

## SYNTHÈSE N°2 – CONDITIONNEMENT ET EMBALLAGE

Le *conditionnement* regroupe l'ensemble des opérations qui garantissent les caractéristiques du produit depuis sa fabrication jusqu'à sa bonne utilisation par le consommateur.

L'*emballage* fait partie du conditionnement.

Les produits locaux peuvent avoir une mauvaise image comparés aux importations mieux présentées. Le conditionnement est donc crucial pour que l'agriculture familiale accède aux marchés, notamment urbains.

Il améliore la qualité sanitaire, la traçabilité et l'attractivité des produits. Il détermine aussi en partie les conditions de stockage, de conservation et, donc, les possibilités que les producteurs et les transformateurs obtiennent de meilleurs prix. En effet, le conditionnement est une clé des stratégies d'allongement des périodes de disponibilité (cas de l'oignon) et de limitation des pertes (lors de la conservation post-récolte ou de l'acheminement vers les marchés dans le cas du lait ou des fruits, par exemple).

*Audrey Perrin, Rongead : « En Côte d'Ivoire les pertes post-récolte de bananes plantain représentent 40 à 50 %, surtout à cause du transport en vrac des régimes entiers. La solution serait l'utilisation de grands sacs ou filets dans lesquels on placerait les fruits dégrainés ».*

L'étiquetage rend les produits locaux plus visibles et attrayants. Il rassure les consommateurs sur la composition ou l'origine, met en valeur les qualités organoleptiques et sanitaires et simplifie la préparation grâce à des instructions. Si la qualité alimentaire est à la hauteur de cet étiquetage, la confiance s'instaure.

*Malick Diallo, ICD : « Les supermarchés sont un marché exigeant mais intéressant. L'ajout d'une étiquette attrayante a permis une percée du fromage Danaya Nono sur ce segment. L'étiquette coûte cher (140 FCFA) mais la marge supplémentaire est de 500 FCFA par rapport à la vente à la minilaiterie ».*



*Fromage sous film alimentaire étiqueté, Mali © ICD*

## S'ADAPTER AUX DIFFÉRENTS MARCHÉS ET EN OUVRIR DE NOUVEAUX

Il convient de s'adapter aux différents segments de marchés : grands sacs pour les marchés ruraux, conditionnement plus réduit et soigné pour les marchés urbains.

Le conditionnement en petites quantités permet dans certains cas d'introduire de nouveaux produits que les consommateurs seront enclins à goûter (exemple du jus de miel au Burkina Faso) et également de toucher un marché large, aux revenus modestes (exemple des sachets de 100 ml de lait caillé consommés par les écoliers).

Par contre, l'ONG burkinabè Aprossa a fait marche arrière sur certains conditionnements de céréales transformés, repassant d'un conditionnement d'1 kilo à 5 kilos. Les bénéfices se sont révélés multiples : le consommateur paie moins cher l'emballage, l'entreprise écoule plus de produits et moins de plastique est jeté.

La vente en vrac doit rester possible. Cela abaisse le coût du produit et d'autres consommateurs peuvent être ciblés. C'est le cas des petits restaurants qui proposent du fonio : leurs clients n'ont pas l'habitude ni le temps de préparer cette céréale à la maison.

Les études de marché sont indispensables pour définir les contenances idéales.

*Cécile Broutin, Gret : « L'analyse de la demande est incontournable. Dans certains cas, la vente en vrac est la plus adaptée. Il faut que les consommateurs soient prêts à payer pour le conditionnement et/ou que le circuit de distribution ou les caractéristiques du produit (frais, fragile,...) exigent le conditionnement. »*

Si les consommateurs sont prêts à payer la qualité, les marques collectives et les labels sont intéressants pour promouvoir la définition concertée des qualités attendues (cahiers des charges), mutualiser les coûts de conditionnement, accéder à des circuits de distribution exigeants et rémunérateurs (supermarchés, certains restaurants, institutions comme le PAM).

Il serait intéressant de développer les échanges entre acteurs sur l'élaboration et le contenu des cahiers des charges, les dispositifs de contrôle et la promotion de ces produits labellisés.



*Etiquette pour la marque collective de riz de mangrove, Guinée © Gret-MGE*

Il apparaît indispensable de tester les emballages auprès des consommateurs avant de lancer une commande de grande ampleur. Citons le cas d'un emballage pour céréales transformées, illustré d'un pilon et d'un mortier : les consommateurs ont associé l'image à la pénibilité de la transformation du mil et l'ont jugée négative.

*Karfa Diallo (Enda) : « Comme le conditionnement ne peut être amorti que sur de grands volumes et sur plusieurs mois, il faut concevoir l'emballage par étape, avec des tests auprès des acheteurs (supermarchés, consommateurs, etc.) »*

### **Approvisionnement local**

Les entreprises ouest-africaines de production d'emballage sont encore peu nombreuses. La Côte d'Ivoire, le Ghana et le Nigéria sont souvent cités pour l'approvisionnement au sein de la sous-région, avec notamment des sachets en plastique biodégradable. Les sacs en plastique non dégradables sont désormais interdits dans la plupart des pays, ce qui a renchéri le coût des emballages.

*Gisèle Kazoni (Aprossa / Afrique verte Burkina Faso) : « l'entrée en vigueur de la loi interdisant les emballages plastiques non biodégradables au Burkina Faso a occasionné, non seulement une flambée du prix des emballages, mais aussi une incapacité de trouver des emballages biodégradables. Certaines transformatrices se font escroquer car elles sont dans l'incapacité de reconnaître le plastique biodégradable du non biodégradable. »*

Le secteur de la fabrication d'emballages est en croissance et il existe des perspectives d'avenir intéressantes comme l'amidon de manioc, prometteur pour la fabrication de plastique végétal et disponible en abondance dans les pays côtiers. Cela entraîne cependant un risque de compétition avec l'usage alimentaire de ces denrées.

Au Sénégal, l'approvisionnement a été facilité par l'apparition d'emballage génériques pouvant être achetés petites quantités (par exemple sacs et sachets « céréales locales », « riz de la vallée », etc.) Cette solution présente tout de même un risque de mauvaise information du consommateur, avec des produits différents vendus dans le même emballage. Et de manière plus générale en Afrique de l'Ouest, de nombreux problèmes de qualité et d'indisponibilité des emballages plastiques fabriqués localement sont signalés<sup>1</sup>.

En ce qui concerne les contenants en verre (bouteilles, bocaux), l'offre est très limitée. Deux organismes commercialisent des bocaux neufs au Sénégal mais ils sont en rupture de stock sans fin prévisible. Selon les dernières études, les verreries ne sont pas rentables dans la sous-région. Cela pourrait rapidement changer avec l'évolution de la demande. En attendant, les opérateurs n'ont que deux solutions : le recyclage ou l'importation groupée.

### **Recyclage**

La récupération de bouteilles et autres contenants usagés auprès des restaurants et particuliers est généralisée en Afrique de l'Ouest et la concurrence est donc importante : il existe un marché pour ces emballages.

Mais les bouteilles et bocaux recyclés, souvent à l'effigie de la marque initiale brouillent l'identité du produit local. Par ailleurs, ils ne sont pas toujours adaptés et n'offrent pas assez de garantie sur la qualité. Par exemple, lorsque l'on réutilise des bouteilles de bière en verre fumé pour des jus de fruits, les consommateurs peuvent avoir des doutes sur la qualité du jus.

Le recyclage suppose un savoir-faire spécifique et a aussi un coût : il engendre un certain pourcentage de contenants abîmés par le processus ; il demande un travail pénible (tri des couvercles et des contenants, lavage en plusieurs étapes, trempage dans l'eau de javel, séchage, nettoyage).

<sup>1</sup> Etude du Réseau national des chambres d'agricultures (Reca) du Niger « Emballages ! L'appel au secours des unités de transformation artisanale », 2015  
[http://www.reca-niger.org/IMG/pdf/Note\\_emballage\\_version1.pdf](http://www.reca-niger.org/IMG/pdf/Note_emballage_version1.pdf)

*Simon Baliteau (Enda) : « Il est recommandé de ne pas réutiliser les couvercles. Leur usage doit être unique pour garantir 100 % d'herméticité. Au Cap-Vert, le coût d'une capsule importée représente à lui seul 0,05 € soit 33 FCFA. »*



*Jus de fruit conditionnés dans des bouteilles de bière recyclées, Guinée-Bissau © Essor*

Le choix entre importation et recyclage doit être posé en amont, en termes économique (surcoût de l'emballage neuf importé par rapport au même emballage recyclé), socioculturel (y a-t-il des blocages des consommateurs par rapport aux emballages recyclés), esthétique (l'emploi d'emballages neufs permet-il de percer sur des marchés de niche ?) et technique (le verre permet une pasteurisation thermique, pas le plastique).

Le blocage socioculturel peut être en partie surmonté par l'utilisation de contenants neutres (pas de moulage de la marque dans le verre), de couvercles ou de capsules neufs, d'étiquettes de qualité et d'un marketing au design professionnel.

### **Importation groupée**

Les emballages importés d'Europe représentent un surcoût qui pénalise la compétitivité des produits locaux. Un autre problème est le préfinancement qui mobilise une trésorerie importante car les emballages ne peuvent être commandés et transportés qu'en grandes quantités.

Pour certains segments de marché, l'importation est pourtant incontournable. Les transformatrices du Burkina Faso affirment ne pouvoir vendre dans les supermarchés qu'à la condition d'avoir des emballages importés d'Europe. Les produits de l'usine locale (Fasoplast) sont jugés de mauvaise qualité.

De nombreux projets d'appui à des unités de transformation choisissent de donner à ces dernières un stock d'emballages importés pour les aider à démarrer. Le risque est que le calcul du prix de revient n'inclue pas le coût des emballages reçus gratuitement. Lorsque le stock est épuisé, ces petites entreprises ou unités artisanales n'ont alors pas les capacités financières et techniques pour importer un nouveau stock.

L'ONG Essor et ses partenaires au Cap-Vert ont testé un système collectif de revente d'emballages importés, organisé et géré de façon rigoureuse, devant permettre de renouveler le stock au fur et à mesure. Les conditions de réussite semblent être :

- la bonne prospection des fournisseurs ;
- l'importation d'un conteneur entier pour minimiser les coûts de transport ;

- un prix de revente de l'emballage aux producteurs incluant tous les coûts, y compris les pertes éventuelles ;
- un renforcement de compétences pour le gestionnaire du stock ;
- la création d'un système de recyclage des emballages importés : il amortit le coût sur le nombre de réutilisation.

## MUTUALISER

Le secteur de la transformation est encore largement artisanal en Afrique de l'Ouest et les petites unités sont souvent démunies pour faire face au défi du conditionnement. Ainsi les transformatrices du Niger disent avoir des difficultés pour importer des emballages du Ghana : il faut pouvoir communiquer en anglais, avoir un compte en banque, commander une quantité minimale importante.

La création de centrales d'achat pour un approvisionnement groupé permettrait de résoudre ces questions pratiques, de réduire les coûts et de garantir la qualité des emballages achetés. En attendant, certaines transformatrices se sont spécialisées dans l'importation d'emballages.

Autre solution : la création de plateformes regroupant les organisations paysannes (OP), les collectivités locales et les ministères concernés pour organiser les approvisionnements.

Plusieurs acteurs ont souligné que le conditionnement peut ne pas relever de la compétence des OP. Celles-ci peuvent se limiter à une transformation primaire et, si elles sont structurées et fortes, être en capacité de négocier des partenariats équilibrés avec des acteurs de l'aval ayant une assise économique importante.

*Olivier Renard (Iram) : « Le partenariat avec un industriel crée une dépendance mais présente aussi des avantages : pérennité des débouchés, résilience aux aléas des marchés, etc. Et pour l'amélioration prévue du conditionnement des produits à forte valeur ajoutée, l'investissement (machine), la fourniture d'emballage, la logistique seront à la charge de l'industriel qui a déjà les contacts fournisseurs, le savoir-faire et peut profiter d'économies d'échelle ».*

## RÉGULER

Les gouvernements ne pourraient-ils pas exonérer de taxes douanières et/ou de TVA les emballages pour favoriser le secteur national de la transformation des produits locaux ? Au Bénin, une bouteille en verre, même produite par une industrie de recyclage ghanéenne, représente 36 % du prix d'un jus de fruit, en partie du fait des tracasseries douanières.

Le Cap-Vert a adopté une disposition favorable : la taxe écologique sur l'importation d'emballage est largement réduite quand ils sont destinés à des produits locaux.

Au-delà des politiques tarifaires, se pose le problème de la réglementation et du contrôle du secteur. Il n'existe en Afrique de l'Ouest aucune obligation d'affichage d'informations sur l'étiquette, pas plus que de contrôle de la qualité des emballages (risque sanitaire).

Un plaidoyer est aussi nécessaire pour que les industries utilisant des matières premières importées ne soient pas autorisées à utiliser les repères visuels du terroir (exemple de produits à base de poudre de lait importée qui utilisent les symboles de l'élevage peul).

Nous remercions tous les contributeurs à la discussion : Simon Baliteau (Essor) ; Cécile Broutin (Gret) ; Pierre Cuche (Siad) ; Bernard Dedjelenou (URP-AL) ; Karfa Diallo (Enda Pronat) ; Malick Diallo (ICD) ; Safiatou Diop (ministère de l'Élevage sénégalais) ; Marie-Pierre Duclerq (Essor) ; Valérie Géhin (Arcade) ; Gisèle Kazoni (Aprossa) ; Omar Mané (ADC Ninnaba) ; Nadia Ouattara (Inter-réseaux) ; Audrey Perrin (Rongead) ; Olivier Renard (Iram) ; Alimata Sawadogo (Sos Faim) ; Adama Traoré (Apress).

I. Duquesne et H. Basquin – CFSI – Version du 11/01/2016