



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.