



Fondation
de
France

PROGRAMME
PROMOTION DE L'AGRICULTURE
FAMILIALE EN AFRIQUE DE L'OUEST

FICHE INNOVATION

AU SENEGAL

MINI LAITERIES COOPERATIVES POUR COLLECTER ET DISTRIBUER LE LAIT LOCAL



En 4 ans, le chiffre d'affaires des mini laiteries du département de Vélingara a presque doublé. Et les perspectives sont prometteuses, avec notamment 7 nouveaux kiosques de vente en projet, dont 5 dans la ville de Kolda.

Dans le cadre d'un projet porté par :



Agronomes et vétérinaires sans frontières



Maisons des éleveurs de Kolda

Les éleveurs sénégalais font face à une importante demande

Depuis les années 70, le Sénégal est un grand importateur de produits laitiers bien que le l'élevage soit un secteur essentiel de son économie. Cette activité occupe une place particulièrement stratégique dans la région de Kolda en Casamance. Grâce à ses potentialités pastorales élevées, elle fournit à elle seule 20 % de la production nationale de lait.

Les produits locaux sont naturels, bien connus des populations et appréciés. Dans les zones de collecte, ils sont souvent vendus à des prix compétitifs par rapport aux importations. L'Etat, dans sa nouvelle politique d'orientation, compte faire du secteur agricole son premier pôle de développement et encourage la consommation de produits locaux.

Mais plusieurs contraintes d'ordre technique, institutionnel et socioéconomique limitent la capacité des producteurs de lait à satisfaire la demande urbaine, croissante et exigeante. Pour y répondre au

mieux, et améliorer par la même occasion les conditions de vie des producteurs, Agronomes et Vétérinaires sans Frontières (AVSF) accompagne ces derniers.

Les éleveurs de Vélingara optent pour un système coopératif

Partant du constat que le système des unités de transformation privées est peu satisfaisant pour assurer une collecte et fidéliser les producteurs¹, le projet innove à travers la mise en place de mini laiteries coopératives. Elles comptent chacune 30 à 40 membres-éleveurs qui en sont propriétaires.

Dans un rayon de 15 kilomètres autour des centres urbains, ils collectent eux-mêmes le lait avant d'en livrer la totalité à la laiterie. Ils sont ensuite rémunérés chaque mois en fonction du volume livré, à un prix fixé selon la saison (hivernage ou saison sèche) en concertation avec tous les acteurs de la filière. Chaque mini laiterie a trois salariés : un gérant, un technicien de surface et un commercial. Ce dernier livre les produits laitiers à des boutiquiers équipés de réfrigérateurs dans des points de vente stratégiques de la ville identifiés au préalable.

Grâce à sa capacité à constituer des stocks, la coopérative fournit des intrants sanitaires et alimentaires aux éleveurs sous forme de crédit remboursable en livraison de lait. Les décisions sont prises au consensus par le comité de gestion de la mini laiterie. Les bénéfices réalisés sont réinvestis dans d'autres activités ou utilisés comme microcrédit pour les éleveurs, par exemple lorsqu'ils sont confrontés à des problèmes familiaux.

Les acteurs de la filière sont coordonnés par un comité de pilotage spécialement mis en place pour arbitrer entre eux et développer les stratégies offensives de prise de parts de marché. Actuellement les mini laiteries sont implantées sur les marchés du département de Vélingara et de Gambie. A terme, elles ambitionnent de conquérir les marchés des villes de Kolda, Ziguinchor et Tambacounda où le lait se vend plus cher en hivernage : 350 FCFA le litre de lait cru (n'ayant subi aucune transformation) contre 275 FCFA le litre à Vélingara. Mais pour le moment, la production de lait est encore trop faible pour alimenter régulièrement ces marchés.

L'adaptation aux goûts des urbains crée de la valeur ajoutée

D'autre part, face à la concurrence du lait en poudre importé, le projet innove par la transformation et le conditionnement qui permettent de fabriquer de nouveaux produits tels que le lait caillé sucré, le lait frais pasteurisé, le yaourt et le thiacy².

Ces produits locaux dérivés du lait sont emballés dans des pots, bouteilles et sachets qui portent les logos des coopératives de fabrication. Afin de toucher toutes les catégories sociales, ils sont commercialisés sous plusieurs formats (litre, 500 ml, 250 ml, 125 ml). Les mini laiteries accordent une importance particulière à vendre leurs produits à un prix abordable pour la population locale : ces produits du terroir doivent rester accessibles.

Pour faciliter la visibilité des produits, des kiosques peints aux couleurs des coopératives sont mis en places dans les points stratégiques des villes. Cette communication est relayée par des émissions radios, des spots publicitaires et des tee-shirts aux logos des coopératives pour sensibiliser les consommateurs sur la valeur nutritive de ces produits locaux. Un label lait Casamance devrait être créé.

¹ Une même entité prenant en charge la collecte, la transformation et la vente, elle impose un prix bas aux éleveurs.

² Fromage blanc au couscous de mil

Le chiffre d'affaires des laiteries a augmenté de 95 % sur 4 ans

La concertation entre les acteurs a permis de fixer des prix médians profitables à chacun et concurrentiels par rapport aux produits importés. Ainsi, le lait frais pasteurisé et le lait caillé sucré sont vendus entre 500 et 800 FCFA³ le litre, un prix compétitif sur les marchés urbains sénégalais (un litre de lait importé coûte 800 FCFA à Dakar). Le thiacy et le yaourt coûtent 1 600 FCFA le litre.

Les produits dérivés de la transformation du lait sont commercialisés dans les villes du département de Vélingara, par les grossistes (boutiques), dans les kiosques mis en place par les coopératives laitières (points stratégiques des villes) et par les petits revendeurs qui s'approvisionnent auprès des grossistes. Ces petits revendeurs sont présents sur les marchés hebdomadaires des villes secondaires du département.

Le secteur est très concurrentiel : en concurrence directe avec les produits des mini laiteries, on trouve le lait pasteurisé, caillé et concentré des marques Bridel, Président, Vitalait, Roilait, Best lait, Jet, Ardo et Mamelle Jabot, fabriqués à partir de poudre de lait importée.

Malgré cela, les prix compétitifs et la qualité des produits laitiers permettent à l'agriculture familiale locale de gagner graduellement des parts de marché, comme le montre le tableau ci-dessous :

	2010	2011	2012	2013	2014	Variation 2010/2014
Quantité collectée (litres)	86 553	109 854	153 431	160 814	165 550	+ 91 %
Lait caillé sucré vendu (litres)	80 889	90 434	115 232	122 225	122 000	+ 51 %
Lait pasteurisé vendu (litres)	5 664	19 390	37 989	38 090	38 000	+ 570 %
Yaourt, Huile de Beurre et Thiacy (litres)	0	90	210	245	250	N/A
Chiffre d'affaires (F CFA)	42 426 900	52 123 500	71 208 150	75 211 934	82 775 000	+ 95%

Tableau : évolution des ventes de l'Union départementale des coopératives de lait « Nafooré Biroobé »

En quatre ans, le chiffre d'affaire des unités de transformation laitière du département de Vélingara est passé de 42 millions de FCFA en 2010 à plus de 82 millions de FCFA en 2014, soit environ de 65 000 € à 126 000 € (+95 %).

Les zones de collectes se sont élargies et l'augmentation du prix du litre aux producteurs a encouragé la production dans les exploitations. L'approvisionnement est désormais continu aussi bien en hivernage qu'en saison sèche. Cependant, la demande est toujours supérieure à l'offre et la production en élevage extensif reste limitée. Il reste donc impératif de travailler sur la production de lait elle-même, surtout pendant la saison sèche qui dure près de 8 mois.

Pendant l'hivernage au contraire, les unités ne sont pas en mesure d'absorber toute la production et beaucoup de lait n'arrive pas jusqu'aux consommateurs. L'amélioration de la logistique par des ca-

³ 656 FCA = 1 euro

mionnettes, moto-tricycles et caisses de conservation devient incontournable pour accéder aux autres régions.

Les points de vente urbains sont très convoités par les coopératives laitières car elles y tirent plus de bénéfices. Les sachets (¼de litre) de lait caillé sucré sont vendus à Vélingara 150 FCFA dans les kiosques, contre 125 FCFA dans les boutiques et aux revendeurs, soit une perte de 25 FCFA. Par ailleurs, les porteurs du projet estiment que l’absence de kiosques de vente dans les autres régions (Tambacounda, Dakar) représente une perte de bénéfice importante pour les mini laiteries car les sachets de lait peuvent y être vendus beaucoup plus chers, jusqu’à 200 FCFA le ¼ de litre de lait caillé sucré.

Les kiosques sont beaucoup plus attrayants pour les consommateurs et offrent plus de visibilité. Actuellement, 4 kiosques de vente sont fonctionnels à Vélingara mais deux nouveaux kiosques sont en projet au niveau de petites localités du département (Pakour et Sinthiang Koundara) : l’un vient tout juste d’être finalisé et le second va être construit. Grâce à nouveau financement de l’Agence française de développement, 5 kiosques vont également être construits dans les 3 prochaines années dans la ville de Kolda où les prix plus élevés et donc plus rémunérateurs pour les éleveurs (voir tableau ci-dessous).

	Vélingara	Kolda	Tambacounda / Dakar
Prix moyen payé aux éleveurs pour le lait cru (litre)	275 FCFA	350 FCFA	400 -600 FCFA

Tableau : comparatif de prix aux producteurs suivant les lieux de vente du lait source : AVSF



Kiosque de vente à Vélingara © AVSF

La filière lait du Vélingara se structure

Les coopératives laitières de base se sont regroupées au sein d’une union dénommée « Nafooré Biroobé » et composée en 2015 de 177 membres, dont 52 femmes. Les femmes occupent histori-

quement une place importante dans la filière. 17 d'entre elles font partie des instances de décision de « Nafooré Biroobé ». Pour encourager et pérenniser le rôle des femmes dans la filière il s'est révélé indispensable de leur dégager du temps en allégeant le temps accordé à d'autres travaux (pilage, etc.)

La concertation met autour de la table de négociation les acteurs de tous les maillons de la filière. Ceux impliqués dans la transformation et la commercialisation des produits sont : les coopératives d'éleveurs et leur fédération « Nafooré Biroobé », les mini laiteries dont les éleveurs sont propriétaires, les boutiquiers grossistes, les petits revendeurs, les employés des kiosques et les structures étatiques de contrôle de qualité.

Points forts	Freins
<ul style="list-style-type: none"> • Produits locaux bien connus par les consommateurs • Prix équitable et accessible à toutes les bourses • Implication récente des politiques • Très forte demande des consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de la logistique de collecte et de transport (motos, camionnettes, caisses de conservation, etc.) • Faible capacité de transformation des unités existantes, surtout en hivernage • Bradage du surplus pendant la période de surproduction

Pour creuser le sujet :

Témoignage, *Entretien avec Moussa Baldé sur la filière lait local au Sénégal*, 2012

Témoignage, *La production laitière en zone pastorale, l'expérience de Cécile Broutin du Gret*, 2015

Fiche innovation, *Mini laiteries et marque collective Danaya nono*, 2013

Information, *Le lait, valeur montante au Sénégal*, 2013

[Portail de la filière lait au Sénégal](#)

Fiche projet, *Redynamiser la filière lait local au Sénégal*, 2011

Fiche projet, *Développement de l'élevage et structuration de la filière laitière au Sénégal*, 2012

Découvrez d'autres témoignages et fiches innovations sur la promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest sur alimenterre.org, ou retrouvez-nous sur cfsi.asso.fr

CONTACTS

L'PORTEUR DU PROJET

AVSF, Fatou Senghor : s.fatou58 [at] gmail.com, www.avsf.org

L'PARTENAIRE

Maison des éleveurs de Kolda (bureau de Vélingara) mdekolda [at] yahoo.fr

L'REDIGÉ PAR

Moussa Baldé (AVSF), Hélène Basquin (CFSI), Camille Bureau (CFSI) et Pierre Faye (AVSF)

L'PHOTOS

© AVSF Sénégal

I DATE DE MISE A JOUR

mars 2015

Ce projet a bénéficié d'un financement de la Fondation de France dans le cadre du programme de « *Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest* » (PAFAO, appel 2011). *Voir la fiche projet.*

Le programme de Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest est porté par la Fondation de France et le CFSI. Il bénéficie de la contribution de la Fondation JM. Bruneau (sous égide de la Fondation de France), de la Fondation Ensemble, de la Fondation L'OCCITANE et de l'Agence Française de Développement. SEED Foundation et la Fondation Un monde par tous participent également au volet capitalisation du programme.



FONDATION JM. BRUNEAU
Sous l'égide de la Fondation de France

