



LA MISE À L'ÉCHELLE DES MODÈLES DE COMMERCIALISATION DE PRODUITS AGRICOLES

Note de capitalisation réalisée dans le cadre
du Programme « *Transition des Systèmes Agricoles
et Alimentaires sur les Territoires* » (TERSAA I)



SOMMAIRE

- 1** Structurer l'offre en renforçant les systèmes de production, transformation et commercialisation
- 2** Reconnaissance des produits durables et qualitatifs
- 3** Développer une demande pérenne et un changement des habitudes alimentaires
- 4** Le prix juste et l'accessibilité
- 5** Mobilisation de différents acteurs
- 6** Le rôle des politiques publiques

MAI 2025



Dans un contexte caractérisé par une insécurité alimentaire croissante, ainsi qu'une multiplication des crises économiques et climatiques, l'agriculture familiale n'a d'autre choix que de s'adapter au changement climatique et d'anticiper les crises. Pour répondre à ces enjeux, favoriser la transition des systèmes agricoles et alimentaires des territoires à travers une meilleure maîtrise de l'aval des filières est une priorité. C'est tout l'enjeu du programme TERSAA.

Dans le cadre de l'activité de capitalisation des expériences sur la transition des systèmes agricoles et alimentaires sur les territoires, entre partenaires du Sud et continents Afrique-Amérique Latine, du programme TERSAA (phase I), une réflexion a été lancée sur le thème de la « **mise à l'échelle des modèles de commercialisation des produits** ».

La mise à l'échelle des modèles de commercialisation des produits de qualité, notamment des produits agroécologiques, est essentielle pour renforcer la part de marché de ces produits face aux marchés conventionnels. Cette note de capitalisation synthétise les expériences et les témoignages des partenaires impliqués dans le projet TERSAA. Elle explore les stratégies mises en œuvre pour augmenter la part de marché des produits durables et qualitatifs, tout en respectant les principes de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS). Les défis rencontrés et les solutions proposées sont également abordés, offrant une vue d'ensemble des dynamiques et des enjeux liés à la commercialisation de ces produits.

Plusieurs partenaires (IMCA¹, ASOPEP², CCAIJQ³, CPF⁴, ETD⁵, OADEL⁶, GIC⁷) ont contribué à l'élaboration de cette note, chacun apportant une perspective unique en fonction de son contexte géographique et de ses compétences sur son territoire (Colombie, Pérou, Burkina Faso, Togo, Bénin). Ces partenaires illustrent ainsi la diversité des approches et des contextes dans lesquels la mise à l'échelle peut être réalisée.

Le programme TERSAA

Le programme de Transition des Systèmes Agricoles et Alimentaires sur les Territoires (12/2021 – 05/2025), est mis en œuvre sur deux continents, par neuf partenaires en Afrique de l'Ouest et en Amérique Latine.

Objectif global :

Améliorer la résilience des systèmes agricoles et alimentaires sur les territoires face au changement climatique à travers une meilleure maîtrise de l'aval des filières.

Trois principaux résultats interdépendants :

- ▶ Les producteurs et productrices accèdent à de nouveaux débouchés commerciaux.
- ▶ Des pratiques durables et résilientes sont diffusées et adoptées.
- ▶ Les acteurs se mobilisent pour un développement durable des systèmes alimentaires sur les territoires.

Cette note a été élaborée par Estelle Dandoy, Sara Teillard, Thomas Foin, en collaboration avec Komi Abitor, Nasser Lawani, Pierre Adrien Kindo, Jacob Kiéma, Denis Ayena, Raymond Dossou, Andrés Sánchez Restrepo, Pedro Antonio Ojeda Pinta, Yeny Rodriguez, Jesús Candia.

Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence française de développement (AFD), Air France, SERVIAIR, la Communauté d'Agglomération Roissy Pays de France, la Fondation Anber, la Fondation Bel, la Fondation Ditumba, et la Fondation de France. Néanmoins, les idées et les opinions qui y sont présentées n'engagent que leurs auteurs et ne représentent pas nécessairement les points de vue des partenaires financiers susmentionnés.

1. Instituto Mayor Campesino (Colombie) - 2. Asociación de productores ecológicos de Planada (Colombie) - 3. Asociación Jesús Obrero (Pérou) - 4. Confédération Paysanne du Faso (Burkina Faso) - 5. Entreprises Territoires et Développement (Togo) - 6. Organisation pour l'Alimentation et le Développement (Togo) - 7. Groupement Intercommunal des Collines (Bénin)



INTRODUCTION

La mise à l'échelle des modèles de commercialisation des produits durables et agroécologiques représente un enjeu stratégique pour l'avenir des systèmes agricoles et alimentaires. Face à une agriculture conventionnelle largement dominante, comment assurer une montée en puissance des produits locaux de qualité et/ou agroécologiques, et tout en respectant les principes de l'économie sociale et solidaire ? Si ces produits répondent à des enjeux environnementaux, sociaux et économiques

fondamentaux, leur diffusion reste encore limitée par des obstacles structurels.

Pour y parvenir, il est essentiel d'agir sur plusieurs leviers et sur l'ensemble des chaînes de valeurs pour, à la fois structurer l'offre de produits locaux de qualité et la développer, mais aussi mobiliser les consommateurs et ainsi créer une demande forte et pérenne.

1 STRUCTURER L'OFFRE EN RENFORÇANT LES SYSTÈMES DE PRODUCTION, TRANSFORMATION ET COMMERCIALISATION.

Du côté de l'offre, cela suppose de continuer de renforcer les systèmes de production pour la transition agroécologique (en diversifiant les cultures et en augmentant la production), renforcer les systèmes de transformation pour l'amélioration de la qualité et le développement de nouveaux produits, renforcer les stratégies commerciales pour accéder aux marchés en diversifiant les débouchés, développer les stratégies marketing pour positionner les produits, favoriser des alliances stratégiques (cf. Note sur les alliances économiques).

La Confédération paysanne du Faso (CPF) illustre bien cette nécessité d'intervenir sur l'ensemble des chaînes de valeur pour structurer et mettre en valeur l'offre locale en soutenant les producteurs engagés dans la qualité et la durabilité (certification, renforcement des capacités), en mutualisant les ressources, en diversifiant les produits par l'innovation, en développant les canaux de distribution adaptés (circuits courts, marchés

institutionnels, plateformes numériques). Pour Entreprises Territoires et Développement (ETD), l'accompagnement des producteurs est essentiel pour faciliter l'adoption de pratiques agricoles durables, développer la création de réseaux et partenariats et mettre en place un dispositif de suivi et d'encadrement technique afin d'accompagner des « itinéraires techniques de production » conformes aux normes requises, depuis la mise en oeuvre jusqu'à la commercialisation. L'Institut Mayor Campesino (IMCA) insiste également sur cette mise en réseau qui permet de créer des dynamiques de collaboration et favorise l'échange de connaissances. L'Association de producteurs écologiques de Planadas (ASOPEP) recommande enfin de renforcer les organisations de producteurs sur les aspects de gestion entrepreneuriale et de commercialisation pour améliorer leurs pouvoirs de négociation dans les relations commerciales.

2 RECONNAISSANCE DES PRODUITS DURABLES ET QUALITATIFS

Sur ces aspects de qualité et positionnement, un questionnaire a été central sur l'ensemble des territoires du TERSAA et qui porte sur la reconnaissance des produits agroécologiques et la garantie de la qualité des produits commercialisés. Leur adoption repose sur la confiance des consommateurs et la valorisation des savoir-faire locaux. Certains consommateurs perçoivent ces produits comme un marqueur identitaire et culturel, tandis que dans d'autres contextes, ils peinent à se faire une place face aux standards imposés par l'industrie agroalimentaire. Les labels et certifications jouent un rôle central dans cette reconnaissance. Ils permettent de renforcer la légitimité et la commercialisation de ces produits mais certaines de ces certifications, notamment externes, peuvent constituer un frein en raison de leur coût et de leur complexité administrative, comme certaines certifications biologiques ou sanitaires. Les certifications par des tiers permettent d'accéder à des marchés plus larges (y compris internationaux) et à des prix équitables (ASOPEP), comme le souligne ETD, les produits certifiés sont effectivement plus acceptés sur les marchés institutionnels et dans les grandes surfaces de commercialisation bien que les coûts onéreux freinent certains producteurs. Le GIC insiste notamment sur la nécessité de réduire les coûts des certificats d'autorisation de mise en marché.

Les certifications et labels basés sur une reconnaissance communautaire des produits durables et qualitatifs offrent quant à eux une alternative plus flexible et adaptée aux marchés locaux. La CPF souligne que ces produits sont souvent reconnus pour leur contribution au développement local et leur ancrage territorial et identitaire. Ils sont perçus comme le symbole d'une consommation

responsable et sont souvent soutenus par des campagnes de sensibilisation et des labels de qualité. L'importance de cette sensibilisation et de la promotion de ces produits est également soulignée par le GIC qui indique que certains produits, comme l'amande d'acajou grillée (noix de cajou), sont très appréciés des consommateurs et sont représentatifs de l'identité du territoire des Collines. Le GIC souligne l'importance de la promotion des produits locaux pour renforcer leur reconnaissance communautaire. Parmi les labels de confiance qui peuvent être développés, les Systèmes Participatifs de Garantie (SPG) permettent de relier directement les producteurs aux consommateurs, ces systèmes renforcent les liens de confiance et favorisent la diffusion des produits agroécologiques. L'Asociación Jesús Obrero (CCAIJO) mentionne l'importance de la reconnaissance sociale accordée par la clientèle pour valider la qualité des produits agroécologiques. CCAIJO plaide pour une meilleure reconnaissance des SPG par les pouvoirs publics. Outre l'amélioration de la commercialisation, ASOPEP note que les certifications et labels renforcent l'organisation interne des organisations de producteurs. Pour IMCA, si l'objectif est de renforcer la cohésion sociale et d'autonomiser la communauté, la reconnaissance communautaire, notamment par des SPG peut être plus pertinente.

Les certifications par tiers ouvrent plus de marchés mais il reste réservé à une clientèle spécifique et sont onéreuses et quant aux certifications basées sur la reconnaissance communautaire, bien que plus abordables, elles ont une portée limitée au-delà de marchés locaux de niche. Comment dès lors augmenter la part de marché des produits durables et qualitatifs sur des marchés de niche par définition limitée.



3 DÉVELOPPER UNE DEMANDE PÉRENNE ET UN CHANGEMENT DES HABITUDES ALIMENTAIRES

Un des freins majeurs au développement des produits durables reste la demande, un marché ne peut en effet exister sans consommateurs. Si les habitudes alimentaires évoluent, elles restent influencées par des facteurs le plus important étant économique, mais aussi sociaux et culturels. Comment favoriser le changement des comportements alimentaires et augmenter la demande pour des produits sains et durables ? Les partenaires ont tous insisté sur la nécessité d'une approche segmentée et de conjuguer un large panel de stratégies : en premier lieu sensibiliser et dès le plus jeune âge sur les bienfaits de ces aliments pour la santé, l'environnement et l'économie locale. ETD souligne en effet l'importance de la sensibilisation, car les habitudes alimentaires nécessitent du temps pour changer. Le GIC recommande également de sensibiliser les consommateurs pour changer les habitudes de consommation. Le GIC insiste sur l'importance de l'appui politique par des décrets et des textes de loi pour booster la demande des produits locaux. Cette sensibilisation peut également passer par des actions très concrètes comme cuisiner des recettes en direct sur les marchés paysans (ASOPEP) ou indiquer des recettes simples sur les emballages des produits.

OADEL constate que les produits durables et qualitatifs commencent à gagner en reconnaissance au sein des communautés locales, surtout dans les zones urbaines où la sensibilisation eux

enjeux environnementaux et de santé s'accroît. Pour poursuivre cette conscientisation, ASOPEP propose d'appuyer le développement au niveau local de réseaux de consommateurs conscients et responsables. IMCA promeut la différenciation des produits en fonction de la provenance, de la qualité, du prix et/ou de la valeur ajoutée, ce qui permet d'offrir des caractéristiques uniques et des avantages supplémentaires qui différencient le produit des autres concurrents. IMCA et CCAIJO proposent également d'innover dans les actions de marketing et promotion en collaborant avec des influenceurs et personnalités publiques qui promeuvent des habitudes alimentaires saines. CCAIJO travaille par ailleurs avec des chefs novateurs et des mouvements comme Slow Food pour promouvoir les produits locaux notamment dans le secteur touristique. Enfin, il convient de promouvoir des supports publicitaires attrayants et visuellement percutants qui mettent en évidence les caractéristiques et les avantages uniques des produits, des agriculteurs et des territoires. L'innovation est aussi à renforcer dans la distribution pour favoriser la fidélisation : livraison à domicile ou des marchés itinérants qui se sont notamment développés pendant la pandémie de la Covid 19 en Amérique latine et en Afrique de l'Ouest, préparation de paniers de fruits et légumes sur les marchés paysans qui peuvent se commander de manière anticiper, etc.

4 LE PRIX JUSTE ET L'ACCESSIBILITÉ

Cependant, l'un des défis majeurs observé sur l'ensemble des territoires reste l'équilibre entre un prix juste pour les producteurs et un prix abordable pour les consommateurs, afin que ces produits ne restent pas un marché de niche mais deviennent une véritable alternative aux produits conventionnels.

Du côté des producteurs, pour ETD, les produits agroécologiques doivent bénéficier de prix rémunérateurs pour encourager les producteurs à poursuivre la mise en œuvre de méthodes de production durables et permettre de fournir des produits de qualité qui respectent les normes exigées, ce qui est une des principales conditions pour augmenter la part des produits durables et qualitatifs sur les marchés de niche. Toutefois, la

CPF insiste sur la nécessité de rendre les produits durables accessibles et de développer des réseaux de distribution inclusifs. ETD propose de subventionner les produits pour les rendre accessibles à un nombre élevé de consommateurs. En effet, pour IMCA, il est important d'offrir des produits compétitifs en termes de prix et les rendre abordables afin que la consommation de produits agroécologiques ne soit pas un privilège réservé à quelques personnes disposant d'un pouvoir d'achat, mais résulte d'une production de masse et d'une consommation responsable étendue. C'est également une condition pour permettre une transition des systèmes alimentaires et le développement de territoires agroécologiques.

5 MOBILISATION DE DIFFÉRENTS ACTEURS

Ce passage à l'échelle nécessite de mobiliser un ensemble varié d'acteurs sur les territoires qui s'engagent pour la transition. Pour ASOPEP, la complémentarité doit être favorisée avec le secteur public pour créer des infrastructures, des politiques de soutien ou des financements, tandis que le secteur privé facilite la commercialisation et la distribution. De même, il est essentiel de créer des espaces de gouvernance partagée où les producteurs, les transformateurs et les acheteurs peuvent s'exprimer et décider de questions clés, telles que les prix ou les stratégies commerciales. Il est ainsi essentiel de promouvoir la collaboration entre les acteurs,

de renforcer l'économie solidaire et de faciliter des espaces multi acteurs de concertation réunissant les autorités locales, les communautés locales, les entreprises privées et des ONG.

Un élément fondamental reste l'accès à des financements. La CPF recommande l'implication des acteurs de l'économie sociale et solidaire pour permettre de développer des financements solidaires mais souligne également le rôle essentiel des politiques publiques pour apporter un soutien financier à travers par exemple des subventions et des exonérations fiscales.





6 LE RÔLE DES POLITIQUES PUBLIQUES

L'un des leviers les plus fondamentaux pour permettre le passage à l'échelle des produits de qualité et/ou agroécologiques, c'est le rôle des politiques publiques nationales mais aussi, et parfois surtout, locales. Le soutien des Etats et des collectivités locales est en effet essentiel pour structurer ces filières et les rendre viables à long terme. Quelles sont les mesures les plus efficaces pour favoriser la diffusion des produits durables ? Plusieurs stratégies ont été appuyées par les partenaires du TERSAA : formulation de politiques publiques pour la transition agroécologique, appui aux marchés paysans, agroécologiques, développement de labels territoriaux (en cours sur plusieurs territoires), appui à la commande institutionnelle, ce qui constitue

un des leviers les plus importants. Cependant, des limites et obstacles restent persistants à la mise en œuvre effective de ces politiques. On peut citer des règles d'application inadaptées aux petits producteurs (par exemple les délais de paiement sur les marchés publics ou les prérequis administratifs), des budgets insuffisants, un manque de coordination et parfois de cohérence entre les secteurs d'intervention des acteurs publics (santé / affaires sociales / environnement / agriculture) et entre le local et le national. Pour surmonter ces obstacles, la volonté politique est également fondamentale comme l'expérience dans le département du Tolima en Colombie où le maire de Planadas s'est assuré que soit mis en place la loi imposant que 30% des achats publics soient réalisés auprès de petits producteurs.

D'autres pistes restent encore à explorer pour développer ou renforcer ces politiques publiques : subventionner le prix sur certains segments à bas revenus, exonérations fiscales, simplification et baisse des coûts de la certification, pour ne citer que ces exemples. Un levier important a notamment été soulevé par OADEL qui est de plaider pour l'intégration de critères favorisant l'économie sociale et solidaire dans les appels d'offre publics, assurant que les marchés publics favorisent les produits locaux, durables et qualitatifs. Cela suppose entre autres une cohérence entre les budgets dédiés à ces appels pour permettre une rémunération au juste prix. Pour ASOPEP ; il est également indispensable d'intégrer les principes agroécologiques dans les plans locaux afin de donner la priorité aux investissements dans les infrastructures, l'éducation et l'assistance technique qui appuient l'agroécologie. Mais pour permettre une mise en œuvre adéquate, cela suppose des équipes techniques municipales ou régionales/départementales formées à ces pratiques. En ce sens, il est essentiel d'associer les acteurs du territoire dans les processus de renforcement de capacité.

CONCLUSION

La mise à l'échelle des modèles de commercialisation des produits durables et qualitatifs nécessite une approche intégrée impliquant des actions publiques, associatives et privées. Il est ainsi indispensable de mobiliser un ensemble d'acteurs variés et de conjuguer des actions très diverses et complémentaires qui ne doivent pas se limiter aux appuis productifs pour la transition agroécologique. Des programmes comme le TERSAA, illustrent bien comment la structuration de l'aval des filières peut aussi stimuler la production paysanne et créer un cercle vertueux pour l'ensemble des processus

des systèmes alimentaires. Les témoignages des partenaires montrent que, malgré les défis, des stratégies efficaces peuvent être mises en place pour renforcer la part de marché de ces produits. Il est essentiel de continuer à soutenir les organisations de producteurs et de promouvoir des politiques favorables pour maximiser l'impact de ces initiatives. En mettant en œuvre des pratiques équitables et en favorisant la coopération entre les différents acteurs, il est possible de créer des alliances durables et bénéfiques pour toutes les parties prenantes.



LES PARTENAIRES DU PROGRAMME TERSAA I



L'ONG Entreprises, Territoires et Développement (ETD) a été créée en 2003 et intervient au Togo et au Bénin. Son objectif : contribuer de façon durable au développement social et économique des populations vivant en milieu rural en valorisant les ressources humaines et naturelles tout en préservant l'environnement.



L'ONG Organisation pour l'Alimentation et le Développement Local (OADEL), a été créée en 2003, et a pour but la promotion du droit à l'alimentation par le biais de la consommation des produits agricoles locaux transformés au Togo.



Le Groupement Intercommunal des Collines (GIC) est une association intercommunale qui travaille depuis plus de 20 ans avec les 6 Communes du Département des Collines, au centre du Bénin. Le GIC a pour but de participer au développement économique et social concerté des Communes membres, à travers la promotion de l'intercommunalité.



La Confédération Paysanne du Faso (CPF) a été créée en 2002 à Bobo-Dioulasso, au Burkina Faso. Elle est composée de 15 faitières. Sa vision repose sur : « Une agriculture familiale durable, productive, compétitive, garantissant l'accès à la terre, la sécurisation foncière pour toutes les catégories de producteurs et assurant la sécurité et la souveraineté alimentaires ».



OCADES Bobo Dioulasso (Caritas) a été créé le 1er août 1998. L'organisation agit au Burkina Faso, dans les secteurs de la production, et de soutien à la production, du social (alphabétisation, éducation, santé) et de la gouvernance (sensibilisation, formation).



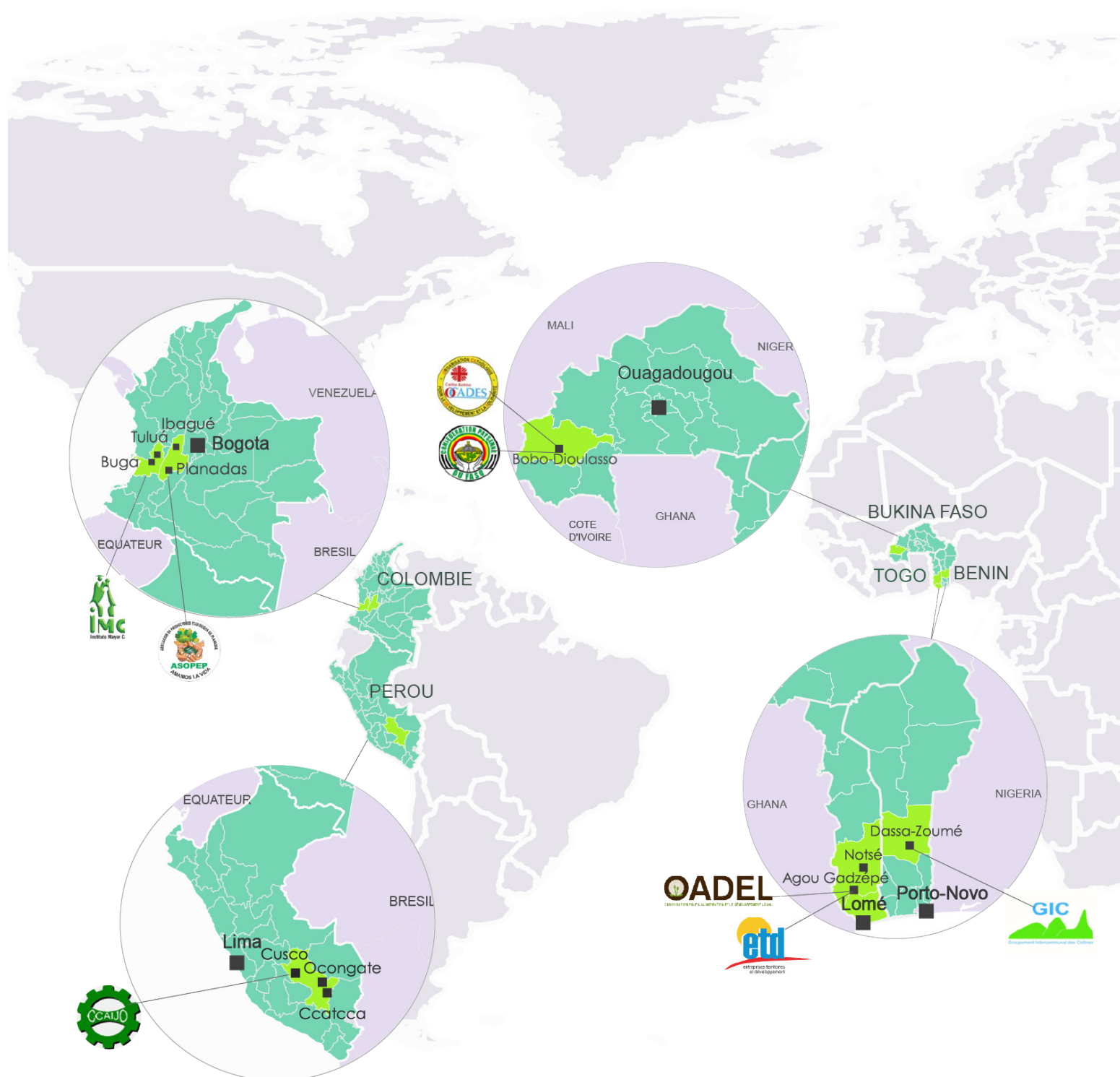
L'Instituto Mayor Campesino (IMCA), a été créé en 1962 en Colombie. L'IMCA appuie la production agroécologique, la souveraineté alimentaire et la structuration de filières porteuses, la reconstruction du tissu social à travers le renforcement des organisations paysannes et l'articulation des acteurs du territoire.



L'Asociación Jesús Obrero (CCAIJO), fondée en 1971, est une ONG au Pérou, qui appuie les initiatives économiques de lutte contre la pauvreté en zone rurale. Elle intervient également sur les thématiques de nutrition, d'éducation, de protection de l'environnement et de gouvernance locale.



L'Asociación de productores ecológicos de Planadas (ASOPEP) créée en 2013, en Colombie. Cette organisation de producteurs intervient plus particulièrement en matière de sécurité alimentaire et de renforcement de l'économie locale à travers l'appui et la formation auprès des producteurs.



ACTING FOR LIFE

6 rue de la Haye, BP 11911,
95731 Roissy Charles de Gaulle Cedex

Tél. : +33 (0)1 49 34 83 13
contact@acting-for-life.org
acting-for-life.org

