue privilégié, fruit d'un engagement commun. L'UE souhaite que le futur partenariat puisse répondre aux préoccupations exprimées par plusieurs partenaires, notamment en ce qui concerne l'ouverture de l'espace démocratique dans certains pays. Le dialogue politique à tous les niveaux, de même que le rôle de la société civile, gagneraient à être renforcés.

**| Propos recueillis par David Eloy**

L'UE est le **1er**

importateur mondial de produits agricoles en provenance des PMA



#### L'expert

Jean-Jacques Grodent (SOS Faim Belgique) rappelle que « le glissement de la Pac vers des aides directes au revenu des producteurs a réduit les incitations à la surproduction, tout en conservant la compétitivité des produits européens. Grâce à ces aides, l'UE peut toujours exporter à des prix inférieurs aux coûts de production. Le dumping reste donc toujours possible même si l'UE se revendique en conformité avec les règles de l'OMC. »  
© SOS Faim Belgique

# L'agriculture, priorité politique ouest-africaine

En l'espace d'une décennie, l'agriculture est redevenue un agenda prioritaire en Afrique de l'Ouest. La Cedeao et l'Uemoa ont adopté des politiques agricoles qui soutiennent l'ensemble du secteur et reconnaissent la spécificité et l'importance des petits producteurs.

**E**n 2001, l'Uemoa est la première organisation régionale en Afrique à se doter d'une politique agricole. Trois priorités sont mises en avant : réaliser la sécurité alimentaire, accroître la productivité de l'agriculture sur une base durable et améliorer les conditions de vie des producteurs. En 2005, la Cedeao lui emboîte le pas avec l'Ecowap. Ces politiques agricoles vont cependant peiner à démarrer. « C'était la première fois que les États adoptaient une politique commune à cette échelle, reconnaît Alain Sy Traoré, directeur de l'Agriculture de la Cedeao. Les autorités cherchaient les voies et moyens pour sa mise en œuvre. » Jusqu'à ce qu'éclate la crise alimentaire de 2007-2008. « Comme on dit en français, "à quelque chose malheur est bon", poursuit-il. Le choc a remis la sécurité alimentaire au centre des préoccupations politiques. » Les États adoptent alors les Programmes nationaux d'investissement agricole (PNIA), qui déclinent les politiques régionales à l'échelle de leur territoire.

## UN CADRE RÉGLEMENTAIRE HARMONISÉ

L'Uemoa et la Cedeao ont défini des réglementations sur les semences et les intrants. La libre

circulation en est le maître mot. « Nous avons développé un catalogue ouest-africain des semences et obtentions variétales qui peuvent circuler librement dans l'espace régional », souligne Alain Sy Traoré. Les législations reposent sur des processus d'homologation et de contrôle qualité. « Le règlement sur les engrais porte essentiellement sur le contrôle qualité, poursuit-il. Il est courant que des paysans pensant acheter des engrais 15-15-15<sup>1</sup> se retrouvent avec des engrais 8-9-10 et perdent en productivité. » Après plus de dix ans de négociation, l'Uemoa, la Cedeao et le Cilss<sup>2</sup> sont parvenus à harmoniser leurs réglementations sur les semences, les pesticides et les engrais.

Cette avancée ne doit pas masquer le fait que les législations ne concernent que les intrants chimiques. « Nous n'avons pas les capacités d'embrasser tout en même temps, justifie Alain Sy Traoré, invitant à la patience. Favoriser la production d'engrais organiques de qualité est une demande des États. » Seyni Hamadou, directeur de l'Agriculture de l'Uemoa, confirme : « Nous essayons de tenir compte des préoccupations environnementales, mais nous ne pouvons pas encore arrêter d'utiliser les produits chimiques. Dans notre région, les chenilles légionnaires causent des dégâts considérables. »

Le comité régional semencier de la Cedeao travaille en ce moment à un règlement sur la biosécurité : « Nous avons l'obligation de légiférer assez rapidement, car certains membres sont en avance sur d'autres, explique Alain Sy Traoré. Ils ont accepté les OGM pour des tests, alors que d'autres les interdisent. » Pas de quoi rassurer les réfractaires aux OGM. Seyni Hamadou donne des gages de la volonté des États : « Dans le cadre du PIR-11<sup>e</sup> FED<sup>3</sup>, nous négocions avec l'Union européenne un projet d'agroécologie sur l'ensemble du territoire Cedeao-Uemoa-Cilss. »



À gauche Seyni Hamadou, à droite Alain Sy Traoré.  
© DR



Meeting de l'Association pour la promotion de l'élevage au Sahel et en Savane (Apress) sous l'égide de la Cedeao © Apress

## LA PRIORITÉ AUX FILIÈRES STRATÉGIQUES

Au cœur de chaque politique agricole, figure une liste de filières stratégiques pour la sécurité et la souveraineté alimentaires qui bénéficient, à ce titre, de programmes régionaux d'investissement. L'Uemoa et la Cedeao ont en commun de soutenir les filières riz, maïs, bétail viande et pêche. La première soutient aussi l'aviculture et le coton, la seconde le lait et le manioc. « Nous approchons de la souveraineté alimentaire sur le riz, se félicite Alain Sy Traoré. À tel point que le gouvernement philippin a écrit au gouvernement nigérian pour lui dire que la contribution de la riziculture au Pib des Philippines a chuté de deux points à cause de l'intensification de la production au Nigeria. »

L'appui aux filières est couplé à une mutualisation des investissements dans la recherche avec, pour la Cedeao, la création de centres nationaux de spécialisation sur le riz (Mali), sur les tubercules (Ghana), sur l'aquaculture (Nigeria), sur les fruits et légumes (Burkina Faso), sur les ressources génétiques animales (Niger), etc. En partenariat avec Africarice, l'Uemoa a, elle, lancé un programme, doté d'un budget de 1,15 milliard de FCFA pour développer des semences améliorées de riz ainsi que des technologies modernes.

En revanche, les produits transformés demeurent le parent pauvre des politiques publiques. « Nous travaillons sur la libre circulation des denrées alimentaires, tempore Alain Sy Traoré. Nous avons lancé le programme Food Across Borders pour limiter les postes de contrôle inopinés aux frontières dus aux problèmes de corruption. »

L'Uemoa revendique de son côté un programme qualité qui labellise les produits transformés. Ces dispositifs ne distinguent pas les entreprises en fonction de leur propriétaire. Dès lors que le produit est fabriqué à l'intérieur de la communauté, il

peut bénéficier du caractère de produit d'origine communautaire.

## UNE PRISE EN COMPTE DES EXPLOITATIONS FAMILIALES

Les politiques agricoles régionales reconnaissent le rôle central des exploitations familiales dans la sécurité alimentaire et les accompagnent dans leur transformation. La Déclaration de Malabo en 2014 stipule qu'il faut améliorer l'accès des petits producteurs, des femmes et des jeunes au marché et la redistribution tout au long de la chaîne de valeur. Si les plans d'investissement sont très majoritairement orientés vers les exploitations familiales, Seyni Hamadou regrette cependant que « la plupart des financements ne vont pas directement aux paysans, ils passent par les États et les organisations régionales comme le Roppa ». L'Uemoa est d'ailleurs en discussion avec l'AFD pour la mise en place de lignes de crédit pour les producteurs privés.

Créé en 2006, le Fonds régional de développement agricole de l'Uemoa est abondé chaque année à hauteur de 5 milliards de FCFA. Au vu des besoins en financements du secteur agricole, c'est largement insuffisant. « Les ressources publiques ne

# 35%

est le taux de taxation que les acteurs des filières souhaitent appliquer au riz importé, alors que les politiques ont maintenu un taux de 20 %

## CEDEAO

**La Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest (Cedeao) est une organisation intergouvernementale créée en 1975. C'est la principale structure destinée à coordonner les actions des pays d'Afrique de l'Ouest. Elle promeut la coopération et l'intégration. Quinze États la composent: Bénin, Burkina Faso, Cap-Vert, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone et Togo.**

## UEMOA

L'Union économique et monétaire ouest-africaine (Uemoa) est une organisation ouest-africaine créée en 1994 qui a comme mission la réalisation de l'intégration économique des États membres, à travers le renforcement de la compétitivité des activités économiques dans le cadre d'un marché ouvert et concurrentiel et d'un environnement juridique rationalisé et harmonisé. Huit États la composent : Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée-Bissau, Mali, Niger, Sénégal et Togo.

pourront jamais financer intégralement les projets de notre agriculture, analyse Seyni Hamadou. Le partenariat public-privé est incontournable. L'Uemoa réfléchit à un dispositif réglementaire pour harmoniser ces pratiques de partenariat dans l'espace communautaire, sans que les producteurs ne soient lésés. »

« Nous n'avons pas la prétention de satisfaire la sécurité alimentaire uniquement avec les exploitations familiales, développe Alain Sy Traoré. Notre politique agricole encourage donc les deux systèmes. » Ce qui lui vaut les critiques des mouvements paysans<sup>4</sup>, qui considèrent que les réglementations dans le domaine des semences, des engrais et des produits phytosanitaires privilégient les gros investisseurs locaux voire étrangers. « Il faut savoir admettre que le petit paysan ne peut pas investir dans une unité industrielle de fabrication d'urée, qui coûte au moins 50 milliards de FCFA, répond le directeur de l'Agriculture de la Cedeao. En revanche, l'investissement par d'autres lui permet d'avoir de l'engrais moins cher et de qualité pour intensifier sa production. » Même chose pour les semences.

Mise en valeur du riz local par des organisations communautaires à Kolda, Sénégal  
© ADC Ninnaba

## LA PROTECTION DU MARCHÉ INTÉRIEUR

La concurrence est une question sensible pour les producteurs ouest-africains. « Nous avons les droits de douane sur les produits agricoles parmi les plus faibles du monde, admet Seyni Hamadou. Nous vivons au jour le jour les conséquences du dumping. » Pour parer à cette menace, l'Uemoa a adopté, en 1998, le Tarif extérieur commun (Tec), une mesure de sauvegarde qui permet d'imposer des taxes sur les importations. Son application a été élargie à l'ensemble de la Cedeao en 2015. Les États ouest-africains ont utilisé le Tec lors de la négociation des accords de partenariat économique (APE) avec l'Union européenne. « Nous avons établi une liste des produits agricoles sensibles pour les exclure du champ de la négociation et empêcher le désarmement tarifaire total, explique Alain Sy Traoré. Il faudra cependant prendre des mesures complémentaires. Nous avons, par exemple, laissé de la flexibilité dans l'application du taux de taxe douanière sur le riz. Ce moratoire prévoit que, d'ici cinq ans, nous soyons parvenus à un tarif unifié dans l'espace communautaire. » Dans cette négociation, la voix des acteurs des filières a peu porté. « Ils souhaitent que le riz importé soit taxé à 35 %. Les politiques ont maintenu une taxation de 20 %, estimant que trop taxer le riz pourrait entraîner des soubresauts plus graves que ceux de 2007-2008. C'est une question de rapport de forces », analyse Seyni Hamadou. C'est pour cette raison que l'Uemoa appuie la structuration en faitières des acteurs. « Si nous réussissons à fédérer les producteurs de riz de la sous-région, ils constitueront une force de négociation qui pourra peser pour revoir à la hausse ce taux d'imposition », conclut-il.

## LE RÔLE DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS

En l'espace d'une décennie, l'agriculture est devenue un agenda prioritaire dans toute la région. L'Uemoa et la Cedeao ont très tôt compris le rôle de contre-pouvoir que peut jouer le mouvement paysan. Le Roppa, tout comme le RBM ou l'Apess, participe au Comité consultatif régional sur les filières agricoles prioritaires de l'Uemoa<sup>5</sup> et au Comité consultatif pour l'agriculture et l'alimentation de la Cedeao. Le mouvement paysan est signataire du Programme régional d'investissement dans l'agriculture (PRIA) qui a été adopté en 2009. « C'est un niveau d'engagement extrêmement puissant. Il n'y a pas une seule réunion que nous organisons sans faire participer les représentants du mouvement paysan » souligne Alain Sy Traoré. Les deux organisations régionales le sou-



## “ JAMAIS DANS L’HISTOIRE, ON N’AVAIT AUTANT CONSIDÉRÉ LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES AGRICOLES ”



Kiosque de produits locaux à Dakar © Grdr

tiennent financièrement, pour qu’il joue pleinement son rôle. « Nous avons aussi signé une convention de quelques dizaines de milliers de dollars par an avec le Roppa, considérant qu’il était le mieux placé pour mettre en place un observatoire sur les exploitations familiales agricoles », complète-t-il.

Seule ombre au tableau : la participation du mouvement paysan à la mise en œuvre des politiques. « Jamais dans l’histoire, on n’avait autant considéré les organisations professionnelles agricoles. Les ministres l’ont reconnu lors de l’évaluation de la mise en œuvre de l’Ecowap, en novembre 2015, se félicite Alain Sy Traoré. Par contre, on a souvent eu tendance à les écarter de la mise en œuvre, considérant qu’elles ne pouvaient être juges et parties. » Le nouveau Cadre d’orientation stratégique de l’Ecowap à l’horizon 2025 devrait permettre de rectifier le tir. « Pour chaque programme, nous avons désormais un comité de pilotage, coprésidé par la Cedeao et l’Uemoa, auquel participent des représentants du mouvement paysan, dès lors qu’ils ne postulent pas à l’appel à proposition », affirme le directeur de la Cedeao.

1. Engrais contenant 15 % d’azote, 15 % de phosphore et 15 % de potassium. 2. Comité permanent inter-États de lutte contre la sécheresse dans le Sahel. 3. Programme indicatif régional (PIR) du 11<sup>e</sup> Fonds européen de développement (FED). 4. Lire « Un vrai bras de fer pour les intrants », pp. 64-65. 5. Le Roppa est en train de négocier une place d’observateur au sein du Comité de haut niveau sur la sécurité alimentaire de l’Uemoa, dont sont déjà membres le RBM et l’Apess.

### UN SOUTIEN AU CONSOMMER LOCAL ?

Le consommer local est un enjeu majeur pour l’Afrique de l’Ouest. L’encourager est une question de souveraineté et de responsabilité politique. À l’échelle régionale, cependant, peu de dispositions légales spécifiques sont adoptées pour le promouvoir. Ce qui ne signifie nullement que rien n’est fait. « Fixer des règles d’origine, qui donnent une préférence aux produits transformés locaux et leur évitent de payer des droits de douane, ou ouvrir le marché ouest-africain à un producteur qui fait du jus de mangue ou du beurre de karité, n’est-ce pas promouvoir la consommation locale ? », interroge Alain Sy Traoré.

La réserve régionale de sécurité alimentaire, portée conjointement par la Cedeao et l’Uemoa, est le dispositif le plus emblématique d’un soutien au consommer local. Elle donne clairement la préférence aux producteurs locaux. « Quand nous avons créé notre réserve de sécurité alimentaire, l’Union européenne, qui finançait le projet, a souhaité que nous achetions des céréales européennes pour remplir nos magasins, se souvient Seyni Hamadou. Nous avons crié au scandale ! Il était inimaginable, en l’an 2000, de nous approvisionner en céréales européennes alors que notre région peut produire les quantités nécessaires. L’Union européenne a cédé. » Une anecdote qui rappelle le contexte dans lequel les institutions ouest-africaines et leurs États membres cherchent aujourd’hui à défendre le consommer local.

| David Eloy

# 1,15 milliard

de FCFA est la somme dédiée par le programme Africarice de l’Uemoa aux « semences améliorées et technologies modernes »

# Pour alimenter les populations : laissons faire l'agriculture familiale

Peser sur les politiques agricoles et les réglementations pour un environnement plus favorable à l'agriculture familiale dans le cadre de sa transformation pour un développement harmonieux, équitable et durable, telle est la mission du Réseau des organisations paysannes et de producteurs d'Afrique de l'Ouest (Roppa). Entretien avec **Nadjirou Sall**, son secrétaire général.

## **Face à l'accélération alarmante de la dégradation des écosystèmes et du réchauffement climatique, l'agroécologie s'impose. Quelle est la position du Roppa? Fait-il entendre sa voix?**

L'exploitation familiale est durable par essence. Chaque famille paysanne fait, en quelque sorte, de l'agroécologie: elle cherche à conserver le potentiel productif des terres et à le transmettre aux générations suivantes. Le Roppa se mobilise pour la durabilité, la résilience, la préservation des ressources naturelles, la production d'aliments sains. La voix des mouvements paysans commence à se faire entendre à la Cedeao: l'Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation (Araa) a lancé un appel à projets en 2018 pour financer la transition agroécologique. Les instances internationales aussi s'inscrivent dans cette tendance: le comité de l'agriculture, un des organes directeurs de la FAO, a accepté la recommandation de faire de l'agroécologie un axe essentiel et transversal de son action.

## **L'Uemoa reconnaît à tout produit fabriqué à l'intérieur de la communauté le droit de bénéficier du caractère de produit d'origine communautaire, quels que soient la provenance de la matière première et le type d'entreprise. Que défend le Roppa pour**

## **les produits locaux issus de l'agriculture familiale?**

L'engouement des Ouest-africains pour les produits locaux transformés a bondi ces dix dernières années. Il est aujourd'hui bien plus facile qu'avant de trouver, même en ville, du granulé de mil, du jus de bissap, de l'attiéké, du fonio... Les progrès considérables quant à la qualité, à l'ingénierie de transformation, à la certification collective, au marketing, doivent beaucoup à la mobilisation des exploitations familiales et des femmes rurales. Le Roppa accompagne ce processus, se bat pour la création du marché régional de la Cedeao et pour une réglementation qui favorise le consommateur local. La libre circulation au sein des pays d'Afrique de l'Ouest est l'une des conditions de la valorisation des produits locaux. Une cartographie des expériences d'accès aux marchés domestiques — réussites à transformer en propositions et échecs à éviter — est en cours et servira d'argumentaire au plaidoyer. Les défis restent importants mais, au-delà de la réglementation régionale, ce sont aussi les initiatives nationales qui dessinent une tendance encore inimaginable il y a peu. Au Burkina Faso, une circulaire du Premier ministre encourage les services publics, notamment les maisons à grande consommation (armée, hôpitaux...), à s'approvisionner en produits nationaux. Au Bénin, le Chef de l'État a proposé d'enlever les taxes sur les importations des produits agricoles et agroalimentaires venant des pays d'Afrique de l'Ouest. Au Sénégal, le gouvernement a adopté des mesures de contingentement en vue de créer la préférence nationale pour la pomme de terre, le riz, l'huile d'arachide, la carotte, l'oignon...

## **La politique agricole de la Cedeao encourage deux systèmes agricoles, agrobusiness et exploitations familiales. Ces dernières ne risquent-elles pas d'être lésées?**

La position du Roppa est claire: nous n'avons pas de problème avec le secteur privé. Les premiers acteurs agricoles privés sont les exploitations familiales! Ce sont elles qui investissent, veulent de bons revenus, aspirent à se transformer... Ce que nous demandons, c'est qu'elles aient accès aux moyens

## Au Sénégal, le CNCR ne lâche rien !

Le principe d'implication des organisations paysannes (OP) dans la formulation, la mise en œuvre et le suivi-évaluation de la politique et des programmes est unanimement accepté par les instances nationales et régionales. Au Sénégal, les OP ont pu jouer un rôle décisif grâce à leur capacité d'anticipation rendue possible par leur suivi des exploitations familiales et par l'information reçue à temps du Roppa. Cependant, la plupart des plateformes nationales ont rencontré des difficultés pour signer le pacte des parties prenantes au cours de la première génération des programmes nationaux d'investissement agricole (PNIA) en tant que représentantes des OP. Les autorités politiques ont, dans certains pays, préféré des réseaux d'OP qu'elles ont mis en place.

Au Sénégal, l'actuelle formulation du Pro-

gramme national d'investissement agricole et de sécurité alimentaire et nutritionnelle (Pniasan) est pilotée par le CNCR au sein du Groupe de dialogue social et politique (GDSP) de la société civile, ceci sur accord de toute la société civile sénégalaise. Le CNCR, ainsi mandaté, a alors pris l'initiative de rendre plus dynamique ce groupe de dialogue. Outre la participation à la revue annuelle conjointe du secteur agricole, la stratégie de mobilisation a reposé sur une démarche alliant élaboration d'une note de cadrage, animation d'ateliers de concertation dans les cinq zones agroécologiques, tenue d'un atelier avec les jeunes et les femmes et rencontres du comité technique pour l'aboutissement des propositions, dont celle d'un dispositif de suivi dans les différentes régions du pays.



Nadjirou Sall, secrétaire général du Roppa © Roppa  
Sandou Assimarou Gnassingbé, président du conseil d'administration de la CTOP © CTOP



Aujourd'hui, nous sommes reconnus comme interlocuteur dans le cadre du GDSP. Un dispositif de veille, national et régional, suit l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation de ces politiques. Le GDSP jouit déjà d'une certaine reconnaissance des autorités chargées de la mise en œuvre du Pniasan et constitue un cadre fédérateur des OP et de la société civile pour améliorer l'influence sur les politiques agricoles.

| **Nadjirou Sall, président du CNCR**

## Au Togo, la CTOP s'impose dans la gouvernance du Pniasa

Nous avons été consultés à chaque étape de l'élaboration du Pniasa, lancé en 2009. Notre seul regret, pour avoir fortement participé à son élaboration, est que la Coordination togolaise des organisations paysannes et de producteurs agricoles (CTOP) n'ait pas signé le pacte au nom des producteurs togolais, le gouvernement ayant jugé nécessaire que le Bureau national des Chambres régionales d'agriculture le fasse. Cela ne nous a pas découragés mais a plutôt renforcé notre détermination.

Au début, la CTOP n'était pas membre des organes de gouvernance du Pniasa, mais depuis près d'un an, elle est régulièrement invitée aux réunions du Comité interministériel de pilotage stratégique. Et nous réalisons une veille de proximité dans les cinq régions économiques du

pays, sur la mise en œuvre des projets majeurs du programme. Malgré les difficultés, beaucoup d'actions sont à saluer, dont la construction des infrastructures de stockage au profit des OP et les accords de financement directs entre les OP et l'État togolais entre 2012 et 2016. Pour la formulation de la nouvelle génération du Pnia — le Pniasan —, la CTOP a élaboré une note de contribution paysanne, avec l'appui du Roppa. La majeure partie de nos préoccupations ont été prises en compte. La CTOP a aussi transmis, au ministre de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche, une note concernant le programme de développement des agropoles au Togo (Prodat). Le document final du Pniasan tient compte de nos préoccupations et propositions, dont celle de renforcer les investisse-

ments publics au profit des exploitations familiales. Nos perspectives, malgré des moyens limités, sont d'une part, de caractériser les OP des zones d'intervention des agropoles et d'identifier leurs besoins pour améliorer leur position dans les chaînes de valeur et d'autre part, de participer à l'élaboration et la validation de la loi d'orientation agricole en cours.

Nous avons donc pris les devants : se procurer les informations et les agendas, se préparer en conséquence, afin de mieux participer, y compris dans la mise en place des agropoles. Tout n'est pas rose, parfois on a l'impression d'être oubliés, mais notre place est aujourd'hui reconnue.

| **Sandou Assimarou Gnassingbé, président du conseil d'administration de la CTOP**

techniques et financiers de cette transformation, tout en renforçant leur résilience. Nous sommes ouverts à des partenariats, à condition qu'ils soient vraiment gagnants-gagnants, entre une agriculture familiale et un secteur privé qui se positionne avec transparence dans le secteur agrosylvopastoral et halieutique.

Laissons l'agriculture familiale faire ce qu'elle seule sait bien faire : alimenter les populations, préserver les ressources de base, créer de l'emploi et des richesses au niveau des terroirs tout en assurant la transmission socioculturelle des valeurs à travers des systèmes de production résilients!

| **Propos recueillis par Isabelle Duquesne**

# Un vrai bras de fer pour les intrants

Le Réseau des horticulteurs de Kayes (RHK), au Mali, accompagne la transition des producteurs vers l'agroécologie. Le soutien des pouvoirs publics est indispensable, notamment en ce qui concerne les semences locales et les engrais biologiques. Entretien avec **Ibrahim Sarr**, le directeur du RHK.



Ibrahim Sarr  
© A.F.Taisne

## Comment le Réseau des horticulteurs de Kayes juge-t-il le soutien que lui apporte l'État malien dans le domaine des intrants, et notamment des engrais ?

L'État n'appréhende pas encore le rôle et la place des cultures maraîchères et fruitières à leur juste valeur. Il considère qu'il doit soutenir en priorité les cultures de souveraineté<sup>1</sup>. Les cultures maraîchères n'en font pas partie. Les subventions ciblent essentiellement le riz, le maïs et le coton. Derrière elles, il y a de puissants lobbies, des organisations fortes, qui défendent leurs intérêts. L'État rembourse jusqu'à 50 % du prix aux opérateurs qui préproduisent les intrants, ce qui permet aux paysans de les acheter à moitié prix.

## Les subventions favorisent-elles les intrants organiques ?

À l'origine, cette politique ne concernait que les engrais et les pesticides chimiques. Depuis 2015, un certain nombre d'intrants biologiques en bénéficie aussi, notamment la fumure organique. Il aura fallu que le mouvement paysan et, de façon générale, les défenseurs de l'agroécologie mènent campagne pendant trois ans pour y parvenir. Mais là encore, il faut faire la part des choses : il s'agit essentiellement d'intrants biologiques produits de manière industrielle par des multinationales et des investisseurs étrangers. Mettre à la disposition des producteurs des intrants biologiques est positif, mais certains de ceux qui sont proposés contiennent des produits chimiques. C'est dû à la fois à un cahier des charges mal défini et à un manque de contrôle par l'État.

## En juillet 2017, le ministère de l'Économie reconnaissait l'ampleur de la fraude sur les engrais subventionnés.

L'État n'a pas mis en place tous les instruments pour surveiller si les engrais destinés à telle région y arrivaient à temps. Souvent des produits censés être livrés en juin, au moment du semis, arrivent au mois d'août quand tout est déjà en place. Ces subventions ne participent pas à la campagne agricole de façon efficace. Certains opérateurs économiques se livrent à toutes sortes de spéculations. Les engrais subventionnés profitent alors plus aux commerçants qu'aux producteurs.

## Quelles sont aujourd'hui vos priorités quant au plaidoyer ?

Il faudrait d'abord que l'État étende la liste des cultures qui bénéficient des subventions, notamment aux cultures maraîchères. Il devrait aussi aider les petits producteurs à mettre en place des unités de production d'intrants biologiques, directement sur les exploitations, plutôt que de favoriser encore l'enrichissement des multinationales. En subven-





Marche contre Monsanto en 2015 à Ouagadougou, Burkina Faso  
© Autre terre

tionnant une petite unité de production au niveau d'un village, le gain reste dans le pays.

### Les réglementations sont-elles plus favorables pour les semences locales?

Dans les faits, pas réellement. Certes on peut produire des semences, on peut les échanger mais la loi ne nous permet pas de les vendre et d'en tirer des revenus. Pour commercialiser une semence, il faut qu'elle soit certifiée par les services de l'État. Or, ces services ne sont pas présents sur l'ensemble du pays et ils ne sont pas suffisamment outillés pour qu'au niveau de chaque territoire, les paysans qui veulent produire et vendre des semences puissent le faire.

### Quelles en sont les conséquences pour les paysans?

Le dispositif étatique ne permet pas de produire suffisamment de semences pour l'ensemble des producteurs. Les paysans se tournent alors vers des semences importées que l'on ne peut pas ressemer. Chaque année, ils doivent donc se ravitailler auprès des semenciers. La situation est pire pour les maraîchers: plus de 80 % des semences maraîchères sont importées et extrêmement chères. L'enjeu derrière les semences est clairement financier.

### L'État malien octroie-t-il des subventions pour les semences?

Là encore, l'État ne verse des subventions que pour le riz et le maïs hybride. Or, même pour ces productions, que se passera-t-il le jour où les subventions s'arrêteront? Les paysans seront-ils toujours en mesure de se procurer des semences performantes? Une grande bataille doit être menée au niveau de la recherche agronomique africaine pour faire en sorte que nos semences paysannes ne dis-

paraissent pas. Tant que la recherche ne travaillera pas véritablement sur les semences locales, on aura beau crier, les variétés locales ne seront pas valorisées, elles seront prélevées ici, transformées ailleurs et nous reviendront sous forme de semences beaucoup plus chères. L'affaire de l'oignon Violet de Galmi nous rappelle qu'il faut rester vigilant<sup>2</sup>. Nous assistons au pillage de notre patrimoine génétique semencier par des firmes de l'agrobusiness.

### Comment les paysans se mobilisent-ils sur ces questions?

Nous ne combattons pas à armes égales avec les firmes multinationales. Un mouvement s'organise à l'échelle ouest-africaine pour la valorisation des semences paysannes à travers l'organisation de foires d'exposition, de rencontres et de débats afin que les paysans puissent se connaître et échanger leurs semences. Le mouvement paysan plaide pour que les semences paysannes soient reconnues au même titre que les autres et puissent être vendues. Enfin, les États doivent adopter une politique de protection contenant des mesures discriminatoires. Par exemple, des taxes plus fortes sur les semences importées et des subventions pour que les producteurs multiplient davantage les semences paysannes. Nous ne sentons pas encore de réelle volonté politique. Ce sont évidemment des discussions très difficiles à mener car les États sont liés par des conventions internationales. Mais le contexte évolue et il faut évoluer avec lui.

**| Propos recueillis par David Eloy**

1. Cultures entrant dans l'alimentation de la majorité des populations d'un territoire. Pour le Mali, il s'agit du mil, du sorgho, du maïs, du riz. 2. Dans les années 1990, Tropicasem, filiale sénégalaise de l'entreprise française Technisem, a voulu breveter le Violet de Galmi, une variété d'oignon très répandue dans la sous-région.

+ de  
**80%**  
des semences  
maraîchères sont  
importées

# Cet arrêté vise à promouvoir les produits burkinabè

En 2017, le Burkina Faso a promulgué un arrêté en faveur de la consommation de produits locaux. Son objectif : protéger des filières agricoles en difficulté. Entretien avec **Paul Kaba Thiéba**, Premier ministre du Burkina Faso.



Paul Kaba Thiéba  
© DR

## Pour quelles raisons avez-vous décidé de prendre un arrêté en faveur de la consommation de produits locaux par les structures publiques ?

Je voudrais tout d'abord vous remercier de l'occasion que vous m'offrez de parler des actions entreprises par mon gouvernement, pour encourager la consommation de nos produits locaux. Je dois d'abord préciser qu'il s'agit de l'arrêté N° 2017-002/PM/CAB du 31 janvier 2017 portant achat des produits alimentaires locaux par les structures étatiques dans le cadre de leur approvisionnement. Face aux problèmes récurrents d'écoulement des produits locaux, à la dégradation des revenus des populations, constituées de plus de 80 % d'acteurs ruraux dont l'essentiel des revenus provient des produits agrosylvopastoraux et artisanaux, face aux multiples interpellations des acteurs et aux pertes d'emplois, j'ai décidé de prendre des mesures fortes à titre conservatoire et temporaire en vue d'une relance de la commercialisation et de la consommation des produits locaux essentiellement alimentaires.

## L'arrêté s'inscrit-il dans les objectifs de la Politique nationale de sécurité alimentaire et nutritionnelle (PNSAN), pilotée par le Conseil national de sécurité alimentaire (CNSA) que vous présidez ?

Cet arrêté vise à promouvoir la consommation des produits burkinabè. Cela induit naturellement une augmentation de l'offre de produits en quantité et en qualité, une amélioration de la compétitivité de ces produits face aux produits similaires importés et une source conséquente de revenus pour les produc-

teurs. Au vu des résultats escomptés, ladite mesure s'inscrit parfaitement dans la Politique nationale de sécurité alimentaire et nutritionnelle (PNSAN).

## Comment les produits concernés ont-ils été choisis ? Pourquoi ne trouve-t-on pas des productions comme le mil, le sorgho et le maïs qui sont très importantes au Burkina ?

En rappel, les produits retenus sont le riz, le sucre, l'huile alimentaire, le niébé, l'oignon, la pomme de terre, le haricot vert, la tomate, la viande et le lait. Ces produits ont été identifiés à la suite de plusieurs concertations entre les services techniques des ministères concernés. Il existait pour lesdits produits une réelle menace pour leur survie au regard des difficultés rencontrées. En effet les problèmes majeurs relevés au cours des échanges qui sont communs à ces produits étaient la difficulté d'accès aux marchés et d'écoulement des produits, les problèmes de stockage et de conservation, le risque élevé de perte d'emplois au niveau des unités de transformation de certains produits et la faible compétitivité due essentiellement aux coûts de production. La réforme prise à titre temporaire devrait constituer un début de solution aux problèmes évoqués dont le plus crucial repose sur le marché. Mais cela ne veut pas dire que les autres produits ne méritent pas notre attention. Ils pourraient être pris en compte lorsque la situation l'imposera. À ce jour, je pense qu'il est difficile de dire que le mil, le maïs et le sorgho ont un problème d'écoulement mais nous anticipons dans nos réflexions les problèmes globaux de l'ensemble des filières.

## Pourquoi ne pas avoir pris un arrêté à caractère définitif ?

L'arrêté a été pris à titre conservatoire et tempo-

raire pour le respect de nos engagements vis-à-vis des organisations régionales et internationales, notamment l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et régionales. En notre qualité de « pays les moins avancés » (PMA), il nous est reconnu le droit de prendre des mesures de sauvegarde à titre conservatoire et temporaire pour protéger une branche en souffrance.

### Quel dispositif avez-vous mis en place pour suivre et évaluer l'application de l'arrêté?

Nous avons mis en place un comité interministériel qui a pour mission essentielle de porter des réflexions sur la promotion et le développement des produits des filières de production locale et aussi de suivre et d'évaluer l'application des mesures prises. Le secrétariat de ce comité est logé au ministère chargé du Commerce. Actuellement, des actions sont en cours en vue de faire le point après un an d'application de l'arrêté. Dans ce cadre, tous les ministères ont été saisis pour communiquer au secrétariat du comité le bilan de l'application de l'arrêté en leur sein.

### Quels sont les premiers éléments qui ressortent de ce bilan?

Après un an de mise en œuvre de l'arrêté, les mesures sont en cours d'application dans toutes les structures et de façon progressive. On observe

un changement de comportement et d'habitude de consommation des populations, un intérêt plus prononcé des commerçants vis-à-vis de certains produits en vue de pouvoir postuler aux commandes publiques, la prise en compte effective des produits locaux dans les cantines scolaires, les centres hospitaliers, les centres pénitenciers, les casernes militaires, etc. Il reste bien entendu d'énormes efforts à faire pour ce qui est de la communication, la concertation et l'harmonisation des textes en vue d'une meilleure appropriation des mesures dont les résultats enregistrés sont encourageants.

### Quelles autres mesures avez-vous prises pour soutenir la consommation de produits locaux?

D'autres actions sont prises ou en cours d'être prises pour mieux réglementer le marché de certains produits. Il s'agit notamment des marchés de l'anacarde, du sésame et de l'amande de karité. Au niveau du textile, nous avons pris l'arrêté N° 2017-059/PM/CAB du 29 novembre 2017 portant promotion et valorisation du Faso Dan Fani<sup>1</sup> au Burkina Faso pour encourager le port de ce pagne et soutenir le textile national.

| **Propos recueillis par David Eloy**

1. Pagne tissé en coton lourd, symbole national et promoteur du savoir-faire local.

# 80%

de la population a des revenus dépendant des produits agrosylvopastoraux et artisanaux

L'oignon fait partie des produits concernés par l'arrêté : les structures publiques doivent privilégier l'achat de l'oignon burkinabè  
© Siad



# L'arrêté Produits locaux ? Bien, mais peut mieux faire !

Les organisations paysannes burkinabè ont accueilli favorablement l'arrêté en faveur des produits locaux (pp. 66-67). Les retombées sont concrètes, même s'il reste encore beaucoup à faire.

La Confédération paysanne du Faso (CPF) a recueilli les réactions de ses organisations affiliées, actives sur les filières concernées par l'arrêté (riz, sucre, huile alimentaire, niébé, oignon, pomme de terre, haricot vert, tomate, viande et lait).

Bilan: elles se félicitent toutes de cette initiative du Premier ministre. Les premières évolutions liées à l'application de l'arrêté sur le terrain sont perceptibles, surtout en zone rurale avec une forte augmentation des commandes de riz (blanc et étuvé) passées auprès des transformatrices par les collectivités locales, dont les communes. L'État leur a transféré des ressources pour l'approvisionnement des cantines scolaires et leurs achats privilégient effectivement le riz local.

Toutefois, les organisations paysannes font aussi remonter des difficultés qu'elles éprouvent face aux procédures et au calendrier des com-

mandes publiques, parfois incompatibles avec leurs propres contraintes.

Un autre bémol: en ville, les prestataires de services pour les ateliers, séminaires, congrès et autres manifestations publiques se soustraient le plus souvent à l'arrêté. Les ministères ne sont pas encore assez regardants sur les menus proposés, ils ne vérifient pas la provenance locale des aliments utilisés. Lors de ces événements, le lait est reconstitué à partir de poudre importée, par exemple. On trouve très rarement du lait frais ou des yaourts au lait local pour les desserts.

Les organisations de la CPF préconisent la réalisation d'une étude avec des échantillons qui permettent d'avancer des chiffres au cabinet du Premier ministre et d'attirer l'attention sur les progrès qui restent à réaliser pour une application pleine et entière de l'arrêté.

| Issoufou Porgo, CPF

Le maire de Houndé devant les produits locaux destinés aux cantines  
© DR



## L'EXEMPLE DE LA COMMUNE HOUNDÉ, RÉGION DES HAUTS-BASSINS

En novembre 2017, Dissan Gnoumou Boureima, député-maire de Houndé, procédait au lancement de la distribution des vivres destinés aux cantines scolaires. Pour une valeur de près de 140 millions de FCFA, 200 tonnes de riz, 50 tonnes de haricots et 24 000 litres d'huile ont été alloués aux 74 écoles publiques et privées de la localité. Ces fonds s'inscrivent dans le cadre du transfert des ressources de l'État aux collectivités territoriales pour l'éducation. Conformément aux consignes du gouvernement, les denrées ont été achetées auprès des producteurs locaux par le biais d'associations locales céréalières. Le contrôle de la qualité a été assuré par un cabinet recruté par le ministère de l'Éducation nationale.

Extraits d'un article paru dans *Échomagazine*  
<http://echomagazine.info>



# L'exonération de TVA, une mesure au service du consommateur local ?

Publicité pour la bière à base de riz togolais  
© Brasseries du Bénin

Au Togo, la loi de finance de 2018 n'applique pas de TVA sur le riz local. Une mesure en faveur de la consommation nationale dont s'est saisie la BB Lomé (les Brasseries du Bénin).

Importante consommatrice de matières premières, la brasserie BB Lomé a d'abord appliqué sa stratégie RSE<sup>1</sup> à ses fournisseurs. Sur les conseils du ministère de l'Agriculture, elle s'est tournée vers les Esop (Entreprises de services et organisations de producteurs). Après avoir vérifié que le « Riz Délice » togolais répondait à ses exigences de qualité, la brasserie l'a substitué au riz importé et a établi un contrat avec les producteurs à hauteur de 1 000 tonnes par an.

## MESURE FISCALE INCITATIVE

La loi de finance 2018 exonère de TVA le riz local. « Nous avons fait le choix du riz local avant la promulgation de cette loi, déclare Mélissa Afi Taurinya, responsable des partenariats et de la RSE à BB Lomé. Mais c'est une mesure intéressante parce que le riz local nous coûte plus cher que le riz importé. » Cependant ce dispositif ne suffit pas à répondre aux besoins d'investissement pour développer la production nationale. « Nous aimerions produire toutes nos bières avec du riz local ! Mais la capacité d'approvisionnement est limitée, poursuit-elle. Or, la brasserie ne peut se permettre les ruptures de stocks. »

Les consommateurs apprécient le 100 % togolais. « Nous encourageons l'État à créer un label Made in Togo, souligne Mélissa Afi Taurinya, pour améliorer la

traçabilité. » Malgré un coût plus élevé, la stratégie d'achats locaux est viable. Au-delà de l'exonération fiscale, dont la pérennité n'est pas garantie, l'existence d'une demande en produits togolais devrait inciter les entreprises à « s'approvisionner local ».

## UNE OPÉRATION À ANALYSER FINEMENT

Tata Ametoenyenu, créateur de la Bobar, boutique-bar-restaurant à Lomé, rappelle que ce riz ne va pas dans l'assiette des togolais : « La bière ne se mange pas pour être rassasié ! » Et d'avertir : « Il faudrait voir à quelles conditions les Esop peuvent fournir les 1 000 tonnes à BB Lomé, tout en répondant à la demande alimentaire », aujourd'hui supérieure à l'offre grâce à l'amélioration de qualité. « D'autant que si la contractualisation permet aux Esop de régler leurs problèmes de trésorerie, il n'est pas certain que le prix soit très intéressant. » Komi Abitor, directeur d'ETD<sup>2</sup>, nuance : « La BB n'achète que 19 % de l'offre totale des Esop, et cela contribue à améliorer le revenu des producteurs. » Il défend que « la conquête des marchés urbains locaux devrait s'étendre aux agro-industries ».

Avant même ce choix du riz local, la Pils était déjà la bière la plus consommée au Togo. La campagne de communication de la brasserie a-t-elle vraiment amélioré les ventes ? « L'impact de l'exonération de TVA sur le riz local est de toute façon limité car l'incertitude sur la pérennité de cette mesure n'incite pas à investir », conclut Tata Ametoenyenu, rappelant ainsi la nécessité d'inscrire de telles politiques dans la durée.

| Marie Cosquer

1. Responsabilité sociale des entreprises : prise en compte, sur une base volontaire, des préoccupations sociales et environnementales. 2. Entreprises Territoires Développement, organisation d'appui togolaise qui promeut les Esop.

# Remettre de l'équité dans l'accès à la terre

La terre est la première richesse des paysans et des éleveurs. Sous les assauts conjugués de projets se traduisant par l'accaparement des terres, de la croissance démographique et de l'expansion urbaine, la pression foncière ne cesse pourtant de s'accroître. La sécurisation de l'accès à la terre revêt un caractère d'urgence.

**5 ans**

est la durée au-delà de laquelle une terre non valorisée doit être cédée, selon le nouveau code foncier béninois

**E**n 2008, au prétexte de répondre aux crises alimentaire et financière mondiales, une vague d'accaparement de terres a balayé la planète. Au Mali, le Projet Malibya, piloté par la Libye de Mouammar Kadhafi, préemptait 100 000 hectares en plein cœur de la zone gérée par l'Office du Niger, prétendant ainsi assurer l'autosuffisance alimentaire des deux pays. « Si [depuis], certaines des pires opérations d'accaparement de terres ont été abandonnées ou revues à la baisse, explique l'ONG Grain<sup>1</sup>, un certain nombre de nouvelles transactions apparaissent, dont beaucoup constituent le noyau dur des initiatives qui visent à repousser les frontières de l'agriculture industrielle. »

## UNE PREMIÈRE RÉPONSE NON CONTRAIGNANTE

Sous la pression de mouvements paysans et d'ONG, le Conseil de la sécurité alimentaire mondiale a adopté des *Directives volontaires pour une gouvernance responsable des régimes fonciers* (2012) et des *Principes pour l'investissement responsable dans l'agriculture et les systèmes alimentaires* (2014). Pour Olivier De Schutter, ancien rapporteur des Nations unies sur le droit à l'alimentation, ces engagements constituent de vraies avancées. Les directives « reconnaissent l'importance du droit coutumier sur les ressources naturelles, dont la terre » et les principes affirment « qu'un investissement responsable dans l'agriculture et les systèmes alimentaires est un investissement qui contribue à la sécurité alimentaire et à la nutrition<sup>2</sup> ». Mais, ce sont là des textes non contraignants.

Les pôles de croissance agricole, au cœur du noyau dur dénoncé par Grain, inquiètent le Roppa et ses membres : « Nous déplorons l'intérêt croissant des décideurs politiques d'Afrique de l'Ouest

pour le concept des pôles de croissance agricole. Il repose sur un présupposé qui voudrait que tout investissement entraîne nécessairement la croissance et que la croissance entraîne automatiquement la diminution de la pauvreté. En réalité, le choix des gouvernements conduit à promouvoir une agriculture à deux vitesses qui favorise les investissements des entreprises nationales et multinationales au détriment de ceux des exploitations familiales. »<sup>3</sup> Des inquiétudes partagées par la France qui a annoncé, le 8 février 2018, son retrait de la Nouvelle alliance pour la sécurité alimentaire et la nutrition (Nasan). S'appuyant sur l'exemple du pôle de croissance agricole de Bagré au Burkina Faso, un fonctionnaire du ministère français des Affaires étrangères déclarait au *Monde* : « L'approche de cette initiative est trop idéologique et il existe un véritable risque d'accaparement de terres au détriment des petits paysans<sup>4</sup>. »

## DES POLITIQUES FONCIÈRES PLUS OU MOINS ABOUTIES

Les États d'Afrique de l'Ouest doivent réformer leurs systèmes fonciers pour protéger les terres agricoles de la voracité des investisseurs. « Nous avons constaté que, depuis une dizaine d'années, les multinationales envahissent notre pays en passant par des investisseurs locaux. Un député va dans un village et demande la terre à ses parents pour installer une usine qui va soit disant les aider. En réalité, il la met à la disposition d'une multinationale », illustre Léopold Lokossou de la Plateforme nationale des organisations paysannes et de producteurs agricoles (Pnoppa), au Bénin. Il critique aussi ceux qui, comme certains députés ou ministres « achètent parfois jusqu'à 50 hectares de terre, mais n'en font rien. Alors qu'il y a des paysans sans terre ».



De nouvelles politiques sont donc indispensables, y compris pour remettre de l'équité dans l'accès à la terre. Le 26 mars 2018, l'Institut sénégalais de recherches agricoles (Isra) publiait un rapport sur les « critères et conditions pour une gouvernance foncière rationnelle et durable ». Ce dernier révèle que les femmes et les jeunes sont particulièrement lésés. De fait, l'accès au foncier passe principalement par l'héritage et les femmes sont souvent exclues de la cession<sup>5</sup>.

Les États ouest-africains ont entamé des processus de réforme, de manière plus ou moins volontariste. Le 23 décembre 2017, le Cadre de réflexion et d'action sur le foncier (Crafs) au Sénégal, « constatant que par décret du 16 mai 2017, la Commission nationale de réforme foncière (CNRF) avait été dissoute, plongeant ainsi le processus dans une incertitude profonde », en appelait au Président de la République pour relancer la réforme foncière<sup>6</sup>. Au Mali, une loi foncière a été adoptée mais elle ne fonctionne pas : « Nous n'arrivons pas à obtenir les fonds nécessaires pour créer des commissions foncières qui permettraient de gérer les problèmes fonciers directement dans les villages. À la place, les paysans doivent s'adresser à un système judiciaire qui est totalement corrompu et où ils perdent toujours. Ceux qui en ont les moyens achètent la justice », souligne Ibrahima Coulibaly

de la Coordination nationale des organisations paysannes (CNOP).

### BÉNIN, UN EXEMPLE À SUIVRE ET À RENFORCER

La politique foncière béninoise fait figure d'exception. Comme le raconte Léopold Lokossou, elle résulte d'une mobilisation sans faille des mouvements paysans : « Nous avons des députés acquis à notre cause. Quand le gouvernement a envoyé le projet de code foncier à l'Assemblée, ils nous l'ont fait suivre. Nous avons immédiatement réagi en organisant une conférence de presse avant que les députés ne votent. Nous avons défendu que, contrairement à ce que prévoyait le projet de code foncier, la terre appartient aux collectivités locales, pas à l'État qui s'en porte juste garant. Nous avons eu gain de cause. Nous avons proposé que le nombre maximum d'hectares détenus par un individu soit fixé à 100, le code l'a fixé à 1000. Il faut savoir que certains députés possèdent des centaines d'hectares. Par contre, nous avons obtenu que si un individu ne valorise pas les hectares en sa possession pendant cinq ans, ils peuvent lui être repris et mis à disposition de ceux qui veulent les valoriser. » Le nouveau code foncier instaure également le cadastre, une Agence nationale du domaine et du foncier (ANDF) et des commissions de gestion foncière dans chaque commune. La Pnoppa est représentée dans les conseils d'administration de l'agence et des instances villageoises. La bataille ne s'arrête pas là. « Le code foncier n'a pas précisé si le nombre d'hectares par personne était à l'échelle de la commune ou, ce que nous souhaiterions, du pays. Il doit aussi réintroduire le titre foncier parce que le dispositif actuel n'est pas sécurisé et peut être attaqué au bout de cinq ans. Petit à petit, on est donc en train de faire bouger les choses », conclut, confiant, Léopold Lokossou.

| David Eloy

Jeune fille devant une carte du projet Malibya et paysan de l'Office du Niger, Mali  
© Sven Torfinn et SOS Faim Belgique

1. Grain, *À contre courant - Accaparement mondial des terres agricoles en 2016 : ampleur et impact*, juin 2016, [www.grain.org](http://www.grain.org).  
2. « Investissement responsable : l'Onu fixe le cap ! Entretien avec Olivier De Schutter », *Altermondes*, Hors Série n° 18, automne 2014.  
3. Confédération paysanne du Faso et Roppa, Atelier régional de partage d'expériences et de réflexion sur les « pôles de croissance », Déclaration finale, 15 au 17 décembre 2016.  
4. Caramel L., « Pourquoi la France s'est retirée de la Nouvelle alliance pour la sécurité alimentaire », *lemonde.fr*, mise à jour le 13 février 2018.  
5. Ndiaye A. Ng., *Accès à la terre : l'héritage, le mode dominant au Sénégal*, Ipar, [www.ipar.sn](http://www.ipar.sn), 26 mars 2018.  
6. Crafs, *Déclaration du Crafs pour la relance du processus de la réforme foncière*, Ipar, [www.ipar.sn](http://www.ipar.sn), 24 décembre 2017.

# Le grand paradoxe

L'agriculture est un secteur vital pour les populations et l'économie ouest-africaines. Les politiques peinent cependant à se hisser à la hauteur des enjeux. Comment expliquer ce paradoxe ?



Materne Maetz  
© DR

**A**lors que l'agriculture représente souvent plus de 30 % du PIB des pays non industrialisés et qu'elle occupe la majorité de leur population active, on pourrait s'attendre à ce qu'elle soit au centre des préoccupations des gouvernements de ces pays. Or, l'agriculture y est, le plus souvent, peu soutenue, voire pénalisée.

## QUEL INTÉRÊT À GARDER LES PRIX BAS ?

Du fait de la nature des régimes politiques en place et de la faible organisation du monde rural, la rue urbaine possède un pouvoir politique qui va bien au-delà de son poids démographique.

L'alimentation représente une part importante du budget des ménages défavorisés qui peuvent consacrer plus des trois quarts de leurs revenus à la nourriture. En zone urbaine, les consommateurs sont presque entièrement tributaires du marché. L'augmentation des prix des produits alimentaires implique donc de forts risques de troubles dans les villes. En témoignent les émeutes de 2007-2008.



Edgar Déguénon  
© A. F. Taisne

## « LE LOBBYING EXISTE DANS TOUS LES PAYS »

« Beaucoup d'importateurs sont impliqués en politique. Si des députés sont directeurs d'entreprises qui importent le riz, ils ne vont pas faire de loi en faveur du riz bio ou local, ou bien ils vont la bloquer et faire en sorte que la loi ne soit jamais promulguée [...]. Je comprends les intérêts en jeu, le lobbying existe dans tous les pays. Mais l'État pourrait commencer par de petits objectifs, 2 ou 3 % de produits locaux dans les cantines universitaires et scolaires, pour amorcer une dynamique. »

| Edgar Déguénon, coordinateur de l'organisation Hortitechs et fondateur de l'Amap Bénin

Ces troubles ont pu jouer un rôle dans la déstabilisation des régimes en place, ce qui milite en faveur de prix agricoles les plus bas possibles.

Enfin, les commerçants et industriels, qui sont souvent très liés au pouvoir, ont tout intérêt à garder des prix alimentaires bas afin de contenir le niveau des salaires. Même chose pour les propriétaires fonciers, dans la mesure où ils font appel à une importante main d'œuvre, possèdent des plantations qui se spécialisent plutôt dans la production pour l'exportation et sont aussi souvent propriétaires d'entreprises non agricoles.

## CONSÉQUENCES SUR LES POLITIQUES

Ce biais urbain des politiques agricoles s'est traduit par la mise en place, dès les Indépendances, de prélèvements substantiels sur l'agriculture pour le financement de l'État. Prenons le cas du Ghana ! L'exportation du cacao était le monopole d'un office public, le Ghana Cocoa Marketing Board (Cocobod). Le cacao était payé aux producteurs moins de la moitié du prix mondial. Ce bas prix était dû à l'imposition d'une taxe à l'exportation qui représentait 25 à 40 % des recettes de l'État ghanéen dans les années 1970.

L'ouverture des marchés qui a accompagné les programmes d'ajustement structurel, et une utilisation parfois excessive de l'aide alimentaire, ont favorisé le déversement d'excédents agricoles américains et européens sur les marchés des pays pauvres, abaissant le prix de certains aliments de base, décourageant la production locale. Ces politiques eurent pour conséquence une nourriture bon marché, mais elles ont aussi fait baisser la rentabilité du secteur agricole, réduisant son attrait et dissuadant les investissements privés qui auraient pu le développer et améliorer sa stabilité et sa compétitivité.

Cette configuration défavorable au monde rural a aussi parfois entraîné l'émergence d'alliances entre responsables politiques, opérateurs nationaux, organismes de financement du développement et investisseurs étrangers.

| Materne Maetz, économiste agricole<sup>1</sup>

1. Ancien élève de l'Institut national agronomique de Paris-Grignon, Materne Maetz a travaillé plus de trente ans pour la FAO et anime depuis 2012 le site [www.lafaimexpliquee.org](http://www.lafaimexpliquee.org).

# Achats institutionnels : un défi stratégique

Aide alimentaire d'urgence, stocks de sécurité nationaux, approvisionnement des cantines scolaires et des administrations... L'État est régulièrement amené à réaliser d'importantes commandes agricoles et alimentaires. Le marché public est un marché stratégique que les organisations de producteurs doivent conquérir.

« Dans nos pays, les discussions portent souvent sur la recherche de marchés pour écouler nos produits agricoles. Or, en dehors des marchés locaux, nos premiers marchés, ce sont nos propres institutions », assène Léopold Lokossou, président de la Plateforme nationale des organisations paysannes et de producteurs agricoles (Pnoppa), au Bénin<sup>1</sup>. Partout dans le monde, les pouvoirs publics attribuent des contrats de fourniture alimentaire aux cafétérias, hôpitaux, prisons, écoles, universités et développent des programmes sociaux tels que les transferts en nature ou les restaurants sociaux. Selon l'OCDE, les pays riches dépensent en moyenne 12 % de leur PIB dans les marchés publics contre un peu moins dans les pays en développement. « Force est de constater que ces institutions s'approvisionnent encore beaucoup en produits importés », regrette le leader ouest-africain, dont l'organisation, à l'instar de nombreuses autres dans la sous-région, mène un plaidoyer pour la préférence aux produits agricoles locaux dans les achats institutionnels. Beaucoup reste à faire mais le tableau n'est pas totalement noir.

Les gouvernements ouest-africains et les organisations internationales ont pris conscience de la nécessité de privilégier les produits locaux dans les achats publics. Depuis 2003, le Programme détaillé pour le développement de l'agriculture en Afrique du Nepad inclut un volet soutenant l'alimentation scolaire à base de produits locaux. Son objectif : fournir une alimentation adéquate à quelque 50 millions d'écoliers africains, tout en stimulant plus largement la production alimentaire locale. De 2008 à 2013, le Programme alimentaire mondial (Pam) a expérimenté dans 21 pays l'initiative « Achats au service du progrès » (*Purchase for progress*, P4P), qu'il cherche aujourd'hui à généraliser<sup>2</sup>. Quant aux chefs d'État et de gouver-

nement de la Cedeao, ils ont voté en février 2013 la création d'une réserve régionale de sécurité alimentaire, complémentaire des stocks de proximité et des stocks nationaux de sécurité alimentaire et principalement composée de produits locaux<sup>3</sup>.

## UN DÉCALAGE ENTRE AMBITIONS ET MOYENS

Les organisations de producteurs ouest-africaines ne manquent pas de s'inscrire dans ces initiatives. Le Cadre régional de concertation des ruraux (CRCR) de Dakar, en partenariat avec le Grdr, a développé un projet d'approvisionnement des cantines scolaires par des circuits courts, baptisé Sadmad. « Au Sénégal, une politique d'alimentation scolaire promeut les produits locaux, mais elle peine à être mise en application, souligne Dominique Laure, chargée de projets au Grdr à



Stock de niébé local acheté par le Pam, Mali  
© WFP/Cecilia Aspe

# 50%

du coût de production: c'est le prix auquel l'Onasa revend le riz acheté aux Esop

Dakar. En 2015, la Division des cantines scolaires (DCAS), rattachée au ministère de l'Éducation, a mobilisé pour la première fois un budget pour des cantines scolaires à Dakar. Il n'a servi qu'à l'achat de produits importés (*corned beef*, petits pois, lentilles en boîtes, etc.)! » L'année suivante, la DCAS réussit à mobiliser un budget plus important qui permet d'acheter quelques produits locaux (mil, maïs, niébé). « Ce que propose le Pam ne suffit pas, complète Mamadou Niokane, son collègue. Malheureusement, on continue d'approvisionner ces cantines en produits importés<sup>4</sup>. »

Le projet Sadmad expérimente sur cinq cantines un nouveau mécanisme d'approvisionnement. Le CRCR de Dakar joue le rôle d'intermédiaire entre les organisations de producteurs et les comités de gestion des écoles. Des prix sont négociés pour la fourniture de produits frais et de qualité. Des contrats définissent ensuite la quantité, la qualité et la fréquence de livraison. Les premiers résultats sont probants: présence accrue des élèves à l'école, changements de leurs habitudes alimentaires, modification des pratiques culinaires des cuisinières... En revanche, la pérennité du dispositif reste incertaine. En cause: la difficulté à mobiliser les partenaires sur la durée, la fragilité des comités de gestion, la lourdeur et le coût du dispositif. « Il ne pourra être pérenne et démultiplié

Cantine de l'école Matar Seck dans la région de Dakar, Sénégal  
© Grdr



que si l'État et les collectivités locales y voient un intérêt et mettent des moyens conséquents. Les cantines scolaires sont inscrites dans la stratégie nationale de protection sociale. Les orientations politiques ne se matérialisent pas dans les faits. D'où l'importance du plaidoyer », conclut Dominique Laure.

## DES DÉFIS BIEN RÉELS POUR LES PRODUCTEURS

« Les achats institutionnels sont l'un des meilleurs "outils commerciaux" que nos pays doivent développer », insiste Seydou Keita de la Plateforme nationale des producteurs de riz (PNPR) du Mali, avant d'en énumérer les avantages: la valorisation de la production locale, qui entraîne le développement des filières et une source de revenu équitable pour l'ensemble des acteurs, l'instauration de l'habitude de consommer des produits locaux et une professionnalisation supplémentaire des acteurs en leur donnant la capacité de mieux structurer les offres de stocks et la maîtrise des cahiers des charges. Mais le potentiel est tout aussi réel que les défis qu'il impose.

« L'adoption de normes de qualité par les pays est un facteur très déterminant pour convaincre les institutions de développer ces achats », souligne Claire Kabore, du Gret au Burkina Faso. Les organisations de producteurs doivent donc s'adapter aux exigences liées à la qualité des produits et au respect des commandes, tout comme à la lourdeur des démarches afférentes aux marchés institutionnels. Les procédures et formalités liées aux achats par l'Office des produits agricoles du Mali (Opam) sont longues et parfois complexes à comprendre pour les OP, précise Christophe Brismé de SOS Faim Belgique, qui se remémore une expérience: un long délai s'était écoulé entre la fixation du prix contractuel et la période réelle d'achat par l'Opam. Entre temps, les prix du marché avaient progressé, ce qui a limité les livraisons par les exploitants individuels à leur organisation car ils ont préféré vendre hors contrat à un prix plus élevé. L'absence de préfinancement des récoltes, tout comme les délais de paiement pénalisent fortement les petits producteurs. « Dans un environnement où le contrat d'achat de l'institution n'arrive pas toujours à servir de garantie pour emprunter, le financement de la collecte primaire du stock devient problématique, confirme Idrissa Nacambo, de Fert. Certaines institutions peuvent aussi mettre trois semaines voire un mois après la livraison pour payer les organisations de

## SI LES OP NE SONT PAS BIEN OUTILLÉES DANS LEURS RÔLES ET LEURS COMPÉTENCES, CELA PEUT LES FAIRE ÉCLATER

producteurs. Cela n'incite pas à aller vers un marché institutionnel. »

### UN PRIX D'ACHAT PAS TOUJOURS JUSTE

Au regard des exigences de qualité fixées par les institutions (et des adaptations que doivent en conséquence entreprendre les producteurs), les prix pratiqués paraissent souvent trop bas, « couvrant parfois à peine les charges supplémentaires de reconditionnement des produits agricoles », indique Idrissa Nacambo. Malick Diallo, d'Initiatives Conseils Développement (ICD) au Mali confirme que l'Opam achète des quantités importantes de céréales auprès des groupements de producteurs mais très souvent à des prix plus bas que ceux pratiqués sur les marchés locaux. Les grands achats du Pam et des organisations internationales se font dans le même état d'esprit. Le Pam affirme travailler à l'amélioration de ses procédures pour s'assurer que la planification des achats ne crée pas de distorsions sur les marchés. Toutefois, rappelle Damien Fontaine, chargé du suivi-évaluation du Programme P4P jusqu'en 2017, « l'élaboration des prix est un problème complexe. Les achats auprès des petits producteurs doivent satisfaire à deux besoins parfois opposés : le Pam souhaite, d'une part, acheter au prix le plus bas afin de pouvoir nourrir un nombre maximal de bénéficiaires et, d'autre part, offrir un prix attractif aux petits producteurs pour stimuler la production agricole et contribuer à augmenter le revenu des producteurs ».

Émile N. Houngbo, agroéconomiste à l'Université nationale d'agriculture de Porto Novo, au Bénin, pointe aussi un problème de concurrence sur les marchés quand l'institution décide de revendre les produits qu'elle a achetés, pendant que les producteurs continuent de vendre les leurs sur le marché. Et le chercheur d'évoquer la concurrence entre l'Office national d'appui à la sécurité alimentaire (Onasa) et les Esop (Entreprises de services et organisation de producteurs) au Bénin : « L'Onasa achète du riz à des Esop et, après conservation, le revend sur le marché aux populations démunies à 200 FCFA le kilo (contre un coût de production de 420 FCFA), pendant que les Esop vendent le même riz à 520 FCFA. »

« Les enjeux des achats institutionnels sont importants, convient Némaoua Banaon, du Gret au Burkina Faso. Mais si les organisations de producteurs ne sont pas bien outillées dans leurs rôles et leurs compétences, cela peut les faire éclater. » Pour pouvoir négocier les conditions de vente et de



Stock de riz local du Sexagon, Mali  
© SOS Faim Belgique

contractualisation au sein des relations commerciales, l'union, seule, peut faire la force.

### RECOMMANDATIONS AUX GOUVERNEMENTS

Les mouvements paysans s'organisent pour relever le défi de la commande publique, véritable levier pour le développement du consommateur local. Au regard des enjeux, le soutien des pouvoirs publics est indispensable. Or, comme le souligne Olivier De Schutter, ancien rapporteur des Nations unies sur le droit à l'alimentation<sup>5</sup> : « Les politiques de marchés publics "favorables aux pauvres", sans parler de celles qui visent spécifiquement à réaliser le droit à l'alimentation, n'ont jamais figuré de manière préminente dans les politiques de développement de la

### EN PHASE AVEC LA RÉALITÉ DES MARCHÉS ?

**Beaucoup d'achats institutionnels et de ventes à prix sociaux suivent des timings et des logiques de mise en œuvre insuffisamment adaptés à la réalité des marchés et qui nuisent souvent aux producteurs et aux commerçants locaux. Par exemple, en 2012, dans le cadre de son intervention à la suite de la crise malienne, le Pam réalisait d'importantes distributions de denrées alimentaires. N'ayant pas fini ses distributions lors de la période de soudure, il les a prolongées en pleine période de récolte (alors même qu'elles étaient abondantes), favorisant la baisse des prix de vente des producteurs et créant les conditions de l'insécurité alimentaire pour la période de soudure suivante...**

**| Pierre Ricau, chargé de mission, Nitidae (ex-Rongead)**

## PRINCIPES POUR LES ACHATS PUBLICS

En 2014, Olivier De Schutter, rapporteur spécial de l'Onu sur le droit à l'alimentation a défini cinq principes pour aligner les modalités des achats publics avec les exigences du droit à l'alimentation.

Les exigences du droit à l'alimentation	Principes pour les marchés publics
Cibler les groupes vulnérables à l'insécurité alimentaire, en particulier les petits producteurs	<b>Principe n° 1</b> S'approvisionner préférentiellement auprès de petits producteurs et renforcer leurs capacités d'accéder aux offres
Améliorer l'accessibilité des denrées	<b>Principe n° 2</b> Garantir des salaires décent ainsi que des prix justes et rémunérateurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement alimentaire
Garantir des régimes alimentaires adéquats	<b>Principe n° 3</b> Définir des exigences spécifiques pour des régimes alimentaires adéquats
Garantir la durabilité environnementale	<b>Principe n° 4</b> S'approvisionner localement à chaque fois que possible et imposer aux fournisseurs qu'ils produisent de la nourriture selon des méthodes durables
Garantir la participation, la redevabilité, l'empowerment et la cohérence dans l'élaboration des politiques	<b>Principe n° 5</b> Accroître la participation et la redevabilité dans le système alimentaire

Source: De Schutter O., *The power of procurement – Public purchasing in the service of realizing the right to food*, Briefing Note 08, avril 2014.

plupart des États et des agences internationales. » La communauté internationale s'était pourtant engagée en ce sens: « Parmi les quatre initiatives à effet rapide qui devaient être mises en œuvre pour atteindre les Objectifs du millénaire pour le développement, le Sommet mondial de 2005 comprenait l'expansion de "programmes locaux de repas scolaires, utilisant des produits locaux là où c'est possible". »

En 2014, Olivier De Schutter formulait cinq recommandations pour aligner les modalités des achats publics avec les exigences du droit à l'alimentation (voir tableau), principes toujours d'actualité, à commencer par le premier: s'approvisionner en priorité auprès des petits producteurs, tout en cherchant à renforcer leurs capacités dans différents domaines (conservation, contrôle qualité, connexion aux marchés, etc.). Papa Seck, du Grdr en Guinée-Bissau, abonde: « Les institutions doivent, en préalable à toute forme de relation commerciale,

soutenir les organisations de producteurs dans leurs efforts de mise en place de dispositifs organisationnels adéquats pour garantir un accès à une information fiable et en temps réel sur les marchés, et les outiller de manière à satisfaire durablement au cahier des charges des produits et à s'inscrire dans une démarche qualité. »

S'inspirant de la démarche du commerce équitable, le rapporteur a même proposé d'adopter un nouveau mécanisme de fixation des prix: « Le producteur devrait se voir garantir un prix minimum fixe basé sur la nécessité de couvrir des coûts de production soutenables et d'assurer un salaire décent à tous les travailleurs concernés (y compris aux membres de la famille, le cas échéant), mais les prix payés par l'acheteur devraient être plus élevés si les prix du marché augmentent. Les contrats de commerce équitable sont également à long terme, permettant des pratiques de planification et de production durable<sup>6</sup>; ils sont le résultat d'une négociation avec les organisations paysannes et les fournisseurs reçoivent une part substantielle du paiement à l'avance. »

### DANS UNE PERSPECTIVE DURABLE

« Nous sommes conscients que certaines opérations, notamment celles portées par le Pam ou Catholic Relief Services (CRS) vont tôt ou tard s'arrêter, analyse Ousseini Ouédraogo, secrétaire exécutif du Roppa. Il est donc important que les expériences soient capitalisées et valorisées pour une prise en charge pérenne dans les politiques nationales. Cela suppose la mise en place d'un plaidoyer par les acteurs. » Pour Seydou Keita, les axes sont clairement identifiés: institutionnaliser les achats pour éviter le risque « que l'État se lève un beau matin et décide de ne pas acheter du riz local », réguler les importations « surtout dans le contexte où les achats se font pour la constitution de stocks d'intervention de l'État », et pérenniser le processus en couvrant les besoins des cantines scolaires mais aussi de l'armée, des prisons, etc. « Le véritable défi des achats institutionnels n'est pas seulement de construire une relation commerciale (souvent opportuniste), mais plutôt de la rendre durable stratégiquement », conclut Papa Seck.

| David Eloy

1. Sauf indication contraire, toutes les citations de l'article sont issues de la discussion n° 4 « Achats institutionnels », lancée par le forum Roppa-Pafao, du 19 septembre au 31 octobre 2016. 2. Lire « Nous ne voulons plus susciter de fausses attentes », entretien avec Gianluca Ferrera du Pam, p. 77. 3. Lire « L'agriculture, priorité politique ouest-africaine », p. 58. 4. Les propos de Dominique Laure et Mamadou Niokane sont tirés de: « Au Sénégal, des cantines scolaires proposent des produits locaux », entretien paru sur [www.alimenterre.org](http://www.alimenterre.org) en juin 2016. 5. De Schutter O., *The power of procurement – Public purchasing in the service of realizing the right to food*, Briefing Note 08, avril 2014. 6. Le rapporteur recommandait également que « les systèmes de passation des marchés publics [favorisent] les aliments issus de sources durables, en accord avec la nécessité d'opérer une transition vers des modes de production sobres en carbone et à faibles intrants, y compris les pratiques agroécologiques ».

# « Nous ne voulons plus susciter de fausses attentes »

Le Programme alimentaire mondial achète pour plus d'un milliard de dollars de vivres par an. Depuis 2008, il tâche de s'approvisionner aussi auprès des petits producteurs. Entretien avec **Gianluca Ferrera**, conseiller principal du Programme P4P.

## **Pour quelles raisons, en 2008, le Programme alimentaire mondial (Pam) lance-t-il l'initiative Purchase for Progress (P4P)<sup>1</sup>, qui cible les petits producteurs locaux ?**

Chaque année, le Pam achète en moyenne entre 1,2 et 1,3 milliard de dollars de vivres. Plus de 50 % des achats se font dans la région ou le pays où ils seront distribués. Avant le P4P, les conditions relatives aux garanties, quantités et délais de livraison étaient telles que les petits producteurs ne pouvaient pas participer aux appels d'offre du Pam. La plupart se voyaient donc imposer des prix par des intermédiaires, qui nous revendaient les denrées en conservant l'essentiel de la marge. P4P est un projet pilote qui visait à acheter directement auprès des petits producteurs, et ainsi les payer à un prix beaucoup plus rémunérateur qui les encourage à investir.

## **En 2015, au terme de cette expérimentation, quels étaient les résultats ?**

Le Pam s'est fixé comme objectif d'arriver globalement à 10 % d'achats auprès des petits producteurs. Grâce au P4P, nous sommes actuellement autour de 2 %. Dans certains pays d'Afrique de l'Est, nous sommes même à 20 %. Il faut que notre demande soit stable et prévisible (3 à 5 ans) pour que les petits producteurs puissent investir et nous offrir des produits de qualité. Or, notre besoin en aide alimentaire peut baisser fortement, tout simplement parce que la situation s'améliore ou parce que le Pam remplace l'aide en nature par des transferts monétaires.

En Afrique de l'Ouest, nous avons ciblé cinq pays : le Burkina Faso, le Ghana, le Liberia, le Mali et

la Sierra Leone. Au Mali, la demande a été plus ou moins stable. Entre 2008 et 2016, nous avons acheté 57 000 tonnes de céréales auprès des petits producteurs. Par contre, dans des pays côtiers, comme le Liberia ou la Sierra Leone, nous avons observé une baisse importante de la demande. Dans le cadre du P4P, notre principale préoccupation était de lier les petits producteurs à la demande du Pam. Or, si notre demande globale est stable, elle peut fluctuer pour un pays donné, nous obligeant parfois à réduire nos achats de façon importante, avec des conséquences négatives pour les petits producteurs qui nous fournissaient.

## **Quelles conclusions en avez-vous tirées ?**

La demande du Pam peut certes être un *push* pour les petits producteurs, mais elle ne peut constituer un marché en soi sur le long terme. Nous ne voulons plus susciter de fausses attentes en faisant croire aux paysans qu'un « grand marché » est disponible durablement. La vision, qui soutient notre plan stratégique 2017-2021, consiste à les connecter le plus possible aux marchés, publics comme privés. Le Pam peut jouer un rôle important pour faciliter ces connections entre petits producteurs et potentiels acheteurs publics et privés. Pour nos propres achats, nous avons décidé d'être prudents et de n'investir que là où la demande sera importante dans les prochaines années. Nous avons identifié 32 pays, parmi lesquels 26 en Afrique, dont la demande en céréales, légumineuses et produits frais (fruits et légumes) sera relativement stable dans les cinq prochaines années, que ce soit pour des programmes d'urgence ou de développement. Nous étudions maintenant les stratégies d'approvisionnement en nous

# 2%

des achats du Pam se font auprès des petits producteurs locaux

1. Achat pour le progrès



Gianluca Ferrera  
entouré de  
l'équipe du Pam  
à Man,  
Côte d'Ivoire  
© DR

demandant systématiquement si nous pouvons acheter localement, dans quels pays, auprès de quelles organisations paysannes ou organisations de transformation, etc. Les prix à payer aux petits producteurs sont liés aux prix de marchés nationaux, pour ne pas introduire de distorsions. Des primes pourraient être payées au cas par cas.

### Quelles sont les autres évolutions en cours ?

Beaucoup de choses ont changé ces dix dernières années. En 2008, le Pam ne faisait que de la distribution d'aide alimentaire. Aujourd'hui, au lieu de distribuer de la nourriture, nous donnons aux bénéficiaires l'équivalent de la ration en argent ou en bons pour qu'ils s'approvisionnent sur les marchés locaux. Ce dispositif représente aujourd'hui 40 % de notre portefeuille. D'ici quelques années, il devrait atteindre 50 %. Là où les marchés fonctionnent, là où il n'y a pas de pénuries de vivres, il est en effet plus économique de distribuer de l'argent liquide ou des bons plutôt que des vivres venus des pays voisins. Mais de fait, cela a beaucoup réduit nos achats directs de denrées.

Distribution  
du Pam à Banki,  
Nigeria  
© WFP/Amadou  
Baraze



### Le Pam ne perd-il pas ainsi un levier de soutien aux petits producteurs ?

Avant d'opter pour cette démarche, nous faisons évidemment des analyses de marché. Si les résultats ne sont pas probants, nous continuons à distribuer de l'aide alimentaire en nature. En Afrique de l'Ouest, nous expérimentons cette démarche au Tchad et au Niger, où les transferts monétaires sont maintenant bien développés. Nous expérimentons également des programmes dans les camps de réfugiés jordaniens et turcs. La quasi-totalité de la distribution se fait *via* des transferts monétaires ou des bons avec lesquels les réfugiés achètent leur nourriture dans des boutiques privées. Nous sommes en train de voir si ces dernières peuvent s'approvisionner en partie auprès de petits producteurs locaux. Nous incitons enfin ces producteurs à faire de la vente directe, à organiser des marchés, le jour où l'argent et les bons sont distribués.

### Quelle collaboration entretenez-vous avec les gouvernements ?

Le Pam est en train de transformer son mode d'intervention. Beaucoup de gouvernements d'Asie, d'Amérique latine et d'Afrique sont en train de prendre le relais dans la gestion des programmes de protection sociale et d'urgence, et nous leur fournissons une assistance technique. Là où les gouvernements marquent un intérêt à s'engager dans le développement de programmes d'achats institutionnels auprès des petits producteurs, nous appuyons la mise en place de cadres de concertation élargis, incluant le secteur privé et les représentants des marchés publics, pour discuter de la connexion de ces producteurs à des demandes beaucoup plus stables. C'est le cas pour exemple en Afrique de l'Ouest. Or, pour que ces programmes fonctionnent bien, les gouvernements doivent adopter un ensemble de mesures créant un environnement politique et législatif favorable. Il faut non seulement des politiques agricoles qui placent la petite agriculture en leur centre mais aussi, plus globalement, des politiques publiques pro « petits paysans » (par exemple, pour l'accès au crédit). C'est extrêmement compliqué. Les représentants du Pam mènent donc un plaidoyer auprès des gouvernements afin qu'ils facilitent la concertation pour la mise en place de ces politiques.

| Propos recueillis par David Eloy

# Des normes de qualité pour protéger les producteurs

La malnutrition chronique touche près d'un enfant burkinabè sur trois. Les producteurs locaux de compléments alimentaires et de farines infantiles ont réussi à pénétrer le marché des achats institutionnels. Entretien avec **Tahirou Traoré**, responsable des programmes de santé et nutrition du Gret au Burkina Faso.

## Pourquoi le Gret utilise-t-il des céréales locales dans la fabrication des farines infantiles ?

Pour développer des compléments nutritionnels, il faut tenir compte des habitudes alimentaires. Les populations préfèrent généralement les produits fortifiés à base de céréales ou légumineuses locales (mil, sorgho ou niébé) à ceux à base de blé. Les produits importés sont également hors de portée. On trouve dans nos pays des farines fabriquées par Nestlé ou Danone qui coûtent trois à cinq fois plus cher que la farine produite localement. Sachant que du point de vue nutritionnel, ces produits sont identiques.

## Menez-vous un plaidoyer pour que les farines infantiles locales soient privilégiées dans les achats institutionnels ?

Tout à fait. Le Pam a des programmes d'assistance alimentaire qui commandent des produits importés. Grâce à notre plaidoyer, couplé aux actions du gouvernement, ces programmes tendent de plus en plus vers les achats de farines infantiles locales. Le Gret et le Pam soutiennent également une petite entreprise burkinabè pour qu'elle produise une farine respectant les standards de qualité du Pam. Notre plaidoyer cible également Echo<sup>1</sup> et la plupart des ONG internationales présentes au Burkina Faso, afin qu'ils s'approvisionnent localement pour l'aide alimentaire qu'ils distribuent aux ménages pauvres.

## Les farines infantiles locales ne répondent-elles pas aux exigences du Pam ?

Le Pam a développé depuis plusieurs années ce qu'il appelle des « super-céréales ». Nous avons comparé leur formule avec celle des farines infan-

tiles locales actuellement sur le marché. Les bouillies et les farines produites localement ont des densités énergétiques un peu plus élevées que les super-céréales du Pam. Pour répondre aux exigences internationales, nous incorporons en effet une source d'amylase qui permet d'augmenter la densité énergétique: 100 kcal pour nos bouillies contre 70 pour celles du Pam. Nous avons proposé au Pam de reformuler ses super-céréales, mais pour le moment, il préfère rester sur sa gamme. Cette petite entreprise va donc produire deux types de farines: la première correspondant à notre formule qui est vendue dans les réseaux classiques de commercialisation, et la seconde répondant aux exigences du Pam pour ses propres programmes. Par contre, les deux formules seront fabriquées à partir de produits locaux.

## Comment menez-vous votre plaidoyer vis-à-vis du Pam ?

Jusque récemment les capacités de production des petites entreprises burkinabè étaient limitées et le Pam n'était pas prêt à accompagner leur développement. Malgré tout, des personnes du Pam, favorables au développement de ces unités de production, ont conduit un certain nombre d'études pour permettre d'améliorer la qualité des produits. Le plaidoyer mené par les ministères burkinabè de la Santé et de l'Agriculture, avec notre soutien, ont convaincu le bureau régional du Pam de lancer un projet pour favoriser la production et l'achat au niveau local. Très récemment, le Gret et le Pam ont également publié un article consacré à l'incor-



Tahirou Traoré  
© DR

## « UN PROJET DE LOI VIENT D'ÊTRE PRÉSENTÉ »

« En juin 2018, nous avons organisé la visite d'une unité de production par des parlementaires burkinabè. Nous voulions les amener à lever les taxes sur les minéraux et vitamines qui sont incorporés dans les farines infantiles et pour lesquels nous n'avons pas d'autre choix que l'importation. Un moyen de baisser le coût des farines infantiles et de les rendre plus accessibles aux populations vulnérables. Un projet de document de plaidoyer devant aboutir à un projet de loi a d'ailleurs été présenté au parlement. »

| Tahirou Traoré, Gret

poration des amylases dans les farines infantiles dans une revue scientifique internationale. Cette publication, qui montre que la technique améliore la qualité nutritionnelle des farines, a fait bouger les lignes au sein de l'organisation. En janvier 2018, nous nous sommes rendus au Tchad, à la demande du Pam, pour développer des farines infantiles locales qui entreraient dans leur panier alimentaire. En résumé, même s'il ne s'est pas encore fixé d'objectif chiffré, le Pam amorce le renforcement de la production locale de farines infantiles.

### Quels sont les autres axes de votre plaidoyer ?

Nous avons travaillé pendant plusieurs années pour que les compléments alimentaires de bonne qualité figurent dans les politiques de nutrition et de sécurité alimentaire au Burkina Faso. Nous avons participé aux différentes étapes de l'élaboration de ces textes. Nous avons également porté un plaidoyer auprès du ministère de la Santé pour qu'au niveau de chaque formation sanitaire, les agents de santé soient informés de l'existence de ces produits fortifiés locaux et en encourageant la consommation auprès des populations, en complément de l'allaitement maternel et de pratiques de diversification alimentaire. Nous continuons de mener des actions

#### Ci-dessus

Bouillie fortifiée à base de produits locaux, Burkina Faso

© Gret

#### Ci-dessous

Aliments fortifiés fabriqués en France lors d'une distribution au Nigeria

© WFP/Amadou Baraze



auprès du ministère pour qu'il s'implique plus dans la sensibilisation des populations à l'alimentation des enfants. Enfin, le Gret participe à différents cadres de concertation avec des partenaires techniques et financiers, qui sont autant d'occasion de plaider pour les farines infantiles locales.

### Votre plaidoyer porte-t-il aussi sur la qualité des produits ?

Le Gret a travaillé avec l'Agence burkinabè de normalisation pour élaborer des normes de qualité (nutritionnelle, bactériologique, physicochimique) pour les farines infantiles. Le travail se prolonge aujourd'hui avec le développement de la certification des produits pour donner confiance aux consommateurs. Avec l'Agence, nous avons aussi mené un gros travail de plaidoyer auprès de l'Uemoa pour que la norme burkinabè relative aux farines infantiles soit transposée dans l'ensemble des pays de l'Union. Nous nous activons maintenant pour sa transposition au niveau de la Cedeao. À partir de l'exemple du Burkina Faso, nous sommes donc parvenus à obtenir des normes de qualité pour protéger les producteurs et les consommateurs de toute la sous-région. Là aussi, ce sont des résultats qui encouragent le Pam à travailler avec nous.

### Quel appui attendez-vous de la part de l'État ?

Nous avons besoin d'un grand coup de main pour faciliter l'accès des unités de production au crédit et leur donner les moyens de promouvoir ces produits. La levée des taxes sur certains intrants permettrait de baisser le coût et de faciliter l'accès à certaines populations. On pourrait enfin passer par les réseaux de l'État, les ONG et les médias pour faire connaître ces produits de qualité auprès des populations, tout en sensibilisant à l'importance de l'allaitement maternel et d'une alimentation diversifiée et équilibrée<sup>2</sup>. L'État peut probablement encourager ses propres programmes de protection sociale à distribuer des produits locaux aux ménages pauvres et très pauvres, qui ne peuvent les acheter.

| Propos recueillis par David Eloy



1. Agence de l'aide d'urgence de l'Union européenne.

2. En adéquation avec le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel, adopté par l'OMS, et les résolutions afférentes.

# La nécessité d'un portage collectif

« Les batailles du consommateur local » : l'expression n'est en rien anodine ou fortuite. L'Afrique de l'Ouest fait face à de multiples défis démographiques, écologiques, alimentaires et nutritionnels. En 2050, elle devra nourrir 815 millions d'habitants avec moins de paysans. Selon la FAO, cela signifie qu'elle devra plus que doubler sa production agricole ! D'ici 2024, la région abritera également plus du tiers de la population sous-alimentée de la planète, contre un quart aujourd'hui, selon l'OCDE et la FAO. L'augmentation de la demande de produits alimentaires, les changements dans les habitudes alimentaires induisent une croissance rapide des importations nettes de produits alimentaires : elles passeront de 35 milliards de dollars en 2015 à plus de 110 milliards de dollars à l'horizon 2025 selon la Banque africaine de développement (Bad). Si on y ajoute le risque d'une hausse des cours des produits agricoles, la conjonction de ces facteurs a de quoi rappeler le contexte des « émeutes de la faim » qui ont secoué l'Afrique subsaharienne en 2008.

La consommation des produits locaux n'en est pas moins en forte progression, grâce à de multiples initiatives. Les pages qui précèdent en témoignent : des acteurs s'engagent dans l'agroécologie, structurent les filières, créent des alliances au sein de systèmes alimentaires territorialisés. Tous les maillons des chaînes de valeur sont concernés, de l'exploitation familiale aux marchés territoriaux ou nationaux.

C'est la promotion d'un système agricole et alimentaire, reposant sur l'agriculture familiale, paysanne et durable, qui est en jeu, avec ses multiples impacts quant à la création d'emplois, en particulier ceux des femmes et des jeunes. C'est la défense d'un modèle qui s'avère le mieux à même de répondre au double défi de la croissance démographique et de l'adaptation aux bouleversements climatiques et environnementaux. C'est enfin un combat pour la souveraineté alimentaire et pour un horizon plus juste, afin que la valeur créée soit mieux répartie de l'amont à l'aval des filières.

Pourtant des inquiétudes demeurent. La progression du consommateur local se joue sur « un champ de bataille ». Malgré les innovations porteuses dans la qualité et la présentation, le marketing, la labellisation, les achats institutionnels, etc., les produits locaux peinent encore à se faire une place au soleil dans les marchés. La somme des expériences présentées ici permet d'en identifier les raisons, liées à une série de contraintes : (i) la hausse des importations alimentaires ; (ii) l'arrivée massive de la grande distribution ; (iii) le développement de l'agriculture industrielle et ses conséquences sur l'accaparement des terres et l'environnement ; (iv) la consommation extravertie à cause d'une préférence encore importante pour les produits importés ; (v) le déficit d'application de politiques commerciales régionales plus protectrices et de politiques nationales de soutien aux produits locaux ; etc.

Loin de nous décourager, ces obstacles et les exemples dépeints dans cette publication donnent des pistes pour inverser la tendance. Restons en alerte sur les initiatives

qui se multiplient, car elles nous révèlent les usages ingénieux des technologies pour atteindre de nouveaux publics, des expériences de sensibilisation exemplaires qui encouragent le *faire pour sentir et changer* (cuisiner, goûter, cultiver...), et des alliances à reproduire. De leur côté, les pouvoirs publics peuvent participer à ce changement d'échelle, en agissant au bénéfice du consommateur local aussi bien en tant qu'acheteurs que régulateurs.

Mais nous y trompons pas : gagner la bataille du consommateur local appelle tous les acteurs à jouer un rôle, en Afrique de l'Ouest comme en Europe. Le président du Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest (Roppa) le rappelait dans sa préface, « pour réactiver ce moteur central de notre développement » la responsabilité est triple : elle est à la fois celle des acteurs des chaînes de valeur des productions agrosylvopastorales, halieutiques et alimentaires (producteurs, transformateurs, commerçants...), celle des consommateurs et celle des autorités publiques aussi bien au Nord qu'au Sud. Ces alliances sont essentielles pour construire des stratégies à court, moyen et long termes car la frénésie actuelle sur le consommateur local est une avancée conjoncturelle qui a besoin d'une consolidation structurelle.

Le programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) contribue à cette dynamique multiacteurs en soutenant les innovations locales et paysannes, en animant leur capitalisation participative, en s'attaquant à l'enjeu de leur mise à l'échelle, en articulant son action avec celle d'alliés : le Roppa, Seed Foundation, le programme Joint Action for West-Africa (Jafowa), entre autres. Cette publication en est une illustration concrète.

La décennie de l'agriculture familiale constitue un contexte favorable pour poursuivre les synergies notamment à travers le chantier sur les conditions de mise à l'échelle des innovations porteuses. L'engagement de tous dans ces dynamiques est une façon de contribuer à relever le défi du consommateur local au bénéfice de l'Afrique de l'Ouest dans son ensemble.

Fanmilk, des produits laitiers à partir de poudre importée, Togo.  
© Yves Le Bars



# découvrir

## RENCONTRE AVEC CELLES ET CEUX QUI ŒUVRENT À L'ESSOR DU CONSOMMER LOCAL

La sagesse populaire le reconnaît : si seul, on va vite, ensemble on va loin... La **carte « Ensemble au service de la solidarité » (p.84)** montre les liens entre organisations ouest-africaines et européennes qui portent en tandem les initiatives soutenues par le programme Pafao. Ces organisations échangent, pour capitaliser : transformer leur expérience en connaissance utile au-delà du seul périmètre des projets. La publication de 2014, *Nourrir les villes, défi de l'agriculture familiale*, valorisait l'expertise de terrain sous forme de « fiches-innovation ». Ici, c'est une série d'**entretiens (p. 86)** et de **citations (p. 124)** qui donne la parole aux femmes et aux hommes œuvrant avec leurs équipes et leurs partenaires à l'essor du consommer local. Forum en ligne commun et séminaires co-organisés avec le Roppa : la communauté de capitalisation ne cesse de s'élargir. D'autres initiatives ont rejoint cette « mutuelle de connaissance » sur le consommer local : celles soutenues par **Seed Foundation (p. 106)** et celles, en faveur de l'agroécologie, financées par un programme porté par des fondations européennes et américaines sous la présidence de la Fondation de France, Joint action for West Africa — **Jafowa (pp. 90, 93, 102,124)**.

## BELGIQUE

Autre terre, Solidagro, SOS Faim Belgique, Veco/Rikolto

Acting for life, Adésaf, Afdi Aquitaine, Afdi BN,

SUISSE

ADC-CH, JED

ROYAUME-UNI

United Purpose

PAYS-BAS

Agriterra, Asap, Icrta

ITALIE

Aleimar, CISV, RC

FRANCE

Rongead, Sel, Siad, Sol, TDH, Univers-Sel, UNMFREO, Urgenci

Résolis, RB EAF, PSO SLC, PSO Bagnols, Planète Urgence, Pacé Solidarité, Loos N'Gourma,

FRANCE

« RÉSEAU PAFAO »  
Ensemble au service de la solidarité

- BENIN**  
Aagac  
Aced  
Caritas  
Natitingou  
Cidev  
ESF-B  
Fupro  
Germe  
Hortitechs  
JAB  
Lares  
ONG JA  
Pnoppa  
Sain  
UB-Mafar  
UGPAT  
URP-AL  
URP-MC

- BURKINA FASO**  
Adéco  
APEDR  
Apil  
APM/S  
APME2A  
Appa  
Aprossa  
Aseff  
ASD  
Atad  
Baobab  
Burkina Vert  
Cagef  
CIR-B  
Cnabio  
Comité Baoré  
Solidarité  
CPF  
DPAHRH  
Féfab  
Fiimba  
FNGN  
Inades-BF  
Jade-bf  
RBM  
Roppa  
RTS  
S/F Ucodep  
Ucodep-Dano  
UDPN Dablo  
UNMFR/BF  
UPPA  
Upromabio  
Wend Pure

- CÔTE D'IVOIRE**  
Anopaci  
APCI  
Chigata  
Fénariz-CI  
IFCI  
ONDB

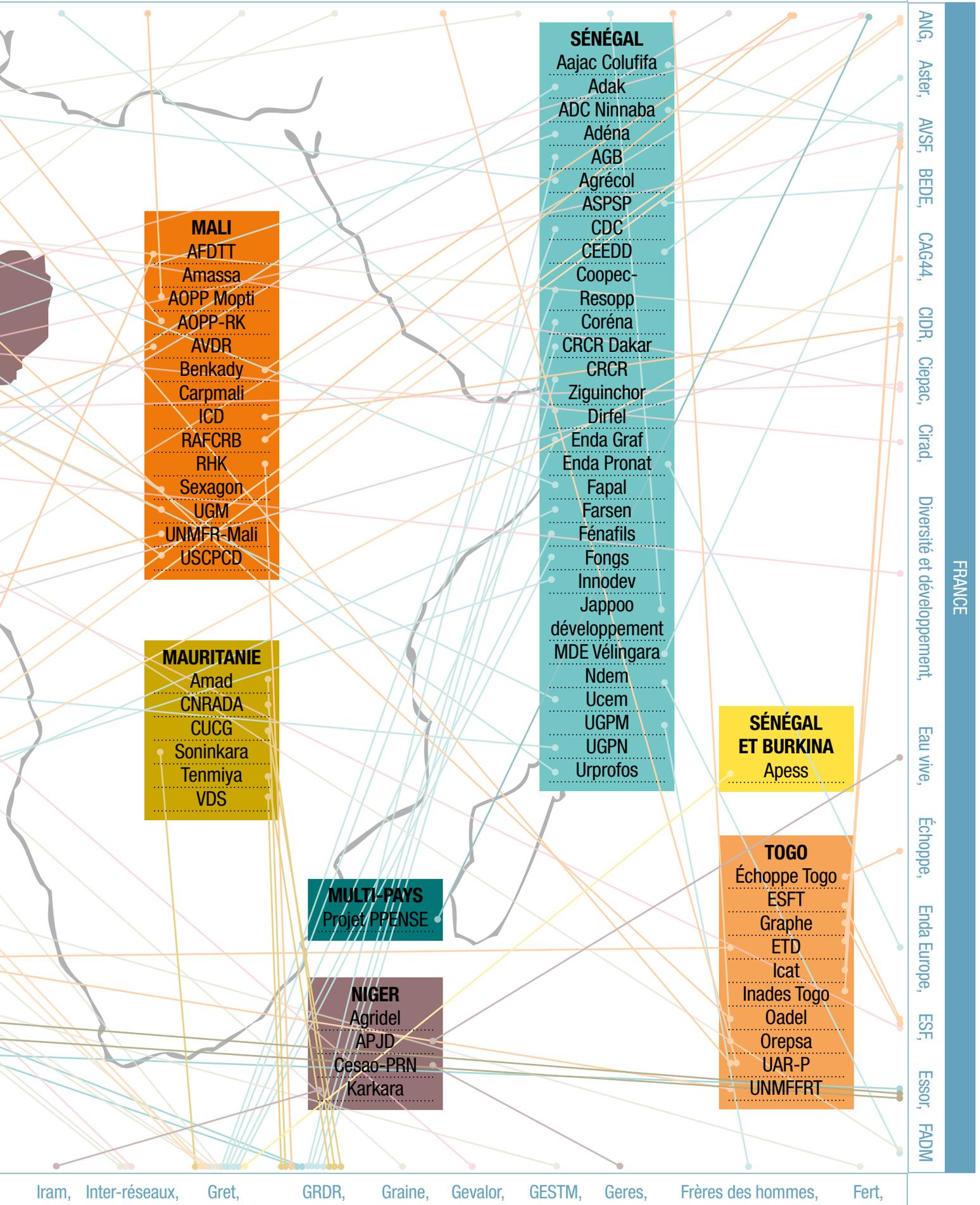
- GUINÉE**  
Catob  
FMBB  
Fop-BG  
FPFD  
MGE

- GAMBIE**  
Wasda

- CAP-VERT**  
Atmar  
Orac-SN

- GHANA**  
Apdo

- GUINÉE BISSAU**  
Aprosal  
Coajoq  
Congal  
Fede Kafo



# RENCONTRE AVEC CELLES ET CEUX QUI ŒUVRENT À L'ESSOR DU CONSOMMER LOCAL

## TRANSFORMER LE MANIOC POUR CONQUÉRIR LES VILLES

...avec Dieu-donné Konnon •  
p. 88

## DU COMPOST DE JACINTHE POUR DES PRODUITS SAINS

...avec Jocelyne Delarue et Francklin Agbandou •  
p. 89

## DU WARRANTAGE POUR UN COMMERCE ÉQUITABLE

...avec Issoufou Porgo •  
p. 90

## DU NIÉBÉ ACCESSIBLE AUX POPULATIONS PAUVRES

...avec Emmanuel Rouamba •  
p. 92

## FERME AGROÉCOLOGIQUE ET SEMENCES PAYSANNES

...Sam Tokoro Bacye •  
p. 93

## À L'ASSAUT DU MARCHÉ DE L'HUILE DE SOJA

...avec Modibo Ouédraogo •  
p. 94

## MIEUX CONSERVER L'OIGNON POUR MIEUX LE VENDRE

...avec Moumouni Nikiema •  
p. 96

## PRODUITS LOCAUX TRANSFORMÉS, FACILES À PRÉPARER

...avec Estelle Koïta •  
p. 98

## BOUILLIES FORTIFIÉES AUX CÉRÉALES LOCALES

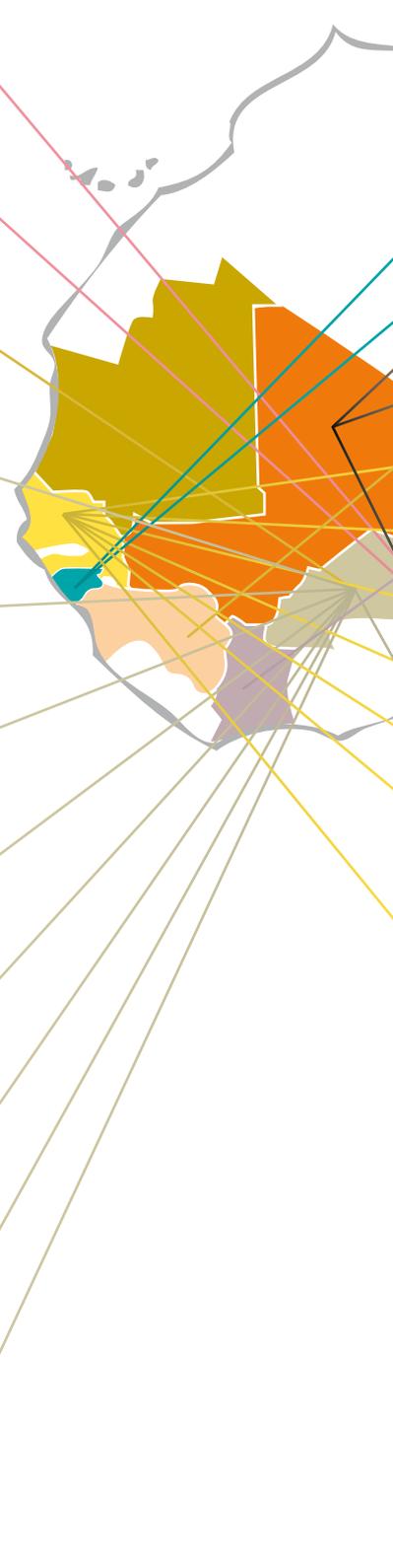
...avec Estelle Juré •  
p. 100

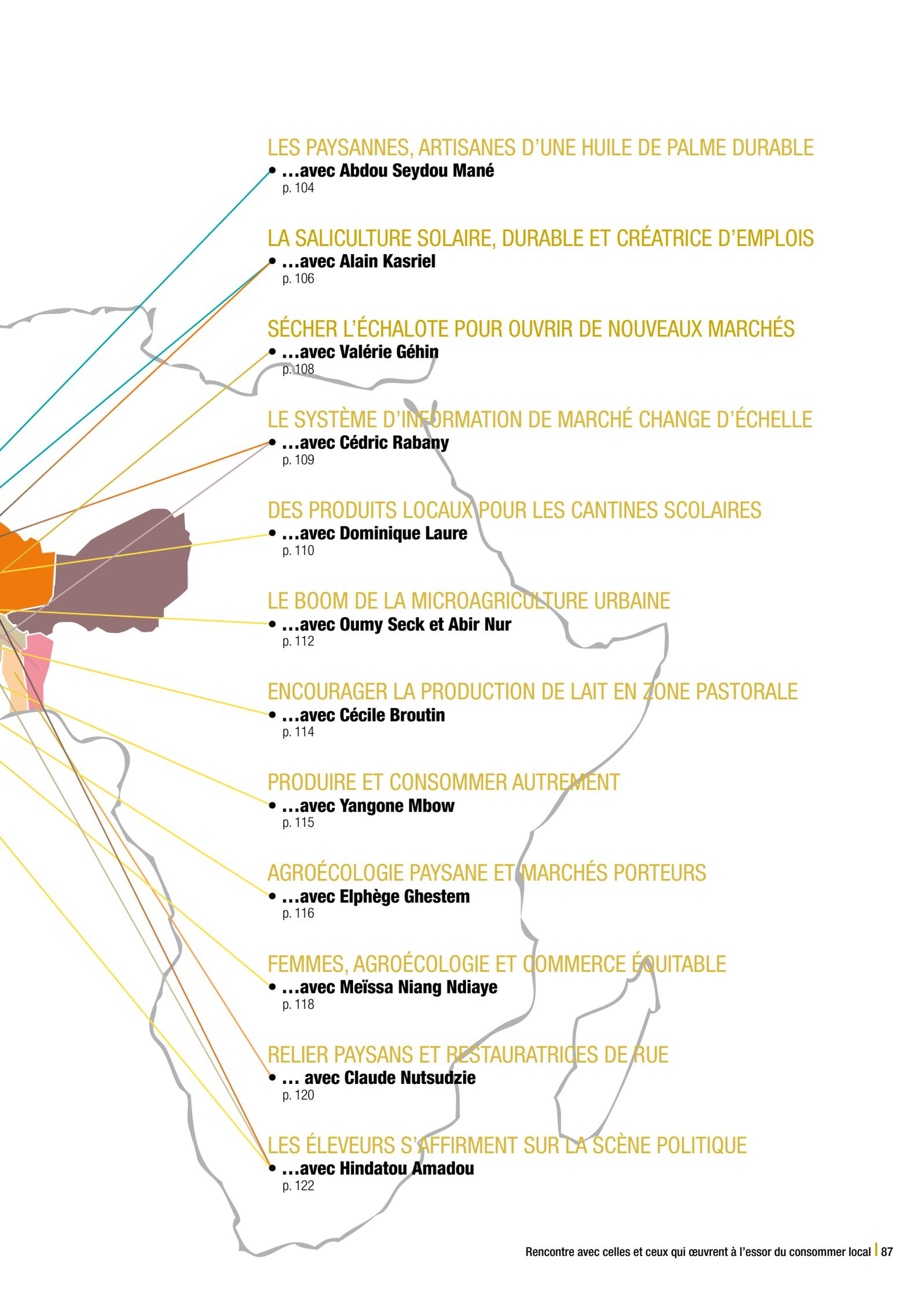
## VENTES GROUPEES POUR DU KARITÉ DE QUALITÉ

...avec Oumar Tiémogo Cissé •  
p. 102

## LE NIÉBÉ COMME NOUVELLE SOURCE DE REVENU

...avec Léocadie Saré •  
p. 103





## LES PAYSANNES, ARTISANES D'UNE HUILE DE PALME DURABLE

- ...avec **Abdou Seydou Mané**  
p. 104

## LA SALICULTURE SOLAIRE, DURABLE ET CRÉATRICE D'EMPLOIS

- ...avec **Alain Kasriel**  
p. 106

## SÉCHER L'ÉCHALOTE POUR OUVRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS

- ...avec **Valérie Géhin**  
p. 108

## LE SYSTÈME D'INFORMATION DE MARCHÉ CHANGE D'ÉCHELLE

- ...avec **Cédric Rabany**  
p. 109

## DES PRODUITS LOCAUX POUR LES CANTINES SCOLAIRES

- ...avec **Dominique Laure**  
p. 110

## LE BOOM DE LA MICROAGRICULTURE URBAINE

- ...avec **Oumy Seck et Abir Nur**  
p. 112

## ENCOURAGER LA PRODUCTION DE LAIT EN ZONE PASTORALE

- ...avec **Cécile Broutin**  
p. 114

## PRODUIRE ET CONSOMMER AUTREMENT

- ...avec **Yangone Mbow**  
p. 115

## AGROÉCOLOGIE PAYSANE ET MARCHÉS PORTEURS

- ...avec **Elphège Ghestem**  
p. 116

## FEMMES, AGROÉCOLOGIE ET COMMERCE ÉQUITABLE

- ...avec **Meïssa Niang Ndiaye**  
p. 118

## RELIER PAYSANS ET RESTAURATRICES DE RUE

- ...avec **Claude Nutsudzie**  
p. 120

## LES ÉLEVEURS S'AFFIRMENT SUR LA SCÈNE POLITIQUE

- ...avec **Hindatou Amadou**  
p. 122

## ...avec Dieu-donné Konnon

# TRANSFORMER LE MANIOC POUR CONQUÉRIR LES VILLES

Bénin



Les transformatrices de manioc de l'association Mialebouni cherchent à pénétrer les marchés urbains. Rencontre avec Dieu-donné Konnon, le coordonnateur du **Centre d'intervention pour le développement (Cidev)**, une ONG béninoise qui appuie leur démarche.

### PROJET PORTÉ PAR

Cidev  
et Planète Urgence

### La transformation du manioc est-elle nouvelle dans la zone ?

Non, sous l'impulsion de l'État qui souhaitait développer le manioc, les femmes faisaient même beaucoup plus de gari [farine de manioc] il y a dix ans. Mais cet appui ne s'inscrivait pas dans une approche filière, les circuits de distribution n'ont pas suivi. La surproduction de gari ordinaire avait alors fait chuter les prix, et par conséquent la production.

### L'accès au marché est donc crucial pour les femmes de Mialebouni ?

Elles maîtrisent aujourd'hui les procédés de fabrication du gari et du tapioca, largement consommés, mais aussi ceux du gari enrichi (au lait de coco ou jus d'ananas). Ce dernier est plus rentable que les produits classiques qu'elles vendent dans leur village, et plus largement via des réseaux de grossistes. L'enjeu est de réussir la mise en marché du gari enrichi là où la demande existe : dans les villes. Le circuit de distribution via les grossistes ne convient toutefois pas à cette gamme améliorée, plutôt destinée aux boutiques et supermarchés fréquentés par des consommateurs plus aisés.

### Comment fonctionne le système de distribution des produits améliorés ?

Les femmes ne les produisent que lorsqu'elles ont la certitude d'avoir des acheteurs. Les boutiques et supermarchés passent commande à l'association Mialebouni qui répercute sur les groupements, en fonction de leurs capacités à répondre rapidement. Les femmes des groupements essaient aussi de contacter directement d'autres boutiques pour élargir les lieux de distribution.

### Les transformatrices sont-elles en mesure de répondre à la demande ?

La demande n'a pas encore atteint 30 % de la capacité de livraison des groupements. Par ailleurs, le grand potentiel de production de manioc assure une bonne disponibilité de la matière première. Nous anticipons une évolution positive de la demande en produits améliorés, pourvu qu'elle soit accompagnée. Pas d'augmentation de la demande sans stimulation !

### Quelles actions de promotion faudrait-il mettre en place ?

Les autorités nationales ont la volonté de renforcer la consommation locale mais il faudrait faire plus. Souvent, une fois que les consommateurs ont découvert les produits, ils ne peuvent plus s'en passer ! Il faut donc, encourager la découverte, multiplier les points de vente. Nous avons créé des affiches, des fiches-produits et réalisé un documentaire qui passe sur la chaîne BB24.

L'avenir pour le consommateur local au Bénin est radieux. Quand on prend en compte toutes les initiatives agricoles ou de transformation, on voit une vraie évolution vers le consommateur local. Aujourd'hui on note fièrement sur les produits qu'ils sont fabriqués au Bénin. Dans les ateliers, les séminaires, les gens veulent boire des jus de fruits locaux et manger du « poulet bicyclette » même s'il est plus cher. |

Vente de gari enrichi sur le stand de Mialebouni lors de la foire de Cotonou © Cidev



# ...avec Jocelyne Delarue et Francklin Agbandou

## DU COMPOST DE JACINTHE POUR DES PRODUITS SAINS

Bénin

Autour de la lagune à Cotonou, les maraîchers s'organisent pour commercialiser en circuit court des légumes produits grâce au compost de jacinthe d'eau, une plante invasive empêchant la circulation sur le lac. Rencontre avec Jocelyne Delarue (**Gevalor**) et Francklin Agbandou (**Aced**).

### POINT DE VENTE



Tomate



Amarante



Piment

Des produits maraîchers sains cultivés à base de compost de la jacinthe d'eau par les maraîchers de Sô-ava au marché Akassato



*Mangez sain avec nos produits agricoles*

CONTACTS : 96 56 50 44 / 95 89 99 39 / 97 14 30 52



phytosanitaires chimiques n'est pas bien connu. Une brochure a donc été diffusée pour expliquer les bienfaits de l'agroécologie.

#### Les consommateurs sont-ils prêts à déboursier plus pour des produits sains ?

Nous avons mené une enquête : les consommateurs font bien le lien entre qualité et prix, et acceptent en principe de

payer plus cher pour une meilleure qualité. Mais en pratique, ils estiment qu'avec leur faible pouvoir d'achat, le prix reste le premier critère. À prix équivalent, ils ont une préférence pour les produits agroécologiques. Ils ont également indiqué que le point de vente direct permet d'identifier et de tracer les produits achetés, ce qui améliore la relation entre le maraîcher et le client. Grâce à cette étude, les maraîchers ont adapté leur stratégie de vente.

#### Le compostage de la jacinthe peut-il changer d'échelle ?

Très présente en Afrique de l'Ouest, la jacinthe peut devenir une source de matière organique précieuse pour la transition agroécologique et cela intéresse la recherche (Cirad). Des communes nous contactent aussi pour en savoir plus sur le ramassage. Cela pourrait être un service municipal (Lomé organise de temps en temps un ramassage). Mais les villes ne voient pas quel serait leur intérêt à livrer la jacinthe à une plateforme de compostage. La jacinthe étant très volumineuse, il lui faut un débouché tout proche de la rive, ce qui est le cas de notre modèle. Finalement le changement d'échelle de l'innovation est aussi une question de configuration des lieux et de logistique. |

Dépliant publicitaire du point de vente © Aced

#### La fabrication de compost de jacinthe d'eau est-elle une innovation ?

Les maraîchers utilisaient la jacinthe pour garder le sol humide mais ne la compostaient pas. Pour le ramassage, ils étaient exposés à des risques de noyade et à des risques sanitaires liés à la qualité de l'eau. Une technique moins dangereuse a été introduite. Elle consiste à tirer, à l'aide de filets, un amas de jacinthe vers la berge. Le compost est produit au niveau du groupement et chacun se sert en fonction de la surface qu'il cultive. Le rendement de l'amarante, du piment et de la tomate a doublé, la qualité et la conservation se sont améliorées.

#### Quels circuits de commercialisation avez-vous mis en place pour les légumes bio ?

Un point de vente dédié aux légumes cultivés avec du compost de jacinthe a été aménagé au marché d'Akassato dans la ville d'Abomey-Calavi. Au départ certains maraîchers préféraient vendre leurs produits aux commerçants « bord champ » plutôt que de les acheminer jusqu'au point de vente. Aujourd'hui, tous fréquentent le point de vente car il permet de faire la promotion des légumes en direct auprès des consommateurs. Le risque que représentent les produits

#### PROJET PORTÉ PAR

Gevalor et Aced Bénin

## ...avec Issoufou Porgo

# DU WARRANTAGE POUR UN COMMERCE ÉQUITABLE

Burkina Faso



La **Confédération paysanne du Faso** (CPF) a créé un mécanisme de warrantage – crédit stockage – de céréales, de légumineuses et d'oignons afin de réguler les marchés. Rencontre avec Issoufou Porgo, secrétaire permanent de la CPF.

### PROJET PORTÉ PAR

la Confédération paysanne du Faso (CPF) et APME2A  
Financement : Jafowa

### Quel est l'intérêt du warrantage ?

Pour satisfaire leurs besoins de liquidités, les paysans bradent leur production juste après les récoltes, auprès de commerçants qui stockent et spéculent sur les prix afin de dégager d'importantes marges.

Pour l'oignon par exemple, le pic de l'offre s'observe en mars et avril. Pendant cette période le produit perd plus de la moitié de sa valeur. Quand les producteurs ont épuisé leurs stocks réservés à l'autoconsommation, ils sont obligés d'acheter les mêmes produits, mais à des prix supérieurs. Cette situation les expose à l'insécurité alimentaire.

### En quoi consiste le warrantage ?

Dans un premier temps, nous recherchons des infrastructures de stockage, avec l'aide des groupements que nous appuyons. Nous procédons à des travaux de réfection pour répondre aux normes des magasins de stockage. Signalons également l'appui de partenaires pour la construction de nouveaux bâtiments.

Les stocks constitués sont vérifiés par les agents de l'institution de microfinance (IMF), qui montent ensuite le dossier de demande de crédit. Les fonds sont alors décaissés au profit des membres des groupements. Puis, le comité de gestion du warrantage et l'IMF organisent, de façon périodique, des visites conjointes de suivi. Le comité de gestion est aussi chargé de suivre l'évolution des prix et de prospecter des clients. Lorsque le comité repère une opportunité, il en informe le groupement qui prend la décision de vendre le stock en totalité ou en partie. Le client règle son achat auprès de l'IMF qui autorise le déstockage.

Le fruit de la vente sert à rembourser le crédit contracté. Une partie est allouée aux frais de gestion et de stockage et l'autre est distribuée entre les membres du groupement selon la quantité des stocks apportés par chacun.

### Quels sont les produits sur lesquels porte le warrantage ?

Nous avons démarré en 2009 avec les céréales et les légumineuses, notamment le maïs, le petit mil, le sorgho, le riz, le haricot (niébé) et l'arachide. Le maïs prédomine, il représente environ 70 % des stocks constitués pour le warrantage. Depuis 2017, nous avons intégré l'oignon dans le mécanisme avec trois cents producteurs de deux régions du pays.

### Qui sont les différents acteurs impliqués ?

Les groupements de producteurs désignent en leur sein cinq membres qui constituent le comité de gestion. Celui-ci est chargé du suivi du stock, de la recherche de débouchés et du choix des périodes favorables de déstockage.

Le Réseau des caisses populaires du Burkina (RCPB), une IMF très décentralisée, dispose d'agences dans nos zones d'intervention. Le RCPB accorde les crédits aux membres des groupements. Des partenaires techniques, tels que l'Université de Greenwich, nous ont aidés à définir les normes des produits destinés au stockage. Nous avons fait connaître ces normes aux bénéficiaires et des affiches sensibilisent les différents acteurs. La Société nationale de gestion des stocks de sécurité alimentaire (Sonagess) collabore en formant nos membres et les magasiniers aux conditions et techniques de stockage pour un suivi plus efficace de la qualité.

### Le stockage ne détériore-t-il pas les produits ?

La qualité fait toute la différence. Nous avons choisi de fonder notre mécanisme sur les produits agroécologiques, sains et durables. Nous sensibilisons et encadrons les paysans : choix des semences (pour lesquelles nous leur recommandons de se fournir auprès de semenciers individuels ou de fermes semencières agroécologiques), travail du



Magasin de warrantage de céréales à Lopohin et formation des gestionnaires du laboratoire de classification des produits © CPF



sol, techniques de semis, d'arrosage et de récolte. Nous conseillons l'utilisation du compost pour que le sol conserve sa texture et sa fertilité. Pour le traitement antiparasitaire, nous recommandons les pesticides biologiques qui n'affectent pas la qualité des produits. Nous proposons aussi le système de rotation des cultures.

### **Le warrantage a-t-il amélioré la mise en marché de produits locaux?**

Le déstockage progressif étale la disponibilité des produits locaux. Auparavant, l'offre était concentrée sur une courte période de l'année, ce qui favorisait l'invasion du marché par les produits importés. De plus, les premiers résultats positifs du warrantage ont suscité l'accroissement du nombre de producteurs et des superficies emblavées. En effet, les producteurs ont désormais l'assurance de bénéficier de crédits par le simple stockage de leurs produits.

Par ailleurs, les groupements disposent d'un outil d'information sur les marchés (l'application mobile Simagri) qui leur permet de rechercher des débouchés avantageux.

Enfin, le mécanisme permet de constituer des stocks importants de produits de qualité. Ce qui facilite également leur écoulement à travers les

marchés institutionnels. Grâce au warrantage, nos groupements ont déjà pu satisfaire, à plusieurs reprises, des demandes de la Sonagess et du Programme alimentaire mondial (Pam).

### **Le warrantage a-t-il amélioré les revenus des producteurs?**

En dehors des crédits dont bénéficient les membres des groupements, ceux-ci profitent des revenus issus de la vente de leur stock. Les comités qu'ils ont mis en place ont des compétences en négociation commerciale et savent convenir de prix rémunérateurs avec les clients.

### **Votre mécanisme peut-il changer d'échelle? Quel serait l'horizon souhaité?**

Le mécanisme peut très bien être repris par les politiques publiques avec une couverture nationale. Pour cela, il est indispensable de développer un financement agricole proposant des outils adaptés aux producteurs. Au préalable, il faudrait s'assurer de la disponibilité de bâtiments adéquats et réaliser des infrastructures de stockage dans les zones de production agricole qui en manquent. Enfin, un accent particulier devra être mis sur la formation des producteurs pour la conservation des produits de qualité. |

## ...avec Emmanuel Rouamba

# DU NIÉBÉ ACCESSIBLE AUX POPULATIONS PAUVRES

Burkina Faso



Emmanuel Rouamba est le secrétaire exécutif de l'**Association SOS santé et développement** (ASD) qui s'attaque à la question de l'accès des populations pauvres aux produits locaux nutritifs tels que le niébé.

### PROJET PORTÉ PAR

l'Association SOS  
santé et développement  
(ASD)  
et Action de carême  
Suisse

### Pourquoi travailler sur la filière niébé ?

Le niébé est très nutritif car riche en protéines, amidon, acide folique, fer, zinc et calcium. Il est peu accessible aux familles pauvres qui vivent dans les quartiers non lotis de Ouagadougou et souffrent de malnutrition. Une assiette de niébé bien préparée et assaisonnée (légumes, huile, épices) se vend 200 FCFA en centre-ville. On ne retrouve donc pas cette offre dans les quartiers périurbains non lotis, le revenu moyen des familles qui y vivent ne dépassant guère 500 FCFA par jour.

### Quelles sont les solutions ?

Pour rendre le niébé accessible, il faut, d'un côté, inciter les paysans à produire davantage et, de l'autre, organiser la collecte et l'acheminement vers la ville. En effet, la différence est grande entre les prix payés aux producteurs (800 à 850 FCFA le kilo) et le prix au détail en ville pour les consommateurs (1 200 à 1 500 FCFA le kilo).

Sur la commune de Nanoro où nous intervenons déjà (15 villages), la filière niébé n'était pas organisée. Le principal défi de l'agriculture familiale est l'absence d'un circuit clair de distribution des produits vers les villes.

Notre projet était donc de motiver les producteurs

en les impliquant dans l'approvisionnement à prix négocié d'un magasin à Ouagadougou. Le niébé est ensuite réparti dans sept comptoirs urbains implantés dans les quartiers populaires de la capitale. Ces lieux de distribution du haricot bouilli ou transformé sont gérés par les transformatrices.

### Les paysans ont-ils été convaincus par votre approche de circuits courts ?

Ils avaient eu une mauvaise expérience avec une organisation leur ayant demandé de produire une spéculation qui leur était ensuite restée sur les bras. ASD s'est donc engagé à acheter le surplus dans l'hypothèse où l'activité des transformatrices ne pourrait pas tout absorber. La garantie de débouchés les a motivés.

En 2014, la commune produisait 1 200 tonnes. Deux ans plus tard, elle avait plus que doublé les quantités (2 500 tonnes). Les formations aux bonnes pratiques agricoles adaptées aux effets du changement climatique ont fait tache d'huile.

Les champs de bissap ont cédé la place au niébé et les rendements ont crû de + 25 %. Le nombre de groupements de producteurs de niébé est passé de 20 à 70. Autre effet positif : la disponibilité de fanes et de résidus des grains pour l'alimentation du bétail.

### Quelles sont les perspectives ?

Maintenant que les conditions de production se sont améliorées nous comptons mettre davantage l'accent sur la collecte et l'appui aux transformatrices. Nous avons d'abord travaillé avec celles appartenant à des groupements bien structurés. Elles nous ont ensuite mis en contact avec leurs homologues des quartiers non lotis, moins bien organisées. Nous les avons accompagnées sur l'hygiène et l'élaboration de plats à prix abordables pour les quartiers pauvres, avec des portions coûtant moins de 150 FCFA : niébé bouilli, beignets, biscuits pour les enfants (*benga*) et même spaghettis !

Séance  
de formation  
à la transformation  
du niébé  
© ASD



# ...Sam Tokoro Bacye

## FERME AGROÉCOLOGIQUE ET SEMENCES PAYSANNES

Sam Tokoro Bacye, formateur en agroécologie, est le coordonnateur de l'**Association pour une agriculture durable (Apad) de Sanguié**. L'Apad a installé une ferme agroécologique qui produit et adapte des semences, en vue de l'autonomie semencière des paysans.



### Comment encouragez-vous les paysans à développer leurs propres semences ?

Nous recherchons des semences paysannes auprès de centres experts en multiplication des ressources agroécologiques ou auprès des producteurs qui en conservent. Ensuite, nous passons à la phase de la multiplication puis de sélection dans notre ferme en examinant les taux de germination. Ces semences sont ensuite conditionnées puis mises à disposition des exploitations familiales.

Notre propos est de faciliter l'accès à des semences reproductibles de bonne qualité, mais aussi de former aux techniques de production, conservation et multiplication agroécologiques. Le prêt de matériel et la présence d'animateurs, eux-mêmes formés sur ces sujets, complètent notre mode d'action.

### Semences et agroécologie: en quoi cela répond-il aux besoins des paysans ?

Les semences de bonne qualité et les formations techniques assurent la capacité de produire dans la durée, tout en évitant l'achat de semences commerciales et des produits phytosanitaires associés. La suppression de ces charges améliore la rentabilité de l'activité, et donc les revenus paysans.

Au-delà de ces aspects, les exploitations respectant les principes agroécologiques sont durables. En effet, elles ont abandonné l'usage des traitements phytosanitaires et de la fertilisation chimique, qui appauvrissent les sols et présentent des risques sanitaires pour eux-mêmes et les consommateurs. Les produits agroécologiques sont très prisés sur les marchés.

### La production de semences a-t-elle eu un impact sur la mise en marché ?

Nous contribuons au retour de variétés que les consommateurs ne trouvaient plus. De plus, l'offre agroécologique grandit grâce aux

436 producteurs avec lesquels nous travaillons aujourd'hui et qui utilisent nos semences.

En parallèle, nous appuyons l'union provinciale des producteurs agroécologiques de la région. Cette union a vu le jour fin 2017, dans le but d'améliorer la mise en marché des produits agroécologiques. Nous avons contribué à la définition de leur charte de qualité, à la mise en place d'un système d'autocertification et à l'élaboration d'une stratégie de commercialisation (marché dédié aux produits agroécologiques dans la province et boutiques relais dans les grands centres urbains).

### Quelle sera la plus-value de cette stratégie de commercialisation ?

Les producteurs qui souhaitent vendre à travers ce dispositif devront respecter la charte. À terme, cette stratégie vise à éliminer les intermédiaires. Elle rendra les produits plus accessibles aux consommateurs et améliorera les revenus des producteurs. |

### PROJET PORTÉ PAR

l'**Association pour une agriculture durable (Apad)** de Sanguié, l'**Association interzones pour le développement en milieu rural (AIDMR)** et **Terre&Humanisme**  
Financement : **Jafowa**

Réalisation du compostage par les jeunes, échantillon de semences produites par l'Apad, pompe à pédale appelée « pompe naafa » pour la gestion de l'eau  
© Apad Sanguié



## ...avec Modibo Ouédraogo

### À L'ASSAUT DU MARCHÉ DE L'HUILE DE SOJA

Burkina Faso



Modibo Ouédraogo coordonne un projet de développement de la filière soja dans l'Ouest du Burkina Faso. Deux **Entreprises de services et organisations de producteurs** (Esop) conseillent les paysans, contrôlent la qualité et fournissent une usine d'huile de soja de Ouagadougou.

#### Dans quel contexte sont nées les Esop soja?

Il existait déjà 4 Esop soja mais aucune dans l'Ouest du Burkina qui est la région de production du coton. Or, le revenu de cette culture d'exportation est très tributaire du marché international. La diversification des sources de revenu est primordiale.

Le soja est très adapté aux conditions du milieu et il a besoin de moins d'intrants chimiques, ce qui minimise les coûts de production et rend l'exploitation plus durable. Mais en travaillant avec les agriculteurs familiaux, nous avons constaté qu'ils n'arrivaient pas à tirer profit de leur activité. Même s'ils ont des surplus, ce sont les intermédiaires qui en profitent.

Notre partenaire, le CIDR, expérimente le modèle des Esop comme système d'accès au marché pour les petits producteurs.

#### Comment est structurée la filière?

Les deux nouvelles Esop de Houndé et Koumbia sont situées sur l'axe routier Bobo-Dioulasso – Ouagadougou et alimentent une usine de trituration

de la capitale: la Société industrielle de l'agroalimentaire pour la transformation des oléagineux (Siatol).

Siatol a été établie par d'anciens salariés d'Esop avec l'idée de créer plus de valeur ajoutée grâce à la production d'huile de soja (pour la cuisine) et de tourteaux (pour l'alimentation des volailles). Les 6 Esop soja du Burkina fournissent 70 % du soja traité par Siatol. Par contre, les Esop qui étaient au départ actionnaires de Siatol ont dû céder leurs parts à des investisseurs car le coût de l'infrastructure est très élevé (presse, raffinerie, etc.).

En amont de la filière, les Esop apportent les services aux producteurs. En aval, elles alimentent l'unité de transformation en soja: contrôle de la qualité, mise en place d'outils de traçabilité, tri, pesage, négociation des conditions de marché avec Siatol.

#### Comment s'organise la gouvernance des Esop?

Ce qui fait la particularité de l'Esop, c'est la gouvernance partagée entre les trois types d'acteurs qui dé-

Usine Siatol  
à Ouagadougou  
© APME2A





Tri du soja  
et huile de soja  
conditionnée  
© APME2A

tiennent le capital : les agriculteurs (40 %), l'entreprise elle-même, c'est-à-dire le promoteur et les salariés (40 %) et les investisseurs extérieurs (20 %). Les grandes décisions et les stratégies de développement sont prises lors des réunions des actionnaires, qui sont aussi le lieu de gestion des conflits.

#### Comment accompagnez-vous les Esop ?

Avec le CIDR, nous avons formé une équipe pluridisciplinaire aux compétences complémentaires, la « plateforme Esop » du Burkina. Elle forme et accompagne les personnels et les promoteurs des entreprises sur les savoir-faire liés au développement et à l'efficacité de l'entreprise.

#### Les Esop : un modèle économique rentable ?

Au départ, nous dépendions des partenaires financiers pour faire tourner les Esop. Puis en 2014, c'est Siatol qui a financé le fonds de roulement des deux nouvelles Esop soja. Comme la marge brute annuelle est assez importante, elles ont pu s'auto-financer dès 2015. L'objectif consistant à créer des entreprises financièrement autonomes est atteint.

Chaque tonne de soja achetée aux producteurs rapporte un bénéfice de 24 500 FCFA à l'Esop.

Les charges sont minimisées car les Esop soja ne font pas de transformation. Elles incluent le loyer (magasin de stockage, bureaux), les frais de communication, les sacs de conditionnement et les frais de transport des champs vers les magasins de stockage, et de livraison vers Siatol.

Par contre, l'accompagnement de la « plateforme Esop » reste dépendant de l'aide des partenaires internationaux. Autre problème : les Esop n'ont pas la capacité d'emprunter auprès des IMF les sommes nécessaires pour payer comptant tous les producteurs.

#### Le système Esop profite-t-il aux paysans ?

Les producteurs sont payés à un prix rémunérateur (175 FCFA par kilo contre 170 sur le marché

local). Certains commerçants s'alignent sur le prix payé par les Esop et les paysans peuvent être tentés de ne pas honorer les contrats de production-vente. Mais une prime au respect des engagements est appliquée à chaque groupement de manière collective. Un producteur qui ne jouerait pas le jeu se verra sans tarder exclu de l'OP.

#### Quelles sont les perspectives offertes par le marché des huiles alimentaires ?

La demande annuelle en huiles alimentaires est estimée à 95 000 tonnes avec un taux de croissance de 4 % par an. L'offre en huiles locales (de coton et de soja) n'est aujourd'hui que de 30 000 à 40 000 tonnes par an. L'écart est comblé par des importations d'huile de palme.

L'huile de soja est une très bonne huile de cuisson avec de multiples bienfaits pour la santé. Son prix (1 100 FCFA le litre) est un peu plus élevé que celui de l'huile de palme de moyenne gamme (950 FCFA le litre) et de l'huile de coton (900 FCFA le litre). Le contexte est favorable car on a assisté à des démantèlements d'unités de production d'huiles frelatées impropres à la consommation (huile de coton mélangé à de l'huile de vidange), cela a fait scandale et les consommateurs sont maintenant très regardants sur la qualité.

#### Quels défis se présentent aux Esop soja ?

Le dispositif Esop est un outil efficace pour promouvoir la filière soja au Burkina Faso. Mais les moyens manquent, notamment pour la construction d'infrastructures et les appuis techniques.

Il est donc indispensable de mener un plaidoyer auprès du ministère de l'Agriculture pour que celui-ci nous soutienne du point de vue technique et financier. Les services d'appui-conseil du ministère, qui n'intervenaient pas sur le soja, nous ont récemment contactés pour travailler ensemble sur cette filière porteuse. Nous avons donc bon espoir que cela change! |

#### PROJET PORTÉ PAR

l'Agence pour la promotion de la petite et moyenne entreprise / agriculture et artisanat (APME2A) et le Centre international de recherche et de développement (CIDR)

## ...avec Moumouni Nikiema

# MIEUX CONSERVER L'OIGNON POUR MIEUX LE VENDRE

Burkina Faso



En partenariat avec l'Association pour le développement communautaire (Adéco), le **Siad** appuie le maraîchage agroécologique au nord du pays. La recherche de prix rémunérateurs suppose de conserver et vendre l'oignon sur une période la plus longue possible. Rencontre avec Moumouni Nikiema, ingénieur en énergie et coordinateur du Siad au Burkina Faso.

### Pourquoi cibler votre action sur le soutien aux femmes?

80 % des dépenses de la famille reviennent aux ménagères. Les hommes cultivent pendant la saison des pluies pour remplir le grenier. Le reste de l'année, ce sont les femmes qui, notamment grâce aux cultures de contre-saison, se battent seules pour payer la pitance journalière, l'eau de boisson, le savon, les frais de scolarisation et les vêtements des enfants. Pourtant, s'il n'y a plus de vivres, les femmes n'ont pas le droit d'ouvrir le grenier sans l'autorisation de leur mari. Si on améliore leur situation, cela se répercute favorablement sur toute la famille.

Grâce à un partenariat avec l'association Réseau femmes en action (RFA), un changement de mentalité est en cours pour que les femmes aient un meilleur accès à la terre et soient soutenues dans leurs activités. Les techniques d'animation sont à la fois les clubs d'écoute et les émissions radio-phoniques qui peuvent susciter le débat entre mari et femme. Des exemples précis montrent l'impact positif des activités féminines de contre-saison : dans certaines familles les enfants sont obligés d'arrêter l'école, au contraire de celles où les femmes, qui sont dans le maraîchage, ont assez de ressources. Nous utilisons aussi des images et des dessins ainsi que des sketches de mise en situation.

### A-t-il été facile de faire valoir les droits des femmes?

Les méthodes d'animation du Réseau femmes en action sont efficaces malgré le problème de langue : les populations ne parlent pas le moré, mais le songhaï ou le foulfouldé (peul). Cela n'a pas été facile de trouver des traducteurs, mais nous avons finalement réussi à constituer un petit groupe de personnes disponibles pour expliquer les messages.

Par ailleurs, il est important qu'il y ait des femmes dans l'équipe du projet [deux des quatre salariés

du Siad Burkina Faso sont des femmes]. Le contact avec les villageoises est plus aisé. Une fois que la confiance est gagnée et que vous arrivez à réunir hommes et femmes ensemble, le précédent est créé et cela ne cause plus de problème pour la suite.

Les hommes ont compris que les femmes ne travaillent pas seulement pour elles. Quand vous l'expliquez avec les bons mots et arguments, leur comportement change. Il faut aussi que les chefs aient compris le bien-fondé de la sensibilisation car les hommes ont tendance à suivre sans réfléchir les autorités coutumières et religieuses. Si les responsables des communautés sont de votre côté, alors la sensibilisation devient très facile.

### Comment appréciez-vous le changement vis-à-vis des femmes maraîchères?

Grâce à ce travail de reconnaissance, toutes les parcelles bordant les nouveaux boullis sont attribuées aux femmes, sous la supervision de la



Stockage  
des oignons dans  
la conserverie  
© Siad



Site maraîcher  
de Douman  
© Siad

Direction régionale de l'agriculture qui enregistre les parcelles. Nous organisons une cérémonie de remise d'ouvrage et les maraîchères sont officiellement reconnues propriétaires des terres.

Le nombre de femmes augmente vite sur les périmètres cultivés. Aujourd'hui, leurs maris viennent les aider. C'est un fait nouveau de voir les hommes et les femmes travailler dans le même champ de maraîchage. Nous avons même réussi à les réunir pour les formations, alors que, selon eux, cela va à l'encontre des traditions de voir hommes et femmes apprendre ensemble.

### **Le prix de vente de l'oignon est-il rémunérateur pour les productrices ?**

Une production d'oignons importante mais payée à vil prix réduit à néant les efforts pour soutenir les maraîchères. Pendant les récoltes en mars, le prix tombe à 250 ou 350 FCFA le kilo. Mais quatre mois plus tard, les prix flambent à 700 FCFA. Les marchés sont alors approvisionnés avec des oignons des Pays-Bas, du Maroc et du Niger. Avant l'intervention d'Adéco les femmes vendaient les oignons uniquement pendant la récolte.

### **Comment allonger la période de vente ?**

Le respect des itinéraires techniques agroécologiques allonge la durée de conservation. La formation compare les méthodes conventionnelles et agroécologiques sur des champs écoles. Ensuite on évalue les résultats en quantité et qualité (taille des bulbes). C'est indispensable car les gens ne croient que ce qu'ils voient. Aujourd'hui, ils sont convaincus, c'est un combat que nous avons gagné. On peut remercier les formateurs, qu'ils soient fonctionnaires ou formateurs locaux. L'affectation des fonctionnaires ne tient pas compte de leur ethnie. Les formateurs de l'Inera (institut de recherche du Burkina Faso) et

de la Direction de l'agriculture sont donc limités par la barrière de la langue. Mais ils sont compétents et peuvent être de bons formateurs de formateurs. Ensuite, ce sont les formateurs originaires de l'Oudalan qui sont en contact direct avec les maraîchères.

Les différentes techniques et pratiques de conservation permettent de vendre le sac à un prix compris entre 25 000 et 27 000 FCFA en juillet et août contre 10 000 à 11 000 FCFA pendant la récolte en avril. Les pertes sont de l'ordre de 30 %.

### **Comment aller plus loin pour réduire les pertes ?**

Nous avons visité des chambres froides à Ouagadougou, elles sont efficaces mais beaucoup trop chères : leur coût de fonctionnement varie de 1 à 1,5 million de FCFA par mois. Avec des collègues ingénieurs en bâtiment, nous concevons des prototypes de magasins pour conserver l'oignon pendant 5 à 7 mois. Mais les taux de perte restent trop élevés, de 20 à 30 %, cela n'est pas rentable, il faudrait les réduire aux alentours de 5 à 10 % comme pour les chambres froides.

### **Le revenu des maraîchères s'améliore-t-il ?**

Avant l'intervention d'Adéco, les femmes écoulaient leurs productions en allant de marché en marché, en transportant un sac au maximum. Chaque vente n'excédait pas 11 000 FCFA. Elles ne pouvaient pas réinvestir, l'argent était dépensé entre deux ventes. Avec l'intervention d'Adéco et les ventes groupées, elles perçoivent une somme allant de 75 000 à 150 000 FCFA en une seule fois. Avec cet argent, elles achètent des animaux pour pratiquer l'embouche. Six mois plus tard, elles revendent les animaux pour le ramadan ou la tabaski avec une marge bénéficiaire de 100 à 150 %.

### **PROJET PORTÉ PAR**

le Siad  
et l'Association pour  
le développement  
communautaire (Adéco)

## ...avec Estelle Koïta

# PRODUITS LOCAUX TRANSFORMÉS, FACILES À PRÉPARER

Burkina Faso



Estelle Koïta est la directrice de l'**Union nationale des maisons familiales rurales** (MFR) du Burkina Faso. À Pella, la MFR propose une formation inédite sur la valorisation des céréales et des légumineuses locales, en prise directe avec la demande des consommateurs.

### Pourquoi avoir développé un nouveau type d'activité ?

La Maison familiale rurale (MFR) de Pella est située à proximité de grands marchés urbains : Ouagadougou et Koudougou, la troisième ville du pays. Le riz, devenu l'aliment de base des habitants des villes, est majoritairement importé. Notre idée est de rendre les produits locaux transformés plus accessibles et plus faciles à préparer, et ainsi de diversifier les mets préparés par les ménages urbains.

Une enquête de consommation a confirmé que les produits locaux les plus prisés sont le maïs, le sorgho et le niébé. Le maïs, sous forme de farine, sert à la préparation du plat national, le *tô*. Le sorgho est aussi transformé en farine pour préparer

le couscous du petit déjeuner ou du repas du soir. Le niébé reste largement consommé par les citadins et les familles des producteurs agricoles même s'il est difficile d'avoir un niébé de qualité à prix abordable.

### Comment intervenez-vous sur le lien rural-urbain ?

Nous avons répertorié les commerçants grossistes et semi-grossistes s'approvisionnant dans le département de Pella. Notre but était d'évaluer leurs besoins et de voir dans quelle mesure les femmes de Pella pouvaient y répondre. Nous les avons invités à participer à un cadre d'échange avec les responsables de 20 groupements paysans et les responsables de MFR. Nous avons pu estimer les quantités et les prix d'achat du maïs, du sorgho, du niébé et de leurs produits dérivés.

### Pourquoi travailler essentiellement avec les femmes ?

Dans le département, la production agricole mobilise davantage les femmes. L'Union Wend - N'Goundi des femmes de Pella est très dynamique. Une soixantaine d'adhérentes s'est impliquée et a bénéficié de formations sur l'entrepreneuriat féminin. La démarche d'accompagnement, centrée sur la personne, passe par l'identification des savoirs et savoir-faire, le développement de la confiance en soi et la construction de l'autonomie.

La particularité du projet est aussi de mettre à disposition des femmes un fonds pour qu'elles puissent acheter des céréales au moment des récoltes, les stocker, puis les revendre quand les prix sont plus élevés.

### Comment ont-elles pu constituer des stocks ?

L'Union Wend - N'Goundi travaille en partenariat avec la Caisse populaire. Tout a débuté en 2005 : un des groupements a su instaurer avec l'établissement



Boutique  
de Ouagadougou  
proposant  
les produits  
transformés  
à Pella  
© UNMFRBF



Formation à la gestion de l'unité de transformation  
© UNMFRBF

une relation de confiance qui s'est poursuivie et élargie au niveau de l'Union en 2010. Les femmes de Pella assurent avec régularité leurs remboursements mais aussi leurs investissements. La Caisse leur accorde des crédits, au taux de 8 % sur une durée de 6 à 10 mois, pour développer le petit commerce, la transformation, la production des semences, etc. Ensuite, la mairie a facilité la mise à disposition d'un local de stockage, amélioré avec des palettes pour entreposer les sacs et des ouvertures pour l'aération. Les femmes ont aussi créé une minoterie pour produire de la farine de maïs et de sorgho. Elles ont construit elles-mêmes un local, abritant le moulin et les stocks de produits transformés, et désigné un comité de gestion de huit femmes. Un meunier a été recruté.

Pour le niébé, pendant la formation, l'accent a été mis sur le tri, les techniques de traitement et de conservation. Il est conditionné, soit en sachets pour les petites quantités, soit dans des sacs à triple fond (sac Pics, vulgarisés par la recherche).

Enfin, les femmes font parvenir aux commerçants les produits transformés dans de gros sacs qu'acheminement des transporteurs. Pour la petite histoire, j'ai retrouvé la farine de maïs de Pella dans la boutique d'alimentation de mon quartier, ici à Ouagadougou.

### Quelles sont les perspectives ?

Il existe au Burkina Faso un système d'information au niveau national qui signale les zones de forte production. Les femmes de Pella projettent d'acheter le maïs des zones excédentaires pour le stocker.

Du côté de l'Union des MFR du Burkina, c'est la première fois qu'un cursus intègre des formations sur la commercialisation (conditionnement, recherche de marchés). Nous avons fait appel à



Rencontre d'information sur le projet  
© UNMFRBF

un consultant extérieur. Les participantes de Pella ont pu côtoyer d'autres femmes non-productrices, spécialisées dans la vente des produits transformés. Un partage d'expériences a eu lieu. Les transformatrices ont apporté des informations sur les normes de qualité pour les céréales transformées, les productrices ont montré comment reconnaître les signes de qualité des céréales brutes et comment se renseigner sur les conditions de stockage.

### D'autres MFR vont-elles reproduire ce module de formation sur la commercialisation ?

Cela fait partie de nos priorités car il s'avère primordial d'identifier les métiers porteurs pour les femmes en milieu rural. La transformation et la commercialisation des produits locaux sont des gisements d'emplois importants. Elles sont facilement conciliables avec les activités au sein du ménage et participent de manière importante à l'amélioration des conditions de vie de la famille (santé, éducation, etc.).

### PROJET PORTÉ PAR

l'Union nationale des maisons familiales rurales du Burkina Faso (UNMFRBF)

## ...avec Estelle Juré

# BOUILLIES FORTIFIÉES AUX CÉRÉALES LOCALES

Burkina Faso



Estelle Juré est responsable Nutrition pour le **Gret** au Burkina Faso. Elle travaille sur un programme de promotion des bouillies infantiles fortifiées en vitamines et minéraux : les bouillies Laafi benre (« bonne santé »).

### Quels défis pose le marché des bouillies infantiles ?

La demande est forte, c'est un produit qui fait partie des habitudes alimentaires burkinabé. Mais c'est aussi un marché concurrentiel, investi par des bouillies traditionnelles et des produits importés. Ces derniers sont présents dans les boutiques de quartier et en milieu rural, bien qu'ils soient cinq fois plus chers. La qualité nutritionnelle est similaire, toutefois les produits importés peuvent poser un problème sanitaire car c'est une farine instantanée à délayer avec de l'eau froide.

Les farines infantiles locales sont au contraire des préparations à cuire, ce qui élimine une bonne

partie des microbes présents dans l'eau. Malheureusement, les entreprises et associations locales, même avec l'appui du Gret, n'ont pas les capacités de promotion d'un grand groupe international.

### Quelle est la concurrence entre Laafi benre et les bouillies traditionnelles ?

Les bouillies traditionnelles contiennent uniquement du sucre et du mil et sont préparées dans les habitations, sans respect des règles sanitaires. Elles sont donc bien moins chères. Pour la même somme (50 FCFA), le consommateur peut acheter soit un repas Laafi benre, soit trois bouillies traditionnelles. Un gros travail de sensibilisation est donc nécessaire pour attirer l'attention du consommateur sur la variété et la qualité nutritionnelle des ingrédients de la bouillie Laafi benre (mil, arachide, soja, niébé, vitamines, minéraux, saveurs, etc.).

### Quelles sont vos actions de sensibilisation ?

Nous avons choisi de nous unir avec une association locale pour sensibiliser les populations des quartiers non lotis de Ouagadougou aux bonnes pratiques d'alimentation du nourrisson et du jeune enfant. L'association organise des causeries et des ciné-débats pour interpeller les populations. Il ne s'agit pas forcément de pousser à la consommation des bouillies Laafi benre mais de promouvoir de façon large les bonnes pratiques d'alimentation.

### En parallèle, faites-vous la promotion des produits Laafi benre ?

Oui, ce sont des actions bien différentes. Nous organisons des campagnes promotionnelles dans les quartiers non lotis, avec, par exemple, la distribution de gadgets reprenant la marque de nos

Vendeuse ambulante du quartier Bissighin à Ouagadougou  
© Gret





Kiosque de préparation et de vente de bouillies fortifiées © Gret



bouillies. La tendance est à la croissance de la consommation des farines infantiles fortifiées.

### Quels sont vos circuits de commercialisation ?

Nous intervenons dans quatre quartiers non lotis de Ouagadougou, très denses et souvent exclus des circuits de commercialisation de produits de qualité. Chaque quartier a un kiosque avec une employée chargée de l'approvisionnement en farine et de la préparation des bouillies. Pour le moment, le Gret subventionne encore l'achat des farines. Les kiosques payent le sachet d'un kilo de farine fortifiée 625 FCFA, alors qu'il coûte en réalité 950 FCFA.

Deux vendeuses mobiles sont rattachées à chaque kiosque. Elles effectuent des tournées dans le quartier et suivent à vélo un parcours prédéfini pour une couverture maximale.

### La qualité est-elle contrôlée ?

Des contrôles qualité trimestriels ont lieu dans les unités de production de farines infantiles. Ils sont assurés soit par le Laboratoire national de santé publique (LNSP), soit par le Centre de recherche en sciences biologiques alimentaires et nutritionnelles (CRSBAN). De notre côté, nous réalisons également des prélèvements inopinés sur certaines commandes afin de contrôler la qualité organoleptique et physico-chimique. Au niveau des kiosques, nous nous assurons que les modalités de préparation sont bien respectées.

### L'approvisionnement en farine fortifiée est-il régulier ?

Les unités de production qui travaillent avec les kiosques ont su répondre à la demande crois-

sante. Les commandes sont honorées malgré des délais parfois serrés. Les farines sont composées d'une variété d'ingrédients produits localement : maïs, arachide, soja, sésame, niébé, mil ou encore sorgho. Pour ne pas subir les variations des prix des céréales locales, les unités parviennent à s'approvisionner en quantité suffisante pendant la période où le prix est faible.

### Le marché des farines infantiles locales est-il en expansion ?

Les quartiers périphériques non lotis sont très peuplés, de nouvelles familles s'installent tous les jours. La demande croît, or de nombreuses zones ne sont pas couvertes par les vendeuses ambulantes : la marge de développement est encore forte. Les marques de farines infantiles locales sont de plus en plus visibles, les produits sont reconnus et les commandes institutionnelles augmentent.

### Quelle est la stratégie envisagée pour pérenniser les activités des kiosques ?

Il est prévu qu'un intermédiaire gère l'approvisionnement de l'ensemble des kiosques de la zone. Cet intermédiaire sera aussi chargé d'assurer le suivi qualité ainsi que la promotion des bouillies infantiles fortifiées. Pour se rémunérer, il prélèvera une marge sur les sachets de farines. Ainsi, il achèterait le sac de 1 kg à 950 FCFA et le revendrait aux préparatrices à 1 250 FCFA par exemple (au lieu de 625 FCFA actuellement avec la subvention du Gret). Pour que ce système n'ait pas de répercussion sur le prix aux consommateurs, les kiosques doivent augmenter leurs chiffres d'affaires en étendant leurs zones de distribution et leurs ventes. |

### PROJET PORTÉ PAR

le Gret  
et l'Association  
Sagitaaba pour  
l'épanouissement  
de la femme  
et de la jeune fille  
(Aseff)

## ...avec Oumar Tiémogo Cissé

# VENTES GROUPEES POUR DU KARITÉ DE QUALITÉ

Burkina Faso



Le **Réseau des productrices de beurre de karité des Hauts Bassins et des Cascades (RPBHC)** compte plus de 10 000 membres fédérés à travers 255 groupements. Depuis 2011, le réseau développe un modèle de commercialisation groupée. Rencontre avec Oumar Tiémogo Cissé, chargé des programmes du RPBHC.

### PROJET PORTÉ PAR

le Réseau des productrices de beurre de karité des Hauts Bassins et des Cascades, (RPBHC), Nitidae (ex-Rongead) et la Chambre régionale d'agriculture des Hautes Bassins  
Financement : Jafowa

### Pourquoi se lancer dans la commercialisation groupée ?

Auparavant, les femmes des groupements produisaient et vendaient de manière individuelle. Les prix pratiqués n'étaient pas à leur avantage. Elles manquaient d'organisation et de maîtrise des techniques de négociation commerciale, malgré la qualité du karité transformé. Le RPBHC s'est alors proposé de les accompagner pour lever ces deux difficultés. C'est ainsi qu'en 2011 a démarré la commercialisation groupée afin de développer un modèle qui profiterait aux clients, quant à la qualité des produits proposés, et aux groupements de transformatrices qui obtiendraient des prix plus rémunérateurs.

### Quels sont les résultats obtenus ?

Entre 2011 et 2017, nous sommes passés de 256 à 1 088 tonnes (soit plus de 4 fois la quantité initiale) pour l'amande équitable, et de 41 à 970 tonnes (soit plus de 20 fois la quantité initiale) pour l'amande biologique. Par ailleurs, ses clients accordent au réseau des « bonus qualité et logistique » lorsque l'offre respecte la qualité des amandes et les délais de livraison. En effet, si la qualité est équivalente ou supérieure à celle demandée par le client ou si

celui-ci est livré avant le délai prévu par le contrat, le réseau augmente les prix de vente afin d'obtenir une marge supplémentaire. Ces bonus sont convertis en primes dont un comité, mis en place par le réseau, décide de l'utilisation. Ces primes encouragent les transformatrices qui peuvent améliorer leur équipement (vélos, bassines, magasins de stockage, etc.).

Sur le plan environnemental, nous avons réussi à induire l'adoption de pratiques biologiques. L'accroissement de la production des amandes de karité biologiques en témoigne.

Sur le plan social, les femmes avec qui nous travaillons participent à des cours d'alphabétisation et à diverses formations, notamment en réalisation de pépinières. Elles gagnent donc aussi bien en autonomie financière qu'en leadership au sein de leur communauté. Elles occupent des postes de responsabilité. Certaines d'entre elles sont sollicitées pour conduire des formations en réalisation de pépinière.

### À quoi se doivent ces résultats ?

Ces résultats sont surtout dus à l'engagement des productrices. Il était important de travailler avec des personnes en mesure de respecter les contrats, aussi bien sur les aspects de qualité que sur les délais de livraison. Ensuite, il y a la disponibilité et l'engagement des clients, qui acceptent de mettre à la disposition du réseau les avances sans taux d'intérêt pour financer le paiement au comptant des achats auprès des groupements de femmes. Suite aux négociations, ces clients signent avec nous des contrats de durée de trois ans, qui garantissent des débouchés. À cela s'ajoute la disponibilité des autorités locales à accompagner la mise en œuvre du mécanisme. Ces personnes influentes dans leur communauté accordent une forme de caution morale à l'intervention du réseau, ce qui facilite le déroulement des activités et prévient les conflits. |

Opération de tri des noix de karité  
© RPBHC



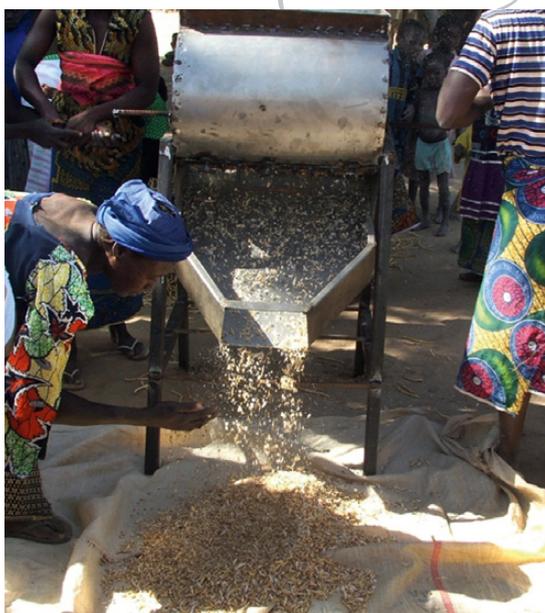
Burkina Faso



# ...avec Léocadie Saré

## LE NIÉBÉ COMME NOUVELLE SOURCE DE REVENU

Au Burkina Faso, l'urbanisation a créé un marché très porteur pour le niébé lorsqu'il est de qualité. Léocadie Saré, agronome pour l'association **Fert**, coordonne un projet en partenariat avec les Unions de producteurs de Pissila, de Pensa et de Dablo.



### Le stockage améliore-t-il la commercialisation ?

Les producteurs de niébé stockent à trois niveaux. Le stock personnel constitue une possibilité de liquidités immédiates et une réserve pour l'autoconsommation. Dans les magasins villageois qui leur appartiennent, les groupements conservent les sacs de niébé en espérant vendre plus tard à un meilleur prix. Si l'union décroche un marché, les sacs de haricot sont transférés vers les magasins centraux des unions, dans les chefs-lieux de département.

### Quelles perspectives commerciales les unions explorent-elles ?

Pour la prospection de nouveaux marchés, Fert travaille avec les producteurs responsables des commissions commercialisation de chaque union. Les animateurs forment ces responsables aux techniques de vente et de relation client. Ils les accompagnent lors des bourses céréalières et des foires agricoles. Les unions ont déjà travaillé avec la Société nationale de gestion du stock de sécurité alimentaire (Sonagess) et avec la Secopa, une entreprise privée d'exportation. Désormais les acheteurs contactent directement les unions.

### Comment fonctionne le système d'information de marché ?

Au sein de chaque union, un responsable relève les prix sur le marché communal et les transmet aux animateurs de Fert. Ces derniers saisissent les données sur un tableau Excel pour comprendre les évolutions. Ils communiquent l'information consolidée aux unions. Certains producteurs se sont également inscrits auprès d'un système d'information de marché, le Simagri, mis en place par Aprossa. Ils reçoivent par SMS les prix, mais aussi les offres d'acheteurs.

### Sur quels leviers a-t-il fallu jouer ?

Les interventions de Fert ont permis de doubler les rendements (de 400 à 800 kg/ha). Mais la difficulté majeure, en particulier pour les femmes, est de disposer de l'argent nécessaire à l'achat d'engrais de bonne qualité. De nombreux intrants chimiques, importés via le Nigeria, sont de très mauvaise qualité. Par le passé, les unions facilitaient les demandes de crédit que les groupements déposaient auprès de la Caisse populaire. Mais ces derniers se sont découragés à cause du grand nombre de refus. Les unions ont donc préféré développer un système d'épargne-intrant pour compter sur leurs propres forces.

### Les producteurs ont-ils adhéré à ce système ?

Les débuts sont timides car le mécanisme repose sur la confiance qu'a le producteur envers son groupement. Or cette confiance se construit progressivement au regard des résultats obtenus par les « pionniers » qui ont testé le dispositif. Par exemple, quand l'une des unions a traversé une crise de gouvernance, les producteurs se sont peu mobilisés sur l'épargne-intrants. De plus, d'autres programmes peuvent concurrencer le service mis en place par les unions avec leurs propres moyens. Le projet Victoire sur la malnutrition de l'USAID subventionne les intrants à hauteur de 70 % pendant deux ans. À la fin de cette période d'aide, les groupements ont cependant indiqué leur souhait d'adhérer au système d'épargne-intrant. |

Équipement de traitement post-récolte du niébé  
© Fert

### PROJET PORTÉ PAR

Fert  
et les Unions  
de producteurs  
de Pissila,  
Pensa et Dablo

## ...avec Abdou Seydou Mané

# LES PAYSANNES, ARTISANES D'UNE HUILE DE PALME DURABLE

Guinée-Bissau



En Guinée-Bissau, le **Grdr** accompagne des groupements de femmes qui produisent une huile de qualité issue de palmiers sauvages. Rencontre avec Abdou Seydou Mané, référent Développement rural au Grdr.

### Pourquoi produire une huile de palme durable en Guinée-Bissau ?

La Guinée-Bissau exporte massivement la noix de cajou. L'explosion des prix rend cette filière très attractive et incite à la monoculture. Si le pays ne diversifie pas son agriculture, il se produira une véritable catastrophe dans le cas où le prix de la noix de cajou viendrait à chuter.

L'huile de palme sauvage, appelée communément huile rouge, est un produit de consommation courante et de grande valeur nutritive. Dans la région de Cacheu, les productrices s'inquiètent de la dégradation des palmeraies et souhaitent garantir la qualité de leur huile. Elles n'ont pas le poids nécessaire pour lutter contre l'expansion de la filière cajou. Les palmeraies collectives ne sont pas épargnées par la pression foncière. Dans les villages, on évoque de possibles relais d'influence de l'État qui a intérêt à maximiser les recettes d'exportations.

### Quelles sont les solutions ?

Notre posture est d'accompagner les demandes des populations et d'approfondir les connaissances par de la recherche-action.

Nous avons animé un cadre de concertation avec les populations, les autorités locales, les services de l'État. Des règles de gestion des palmeraies ont été proposées. Nous les avons résumées dans un cahier de bonnes pratiques. Sa force

est de représenter à la fois le cadre réglementaire (car approuvé par la puissance publique) et le reflet des usages décidés par les communautés. Pour garantir son application, nous avons formulé une hypothèse: si les revenus de l'huile augmentent grâce à une montée en gamme s'appuyant sur la qualité, les pratiques d'entretien des palmeraies évolueront dans le bon sens. Nous pensons que nous pouvons à la fois rémunérer les populations et protéger les écosystèmes forestiers qui abritent les palmiers sauvages.

Nous menons aussi des études de suivi de l'occupation des sols dans la région pour connaître la réalité de la régression des palmeraies.

### Comment améliorer la qualité ?

L'envie de produire une huile de qualité était déjà présente chez les femmes de la région mais les techniques variaient d'une zone à l'autre. La formation et les équipements faisaient défaut. La première étape a été de définir précisément, avec les consommateurs, les caractéristiques d'une huile de qualité. Une fois le consensus atteint sur



Fruits de palmiers  
avant le pressage  
© Grdr



Extraction  
de l'huile rouge  
© Grdr

la technique de production, un cahier des charges a été diffusé dans les villages. Servant de guide, il inclut des règles de cueillette pour la pérennité de la production.

Ensuite, nous avons construit des unités de production dans trois villages pour qu'un lieu commun facilite les échanges de techniques et le suivi de l'utilisation du matériel (presse à huile, bâches...). Ces équipements coûteux diminuent la pénibilité du travail et améliorent la qualité de l'huile. Les transmatrices établissent un plan de gestion du matériel qui atteste de leur capacité à s'organiser. Elles ont intégré dans leur groupement un homme qui s'occupe de la maintenance du matériel. À chaque utilisation de la presse, elles payent une petite redevance en nature, et l'huile ainsi collectée rémunère le travail de maintenance.

Les techniques de production de l'huile de qualité ont essaimé dans les villages de la région, grâce aux liens de parenté et au fait que les gens se déplacent beaucoup. Et certains villages ont construit des unités collectives de production de l'huile par leurs propres moyens. Il faut souligner que beaucoup de groupements existaient déjà dans la région, regroupés en fédération, et que la solidarité préexistait au sein des groupements. Ce sont des facteurs favorables à la diffusion d'une innovation.

#### **Qui contrôle le respect du cahier des charges ?**

Si les techniques de qualité ne sont pas respectées, la sanction est directe car l'huile de mauvaise qualité se remarque facilement. Il peut arriver qu'une des productrices fasse une erreur mais elle sera vite corrigée par les autres membres du groupement, conscientes de l'intérêt du cahier des

charges pour vendre l'huile à bon prix. Ainsi, les unités de production ont pour vertu l'autocontrôle et le partage de technique entre les productrices.

#### **Quelle stratégie commerciale avez-vous adoptée ?**

Nous n'avons pas de nom particulier. Il est préférable de se référer au village, par exemple « huile de Ponta ». Il n'y a pas d'étiquette non plus car les consommateurs de Ziguinchor ou de Bissau savent reconnaître une huile de qualité grâce à sa couleur, son odeur, son goût et sa texture.

L'accès au marché de l'huile de palme durable est un succès. La demande est toujours supérieure à l'offre car les consommateurs sont rassurés sur la qualité. Le prix de vente a augmenté, passant de 1 000 FCFA le litre à 1 250 en Guinée-Bissau et même à 1 300 sur le marché de Ziguinchor au Sénégal.

#### **Les revenus des femmes ont donc augmenté ?**

Oui, grâce au prix mais aussi aux gains de productivité : avec le nouveau matériel, les femmes vendent de plus grandes quantités. La demande en huile de qualité est forte et grandit, elle reste supérieure à l'offre.

Pour garantir cette bonne rémunération, les productrices doivent exploiter les palmeraies de façon durable. Grâce au cadre de concertation, elles en ont compris l'intérêt. Ce sont les hommes qui récoltent les régimes de palme, la cueillette nécessitant une grande force physique. Mais comme les femmes gèrent l'ensemble de la production et les revenus du ménage, elles sont en mesure de convaincre les hommes de préserver les palmeraies. |

#### **PROJET PORTÉ PAR**

le Grdr  
et la Coopérative  
agricole de Jovens  
Quadros (Coajoj)

## ...avec Alain Kasriel

# LA SALICULTURE SOLAIRE, DURABLE ET CRÉATRICE D'EMPLOIS

Guinée-Bissau

Guinée



Alain Kasriel est le directeur d'**Univers-Sel**, une association issue d'un mouvement de solidarité entre paludiers guérandais qui se prolonge à l'international. Univers-Sel accompagne l'Association des productrices de sel de Kapatres (Aprosal) dans l'adoption d'une technique de saliculture solaire.

### À quoi ressemble le marché du sel en Afrique de l'Ouest?

La production ouest-africaine couvre les besoins, pour la consommation humaine et le salage du poisson. Mais le marché est déstabilisé par le développement du sel industriel. Il est produit dans la région de Kaolack au Sénégal où se sont implantées la multinationale Les Salins du Midi et d'autres entreprises moyennes. D'un côté, la saliculture industrielle est entièrement mécanisée. De l'autre, la saliculture artisanale constitue un complément de revenu important pour des centaines de milliers de personnes.

Les volumes de production industrielle sont tels qu'ils peuvent tuer la production artisanale quand cette dernière n'est pas organisée. En Guinée Conakry, le sel industriel sénégalais, iodé, conditionné sous différentes formes, pose un gros problème à la production locale.

### La production artisanale est-elle menacée en Guinée-Bissau?

Pour le moment, le sel industriel du Sénégal rentre très peu dans le pays. Nous pensons que la désorganisation de l'administration et les tracasseries douanières découragent les entreprises à exporter vers ce marché. Mais surtout, ce sont les habitudes alimentaires qui contribuent à la protection de la production locale, car le sel iodé n'est pas consommé.

Dans les zones de mangrove, la production de sel est surtout pratiquée par les femmes sur les deux rives du fleuve Cacheu, depuis Farim (à 110 km en amont) jusqu'à l'estuaire.

Kapatres est l'unique marché hebdomadaire dédié au sel, il diffuse dans tout le pays. Ce sont des négociants qui viennent acheter aux productrices et revendeuses de Kapatres. Ils approvisionnent ensuite le marché principal de la capitale [Bissau, plus de 400 000 habitants] ou ravitaillent directement les détaillantes. La production artisanale suffit à couvrir la demande mais elle n'est pas durable.

### Pourquoi la production artisanale n'est-elle pas durable?

Toute la frange côtière, qui va de la Sierra Leone au Sénégal, utilise la technique de cuisson des saumures. Il faut environ trois tonnes de bois pour produire une tonne de sel. En Guinée Conakry, plusieurs milliers de tonnes de sel sont produites de cette façon, ce qui correspond à plusieurs centaines d'hectares de mangrove qui partent en fumée chaque année.

Autres inconvénients de cette technique: le temps de cuisson et la toxicité. Les femmes inhalent pendant des heures des vapeurs toxiques et ne peuvent avoir d'autres activités les jours de production du sel.

### Quelles sont les alternatives?

Sans bouleverser les modes traditionnels de production, il s'agit de remplacer la cuisson par un



Sel stocké dans les crintins [paniers]  
© Univers-Sel



système solaire de cristallisation sur des bâches en plastique, inspiré des marais salants où les bassins naturels réchauffent l'eau et la filtrent. Nous avons élaboré cette alternative avec les producteurs des zones de mangrove de Guinée Conakry.

### La technique s'est-elle largement diffusée ?

Oui dans certaines zones de Guinée Conakry, la technique solaire est totalement adoptée, les bacs de cuisson ont disparu. Mais dans les territoires peuplés par les Soussous [zone de Boffa, Coyah et Boké], les terres appartiennent à de grands négociants, les producteurs sont nourris le temps de la campagne mais n'en tirent aucun revenu. Ils ne sont donc pas sensibles à l'argument d'économie sur les coûts de production, ni à celui du temps libéré car ils sont loin de leur foyer. Nous devons donc convaincre les négociants que la technique de saliculture solaire est plus rentable.

Une autre difficulté est la granulométrie du sel solaire car les consommateurs guinéens ont l'habitude de cuisiner avec du sel fin et ont des a priori sur le gros sel.

Ces deux freins n'existent pas en Guinée-Bissau. Le sel solaire, bien blanc, est très apprécié. Et les femmes sont plus ouvertes aux alternatives qui améliorent la productivité car elles produisent pour elles-mêmes et écoulent facilement le sel sur le marché de Kapatres.

Nous avons formé une centaine de productrices relais. Elles ont chacune reçu un aide-mémoire en portugais et créole et elles diffusent maintenant la technique sur les sites de production.

La nouvelle technique leur permet de se dégager du temps et de mener plusieurs activités de front. La période de filtration du sel est à cheval sur la saison de maraîchage et sur la période de récolte de la noix de cajou.

### Avez-vous estimé les gains que les femmes en retirent ?

Les hommes ont la main sur les revenus de la noix de cajou et les femmes ont très peu de possibilités de revenus monétaires directs. Elles aident leurs maris dans la production de la noix de cajou et ont des activités de maraîchage et de petit élevage. Leur revenu moyen monétaire est seulement de 135 000 FCFA par an. Le sel, malgré sa faible valeur ajoutée, représente 50 % de leurs revenus monétaires.

Le bois de cuisson représente la moitié des coûts de production du sel. Les taux de marge réalisés avec la saliculture solaire sont donc bien supérieurs. Comme la charge de travail est allégée et que les femmes ne sont plus exposées aux vapeurs toxiques, il est aussi probable que leurs autres revenus monétaires croissent et que leurs dépenses de santé diminuent. |

Installation des bâches et ramassage du sel après évaporation de l'eau saumâtre  
© Univers-Sel

### PROJET PORTÉ PAR

Univers-Sel et l'Association des productrices de sel de Kapatres (Aprosal)  
Cofinancement : Seed Foundation

## ...avec Valérie Géhin

# SÉCHER L'ÉCHALOTE POUR OUVRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS

Mali



Dans le Sud du Mali, la moitié de la production d'échalotes est perdue faute de stockage adéquat. Arcade accompagne une coopérative de maraîchères à Blendio. Rencontre avec Valérie Géhin, déléguée générale d'**Arcade** – Une terre pour vivre.

### PROJET PORTÉ PAR

Arcade – Une terre pour vivre et le Réseau des associations des femmes de la commune de Blendio

### Quelle est la situation du marché de l'échalote au Mali?

Les échalotes locales, même si les Maliens les préfèrent, sont concurrencées par les gros oignons hollandais, plus rapides à éplucher et surtout moins chers. En effet, les échalotes se conservent mal, les prix augmentent en fin de saison des pluies, jusqu'à 1 500 FCFA le kilo, soit sept fois plus qu'au moment de la récolte.

### Les productrices peuvent-elles en tirer des revenus?

Les maraîchères de Blendio n'avaient d'autre choix que de céder leur production à l'unique commerçant faisant le déplacement au village, elles en tiraient peu de revenu. Pour réguler le marché, le séchage est une des solutions, et un marché émerge. Les femmes de Bougouni ou Sikasso sont prêtes à payer plus car l'échalote séchée est déjà épluchée et découpée. Toutefois ces marchés urbains sont difficiles d'accès car éloignés et sous la domination de grands commerçants. Les maraîchères ont donc adapté l'offre aux ruraux en proposant des petites tasses pour la préparation d'un seul repas que le client prend en vrac dans un bout de tissu.

Parcelle de maraîchage de Ntiobougou  
© Arcade

### La vente en ville est donc abandonnée?

Les marchés de petits centres urbains, comme Niéna, restent intéressants car ils mêlent plusieurs types de clientèles à qui proposer des produits variés : échalotes blanches, rouges, roses, séchées de différentes manières. Les productrices ont monté un partenariat avec l'association des ménagères de Niéna et négocié un prix plancher de 250 FCFA au moment des récoltes. Elles n'ont toutefois pas eu envie de s'enfermer dans une relation exclusive, qui leur rappelait la contrainte du commerçant ou du collecteur unique.

### Comment expliquer cette forte dynamique?

Ce qui a le plus motivé les femmes est le travail sur les débouchés et sur la gestion de la coopérative. En effet, un des freins majeurs est le manque de transparence de la gestion. Les membres sont souvent illettrés, cela ouvre la porte à toutes les dérives. Arcade a créé un Centre intercommunal d'appui à la gestion et à l'évaluation (Ciage) grâce auquel les structures ont une gestion autonome et transparente.

### L'innovation peut-elle changer d'échelle?

La région de Sikasso a un président dynamique qui suit de près ce que nous faisons sur le maraîchage et les outils de gestion. Nous travaillons avec la région pour que toutes les communes rurales puissent bénéficier du Ciage, qui offre des outils adaptés aux compétences communales (santé, éducation hydraulique, banque de céréales).

### Travaillez-vous sur les questions de genre?

Nous n'intervenons pas directement sur les rapports entre les hommes et les femmes, mais la promotion des activités économiques des femmes fait bouger les lignes. Un autre exemple est le projet de sensibilisation au VIH : il a libéré la parole des femmes sur les violences sexuelles, ce qui était auparavant inimaginable. La question, complexe, requiert une approche globale et dans la durée. |



# ...avec Cédric Rabany

## LE SYSTÈME D'INFORMATION DE MARCHÉ CHANGE D'ÉCHELLE



Cédric Rabany dirige le **Rongead** [aujourd'hui Nitidae], l'ONG diffuse des informations de marché pour améliorer le fonctionnement des filières agricoles. Le partenariat monté dans cinq pays avec un opérateur téléphonique lui permet d'atteindre une large audience.



Nous avons un partenariat global pour l'Afrique de l'Ouest : Sénèkela au Mali, M-Agri en Côte d'Ivoire et d'autres systèmes d'information sur les marchés (Sim) sont en projet au Sénégal, au Burkina Faso et en Guinée-Bissau.

### Quel est l'intérêt d'Orange ?

Cela ne leur rapporte pas beaucoup d'argent à court terme, c'est plutôt une stratégie de développement. Au Mali, Orange a fait le pari que le gisement d'abonnements à conquérir se trouvait en milieu rural et qu'il était donc intéressant de proposer des services aux ruraux. Ils ont investi dans Sénèkela avec des ressources humaines qualifiées (profil agronome) pour leur centre d'appel qui traite plusieurs milliers d'appels par mois. Ils nous rémunèrent aussi pour la fourniture de contenus et l'emploi du coach des téléconseillers qui est un salarié Rongead. Ils font la promotion des services Sénèkela à la télévision malienne.

Nous réfléchissons avec Orange à la vocalisation de SMS en langues locales, et au lancement automatique d'appels. C'est vraiment efficace pour atteindre les producteurs analphabètes.

### Quelle est la pérennité de ces dispositifs ?

Notre information est utile et pertinente. Nous recevons des témoignages de producteurs qui ont pu mieux vendre leurs produits, profiter de hausses sur les marchés, ou au contraire, se protéger contre une chute trop brutale. Nous avons résolu, en partie, les difficultés de diffusion large grâce au partenariat avec un opérateur commercial. Sénèkela commence à être connu et atteint l'équilibre financier. Avec une ergonomie vraiment adaptée aux producteurs (information vocale dans leur langue), ces outils peuvent se développer à très grande échelle, ce qui contribuera à leur rentabilité. Notre discours pour convaincre un opérateur se fonde sur l'obtention d'un équilibre financier: la rentabilité n'est pas très forte mais ils gagnent en notoriété en milieu rural. |

### De quelle manière facilitez-vous la mise en marché des produits agricoles ?

Rongead a développé une expertise d'analyse des filières agricoles et de conseil commercial, historiquement plutôt sur les cultures d'exportation (anacarde, karité, sésame). En Côte d'Ivoire, le service N'Kalô (« Je suis au courant » en dioula) fournit des informations de marché déjà traitées, analysées et synthétisées pour les besoins des acteurs agricoles. Ces informations améliorent les revenus des agriculteurs en réduisant les risques commerciaux. Des coopératives ivoiriennes nous ont sollicités pour que nous étendions l'information aux filières vivrières.

### Pourquoi vous être associés à un opérateur téléphonique ?

Collecter l'information, l'analyser et produire des données utiles aux producteurs est notre cœur de métier. En nous associant avec Orange, nous bénéficions de leurs infrastructures et de leur technicité avec une garantie de livraison des SMS, quels que soient les téléphones portables des agriculteurs.

Plateforme de déchargement des produits vivriers à Adjamé dans le nord d'Abidjan  
© A. Perrin

**PROJET PORTÉ PAR**  
Nitidae (ex-Rongead)  
et Chigata  
Cofinancement : Seed  
Foundation

## ...avec Dominique Laure

# DES PRODUITS LOCAUX POUR LES CANTINES SCOLAIRES

Sénégal



Le **Grdr** accompagne des collectivités locales sénégalaises dans la mise en place de systèmes alimentaires relocalisés, en particulier grâce au levier de la restauration scolaire. Rencontre avec Dominique Laure, chargée de projets au Grdr à Dakar.

### L'achat de produits locaux pour les cantines est-il déjà une réalité?

Depuis quelques années, le Pam a réorienté sa politique d'approvisionnement. Le programme Purchase African for Africa (PAA), en lien avec la FAO, vise à soutenir des producteurs locaux pour approvisionner ensuite les cantines. Il concerne plusieurs pays de la sous-région et fonctionne sur le modèle brésilien. Des ONG internationales appuient aussi le développement de champs communautaires pour l'approvisionnement de cantines scolaires en milieu rural. Toutefois, ces initiatives sont encore timides.

Lorsque le Grdr a démarré son intervention dans la région de Dakar en 2014, il n'y avait quasiment pas de cantines scolaires, la région étant considérée comme riche par rapport au reste du pays. Il a fallu développer un plaidoyer pour faire comprendre la grande vulnérabilité alimentaire dans certaines zones.

En 2015, la Division des cantines scolaires (DCAS) rattachée au ministère de l'Éducation, a mobilisé pour la première fois un budget pour des cantines scolaires à Dakar... qui n'a servi qu'à l'achat de produits importés: corned-beef, petits pois, lentilles en boîte!

Une politique d'alimentation scolaire promeut pourtant les produits locaux, mais elle est peu

mise en application. En 2016 cependant, la DCAS a réussi à mobiliser un budget plus important et a acheté des produits locaux (mil, maïs, niébé). Notre objectif est d'instaurer un mécanisme d'approvisionnement des cantines en produits locaux qui soit viable, ce qui suppose une implication de l'État, des collectivités locales et des parents d'élèves.

### Quels sont les acteurs impliqués dans l'approvisionnement des cantines?

Chaque école abrite un comité de gestion (CGE) qui regroupe des délégués de quartiers ou des chefs de villages, les directeurs d'école, des enseignants, des parents d'élèves, des conseillers municipaux. Ces CGE ont une existence juridique et un compte bancaire mais leur fonctionnement est aléatoire. Notre projet les responsabilise sur la gestion des cantines.

Le Grdr travaille en partenariat avec le Cadre régional de coopération et de concertation des ruraux (CRCR) de Dakar. Ce dernier joue le rôle d'intermédiaire entre les organisations de producteurs et les comités de gestion: des prix sont négociés pour la fourniture de produits frais et de qualité. Le Grdr signe une convention avec les comités, leur octroie une subvention pour l'achat de denrées et les aide à élaborer les contrats qui les lient aux organi-

Des enfants attendant l'heure du repas et préparation des repas à la cantine  
Malick Diop  
© Grdr





Formation des cuisinières à la préparation des plats à base de produits locaux  
© Grdr

sations paysannes et qui définissent la quantité, la qualité, le prix des produits et la fréquence de livraison.

#### Quels sont les résultats ?

80 000 à 100 000 repas sont servis par an. Les effets sont déjà visibles : meilleurs résultats scolaires, moins d'absentéisme... Les menus valorisent les produits locaux.

Quatre fédérations paysannes bénéficient de ces débouchés : deux groupements de maraîchers, une organisation de pêcheurs et des riziculteurs de la vallée du fleuve Sénégal. Des formations apprennent aux cuisinières à préparer les céréales locales — sans bouillon cubes — et à connaître les valeurs nutritionnelles, l'hygiène et les bonnes pratiques alimentaires. L'aspect innovant ? Avant, les cantines utilisaient surtout des produits importés. Le projet cherche à réintroduire des plats traditionnels. Pour l'instant, nous proposons des repas avec du poisson, mais cela coûte cher, même dans le cadre d'un circuit court et en négociant les prix. Bien que le dispositif actuel soit intéressant sur le plan nutritionnel et sur celui de la valorisation des produits locaux en circuits courts, il reste relativement onéreux. Nous sommes dans une démarche de recherche-action et verrons si ce dispositif est viable ou pas.

Nous avons également développé un partenariat avec l'Asprodeb et la Fédération nationale des boulangeries du Sénégal qui ont un projet de panification des céréales locales (mil et maïs). Trois fois par semaine, des boulangeries distribuent le pain aux élèves à l'heure de la récréation. Chaque élève contribue à la moitié du prix du pain, soit 25 FCFA.

Pour les déjeuners, nous ne pouvons pas couvrir l'ensemble des effectifs, souvent supérieurs à 1 000 élèves dans les écoles publiques élémentaires de la banlieue. 250 élèves, parmi les plus pauvres et ceux habitant loin de l'école, sont

pris en charge. Là encore, une participation de 75 FCFA par repas est demandée aux parents.

On estime qu'un enfant sur deux arrive à l'école sans avoir mangé parce que les mères partent travailler très tôt sans avoir le temps de préparer le petit déjeuner. Elles donnent souvent une pièce de 50 ou 100 FCFA aux enfants pour acheter un petit en-cas. Le prix proposé est donc relativement accessible, et là où les enseignants font un travail important de sensibilisation, la participation est bonne.

#### Quels sont les défis ?

Le défi est d'arriver à ce que les cantines constituent un débouché important pour les producteurs. Cela suppose de résoudre des problèmes en amont (éparpillement de la production et de la distribution, coût du transport...) et d'assurer la pérennité du financement des cantines.

Le coût d'un repas (300 FCFA) est couvert par les parents (à hauteur de 75 ou 100 FCFA), par l'État et par une plateforme d'entreprises. Le programme explore aussi des mécanismes de solidarité ainsi qu'une répartition des parts de marché avec les dames qui vendent devant les écoles. La recherche de financement privé s'appuie sur les politiques RSE — responsabilité sociale des entreprises — et sur le crowdfunding.

Du côté des financements publics, les collectivités locales accordent des dotations, mais qui restent ponctuelles et de faible montant. Les écoles élémentaires relèvent de la compétence des communes, les collèges et lycées de celle des conseils départementaux.

Le développement d'une nouvelle composante du projet, l'accompagnement du département de Rufisque [deux tiers de la superficie de la région de Dakar] pour l'élaboration de son plan alimentaire territorial, constitue une opportunité : il s'agirait d'inscrire dans le plan alimentaire territorial une ligne de financement pour les cantines scolaires. |

#### PROJET PORTÉ PAR

le Grdr  
et le Cadre régional  
de concertation  
et de coopération  
des ruraux (CRCR)  
de Dakar

## ...avec Oumy Seck et Abir Nur

# LE BOOM DE LA MICROAGRICULTURE URBAINE

Sénégal



Le **Centre d'écoute et d'encadrement pour le développement durable (CEEDD)** voit dans la microagriculture le moyen de favoriser l'autonomie des femmes de Thiès. Rencontre avec Oumy Seck, présidente, et Abir Nur, coordinatrice des programmes d'agriculture urbaine.

### **Pourquoi développer la microagriculture dans les jardins ?**

À Thiès, les familles disposent souvent de larges cours dans leur maison. Les valoriser sous la forme de jardins horticoles permet aux femmes confrontées à la pauvreté et au chômage de produire des légumes, des fruits et des plantes aromatiques. Cette innovation est née du constat que nous faisons en tant que relais de sensibilisation en santé et nutrition communautaires : la faible consommation de légumes, en particulier chez les citadins et les personnes vulnérables, comme les femmes enceintes et les personnes âgées, a de graves conséquences sur leur santé.

Le microjardinage garantit l'accès de tous à une alimentation de qualité, issue de l'agriculture saine et durable. Pour améliorer la qualité nutritionnelle, quelques carottes de plus ou des épinards pour l'apport en fer ne sont pas négligeables ! La microagriculture enrichit le bol alimentaire sans peser sur le budget des familles et crée des revenus pour acheter d'autres aliments.

Différents supports d'agriculture urbaine © CEEDD

### **Comment sont vendus les légumes qui ne sont pas autoconsommés ?**

Tout est commercialisé en circuit court. On peut aller directement sur les jardins (individuels ou partagés), ou se rendre aux points de vente. L'un de nos objectifs à court terme est d'installer deux points de vente dans chacune des trois communes de la ville de Thiès afin de faciliter l'accès des consommateurs à ces produits cultivés sans pesticides. La demande est très forte et nous sommes encore très loin de satisfaire les besoins de consommateurs dans la ville !

### **Les légumes des jardins sont donc toujours écoulés ?**

Oui, et lorsqu'un fruit ou un légume est disponible en abondance, nous encourageons la transformation pour éviter les pertes. Actuellement toutes les



femmes sont formées à la transformation domestique de légumes et de fruits du jardin, mais aussi des fruits saisonniers de l'écosystème, donc *de facto* biologiques, tels que le jujube.

### **Comment se disséminent les pratiques de microagriculture urbaine ?**

Lorsqu'une femme pratique l'agriculture urbaine, ses voisines s'y intéressent. La dissémination a lieu de manière spontanée. Rentrer dans un beau jardin, voir que les femmes n'ont pas besoin d'aller au marché, voilà qui donne envie aux autres. Toutes se rendent compte des avantages financiers et alimentaires. Quinze agricultrices relaient les pratiques agroécologiques et quinze autres transmettent leur expérience en gestion financière.



Formation en repiquage des jeunes plants  
© CEEDD

C'est un système de partage: lorsque tu connais les bienfaits de l'agriculture urbaine, il faut faire en sorte que les autres les découvrent!

Nous sommes en lien avec l'université de Thiès. Des étudiants-chercheurs apportent des appuis techniques. Ils viennent vers nous de manière volontaire et demandent ce qu'ils peuvent faire.

Au nord de Thiès, un terrain a été mis à notre disposition, grâce à la coopération Thiès-Cergy, sur lequel nous souhaitons implanter un centre témoin, plutôt qu'un véritable site de production, car il est situé en pleine ville. Cela permettra aux personnes de voir ce qu'est la microagriculture urbaine, ses produits et ses pratiques, et de constater que c'est réalisable! C'est une vitrine pour la population thiessoise mais aussi pour tout le Sénégal puisque Thiès est une ville carrefour.

#### **Quels obstacles avez-vous dû surmonter?**

Bien qu'ayant prêté formellement les terrains non bâtis sur lesquels les femmes installent des jardins partagés, le propriétaire peut vendre à un tiers. Sans prévenir les exploitantes et parfois au bout de quelques mois à peine... Aucune garantie donc que ces dernières aient le temps de récolter le fruit de leur travail!

Pour y remédier, nous essayons d'établir des conventions avec les propriétaires pour qu'ils accordent un préavis d'au moins six mois lorsqu'ils souhaitent récupérer le terrain. Nous agissons en partenariat avec les délégués de quartier, très en faveur des jardins partagés, ce qui nous donne un certain poids.

#### **Les pouvoirs publics soutiennent-ils la microagriculture urbaine?**

Nous avons impliqué les collectivités territoriales dès le début, en particulier les acteurs des communes. C'est d'autant plus crucial que certains espaces de production appartiennent à la ville. Des représentants des mairies des trois com-

munes de Thiès, des services déconcentrés de l'État et des services techniques départementaux et régionaux participent à notre comité de suivi. On y discute des avancées et de la façon dont on entend élaborer un document de plaidoyer. C'est vraiment important de le faire dans ce cadre multi-acteurs impliquant les autorités publiques, dans la mesure où le document de plaidoyer leur est destiné. Ayant pris part à son élaboration, elles auront toutes les raisons de l'accueillir favorablement.

Après avoir mis en place un cadre institutionnel favorable au niveau de la commune de Thiès, l'idée est que les collectivités territoriales portent à leur tour un plaidoyer au niveau national pour accompagner l'émergence de la microagriculture urbaine dans tout le Sénégal. Nous avons la chance d'être avec des élus locaux et des agents de l'État qui soutiennent avec vigueur la microagriculture et souhaitent que la ville et le département de Thiès soient pionniers.

#### **Cela présage-t-il un changement d'échelle des pratiques d'agriculture urbaine?**

Le CEEDD est très sollicité pour des initiations à l'agriculture urbaine, nous avons du mal à répondre à tout le monde. Les demandes viennent de partout, même des zones rurales! Certaines personnes voudraient sortir de l'agriculture conventionnelle ou alors disposent d'un tout petit terrain et voudraient cultiver d'une autre manière, plus simple. La microagriculture sort du cadre urbain.

En zone urbaine, les collectivités adhèrent vraiment à cette dynamique qui met en valeur la ville, l'embellit, puisque tout devient vert et fleuri... Par exemple cette année nous revalorisons un terrain municipal qui était une déchetterie à ciel ouvert, nettoyée au préalable par les services de la ville. Les mairies voudraient que l'on intervienne dans tous les jardins publics de Thiès car cela redore l'image de la ville! |

#### **PROJET PORTÉ PAR**

le Centre d'écoute et d'encadrement pour le développement durable (CEEDD) et Aster International

## ...avec Cécile Broutin

# ENCOURAGER LA PRODUCTION DE LAIT EN ZONE PASTORALE

Sénégal



Au Sénégal, le **Gret** soutient le nouvel essor du lait local face à une demande qui explose avec la forte croissance des villes et l'élargissement des classes moyennes. Rencontre avec Cécile Broutin, responsable des programmes Agriculture familiale et filières.

### PROJET PORTÉ PAR

le Gret  
et le Cadre  
de concertation  
des collectivités locales  
du Dagana

### Pourquoi cette alliance avec une industrie laitière dans le Nord du Sénégal?

Dans cette partie du pays, le lait provient surtout d'un système pastoral. Les frais de collecte sont élevés en raison des distances et de la variation des volumes disponibles. Il faut drainer beaucoup de lait, comme le fait la Laiterie du Berger, pour que l'opération soit rentable. Une autre spécificité de cette région est qu'il existe très peu de centres urbains, Saint-Louis excepté. L'importante capacité de collecte et de transport de la Laiterie du Berger est essentielle car elle lui permet d'approvisionner le marché dakarois, à plus de 300 kilomètres de là. À l'inverse, dans le Sud, en Casamance, les éleveurs sont à proximité de villes et les minilaiteries sont rentables. Il y est plus facile d'organiser de petites filières connectées aux marchés urbains.

### Comment accompagner les éleveurs peuls éparpillés sur la zone?

17 centres de services de proximité forment un système décentralisé. Organisé autour de parcs à

fourrage, propres à chaque groupe de villages. Nous avons cherché à mailler le territoire tout en évitant les conflits de leadership. Les usagers signent une adhésion pour participer au centre de services. Réunis en assemblée, ils désignent un gérant privé qui est rétribué par une commission sur les ventes de fourrage.

### Comment s'organise la collecte ?

Dans la zone, le grand nombre et la dispersion des éleveurs compliquent la collecte. La Laiterie du Berger a mis en place des axes de collecte, dont les lieux de regroupement sont desservis deux fois par jour. Les éleveurs peuvent également livrer directement à la laiterie si leur production dépasse 100 litres. La Laiterie du Berger suit de près les coûts de la collecte et effectue un calcul de compétitivité du prix de revient du « lait local rendu usine » par rapport au lait reconstitué à partir de poudre importée.

### Les petits éleveurs font-ils entendre leur voix face à la Laiterie du Berger?

Il est vrai que la Laiterie du Berger n'a pas augmenté le prix d'achat aux éleveurs pendant les premières années. Cela se justifiait car le maintien de sa part de marché à Dakar suppose qu'elle soit compétitive par rapport aux laiteries industrielles qui utilisent du lait en poudre. En appuyant l'installation de mini-farmes le long du fleuve Sénégal, la laiterie espère accroître la collecte et ainsi améliorer sa rentabilité. Dans la filière laitière, le rapport de force n'est en général pas défavorable aux éleveurs car les laiteries sont très dépendantes d'eux. L'enjeu est de trouver un consensus et de ne pas avoir de position dogmatique en considérant par exemple que seuls les producteurs doivent capter l'ensemble de la valeur ajoutée y compris celle de la transformation. S'il y a déjà des laiteries qui créent de l'emploi et font vivre des familles, pourquoi privilégier la création d'une nouvelle laiterie avec les producteurs au risque de créer une concurrence forte si le marché n'est pas suffisant ?

Troupeau  
de bovins  
dans le Dagana  
© A. Benkhaha



# ...avec Yangone Mbow

## PRODUIRE ET CONSOMMER AUTREMENT

Yangone Mbow est née dans le village de Ndem, à 120 kilomètres à l'est de Dakar. Elle est présidente du collectif Éco-jeunes solidaires au sein de l'ONG **des villageois de Ndem**.



Toute l'année, nous intervenons dans les classes, des petits jusqu'au lycée. Nous leur montrons le périmètre maraîcher et le jardin « faune et flore ». Ils découvrent ainsi les arbres, les plantes et d'où vient ce qu'ils mangent. Nous organisons aussi des projections dans le cadre du festival Alimenterre.

Villageoises  
de Ndem  
© D. Erhart

### Quelles actions de sensibilisation menez-vous ?

Nous expérimentons de nouvelles approches éducatives : excursions, interventions scolaires, fête de fin d'année avec des artistes, des pièces de théâtre, projections de film, etc.

Tous les ans, un thème est choisi. La première année, c'était la violence à l'école, mais nous nous sommes ensuite intéressés à l'écologie. Les gens d'ici ont besoin d'un éveil. Nous faisons beaucoup de sensibilisation avec du théâtre, des projections, des activités ludiques. Nous avons aussi lancé le défi de la gestion des déchets et organisé des après-midi de nettoyage du village. Nous avons distribué des poubelles pour trier les déchets organiques et non organiques. Pour assurer le ramassage, nous avons créé un emploi grâce à une petite cotisation des villageois. La matière organique est compostée (en lien avec les maraîchères), et les déchets non organiques sont enterrés ou brûlés de manière contrôlée.

Nous allons dans les foyers pour parler d'alimentation aux femmes. Celles qui cultivent les périmètres maraîchers ont aussi participé à une journée autour d'alternatives à l'utilisation de cubes Maggi, grâce à une adaptation du jeu de la ficelle. Ce jeu interactif représente par une ficelle les implications de nos choix de consommation. Toutes ont apprécié l'aspect ludique, le message est bien passé.

### Les comportements changent-ils ?

La génération des enfants du village se responsabilise, sur la question des déchets par exemple. Avec les adultes, c'est plus long, mais l'évolution est perceptible. Ndem a obtenu le prix du village le plus propre de la région. Les familles ont reçu plein de cadeaux. Cette valorisation leur a donné de la fierté et l'envie de continuer.

L'association Éco-jeunes solidaires fait des émules. C'est déjà le cas à Dakar, à Thiès, où des groupes se sont formés. Nous collaborons avec eux, organisons des invitations chez les uns et les autres. Nous essayons aussi de les former à la sensibilisation : les stages que j'ai faits avec Artisans du monde en France, j'en fais profiter autant que possible mes homologues au Sénégal.

### Quel est le moteur de votre engagement ?

Le système scolaire sénégalais est dur. Je n'ai jamais aimé l'école parce qu'il n'y avait que les cahiers et les leçons, rien pour nous motiver. Cela m'a convaincue de l'importance d'activités qui donnent envie d'apprendre, de comprendre. Quand on a l'amour de la connaissance, on s'intéresse aux conséquences de ses actes. C'est indispensable si on veut que les futures générations produisent et consomment autrement. |

### PROJET PORTÉ PAR

l'ONG des villageois  
de Ndem  
et la Fédération  
Artisans du monde

## ...avec Elphège Ghestem

# AGROÉCOLOGIE PAYSANNE ET MARCHÉS PORTEURS

Sénégal



Au Sénégal, Agrisud et Jappoo Développement tentent de reconnecter l'agriculture familiale aux marchés porteurs, en particulier celui des structures hôtelières du littoral. Rencontre avec Elphège Ghestem d'Agrisud.

### **Pourquoi travailler avec le secteur touristique ?**

Nous avons répondu à la demande du Club Med qui souhaitait améliorer son impact sur le développement local. Nous avons identifié un levier : l'approvisionnement des buffets des villages de vacances en produits frais issus d'exploitations familiales environnantes. La mise en relation de l'offre de ces exploitations avec la demande du Club Med souffre des difficultés classiques d'écoulement des produits sur les marchés locaux et qui tiennent à la diversité et à la qualité des produits, au respect des quantités et à la régularité de l'approvisionnement.

### **Quelle est votre stratégie ?**

Les organisations d'appui aux producteurs doivent gagner en compétence pour accompagner au mieux leurs membres et promouvoir des systèmes agricoles adaptés à la diversité des situations.

Nous avons développé une méthode originale d'analyse globale des systèmes de production. Elle prend en compte les contraintes du milieu, naturel, économique et social. Des outils sont mis au point avec les animateurs : questionnaire de caractérisation d'une exploitation agricole à l'échelle du système de production, focus group d'analyse économique (pour établir une situation de référence de l'économie de l'activité), etc.

Les organisations d'appui, accompagnées par Jappoo et Agrisud, testent chaque outil auprès des producteurs. Grâce aux diagnostics personnalisés, les organisations peuvent ensuite monter des « plans d'actions correctives » pour chaque exploitation familiale.

### **En quoi consistent ces plans d'actions correctives ?**

Diverses contraintes émergent : salinité des sols, érosion éolienne, fluctuation des prix sur les marchés, etc. Les actions correctives passent par l'ap-

prentissage de nouvelles techniques agricoles ou de nouveaux outils de gestion. Jappoo ainsi que le Service départemental de développement rural (SDDR) viennent en appui aux organisations, respectivement sur les volets méthodologique et technique.

Par exemple, pour faire face au problème de fertilité des sols, les organisations forment leurs adhérents à l'utilisation de biofertilisant liquide. Autre exemple, afin de démarrer la production plus tôt et entrer sur les marchés lorsque les prix sont encore hauts, les producteurs réalisent des pépinières sur pilotis en hivernage.

### **Comment se passe la transmission des nouvelles techniques agricoles ?**

Pour diffuser ces nouvelles techniques, les organisations s'appuient sur un système de producteurs leaders appelés « maîtres exploitants ». Identifiés pour leur charisme par leurs pairs, ils agissent comme vecteurs des nouvelles techniques.

Mais le risque de ce système est de favoriser le « copié mal collé ». En plus du leadership, les maîtres exploitants doivent avoir une bonne maîtrise des techniques et un savoir-faire dans la transmission des messages.

Dans un premier temps, nous validons avec eux l'ensemble des techniques qu'ils peuvent diffuser dans leur environnement proche. Ensuite, nous les accompagnons aux plans technique et méthodique dans la transmission de savoirs. Enfin, nous assurons le suivi de ces maîtres exploitants dans leurs actions de formation et d'accompagnement. Reste la problématique de la pérennité de ces relais à laquelle il est important de réfléchir.

### **Comment travaillez-vous sur la commercialisation ?**

Le département de M'bour, situé sur la Petite côte sénégalaise, est touristique et nous travaillons avec les structures hôtelières.

Nous développons aussi la concertation entre les



Préparation de traitements insecticides naturels  
© Agrisud



producteurs et les *bana-bana* [nom en wolof des intermédiaires commerciaux]. Ces derniers veulent s'approvisionner dans la zone mais ils rencontrent des difficultés, entre autres la régularité et la quantité des produits disponibles. Harmoniser l'offre des producteurs et la demande des intermédiaires favorise les circuits de commercialisation locaux.

Nous organisons des rencontres au début, en cours et en fin de saison pour les campagnes d'hivernage et de saison sèche. Les *bana-bana* et les producteurs partagent leurs attentes et définissent les modalités de collaboration. L'idée est de susciter l'intérêt des *bana-bana* à s'approvisionner sur les parcelles des producteurs, afin de faciliter l'acheminement des productions vers les marchés.

### Ce rapprochement porte-t-il ses fruits ?

Notre expérience de partenariat et de négociation avec l'hôtellerie et la restauration a été très utile pour anticiper les facteurs de blocage : diversité et régularité de l'offre, négociation des prix et respect des engagements d'achat.

Sur une première année test à Ndianda, 5 *bana-bana* et 15 producteurs ont joué le jeu de cette collaboration. Un peu plus de 24 tonnes de produits diversifiés ont été échangées sur la campagne ; et les deux parties se déclarent très satisfaites de ces premiers résultats. À Fissel, avec 10 *bana-bana* et 9 producteurs, les résultats sont plus faibles (7 tonnes). Les ateliers ont permis d'identifier les faiblesses (quantité de produits) et les corrections à apporter. Des engagements ont déjà été pris pour la campagne d'hivernage.

Dans tous les cas, il faut souligner la valeur ajoutée de ces ateliers : les intermédiaires comprennent les contraintes des producteurs, qui perçoivent mieux les services essentiels que les premiers prennent en charge (transport, acheminement vers les points de vente, etc.).

Puisage de l'eau, formation agroécologique, rencontre entre paysans et fournisseurs d'intrants  
© Agrisud

### PROJET PORTÉ PAR

Agrisud  
et Jappoo  
Développement

## ...avec Meïssa Niang Ndiaye

# FEMMES, AGROÉCOLOGIE ET COMMERCE ÉQUITABLE

Sénégal



Meïssa Niang Ndiaye est la présidente du **Réseau des femmes en agriculture biologique et commerce équitable (Refabec)** implanté à Thiès.

### Comment s'est constitué ce réseau de femmes qui vend des produits bio ?

Nous cultivons depuis longtemps dans nos jardins selon les principes de l'agriculture biologique, en partie pour nos familles, en partie pour la vente. Nous nous sommes regroupées pour mieux transformer et valoriser nos produits. Cinq Groupements d'intérêt économique (GIE) de quartier ont vu le jour, appelés « clubs bio ». Ils se sont ensuite fédérés pour constituer le Refabec. Nous nous sommes rapidement heurtées à des problèmes d'approvisionnement en matière première bio. Pour dépasser cet obstacle, l'ONG Agrécol nous a rapprochées de producteurs bio de la périphérie de Thiès. Désormais 90 femmes membres du réseau travaillent avec 212 producteurs formant ainsi un circuit local de commercialisation bio entre zones rurales et urbaines.

Week-end biologique, installation des stands  
© Autre terre

### Quelles sont vos stratégies de promotion ?

La mairie nous a cédé un espace en plein centre-ville, à 600 mètres du marché principal, pour

organiser un marché de légumes et poisson deux fois par semaine.

Nous avons aussi une boutique dénommée Mapro-bio pour les produits conditionnés et étiquetés.

Notre unité de transformation valorise les céréales, les fruits et les légumes. Nous nous approvisionnons auprès de nos membres mais aussi sur le marché. Nous faisons également de la prestation de service car les habitants du quartier et des quartiers environnants viennent mouliner leur mil et d'autres céréales. Dans notre unité, nous commercialisons du riz local provenant de la Vallée et que nous recevons dans le cadre d'une collaboration avec des organisations de producteurs.

Enfin, nous avons, en lien avec Agrécol, un restaurant dénommé Tikaara qui sert chaque jour des plats sénégalais et européens à base de produits locaux et biologiques.

### Quels sont vos acquis ?

Nous avons un réseau de productrices et producteurs ruraux et de transformatrices urbaines. Nous donnons à la population urbaine l'opportunité de consommer des aliments biologiques. Nous faisons des efforts pour qu'il n'y ait pas trop de différence avec le prix des produits conventionnels (en général seulement 10 FCFA supplémentaires par kilo).

Nous sommes membres de la Fédération nationale de l'agriculture biologique (Fenab) et avons mis en place un système participatif de garantie (SPG) qui clarifie et consolide les relations au sein du réseau. Il est ainsi facile de fixer les prix de façon concertée en conformité avec le concept de commerce équitable.

Pendant quelques années, nous avions un contrat d'approvisionnement en céréales avec la caserne militaire de Thiès. Mais, suite à des soucis avec l'intermédiaire qui gérait la relation, nous avons perdu le marché.

Depuis 2014, nous prenons nous-mêmes en charge





les frais de fonctionnement de l'unité de transformation (loyer, électricité).

Grâce au Programme d'appui au secteur agricole (Pasa) financé par l'État du Sénégal à travers le Fida, nous avons développé une série de plats à partir des produits locaux. Nous avons reçu le premier prix lors de concours culinaires au niveau national. Cet accompagnement nous a aussi aidées à obtenir l'autorisation FRA pour la mise en marché de nos céréales transformées. Nous avons également amélioré le packaging des produits locaux et leur qualité grâce à des formations dispensées par l'Institut de technologie alimentaire (Ita) de Dakar. Aujourd'hui, la présentation de nos produits n'a rien à envier à celle des denrées importées, même s'il nous reste des efforts à faire en ce qui concerne la visibilité.

#### Qu'est-ce qui réduit votre visibilité ?

Nous ne faisons pas de publicité et ne sommes connues que par le bouche-à-oreille. Nous arrivons d'ailleurs à fidéliser les consommateurs qui ont goûté nos produits car ils en apprécient la qualité. Par contre, nous proposons nos produits frais deux jours par semaine, ce qui est insuffisant pour bien les faire connaître. Enfin, il n'est pas toujours aisé d'expliquer au grand public les atouts du bio par rapport au « conventionnel ». En effet, les consommateurs ont le prix comme seul repère, sans tenir

compte des avantages que peut apporter une alimentation saine.

#### Quels sont vos échecs ou limites sur la transformation et la commercialisation ?

Ce qui a beaucoup freiné notre développement est de ne pas renforcer de manière suffisante les capacités propres de nos membres sur le plan de la gestion organisationnelle. Nous avons toujours confié cette gestion à des personnes externes que nous recrutons mais qui quittent ensuite l'organisation en emmenant avec elles le capital relationnel et institutionnel acquis au sein du réseau. Cela nous oblige à repartir sur de nouvelles bases.

#### Quels enseignements tirez-vous de vos expériences sur le consommer local ?

Les femmes qui sont impliquées dans le consommer local au sein de notre réseau sont imprégnées de fortes convictions sur l'intérêt de l'agroécologie et des produits bio. Nous sommes aussi très solidaires et sommes arrivées à constituer un noyau qui travaille sur le long terme. Nous avons également des jeunes qui intègrent notre réseau que ce soit en zone urbaine ou rurale. Nous pensons que le consommer local est une lutte de longue haleine qui doit mobiliser tous les acteurs à tous les niveaux. Mais l'engagement des consommateurs est déterminant dans cette lutte. |

Femmes membres du Réfabec dans leurs jardins © Autre terre

#### PROJET PORTÉ PAR

le Réseau des femmes en agriculture biologique et commerce équitable (Refabec), Agrecol Afrique et Autre terre.

## ... avec Claude Nutsudzie

# RELIER PAYSANS ET RESTAURATRICES DE RUE

Togo



À Lomé, l'entreprise sociale **Planète paysans** sert d'intermédiaire entre restauratrices de rue et paysans. Mieux les rémunérer, tout assurant une alimentation de qualité accessible à tous, tel est le défi de cette expérimentation unique en son genre. Rencontre avec son gestionnaire, Claude Nutsudzie.

### Pourquoi accompagner les restauratrices de rue ?

La restauration de rue est un secteur économique de première importance à Lomé : un très grand nombre de mères de famille mènent cette activité sur le pas de leur porte. Toutes les classes sociales s'alimentent ainsi, car c'est souvent moins cher qu'à la maison.

De manière paradoxale, cette activité reste informelle, non encadrée par les autorités. L'ONG Échoppe intervient de longue date auprès des restauratrices de rue, au travers du microcrédit. Des formations leur sont aussi proposées en partenariat avec l'Institut national d'hygiène. Les progrès réalisés (conservation, présentation, équipement de travail, mise à disposition d'eau, etc.) rassurent les clients. C'est primordial si l'on souhaite que la restauration de rue, qui rend très accessible les mets togolais, reste attrayante.



Achat du maïs au village avec une balance électronique  
© Planète paysans

Pour garantir l'attractivité de la restauration de rue, nous travaillons aussi à diversifier l'offre. Il est prévu que certaines des cuisinières donnent ensuite des cours à la Bobar, la boutique-bar-restaurant de produits locaux de l'Oadel.

### Pourquoi avoir mis en relation les restauratrices avec des paysans ?

Paysans et restauratrices sont deux professions indispensables mais mal rémunérées du fait du manque d'organisation des filières. Or, la croissance du marché alimentaire attire de grosses entreprises qui pourraient les marginaliser davantage. Au contraire, si la filière est organisée et que les producteurs connaissent la demande, ils adaptent aisément leur activité. Résultats : un produit agricole de qualité, conforme aux besoins des restauratrices, une traçabilité sur toute la filière, moins de pertes, etc.

Le gros avantage des circuits courts est que paysans et restauratrices communiquent sur leurs besoins respectifs. Nous travaillons avec 292 paysans qui aujourd'hui maîtrisent très bien les objectifs du dispositif. C'est motivant pour eux de savoir

### PROJET PORTÉ PAR

Échoppe Togo  
et Échoppe France



comment leur maïs est utilisé. Quant à la centaine de restauratrices impliquées dans le projet, elles ont conscience de la qualité du maïs « naturel » (cultivé avec moins de produits chimiques et dont la conservation est améliorée).

### Pourquoi créer une entreprise ?

Échoppe avait d'abord essayé de mettre directement en lien paysans et restauratrices. Mais les coûts de collecte, stockage et transport doivent être optimisés pour un approvisionnement de qualité qui reste abordable. Or l'expérience montre que producteurs et restauratrices n'ont ni la disponibilité ni les compétences nécessaires pour minimiser ces coûts. Avec quelques investisseurs togolais partageant les valeurs de l'économie sociale et solidaire, Échoppe a créé l'entreprise sociale Planète paysans qui joue un rôle d'intermédiaire entre la ville et la campagne. Des enquêtes ont déterminé les quartiers de Lomé les plus porteurs, ceux où les restauratrices de rue avaient des difficultés à se fournir en maïs. Pour le moment, en plus du magasin central de Planète paysans, deux plateformes d'approvisionnement sont opérationnelles dans les quartiers d'Adidogomé et d'Adamavo.

Dans chaque quartier, les restauratrices sont constituées en groupement et tiennent une réunion mensuelle, avec la ou le gestionnaire et une animatrice rémunérée par Planète paysans. Les discussions portent sur leurs besoins en maïs mais aussi sur des préoccupations de leur vie quotidienne (alphabétisation, planning familial, éducation des enfants, etc.)

Les restauratrices achètent le maïs à crédit, car beaucoup d'entre elles n'ont pas le fonds de roulement nécessaire à l'activité. Elles prennent de petites quantités au début pour être certaines de l'écouler. Planète paysans leur vend le maïs au prix du marché à Lomé, qui varie entre 135 et 210 FCFA le kilo.

### Ce prix est-il suffisant pour bien rémunérer les paysans ?

Oui, les paysans obtiennent un meilleur prix avec Planète paysans qu'avec les intermédiaires habi-

tuels qui achètent dans leur village (120 FCFA le kilo au lieu de 100 FCFA). De plus, le paiement au poids leur est favorable car ils sont souvent trompés par les commerçants. Nous fournissons des intrants aux paysans qui nous remboursent en nature [maïs] à la récolte. De plus en plus de producteurs rejoignent Planète paysans.

### La marge est-elle suffisante pour couvrir les frais de fonctionnement ?

À la différence d'un commerçant, Planète paysans approvisionne les restauratrices toute l'année, et parfois presque à perte.

Le business plan a déterminé le seuil de rentabilité entre 500 et 1 000 tonnes distribuées par an. Actuellement, l'entreprise sociale n'est pas rentable car seules 160 tonnes de maïs sont vendues à environ 200 restauratrices. Les salaires de l'équipe sont payés par des subventions de projets. En revanche, les gestionnaires de plateforme se rémunèrent sur les marges dont 30 % leur revient. À terme, il est prévu que dix plateformes de ce type fonctionnent dans dix quartiers différents.

### De quoi avez-vous besoin pour grandir ?

Planète paysans aimerait se fournir plus largement dans les zones de Kpalimé et Agou. La principale difficulté est l'augmentation de notre capital car nous préfinançons les campagnes. Nous avons trois investisseurs togolais mais les institutions financières refusent d'investir dans l'agriculture. Pour le moment, nous freinons l'adhésion de nouveaux producteurs et de nouvelles restauratrices pour être en mesure de respecter nos engagements envers eux. |

Formation des restauratrices du quartier d'Adamavo  
© Planète paysans

Restauratrice à Lomé  
© Planète paysans



## ...avec Hindatou Amadou

# LES ÉLEVEURS S’AFFIRMENT SUR LA SCÈNE POLITIQUE



Hindatou Amadou est la responsable plaidoyer et genre de l'**Association pour la promotion de l'élevage au Sahel et en savane** (Apess). L'élevage est un secteur économique important en Afrique de l'Ouest mais les espaces pastoraux sont sous pression.

### Comment le plaidoyer est-il devenu une priorité pour les éleveurs ?

En 2011, lors de l'élaboration participative du Document d'orientation stratégique, le slogan était : « Si tu ne fais pas la politique, la politique te fera ». Certains éleveurs étaient déjà engagés dans des cadres de concertation locaux en tant qu'élus, ils voyaient donc combien il était important d'y participer, au risque, sinon, de subir les décisions politiques.

### Les organisations d'éleveurs ont-elles été entendues ?

Nous avons obtenu des résultats au niveau de la Cedeao lors de la révision de l'Ecowap, la politique agricole d'Afrique de l'Ouest. L'action a été menée de concert avec trois autres organisations : le Réseau Billital Marobé (Réseau des organisations d'éleveurs et pasteurs d'Afrique), le Réseau des organisations paysannes et des producteurs d'Afrique de l'Ouest (Roppa) et la Confédération des organisations d'élevage traditionnel en Afrique de l'Ouest et du Centre (Coret). L'élevage est bien mieux pris en compte dans les textes d'orientation de la Cedeao. La filière laitière est devenue une priorité pour la région avec « l'Offensive lait ». Il faut à présent veiller à ce que ces engagements soient répercutés au niveau national.

### Comment se faire entendre au niveau national ?

Il est primordial de consolider la reconnaissance institutionnelle des cellules nationales de l'Apess. La cellule sénégalaise est, par exemple, impliquée dans la création de l'interpro-

fession lait et dans le suivi et la mise en œuvre du code pastoral. Son homologue burkinabè, quant à elle, participe à la révision du Programme national du secteur rural (PNSR).

### Comment se construit votre expertise ?

Nous faisons remonter les informations grâce au bilan simplifié d'exploitation — sorte de photographie socioéconomique d'une famille d'éleveurs — qui est un diagnostic préalable au conseil à l'exploitation familiale. Nous avons analysé 1200 bilans en provenance de tous les pays. Ils sont riches d'enseignements.

La transformation commence à entrer dans les pratiques. On assiste également à une plus grande diversification et orientation vers le marché. Dans certaines régions à forte pression foncière, les éleveurs achètent des terres pour sécuriser leurs cultures fourragères et évoluer vers la semi-sédentarisation, prônée par l'Apess. Les éleveurs s'emparent aussi de l'importance d'améliorer la gouvernance des ressources pastorales, et ils sont davantage présents dans les cadres de concertation locaux.



Réunion de famille pour dresser un bilan simplifié d'exploitation  
© Apess



Réunion de femmes membres de l'Apess dans le département de Thiou, Burkina Faso  
© Apess

Les bilans nous renseignent sur la diversité des exploitations familiales. Près des deux tiers (63 %) sont déficitaires, c'est-à-dire qu'elles couvrent moins de 11 mois de besoins alimentaires de la famille. 10 % sont considérées en équilibre précaire, les besoins sont couverts entre 11 et 13 mois. Les autres (27 %) sont excédentaires. L'Apess intègre cette différenciation dans le plaidoyer : par exemple, pour les exploitations déficitaires, la priorité est de plaider pour la mise en place de filets sociaux, alors que pour les exploitations proches de l'équilibre, elle est plutôt d'accompagner vers la diversification. La facilitation de l'accès au marché concerne toutes les exploitations car, même celles qui sont déficitaires mettent en marché en moyenne 40 % de leur production.

### Sans protection sociale, comment survivent les exploitations déficitaires ?

Les bilans ont mis en évidence l'importance des compléments venant des migrants et des femmes. Les chefs de famille ont dès lors été convaincus que le soutien aux activités féminines pouvait développer l'exploitation familiale. La collecte même des informations a eu un effet positif : comme les hommes se tournent vers les femmes pour répondre aux questions du bilan, l'importance de ces dernières s'en trouve soulignée. Les femmes se sont senties valorisées dans les concertations familiales.

Pour faire évoluer les rapports de genre, nous avons aussi adapté à l'élevage la brochure *Dix réalités sur les inégalités entre hommes et femmes dans le monde agricole*<sup>1</sup>. C'est un outil puissant de sensibilisation qui montre en quoi les inégali-

tés tirent l'exploitation familiale vers le bas et qui convaincent les éleveurs d'œuvrer pour une meilleure prise en compte du genre.

### La prise en compte du genre est-elle ancienne à l'Apess ?

Dès la création de l'Apess, des modules de formation spécifiques s'adressaient aux femmes qui participaient à l'assemblée générale, mais sous un hangar à part. Elles étaient donc reconnues dans leurs spécificités, tout en étant marginalisées. Des formations mixtes sont ensuite apparues. En 2009, le conseil d'administration a fixé un quota minimum de 30 % de femmes dans les formations mais aussi dans toutes les instances. Des programmes spécifiques d'appui (minilaiteries, fabrication de savons, embouche...) ont encouragé les femmes à s'impliquer dans le fonctionnement de l'Apess.

Toutefois, ces appuis étaient financés par des partenaires sur des temps courts. Nous avons donc développé la microfinance communautaire dans tout l'espace Apess pour pérenniser l'accompagnement au profit des femmes. Ces dernières parviennent à mobiliser d'importants montants d'épargne et à lancer des activités qui sont des leviers de changement pour l'exploitation familiale.

### Quelles sont vos demandes pour favoriser la consommation du lait local ?

Avec les plateformes d'innovation, nous avons progressé pour stabiliser l'offre et le prix du lait local. Ces cadres locaux de concertation multiacteurs coordonnent plusieurs minilaiteries [qui se répartissent le lait issu de la collecte organisée en commun]. Nous allons faire un plaidoyer massif, en particulier sur l'achat du lait local par les cantines scolaires grâce à l'octroi de subventions. |

### PROJET PORTÉ PAR

l'Association pour la promotion de l'élevage au Sahel et en savane (Apess) et le Gret

1. <https://www.alimenterre.org/10-realites-sur-les-inegalites-hommes-et-femmes-dans-le-monde-agricole-en-afrique-de-l-ouest>



## AMÉLIORER LA QUALITÉ DES PRODUITS DE L'ÉLEVAGE

« Le petit élevage permet aux ménages ruraux les plus pauvres de résister aux crises alimentaires, mais il reste sous-exploité. La viande locale ne couvre pas toute la demande. L'État investit surtout dans la riziculture irriguée privée. / Nouakchott dépend largement d'importations alimentaires. Toutefois, le consommateur local prend de l'ampleur. Une association Made in Mauritania s'est créée. »

**...avec Abou Bass / Léa Graafland (Mauritanie) •**

Respectivement coordinateur du Grdr dans le Gorgol et chargée du programme de Résilience agropastorale au Grdr

## L'AMAP BÉNIN, DIX ANS APRÈS : LES DÉFIS

« On met des millions dans des programmes de développement pour soutenir la production du riz, et en même temps on accepte que du riz importé soit servi à la cantine du ministère de l'Agriculture. Pour moi, c'est à la limite de l'intolérable. Si le ministère de l'Agriculture fait ça, que vont faire les autres ministères ? »

**...avec Edgar Déguénon (Bénin) •**

Fondateur de l'Amap Bénin et coordinateur d'Hortitechs développement

## LA BANANE PLANTAIN, CULTURE ALIMENTAIRE DE PREMIER PLAN

« Face aux nouvelles exigences de l'Union européenne sur les importations d'ananas, de nombreux producteurs se convertissent à la banane plantain que l'on peut planter 12 mois sur 12 comme l'ananas. Le marché d'écoulement du plantain est plus assuré : le grand voisin le Nigéria (plus de 70 millions d'habitants) en consomme beaucoup. »

**...avec Jean-Baptiste Adimou (Bénin) •**

Coordonnateur du Groupe d'appui encadrement et de recherche en milieu rural (Germe)

## LABELLISATION DE LA VIANDE DE LAPIN

« Le grand problème de la viande congelée importée d'Europe est d'ordre sanitaire. Les services de l'État contrôlent les containers au port d'arrivée mais il n'y a plus aucun suivi sur le territoire par la suite. Cette viande est énormément consommée par les plus pauvres. Ceux qui en ont les moyens achètent la poule ou la pintade locale. »

**...avec Pascaline Toulouse (Togo) •**

Présidente de l'association Avenir de la jeune fille de Dapaong (AJFD)

## UNE FRANCHISE POUR LES ÉTUVEUSES DE RIZ

« La franchise permettra aux femmes de mieux vendre leurs productions et d'améliorer leurs revenus. Elle favorisera également leur professionnalisation et la formalisation de leurs propres entreprises de transformation, [ce qui leur facilitera] l'accès aux institutions financières. L'appartenance au label [que va créer Unériz] va certainement améliorer leur reconnaissance au niveau social. »

**...avec Alimatou Ouédraogo (Burkina Faso) •**

Secrétaire permanente de l'Union nationale des étuveuses de riz du Burkina Faso (Unériz) — financement : Jafowa

## PROMOUVOIR LE RIZ LOCAL PAR LE MODÈLE ESOP

« Le cadre national de la filière [riz] assure une certaine protection aux PME rizicoles, suite notamment aux alertes lancées par le Fida et l'AFD quant au risque de disparition des agricultures familiales rizicoles au profit de grosses entreprises agro-industrielles. »

**...avec Dotianga Konaté (Côte d'Ivoire) •**

Conseiller technique au Centre international de développement et de recherche (CIDR)

## DE NOUVEAUX PRODUITS POUR RÉINVESTIR LE MARCHÉ LOCAL

« 90 % de la population rurale de la Guinée-Bissau vit de la noix de cajou qui est exportée brute. Quand les cours mondiaux chutent ou que les traders menacent de la boycotter en raison d'une taxe à l'export, c'est la catastrophe. »

**...avec Sylvain Colmet-Daage (Guinée-Bissau) •**

Responsable des programmes agricoles et ruraux de l'ONG Essor [jusqu'en 2014]

## DÉVELOPPER L'OFFRE DE PRODUITS CARNÉS POUR LE MARCHÉ DE MASSE

« La vente de poulet à la découpe est un succès. Nous proposons des produits qui sont à la fois accessibles à tous et rentables pour l'entreprise. Mais nous cherchons aussi à élargir la gamme de produits proposés, c'est pourquoi nous travaillons avec un groupement de cunicultrices de Kati. Les produits issus d'espèces à cycle court sont les plus accessibles aux consommateurs pauvres. »

**...avec Malick Diallo (Mali) •**

Gestionnaire de projets chez Initiatives Conseil Développement (ICD)

## RÉVOLUTION FOURRAGÈRE ET CULTURELLE DANS L'ÉLEVAGE

« Une partie des consommateurs, notamment à Bamako, voit le lait local comme un produit de qualité, meilleur pour la santé. Le succès des kiosques de produits laitiers locaux en est la preuve. Le consommateur local peut devenir un argument de vente, il existe une dynamique. »

**...avec Claire Guyon (Mali) •**

Animatrice d'Afdi Normandie



## LE RIZ LOCAL CONTRE LES IMPORTATIONS

« La plateforme nationale des riziculteurs a fait un lobbying qui a bien fonctionné : en 2015 et 2016, le Programme alimentaire mondial (Pam) et l'Office des produits agricoles du Mali (Opam) ont acheté du riz directement auprès des producteurs. Il faudrait faire ce plaidoyer à l'échelle sous-régionale. »

### • ...avec **Christophe Brismé (Mali)**

Responsable des partenariats au Mali et au Niger chez SOS Faim Belgique

## FOURNIR LES ZONES MINIÈRES EN LÉGUMES SAINS

« Eau vive Niger accompagne le développement du maraîchage à Makalondi, à 150 km de Niamey, à proximité de mines aurifères. Les populations y trouvent une activité alternative à la coupe du bois et approvisionnent les familles des travailleurs des mines. »

### • ...avec **Nahé Alassan (Niger)**

Responsable d'Eau vive Niger

## AGRICULTURE Saine ET DURABLE : LE DÉFI DU MARCHÉ DE MASSE

« Au Sénégal, nous souffrons de l'absence de normes pour la certification de nos produits. Par conséquent, n'importe qui peut prétendre faire du bio sans aucun contrôle. Nous travaillons avec les autorités pour y remédier, à l'instar du Burkina Faso dont le système participatif de garantie, le SPG, a été reconnu au niveau international par la FAO. »

### • ...avec **Karfa Diallo (Sénégal)**

Chargé de la commercialisation chez Enda Pronat

## POUR QUE L'AGRICULTURE FAMILIALE NOURRISSSE LES VILLES

« Les Sénégalais ne se disent plus que les produits importés sont systématiquement de meilleure qualité que leurs produits locaux. L'image du produit local évolue et fait évoluer la représentation du métier de paysan. »

### • ...avec **Pape Assane Diop (Sénégal)**

Conseiller technique pour la Fédération des organisations non gouvernementales du Sénégal (Fongs) [jusqu'en 2017]

## MICROENTREPRISES RURALES POUR VALORISER LES PRODUITS LOCAUX

« C'est un véritable challenge que les produits locaux soient compétitifs. Le marketing est crucial, il faut travailler sur la disponibilité et la labellisation, qui peut justifier le prix. Mais si le prix n'est pas accessible, c'est un problème. Il faut donc une stratégie pour arriver à un prix compétitif et atteindre un maximum de consommateurs. »

### • ...avec **Moustapha Ka (Sénégal)**

Coordinateur de la cellule Bakel/Matam du Grdr

## LE LAIT DU FERLO DÉFERLE SUR DAKAR

« Malgré le goût singulier des produits laitiers du Ferlo, le prix de vente à Dakar ne peut augmenter car le marché est très concurrentiel. Le lait du Ferlo est vendu au même prix que le lait industriel. »

### • ...avec **Mamadou Cissé (Sénégal)**

Coordinateur pour le Sénégal de l'ONG italienne CISV

## CRÉATION D'UNE BOUTIQUE-BAR-RESTAURANT DE PRODUITS LOCAUX

« Le Togo a massivement recours aux importations de denrées alimentaires ce qui nivèle les prix par le bas. Les producteurs ne peuvent pas faire face à la concurrence. Il est donc fondamental de valoriser les produits locaux pour que les producteurs en touchent un prix juste. Et plus les produits sont transformés, plus ils créent de la richesse. »

### • ...avec **Tata Ametoenyenu (Togo)**

Directeur de l'association Oadel

## REVALORISATION DU MÉTIER D'AGRICULTEUR

« Le gouvernement prend ses dispositions pour protéger les produits locaux, une dynamique est donc en marche. À notre échelle, nous avons prévu d'organiser une journée de sensibilisation sur les produits issus de l'agriculture biologique pour attirer les consommateurs de la ville de Sokodé. »

### • ...avec **Julien Komi Lokokpe (Togo)**

Animateur du réseau des quatre Maisons familiales rurales du Togo (MFRT)

## RÉPARTITION ÉQUITABLE DANS LES FILIÈRES LOCALES

« La demande est forte pour le soja et le fonio. Les enjeux sont la qualité, la conservation, les méthodes de transformation, mais pas la demande. S'il a pu y avoir des invendus, c'est plutôt une difficulté de conservation que de demande globale. »

### • ...avec **Agathe Henry (Togo)**

Animatrice d'Afdi Nouvelle-Aquitaine

### Auteurs principaux

David Eloy (journaliste indépendant), Daouda Diagne (membre du comité d'orientation et de suivi Pafao), Hélène Basquin Fané (CFSI)

### Autres auteurs

Djibo Bagna (Roppa), Marie Cosquer (CFSI), Marie Drique (CFSI), Isabelle Duquesne (CFSI), Pascal Énard (CFSI), Sandou Assimarou Gnassingbé (CTOP), Isabelle Lejeune (FGC), Materne Maetz (économiste agricole), Issoufou Porgo (CPF), Nadjirou Sall (CNCR et Roppa), Halima Thiouso (PPFN), Christophe Vadon (FGC)

### Avec l'interview du Premier ministre du Burkina Faso Paul Kaba Thiéba

### Avec la contribution de

Komi Abitor (ETD), Sam Tokoro Bacye (Apad), Jean-Baptiste Adimou (Germe), Francklin Agbandou (Aced), Nahé Alassan (Eau vive Niger), Hindatou Amadou (Apess), Tata Ametoenyenu (Oadel), Némaoua Banaon (Gret), Abou Bass (Grdr), Nicolas Bricas (Cirad), Christophe Brismé (SOS Faim Belgique), Cécile Broutin (Gret), Hélène Cadiou (Montpellier SupAgro), Mamadou Cissé (CISV), Momath Cissé (Ascosen), Oumar Tiémogo Cissé (RPBHC), Casimir Chokki (Fupro), Hubert Cochet (AgroParisTech), Sylvain Colmet-Daage (Essor), Ibrahima Coulibaly (CNOF), Bernard Dédjélénou (URP-AL), Edgar Déguénon (Hortitech), Jocelyne Delarue (Gevalor), Pathé Dia (UGPN), Karfa Diallo (Enda Pronat), Malick Diallo (ICD), Pape Assane Diop (Fongs), René Emmenegger (Cnabio), Ndiakhate Fall (UGPM), Gianluca Ferrera (Pam), Damien Fontaine (Pam), Martine François (Gret), Martin Fregene (Bad), Valérie Géhin (Arcade Une terre pour vivre), Elphège Ghestem (Agrisud), Léa Graafland (Grdr), Jean-Jacques Grodent (SOS Faim Belgique), Claire Guyon (Afdi), Seyni Hamadou (Uemoa), Agathe Henry (Afdi), Émile N. Hougbo (Université nationale d'agriculture de Porto Novo), Estelle Juré (Gret), Moustapha Ka (Grdr), Claire Kabore (Gret), Alain Kasriel (Univers-Sal), Gisèle Kazoni (Aprossa-Afrique verte Burkina), Seydou Keita (PNPR), Philippe Ki (Aprossa-Afrique verte Burkina), Aïssa Kimba (Reca Niger), Estelle Koïta (UNIMFR-BF), Dotianga Konaté (CIDR), Dieu-donné Konnon (Cidev), Dominique Laure (Grdr), Yvan Lecoq (Grdr), Julien Komi Lokokpe (MFRT), Léopold Lokossou (Pnoppa), Abdou Seydou Mané (Grdr), Yangone Mbow (ONG Ndem), Nora McKeon (Terra Nuova), Louis Michel (Assemblée parlementaire paritaire ACP-UE), Neven Mimica (Commission européenne du développement), Idrissa Nacambo (Fert), Meïssa Niang Ndiaye (Refabec), Fatou Ndoye (Enda Graf Sahel), Moumouni Nikiema (Adéco), Mamadou Niokane (Grdr), Abir Nur (CEEDD), Claude Nutsudzje (Planète paysans), Abdoulaye Ouédraogo (Apid), Alimatou Ouédraogo (Uneriz), Modibo Ouédraogo (APME2A), Ousseini Ouédraogo (Roppa), Vital Pelon (Inter-réseaux), Bérengère Quincy (Fondation de France), Cédric Rabany (Nitidae), Pierre Ricau (Nitidae), Christophe Rigourd (Iram), Emmanuel Rouamba (ASD), Chakirath Salifou (École polytechnique de l'université d'Abomey-Calavi), Léocadie Saré (Fert), Ibrahim Sarr (RHK), Papa Seck (Grdr), Oumy Seck (CEEDD), Malick Sow (Fapal), Marième Sow (Enda Pronat), Cheikh Mambaye Sy (Rikolto), Mélissa Afi Taurinya (Brasserie BB Lomé), Djibril Thiam (Agrecol Afrique), Pascaline Toulouse (AJFD), Alain Sy Traoré (Cedeao), Tahirou Traoré (Gret), Augustin Yamdjeu (Nepad), Simone Zoundi (Sodepal et Fiab)

### Remerciements

- l'ensemble des personnes et organisations qui ont contribué aux réflexions collectives du programme Pafao ;
- Yvon Saroumi, chargé de mission à Inter-réseaux Développement rural pour les entretiens menés auprès des organisations soutenues par le programme Jafowa ;
- Alexandra Merli pour les travaux réalisés dans le cadre de son stage au CFSI en 2017.

**Directeur de la publication** Yves Le Bars

**Conception graphique, réalisation et photogravure** L'atelier du 10 ([www.latelierdu10.com](http://www.latelierdu10.com))

**Pour en savoir plus** [www.fondationdefrance.org/Soutenir-les-agricultures-familiales](http://www.fondationdefrance.org/Soutenir-les-agricultures-familiales) ; [www.cfsi.asso.fr](http://www.cfsi.asso.fr) ; [www.alimenterre.org/consommer-local-en-afrique-de-l-ouest-celles-et-ceux-qui-font](http://www.alimenterre.org/consommer-local-en-afrique-de-l-ouest-celles-et-ceux-qui-font)

Édité en janvier 2019 par le CFSI et la Fondation de France, en 3000 exemplaires.

**CFSI**  
**32 rue Le Peletier**  
**75009 PARIS**

**Fondation de France**  
**40 avenue Hoche**  
**75009 PARIS**

La reproduction de tout ou partie de cet ouvrage est autorisée à la condition expresse de mentionner la source.

**Imprimé par** Calligraphy-print ([calligraphy-print.com](http://calligraphy-print.com))

© **photo couverture** Africanway

Le programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) est porté par la Fondation de France et le CFSI. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.



Il bénéficie de la contribution de la Fondation JM.Bruneau (sous l'égide de la Fondation de France) et de l'Agence française de développement.

**FONDATION JM.BRUNEAU**  
Sous l'égide de la Fondation de France



Le fonds de dotation Seed Foundation et le programme Joint Action for West-Africa (Jafowa) participent également au volet capitalisation du programme.



**JAFOWA**  
Joint Action for Farmer Organisations in West Africa

Le présent document bénéficie du soutien financier de la Fondation de France et de l'Agence française de développement. Les idées et les opinions présentées ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence française de développement.

En 2014, la publication *Nourrir les villes* valorisait l'expertise des organisations soutenues par le programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao), porté par la Fondation de France et le Comité français pour la solidarité internationale (CFSI) en partenariat avec le Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest (Roppa). Elle montrait le formidable potentiel de l'agriculture familiale ouest-africaine qui, bien que peu soutenue, a su fournir l'essentiel de l'alimentation des populations. Aujourd'hui, où en est-on ? Les produits locaux sont-ils en passe de reconquérir des parts de marché face aux importations ? Les populations consomment-elles ce que leurs paysans produisent ? Quatre ans après, le programme Pafao et le Roppa s'allient au programme Joint action for farmers' organisations in West Africa (Jafowa) pour faire le point sur les sujets qui fâchent mais aussi sur les avancées du consommateur local en Afrique de l'Ouest. Trois grandes parties font le tour des enjeux : comprendre les défis pour un essor du consommateur local, se mobiliser pour la reconquête des systèmes alimentaires dans les territoires, être force de proposition pour

influencer sur l'environnement politique et institutionnel. Place est ensuite donnée à des entretiens avec « celles et ceux qui font », qui expliquent comment leurs organisations ont pris à bras-le-corps le défi d'une mise en marché des produits locaux qui répartisse la valeur ajoutée de façon équitable et qui mette à disposition des consommateurs une alimentation saine. Leur parole inspire, donne courage et, lorsqu'elle se tisse avec les argumentaires des plaidoyers pour un environnement politique plus favorable à l'agriculture familiale durable, donne confiance. Pourra-t-on alors dire : « Oui, les batailles du consommateur local peuvent être gagnées » ?

