

AU BÉNIN

CONSTRUIRE L'OFFRE DE LÉGUMES AGROÉCOLOGIQUES

Entretien avec Donald Houessou (Aced)



La ville de Cotonou est située entre l'océan Atlantique et le lac Nokoué où les jacinthes d'eau prolifèrent en saison pluvieuse. Donald Houessou est le directeur des programmes d'Aced, une ONG béninoise¹ qui accompagne les maraîchers vivant autour du lac Nokoué dans le compostage de la jacinthe d'eau pour produire des légumes sans engrais chimiques. Même si les légumes produits avec le compost se conservent mieux, ils ne peuvent pas être vendus plus chers, étant donné le faible pouvoir d'achat des populations. Aced travaille donc à construire des débouchés commerciaux sûrs en s'appuyant sur le caractère local et la qualité, pour éviter les nombreux intermédiaires et rendre la production agroécologique attractive.

Dans le cadre d'une initiative portée par :



www.aced-benin.org/fr

Comment s'est créée la filière de légumes produits à partir du compost de jacinthes ?

Nous avons proposé une petite innovation pour combattre la prolifération de la jacinthe d'eau sur le lac Nokoué : le compostage de cette plante. En 2013, nous avons démarré une phase pilote avec 200 maraîchers, grâce à l'appui du Fonds français pour l'environnement mondial, de la Fondation Veolia et de l'Union internationale pour la conservation de la nature. Notre partenaire technique était l'ONG française Gevalor, spécialisée dans la valorisation des déchets ménagers.

Malgré de très bons résultats au niveau de la production, trois défis se posaient : la pénibilité du ramassage de la jacinthe d'eau ; la rationalisation de l'utilisation du compost (le maraîchage demande de grandes quantités de fertilisants, mais les cultures ont des besoins différents en azote, phosphore, etc. qu'il fallait définir) ; le marketing pour faire connaître les légumes fruits et feuilles produits sans engrais chimiques qui se conservent mieux.

¹ La mission d'Aced est d'autonomiser les communautés avec des solutions durables pour lutter contre la pauvreté et la faim dans un environnement sain. Aced

Dans la deuxième phase (2015-2017), nous avons été appuyés par le Comité français pour la solidarité internationale (CFSI) et la Fondation de France. Nous avons expérimenté une nouvelle technique avec des filets pour ramasser plus de jacinthes, tout en mobilisant moins de personnes sur le lac. Nous avons également identifié les trois principales cultures maraîchères : tomate, piment et amarante, et avec l'Université et les maraîchers, nous avons recherché en milieu paysan les dosages optimaux de compost pendant 9 mois. Ensuite, grâce à des démarches auprès des autorités locales, nous avons obtenu un espace dédié sur le marché le plus proche (Akassato) avec un hangar où les maraîchers que nous appuyons vendent directement aux consommateurs. En outre, nous avons développé quelques outils marketing (bâche collée au hangar, messages à la radio) pour mieux faire connaître les produits aux consommateurs. Comme résultat, les maraîchers ont eu beaucoup de succès puisque les clients constataient la qualité des légumes et l'allongement de la durée de conservation. Deux anecdotes sont révélatrices : d'autres maraîchers se sont parfois servis du hangar pour faire passer leurs produits pour agroécologiques ; une autre fois, la bâche a été déchirée et volée par jalousie. Cela montre la pertinence de la production agroécologique !

Nous avons alors sollicité le « Coup de pouce à la construction d'une stratégie de changement d'échelle » car notre double innovation « agroécologie/circuits courts » avait du potentiel.



Nouvelle technique de ramassage de la jacinthe d'eau © Aced

Comment avez-vous construit la stratégie ?

Nous avons discuté avec les différents acteurs de la filière, particulièrement en aval. Nous avons cherché les alliances qui peuvent aider les maraîchers à mieux vendre. La demande stimule l'offre. Si nous parvenons à sécuriser la demande, on pourra rémunérer les efforts faits pour obtenir des produits sains. Nous avons aussi fait une étude de marché sur plusieurs communes autour du lac (Dangbo, Porto-Novo, Aguégus, Abomey-Calavi, etc.) pour mieux comprendre les circuits de commercialisation des produits maraîchers en général. Nous avons ainsi identifié les acteurs clés : grossistes, bonnes dames, détaillantes, quelques unités de transformation et des supermarchés. Nous avons discuté avec eux pour comprendre leur approvisionnement : il s'avère qu'ils ont tous un

problème avec l'irrégularité de l'offre, du fait de la saisonnalité des productions maraichères. Nous avons donc une carte à jouer avec la proximité du lac pour l'irrigation et on pourrait gagner des parts de marché surtout en saison sèche en mettant l'accent sur la qualité et le caractère local. Car vous n'êtes pas sans savoir que nous sommes submergés par les produits importés.



Epandage du compost de jacinthe d'eau ; groupe de femmes maraichères de Sô-Ava © Aced

Qu'est-ce qui a garanti le bon déroulement de l'étude de marché ?

L'équipe d'Aced a mené l'étude, accompagnée par un consultant externe. Nous avons pu développer des compétences et avoir tous les contacts utiles pour la commercialisation. Nous étions partis d'un petit échantillon à enquêter mais cela a évolué car tout le monde n'était pas prêt à nous parler. Nous comprenons leurs réticences, certains ont déjà été questionnés par des personnes devenues par la suite des concurrents. D'autres portes se sont ouvertes. L'étude a donc pris plus de temps que prévu, mais elle a été déterminante pour comprendre la demande. Nous avons identifié trois canaux de distribution possibles : la vente directe, à des boutiques ou autres points de vente, et à des grossistes qui agrègent la demande au niveau des centres urbains. L'étude a permis de comprendre ce qu'ils attendent et les raisons pour lesquelles ils pourraient faire des alliances.

Qu'avez-vous compris ?

Ils ont l'objectif de faire du profit, nous devons intégrer leur vision. Nous ne leur demandons pas de faire du social, nous cherchons à satisfaire leurs besoins d'approvisionnement avec l'idée d'agréger l'offre. Les unités de transformation ne sont pas contre les contrats « institutionnels » si elles sont sûres qu'on les alimente de manière régulière. Une dame grossiste qui s'approvisionne à différents endroits nous a aussi dit qu'elle est prête à contractualiser en cas d'offre régulière à bon prix, car elle économiserait sur ses frais de transport.

L'étude nous a aussi permis de visiter d'autres zones, de recenser d'autres villages touchés par la prolifération de la jacinthe d'eau et de voir le potentiel d'intensification de la production du compost. Si on arrive à agréger l'offre et régler les questions de logistique, nous avons un marché assuré. Le modèle proposé est une coopérative qui regrouperait les maraichers agroécologiques pour satisfaire la demande. Le modèle complet avec les trois canaux de distribution ne va pas démarrer tout de suite car il faut commencer à une petite échelle.

Que changent ces résultats ?

Toutes les réflexions que nous menons actuellement proviennent de l'étude de marché. On voit maintenant à l'horizon 2025 ce que l'on pourrait faire. C'est vrai que l'on dépend des partenaires

techniques et financiers pour lancer la stratégie, mais maintenant tout ce que l'on propose est convaincant car nous avons un plan d'action concret à mettre en œuvre.

Nous avons signé un partenariat avec un programme de la délégation de l'UE au Bénin. Il nous permet d'étendre l'initiative à 1 000 producteurs pour intensifier la production agroécologique. L'objectif est de les regrouper progressivement en coopérative pour ensuite agréger l'offre car la demande ne va pas attendre. Ensuite nous activerons la demande à partir des contacts pris lors de l'étude, nous poursuivons le dialogue avec eux en attendant.

Grâce au Coup de pouce, nous avons aussi fait une petite étude pour explorer plusieurs systèmes de certification agroécologique (Ecocert, etc.) Les systèmes participatifs de garantie (SPG) réduisent considérablement les coûts, nous avons donc choisi cette option. Le SPG est vraiment en phase avec la démarche « consommer local ».



Formation de femmes maraîchères à la commercialisation © Aced

L'outil Coup de pouce a-t-il répondu à vos besoins ?

Nous avons eu beaucoup de partenaires mais c'est la première fois que nous voyons un programme financier exclusivement dédié à la définition de la stratégie de mise à l'échelle. L'appel était très clair, il ne s'agit pas de la mise à l'échelle mais du temps de réflexion en amont. S'il y avait eu le défi de la mise en œuvre, nous serions allés beaucoup plus vite, nous n'aurions pas pu engranger toutes ces connaissances. On avait dit 12 mois pour prendre le temps d'approcher des gens, d'être renvoyés par certains, trouver d'autres interlocuteurs. Nous avons même pris plus d'une année, nous avons discuté avec le CFSI qui nous a permis ce décalage, c'est un grand plus. On a beaucoup apprécié car ça nous a permis de mieux penser l'innovation et de décrocher de nouveaux soutiens.

Généralement, au terme d'une action, on a des conclusions, des perspectives, on élabore des notes, des recommandations. On s'en sert pour un projet à venir. Souvent, quand on dépose un dossier, les idées sont formulées mais il faut prévoir des études en début de projet. Là, on est prêt pour la mise en œuvre et nous avons déjà les contacts pour la commercialisation.

Une autre bonne pratique à maintenir est de ne pas être trop intrusif. Quand il y a beaucoup de suivi ou de suggestions, on peut finir par être un peu téléguidés, mais ce n'est pas le cas avec le programme Pafao. Nous avons eu le champ libre pour orienter la stratégie, c'est une pratique à encourager : laisser les innovations locales s'exprimer d'elles-mêmes.

Sur les améliorations possibles, le Coup de pouce devrait peut-être s'ouvrir à des dynamiques extérieures au programme, pour ne pas rater des innovations intéressantes.

Cette expérience a-t-elle modifié votre façon de travailler ?

Chez Aced, nous avons un bon dispositif de capitalisation des connaissances, ce qui n'est pas commun dans les ONG. Nous essayons de connecter recherche-action, business et politique. Quel que soit le projet, nous développons des petites recherches pour apprendre du terrain et guider notre action. Nous formalisons les résultats dans des notes de capitalisation et des notes de politiques car, pour passer à l'échelle, nous avons besoin d'une volonté politique. Les ONG seules ne peuvent pas tout faire, surtout pour que l'agroécologie change d'échelle.

Nous essayons d'informer les politiques. Nous parlons du compostage des déchets organiques de façon générale, le compost des jacinthes étant un cas. Il faut transmettre les évidences citoyennes aux politiques. Donc tout ce que l'on avance comme statistiques, comme résultats de recherche, proviennent du terrain. Nous mettons les études à disposition sur le web. Ces études montrent clairement les défis que les maraîchers rencontrent, leur faible position dans les négociations et la multiplicité des intermédiaires.

Nous avons conscience de l'importance du système de capitalisation et de gestion des connaissances qui peut aider l'organisation elle-même et l'essaimage des innovations. Nous avons été contactés par d'autres municipalités du Bénin, mais aussi par des organisations au Tchad, au Cameroun, au Congo. Nous leur envoyons à chaque fois nos documents. Nous savons qu'une expérience de compostage de la jacinthe d'eau a démarré au Cameroun et nous en sommes très fiers.

Propos recueillis en avril 2019 par Marie Drique et Chloé Judalet (CFSI), édités par Hélène Basquin Fané (CFSI). Photos © Aced



Vente directe de légumes © Aced

Pour creuser le sujet :

- Entretien, *Du compost de jacinthe pour des produits sains*, 2018
- Étude, *Le marché des produits maraîchers dans le Sud-Bénin*, 2018
- Étude, Grandissement de la mise en marché des produits maraîchers agroécologiques à base de compost de jacinthes d'eau, *Plan d'affaires* et *note de stratégie*, 2019
- Étude, *Certification des produits agroécologiques issus du compost de jacinthes d'eau*, 2019

Cette initiative a bénéficié de financements de la Fondation de France dans le cadre du programme *Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao)* appels de 2015 (n°24) et 2017 (n°148).

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 et Jafowa participent également au volet capitalisation du programme. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.

