



Fondation  
de  
France

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

FICHE ENTRETIEN

AU SÉNÉGAL

## DÉMOCRATISATION DES PRODUITS BIO LOCAUX

### Entretien avec Awa Thiandoum (Réfabec) et Djibril Thiam (Agrecol-Afrique)



Awa Thiandoum est issue d'une famille paysanne. Après des études de géographie, elle se forme à l'agriculture et à la transformation des produits agricoles auprès des Maisons familiales rurales. Awa connaît depuis toujours l'agriculture biologique et milite pour un retour aux pratiques agricoles durables et saines.

Depuis 2012, elle coordonne le Réseau des femmes en agriculture biologique et commerce équitable (Réfabec) implanté à Thiès, un des plus grands centres urbains du Sénégal, situé à 70 km à l'est de Dakar.



Djibril Thiam est coordinateur de l'ONG Agrecol Afrique. Agrecol, est une ONG sénégalaise qui travaille à la promotion de l'agriculture biologique et de l'économie sociale et solidaire.

Depuis 2005, Agrecol développe la commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique en appuyant le Réfabec.

Dans le cadre d'un projet porté par :



[www.autreterre.org](http://www.autreterre.org)



[www.agrecol-afrique.net](http://www.agrecol-afrique.net)



### Comment s'est constitué le réseau de femmes qui commercialise les produits bio ?

**Awa Thiandoum :** Depuis une décennie en Afrique, on observe une féminisation de la pauvreté. Les femmes sont de plus en plus vulnérables. Dans la ville de Thiès, le Réfabec s'est très tôt emparé de ce problème. Ce réseau a pour but de développer des stratégies pour aller vers une plus grande autonomie. Les membres du Réfabec ont pris leur destin en main, sans l'aide de leur mari. Elles cultivaient depuis longtemps les jardins familiaux selon les principes de l'agriculture biologique, en partie pour leur propre consommation et en partie pour la vente. Mais elles faisaient face à

d'importantes contraintes, dont un manque de valorisation de leurs produits. La volonté de contribuer davantage aux besoins de leur famille les a donc rapidement poussées à se regrouper. Cinq GIE<sup>1</sup> de quartier ont vu le jour, appelés « clubs bio ». Ces GIE se sont ensuite fédérés pour constituer le Réfabec.

Pour diversifier leurs sources de revenus, les femmes se sont tournées vers la transformation des céréales et des légumes. Elles se sont rapidement heurtées à des problèmes d'approvisionnement en produits bio. Pour dépasser cet obstacle, Agrecol a facilité leur rapprochement avec des producteurs bio de la périphérie de Thiès. Désormais les 90 femmes membres du réseau travaillent avec 212 producteurs. Nous œuvrons ainsi au développement de circuits de commercialisation bio locaux entre zones rurales et zones urbaines.



Femmes membres du Réfabec dans leurs jardins © Autre Terre

### **Comment ces produits biologiques locaux sont-ils commercialisés ?**

*Djibril Thiam* : Les femmes organisent chaque semaine un marché dans la ville de Thiès. La mairie a cédé un espace situé à 600 mètres du marché principal, en plein centre ville. Ce marché attire environ 100 clients réguliers par mois. Les consommateurs qui font le choix d'acheter bio sont à la fois des sénégalais au niveau de vie moyen, des cadres ou des fonctionnaires, et des familles plus modestes, tous soucieux de leur santé.

*Awa* : Pour que nos produits restent abordables, nous calons nos prix sur ceux des marchés conventionnels. Nous organisons une veille et nous nous attachons à ne jamais dépasser les prix de l'agriculture conventionnelle de plus de 10 à 25 FCFA par kilo. Nous cherchons aussi à ne jamais léser les producteurs, les femmes du Réfabec ou les consommateurs. Les producteurs bio fournissent un travail important, la durée de leur récolte ainsi que les cycles culturaux diffèrent de la production conventionnelle. C'est pourquoi nous organisons des rencontres pour que producteurs et consommateurs échangent sur leurs attentes et leurs contraintes. Le but du projet n'est pas de créer un marché de niche comme on peut l'observer en Europe, mais de développer un marché avec des produits de meilleure qualité accessibles à toutes les bourses.

---

<sup>1</sup> Un groupement d'intérêt économique (GIE) est un groupement doté de la personnalité morale qui permet à ses membres de mettre en commun certaines de leurs activités afin de développer, améliorer ou accroître les résultats de celles-ci tout en conservant leur individualité.

## Les produits biologiques locaux sont-ils attractifs pour les consommateurs ?

*Awa* : Aujourd’hui notre clientèle s’élargit. Au début de nos activités, nous ne vendions que dans la ville de Thiès mais désormais nous comptons des clients à Dakar et à Mbour. Certains vacanciers achètent aussi nos céréales pour les ramener en Europe. Au marché bio, les clients sont de plus en plus nombreux. Les consommateurs sénégalais sont attentifs aux bienfaits sanitaires des produits biologiques. Ceci est aussi dû aux activités de sensibilisation et de communication que nous menons dans la ville de Thiès.

*Djibril* : Nous réalisons des émissions de radio et des spots publicitaires. Nous informons également nos clients via notre site internet. Nous touchons beaucoup de gens de cette façon, mais la meilleure stratégie de communication reste le bouche à oreille. Petit à petit, certaines personnes entendent parler du marché bio et viennent s’y approvisionner. Nous avons aussi mis en place un système d’information par sms pour nos clients réguliers. Ainsi, ils sont informés par message de la tenue du marché et des différents événements.

Nous organisons régulièrement des week-ends bio : de petites foires qui se déroulent à Thiès du vendredi au dimanche. Ce sont des moments importants pour sensibiliser les consommateurs. Nous tenons des ateliers de dégustation, organisons des jeux concours, etc. Chaque week-end attire plus d’une centaine de personnes. Cela attise la curiosité des consommateurs.



Installation pour un week-end biologique © Autre Terre

## Avez-vous diversifié vos activités ?

*Djibril* : Les femmes du Réfabec disposent de plusieurs unités économiques pour transformer et commercialiser les produits biologiques locaux. Elles ont fait l’acquisition d’une plumeuse pour les volailles et de plusieurs moulins à céréales. Elles ont créé une boutique de vente directe de leurs produits transformés. Enfin, elles gèrent un restaurant bio (*Tikaara*, « la cuisine » en langue locale) qui propose des plats sénégalais et européens.

*Awa* : L’engouement des consommateurs nous a aussi permis de développer un système de paniers hebdomadaires de légumes bio. Ces paniers variés coûtent 5 000 FCFA par semaine et sont composés de plusieurs légumes. Actuellement nous vendons vingt paniers par semaine, principalement à des fonctionnaires de Mbour ou de Dakar et à des habitants de Thiès soucieux de

leur santé. Nous participons aussi à des foires et à d'autres événements commerciaux au Sénégal pour faire connaître nos produits.

### Que propose la boutique aux consommateurs ?

*Awa* : La boutique du Réfabec est tenue par deux employées, membres du réseau. Cette boutique ne propose pas de produits en vrac, seulement des produits conditionnés et étiquetés. Nous vendons du couscous de mil, des brisures de mil (*sankhal*), des conserves de légumes (piments, tomates, citrons etc.), du fromage blanc, du couscous de mil (*thiacry*), des granulés de mil (*arrow*), des brisures de maïs (*mborouga*) ou encore du beurre de karité. Nous cherchons à proposer des prix abordables pour tous les consommateurs. Dans notre boutique, le kilo de couscous de mil coûte 800 FCFA contre 750 FCFA sur le marché conventionnel.



Boutique du Réfabec © Autre Terre

### Comment garanteez-vous la qualité et le caractère biologique des produits ?

*Djibril* : Lorsque le Réfabec a commencé à travailler avec des produits biologiques, il n'existait aucun système de contrôle assurant aux consommateurs que la production respectait les principes de cette agriculture. À l'époque, les clients étaient peu nombreux et leur seule garantie était la confiance qu'ils accordaient à Agrecol et au Réfabec.

Pour développer la commercialisation, il était donc nécessaire de mettre en place un système de garantie. Nous avons opté pour un système participatif de garantie (SPG), moins coûteux qu'un système de certification externe. Le SPG se base sur la coopération entre producteurs et consommateurs, de manière participative et transparente. Il garantit non seulement la qualité biologique des produits, mais favorise aussi les échanges de savoirs et savoir-faire entre les producteurs, la réduction des coûts du contrôle qualité pour les producteurs, l'organisation de circuits de distribution courts, d'événements, etc. Chacun des acteurs participe au respect et au suivi des principes de l'agriculture biologique.

En septembre 2014, nous avons voulu aller plus loin avec la création du label NAT-BI (naturel et biologique). Ce label est apposé sur les produits transformés. Ainsi, sur chaque étiquette figure le code du producteur, le numéro du groupement, la date de récolte et la date de péremption. Notre label doit encore être enregistré au niveau national pour que la propriété intellectuelle soit reconnue.

Les produits frais ne sont pas encore labellisés car cela engendre des coûts qui se répercuteront sur le prix de vente. Le label est cependant visible sur les tables des commerçantes au marché et sur les cageots des produits frais.

### **Qu'est-ce qui pousse les producteurs à s'associer au Réfabec ?**

*Djibril* : Rapidement, les producteurs ont compris l'intérêt d'intégrer notre réseau pour sécuriser leurs débouchés. Le développement de la filière bio locale leur permet de vendre en grandes quantités et de tisser une relation commerciale de confiance et durable avec les femmes du Réfabec, basée sur la contractualisation. Les contrats, renouvelés à chaque campagne, sont d'une durée de quatre mois pour les cultures maraîchères et d'un an pour les cultures céréalières. En 2014, nous avons signé 23 contrats entre 99 transformatrices et 124 producteurs.

*Awa* : Au cours de la campagne, les prix sont négociés en concertation avec les producteurs et au regard de leurs comptes d'exploitation, afin d'assurer un prix juste et rémunérateur. Les producteurs bio n'achètent pas de produits phytosanitaires, ce qui réduit leurs coûts de production, mais leur temps de travail est plus important qu'un producteur conventionnel, ce qui joue sur les prix.

### **Comment la collecte des produits est-elle organisée ?**

*Djibril* : Géographiquement, les producteurs sont tous très proches les uns des autres. Il est donc plus facile de récolter la production de façon groupée, et les informations circulent bien. Chaque jeudi, le responsable de la commercialisation d'Agrecol et un membre du Réfabec se rendent auprès des groupements de producteurs, pour connaître les produits disponibles et les quantités. Une fois le prix fixé, le Réfabec collecte les légumes et les céréales le vendredi matin. Les agriculteurs regroupent leur produits sur une même parcelle afin que le Réfabec puisse peser et transporter la marchandise en voiture, jusqu'à ses locaux à Thiès.

*Awa* : Nous collectons les produits chaque semaine grâce au véhicule mis à notre disposition par Agrecol. Au moment de la collecte, les producteurs sont payés directement. Notre fonds de roulement nous permet de payer comptant. Ce fond est réalimenté tous les samedis par les bénéfices des ventes sur le marché.



Unité de transformation des céréales © Autre Terre

## Et les activités de transformation ?

*Awa* : A l'échelle de son quartier, chaque club bio dispose d'un espace de transformation. Ces unités sont encore peu modernes mais permettent aux femmes de transformer et conditionner les fruits et légumes achetés aux producteurs ou cultivés dans leurs propres jardins. Pour mieux valoriser leurs produits, les femmes ont bénéficié de formations afin de respecter les normes sanitaires nationales. L'obtention de l'autorisation de commercialisation FRA en dépend.

Nous avons également acquis une machine pour fabriquer des brisures de mil ou de maïs, très appréciées des consommateurs. Les céréales sont conditionnées dans des barquettes de 500 grammes et vendues ensuite via les kiosques de quartiers ou la boutique du Réfabec.

## Quels sont les résultats des différentes unités économiques ? Sont-elles pérennes ?

*Djibril* : Au cours de l'année 2014, plus 60 tonnes de céréales et 12 tonnes de légumes ont été achetées et vendues par le Réfabec. Grâce au moulin à céréales, le couscous produit peut approvisionner les bases militaires de la ville.

En 2014, le restaurant bio a attiré 10 800 clients. La boutique de produits transformés enregistre quant à elle un chiffre d'affaire d'un million trois cent mille FCFA (2 000 euros). Grâce à l'unité de transformation, les femmes ont obtenu un bénéfice net de 2 000 euros pour l'année 2014.

Propos recueillis en mai 2015 par Camille Bureau (CFSI), édités en juin 2015.  
Photos © Autre Terre

## Pour creuser le sujet :

- Fiche projet, Les *« marchés urbains s'ouvrent aux produits biologiques locaux »*, 2013
- Témoignage, *« Marier économie sociale et solidaire et agriculture biologique au Burkina Faso »*, 2013
- Etude, *« Les consommateurs du Ghana et du Bénin sont-ils prêts à payer pour des légumes biologiques ? »*, 2011
- Fiche innovation, *« Sensibilisation des urbains à la consommation locale par une boutique-bar-restaurant »*, 2013

**Ce projet a bénéficié d'un financement de la Fondation de France dans le cadre du programme « Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest » (Pafao, appel de 2013). Voir la [fiche projet](#).**

Le programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) 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) et de l'Agence Française de Développement. SEED Foundation participe également au volet capitalisation du programme. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.



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

