

AU TOGO

PROMOTION DU CONSOMMER LOCAL & CERTIFICATION

Entretien avec Komi Abitor et Jeanne Kossi (ETD)



Entreprises, territoires et développement (ETD) est une association togolaise qui soutient un modèle d'entreprise sociale, les Esop¹, qui connecte les agriculteurs à des marchés rémunérateurs. Les Esop collectent et souvent transforment des produits locaux parmi lesquels le riz.

Komi Abitor, le directeur général d'ETD, et Jeanne Kossi, conseillère, qualité sont revenus pour nous sur la question de la certification des produits transformés et ses enjeux au Togo.

Dans le cadre de projets portés par :



<http://etd-ong.org/>

Quelles sont les mesures phares prises par le gouvernement togolais pour soutenir le "consommer local" ?

Komi Abitor : Avec la crise alimentaire de 2008 notre gouvernement a pris conscience de la nécessité de soutenir la production nationale. Des projets ont été mis en œuvre pour permettre aux producteurs d'augmenter leur niveau de production, notamment dans le cadre du Programme national d'investissement agricole et de sécurité alimentaire (Pniasa, 2010-2015). Le gouvernement a également encouragé l'installation d'entreprises locales et le développement de chaînes de valeurs locales. En 2019, une nouvelle réglementation visant à limiter les importations des poulets congelés et des poissons, surtout les tilapias, est entrée en vigueur. Cette décision a poussé la population à se lancer dans la production locale. En octobre 2020 madame le Premier ministre, Victoire Tomegah-Dobgé, a signé une circulaire demandant aux ministères de s'approvisionner en produits locaux lorsqu'ils organisent des événements. Cette annonce a été suivie d'une augmentation de la demande en produits locaux par les ministères, les casernes, les sociétés d'État ou encore les sociétés privées. J'ai noté par exemple que les acheteurs qui privilégiaient les riz importés se sont

¹ Entreprises de services et organisations de producteurs.

mis à acheter notre riz local de la marque Délice. Cet accroissement de la demande a entraîné une amélioration des revenus des producteurs nationaux dans un contexte où la Covid-19 fragilise de nombreuses entreprises.

Même si cette disposition est à saluer, notre objectif aujourd'hui est d'en faire une loi qui contraindrait les acheteurs publics et les consommateurs à prioritairement acheter des produits locaux. Nous envisageons de mettre en œuvre un programme national pluriannuel de promotion de l'agriculture familiale et du consommateur local dans le cadre duquel nous travaillerons à faire de cette note une loi. Depuis septembre 2020 nous avons identifié les acteurs capables de porter cette dynamique du consommateur local et des initiatives phares valorisant les produits togolais qui seront mis à l'échelle. Ensuite, nous organiserons un plaidoyer destiné à l'administration, aux agences de développement et de coopération bilatérale et multilatérale présentes dans notre pays. La Coordination togolaise des organisations paysannes et de producteurs² (Ctop) participera à la mise en œuvre de ce plaidoyer. Enfin, un atelier sera organisé pour la rédaction du programme que nous espérons pouvoir lancer avant fin 2022. Lors de cet atelier il s'agira de construire un argumentaire basé sur des expériences existantes et de montrer la nécessité de faire du consommateur local une démarche collective afin de faire gagner des parts de marché à nos produits.

En quoi les achats publics de riz Délice sont-ils révélateurs d'une évolution ?

Jeanne Kossi : Il s'agit d'une marque d'entreprise³ de riz produit au Togo. Elle a été créée par ETD en 2004. Nous cherchions à donner une identité visuelle à notre riz et une marque permet justement aux consommateurs d'identifier facilement un produit sur un marché concurrentiel. À ce titre, elle est indispensable pour fidéliser le client et en attirer de nouveaux. Grâce à cette identité visuelle, nous pouvons aussi assurer une forme de traçabilité de nos produits en cas de problème. Les Esop qui souhaitent utiliser la marque doivent respecter un certain nombre d'exigence, parmi lesquelles avoir un certificat de salubrité à jour. Aucune structure externe n'intervient pour s'assurer que le cahier des charges associé à notre marque soit réellement respecté. ETD veille seule à l'application des règles. La qualité de nos produits a été récompensée à plusieurs reprises. Nous avons reçu en 2019 le prix des Top 100 Entreprises⁴ et en 2020 le prix de la foire Adjafi⁵.

KA : La création de cette marque de qualité a permis de redorer l'image du riz togolais auprès des consommateurs. Il y a longtemps eu des problèmes de qualité avec le riz local qui contenant des impuretés. Aujourd'hui, tout le monde apprécie le riz Délice. C'est la première marque en termes de volume au Togo. Ce produit fait partie du patrimoine national. Il est disponible dans tous les magasins du pays ainsi qu'au Bénin où il est référencé dans le guide d'achat des denrées agricoles du ministère des Finances⁶. Une multitude de marques de riz a d'ailleurs vu le jour grâce à ce que nous avons fait avec le riz Délice. Il y a le riz la Colombe, le riz La Paix, le riz Cosamel, le riz Le Fermier et le riz Le Berceau. Ces marques sont essentiellement portées par des acteurs privés (associations et entreprises).

² La Ctop est la plateforme paysanne togolaise membre du Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest (Roppa).

³ La marque d'entreprise est exploitée par l'entreprise fondatrice uniquement. Ici la marque Délice n'est utilisée que par les Esop.

⁴ Top des entreprises togolaises les plus dynamiques. Ce prix récompense les entreprises caractérisées par une dynamique de croissance tant sur le plan des investissements, que de celui des parts de marchés et volumes d'affaires. (Source : Togo First)

⁵ Foire annuelle pour promouvoir la créativité et le génie des jeunes entrepreneurs togolais et d'ailleurs.

⁶ Guide qui recense les produits que les institutions peuvent acheter ainsi que leurs prix.



Emballage de riz de la marque Délice © ETD

La multiplication de ces marques conduit-elle à une forme de concurrence entre-elles ?

KA : La concurrence n'est pas encore un problème puisque la production rizicole togolaise couvre moins de 50 % de nos besoins annuels. Nos marges de progression sont donc encore élevées. Nous prévoyons de développer un label de qualité qui rassemble les acteurs locaux de la filière. Nous avons identifié trois types de riz vendus sous des marques différentes que nous souhaitons regrouper sous un label unique. En se rassemblant et en misant sur la différenciation, la concurrence ne se ferait plus parmi les productions nationales. Elle opposerait les produits locaux à leurs concurrents importés. Les acteurs de la filière pourront travailler ensemble à l'amélioration de l'image du riz togolais.

Pour la création de ce label, nous allons opter pour un système participatif de garantie⁷ (SPG). Nous aimerions collaborer avec le Gret qui a développé une marque collective pour le riz de mangrove⁸ en Guinée-Conakry.

Quels autres outils les producteurs ont-ils à leur disposition pour faire valoir la qualité de leurs produits ?

JK : Le Togo n'a pas de structure de labellisation. Pour obtenir un label témoignant de la qualité d'un produit, il faut se tourner vers des organismes certificateurs étrangers. Cela étant dit, le certificat de salubrité⁹ délivré par l'Institut togolais de recherche agronomique (Itra) permet de témoigner de la qualité des produits agricoles. Il est même indispensable dans le dossier de demande d'autorisation de mise en marché. Pour l'acquérir il faut qu'une analyse microbiologique du produit soit réalisée par l'Institut national d'hygiène (INH). Elle permet de détecter d'éventuels contaminants dans les produits testés. Ensuite, une analyse physico-chimique doit être effectuée par l'Itra. Cette étape est nécessaire pour déterminer les éléments composants le produit. Enfin le producteur est inspecté par des agents de l'Itra. Le certificat sanitaire n'est accordé que si les

⁷ Alternative à la certification par un tiers. Le SPG repose sur un cahier des charges, un processus de certification défini collectivement et des contrôles rigoureux menés par le groupe local de contrôle, le bureau de certification de l'opérateur et le comité central de certification.

⁸ Aussi appelé *bōra maalé*. Il s'agit d'un riz étuvé produit en Guinée Maritime de grande qualité.

⁹ Aussi appelé certificat sanitaire.

analyses sont satisfaisantes et que l'inspection ne révèle aucune malfaçon. Certains grossistes demandent à le voir avant d'effectuer leurs commandes. C'est la preuve que c'est un gage de qualité. Il met en confiance les consommateurs et permet, par ricochet, aux producteurs de gagner des parts de marché.

La démarche pour obtenir ce sésame n'est en théorie pas longue mais dans les faits, elle peut prendre du temps. Cela est lié au fait qu'il n'y a qu'un seul INH au Togo et il est situé à Lomé, dans le Sud du pays. Ses agents doivent par conséquent effectuer les analyses de tous les demandeurs du pays. C'est cela qui est à l'origine de ralentissements dans le processus. Il faut ici ajouter que les démarches pour obtenir le certificat peuvent être difficiles à supporter pour un seul producteur du fait de leur prix, d'autant plus que le document n'est valable qu'une seule année. C'est pour contourner ce problème que chez ETD nous faisons une demande groupée pour l'ensemble des Esop. Cela permet de partager les coûts de la démarche.

Pourquoi avoir fait certifier certains produits des Esop par un laboratoire étranger ?

JK : Le soja torréfié est effectivement analysé par un laboratoire français. Cela est lié au fait qu'au moment où le produit a été mis sur le marché, il n'existait pas au Togo de laboratoire capable d'effectuer les analyses pour identifier les paramètres recherchés. Aujourd'hui, le fait d'avoir cette certification étrangère est un atout. C'est un gage de qualité supplémentaire. Elle n'est cependant pas suffisante pour vendre ce produit à l'extérieur de nos frontières. Pour exporter, il faut remplir d'autres conditions.

Comment est-ce que l'État s'assure que les produits en vente sur le marché sont bien en règle ?

JK : Des textes existent mais ils ne sont pas appliqués. L'État a mis en place un service d'hygiène chargé de contrôler la conformité des produits immédiatement consommables comme les jus de fruits ou l'eau. Par le passé, les agents de la structure effectuaient des visites inopinées sur le marché. Lorsqu'ils s'apercevaient que le certificat de salubrité d'un produit était expiré depuis peu ou constataient d'autres malfaçons, ils pouvaient faire des recommandations et offrir un délai au transformateur enquêté pour qu'il les mette en place. Dans le cas où le certificat n'était plus valable depuis longtemps ou que les règles d'hygiène n'étaient pas respectées, le service pouvait imposer le retrait des produits de la vente ou la fermeture immédiate du lieu de distribution. Aujourd'hui, ces contrôles ne sont pratiqués que pour la production d'eau.

Tout ce travail nécessaire à la production d'un produit sain et de qualité se répercute-t-il sur le prix du produit fini ?

JK : Non ! Les coûts liés à l'autorisation de mise en marché sont payés par ETD et les Esop ne payent rien pour exploiter les marques de notre organisation. Ainsi, elles ne prennent pas en compte ces frais dans le calcul des prix des produits mis sur le marché.

Pour faire face à la concurrence des riz importés et pour amener les Togolais à consommer local, nous nous assurons de proposer notre riz à un tarif inférieur à celui des riz étrangers. Par exemple, 5kg de riz parfumé thaïlandais coutent 5 000 FCFA contre 3 000 FCFA pour le riz Délice. Nous tenons aussi compte des cours du marché local pour fixer le prix de notre riz qui reste proche de celui des autres marques togolaises.

KA : Concernant le futur label, nous allons essayer de faire en sorte que l'augmentation du prix soit peu significative. Nous miserons notamment sur les économies d'échelle liées à la production en grande quantité. À qualité égale, le riz togolais est vendu moins cher que le riz importé. De fait, une augmentation de son prix ne le rendra pas moins compétitif.

Propos recueillis et édités par Chikomborero Gonese (CFSI) en juin 2021

Pour creuser le sujet :

- David Eloy, *Labelliser pour convaincre les consommateurs*, 2019
- Synthèse de discussion, *Labellisation et outils d'identification des produits locaux*, 2018
- Entretien avec Komi Abitor, *Un financement à inventer pour les PME agroalimentaires*, 2021
- Entretien avec Kokou Aziato, *La certification sanitaire, une démarche qualité en développement*, 2022

Cette initiative a bénéficié d'un coup de pouce à la construction de stratégies de changement d'échelle dans le cadre du programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) en 2016 (n° 112).

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 (abritée à la Fondation de France), de l'Agence française de développement et de Seed Foundation / Pierson Interepco Export. Jafowa participe au volet capitalisation du programme. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.

