

AU CAP-VERT

L'OFFRE DE PRODUITS LOCAUX DE QUALITÉ SE DIVERSIFIE



Une filière structurée met à la disposition des capverdiens des produits locaux transformés de qualité, à des prix accessibles, tout en créant 20 % de revenu supplémentaire pour 260 petits producteurs.

Dans le cadre de projets portés de 2011 à fin 2015 par :



ESSOR



Coopérative de producteurs associés
en réseau d'économie solidaire



Organisation des associations
communautaires de São Nicolau

Reconnecter l'offre et la demande en produits locaux

Les îles de Santo Antão et São Nicolau sont riches de matières premières agricoles (fruits, plantes sauvages, lait, etc.) longtemps restées peu valorisées. Les producteurs manquaient de maîtrise des techniques de transformation ou d'information sur la demande. Il existe en effet un intérêt des Capverdiens pour les produits locaux, qui n'ont pas de mauvaise réputation *a priori* comme dans d'autres pays africains. Ces produits sont aussi fortement appréciés par l'importante diaspora capverdienne. ESSOR a donc soutenu depuis 2007 la transformation agricole et alimentaire, pour augmenter la disponibilité de produits locaux à forte valeur ajoutée (jus de fruits, liqueurs, confitures, tisanes, fromages, etc.). Afin de pérenniser les ventes, la coopérative Pares (Producteurs associés en réseau d'économie solidaire) fait le lien entre des producteurs dispersés et des acheteurs répartis sur les différentes îles. Depuis 2011, le renforcement de cette coopérative, ainsi que des producteurs de São Nicolau, appuyés par Orac-SN, a abordé différents points : gestion interne, développement commercial et promotion des produits locaux. L'enjeu : amener toujours plus de produits capverdiens innovants, diversifiés et de qualité sur les marchés locaux.

Innover pour assurer la qualité des produits capverdiens

Soigner la présentation

Pour rendre les produits attrayants et leur donner un gage de sérieux, Pares et Orac-SN, accompagnés par ESSOR, ont porté une grande attention au contenu (normes) et au design des étiquettes, aux outils de communication (des affiches ont été mises à disposition des revendeurs, un catalogue – unique au Cap-Vert – présentant l'ensemble de la gamme des produits a été réalisé, etc.) Les supports de valorisation des produits ont été pensés dans les moindres détails. Par exemple, pour les tisanes, un présentoir spécifique en bois a été conçu pour suspendre les sachets, de façon à ce qu'ils soient bien visibles sur les étagères des commerçants.

L'approvisionnement en emballages assuré par la création d'un fond spécial

Au Cap-Vert, il n'existe pas d'usine d'emballages en verre. Or la réutilisation de bouteilles usagées pose un problème d'image. Il a donc fallu importer des emballages, en trouvant un mode de gestion pérenne. Un « fonds emballage » géré par Pares et Orac-SN a été créé. Les producteurs achètent leurs emballages à la coopérative Pares et à l'association ORAC-SN, à un prix défini de manière concertée. Les recettes de la vente des emballages sont déposées à part sur un compte différent du fond de roulement. À mesure que le stock diminue, le solde de ce compte augmente, jusqu'à ce que la somme suffise pour réimporter un conteneur (il faut compter 20 000 euros pour 20 palettes d'emballages).

Résultats : Trois importations ont été réalisées depuis la création de ce fond. La dernière concernait uniquement Pares, car Orac-SN n'avait pas réussi à vendre suffisamment d'emballages. Le fonds est géré de manière autonome mais ESSOR a accompagné Pares et Orac-SN par rapport aux démarches administratives liées : demande d'exemption de TVA, formalités bancaires, négociations avec les ministères pour bénéficier d'une réduction du montant de la taxe écologique sur les emballages, etc.

Des produits « nouveaux »

Fromage affiné, jus de fruits pasteurisés : des produits qui n'étaient pas présents sur les marchés capverdiens, mais qui s'adaptent bien aux conditions de production et rencontrent un franc succès auprès des consommateurs, locaux et visiteurs. Certains produits, notamment les jus pasteurisés, répondent à une demande jusque-là non satisfaite : on trouvait seulement des jus de fruits frais, en saison. Ils font donc une concurrence directe aux jus importés. 3 700 litres de jus de fruits locaux produits à Santo Antão (mangue, pomme, coing, goyave et papaye) ont été mis en marché en 2015.

Une implication des acteurs à différents niveaux

- Pour le bon fonctionnement de la coopérative Pares, les qualités de la gérante sont essentielles. Après deux expériences décevantes (délais de paiement et perte de clients, erreurs de gestion, etc.), la gérante actuelle recrutée par les membres de la coopérative est très compétente. Elle a travaillé volontairement les premiers mois, pour remettre les comptes à jour. Aujourd'hui, son salaire s'établit au prorata des commandes (10 %). Cela lui fait un revenu autour de 400 euros (4 fois le salaire minimum officiel, ce qui est motivant).
- La coopérative Pares entretient des liens avec les institutions (mairies, Institut de la répression des fraudes sur les activités économiques, chambre de commerce, ministère de l'Agriculture, etc.), ce qui donne lieu à des invitations à des séminaires, forums, foires. L'agence pour le développement de l'entrepreneuriat et de l'innovation (ADEI) organise tous les ans une rencontre entre des entreprises et des clients pour faciliter la création de contacts. Pares est invitée tous les ans, une formation technique a été proposée dans ce cadre à ses membres, ainsi qu'un coaching pour chercher des débouchés à Praia, la capitale.
- Les politiques publiques restent ambiguës : d'un côté, une réelle volonté de promouvoir les produits locaux et la transformation artisanale. De l'autre, une tendance à l'élaboration de normes (sanitaires, par exemple) inadaptées au contexte, inspirées d'Europe ou du Brésil.

Les ventes progressent et profitent aux producteurs

	Nombre de clients réguliers	Nombre de commandes	Montant moyen en € des commandes mensuelles	Bilan Actif/Passif annuel (euros)	Variation des impayés envers les producteurs
Fin 2014	31	168	2 200	+10 000	- 32 % sur la période
Fin 2015	46	223	3 100	+14 000	

Tableau : évolution de l'activité de la coopérative Pares entre septembre 2014 et janvier 2016

La commercialisation des produits locaux assurée par Pares et Orac-SN a augmenté de 41 % entre 2014 et 2015. Elle assure aux producteurs une source de revenus complémentaires. Une estimation sur l'année 2015 montre une variabilité des bénéfices obtenus par les producteurs selon le type de produits et le fait qu'il s'agisse de produits saisonniers ou permanents. La moitié des producteurs concernés gagne 15 à 20 euros de bénéfices nets par mois grâce aux produits locaux (sachant que le salaire moyen varie autour de 100 euros par mois au Cap-Vert, cela constitue un complément non négligeable). Pour d'autres producteurs, le résultat est plus spectaculaire. Par exemple, l'un des producteurs de tisanes locales engrange un bénéfice net supérieur à 100 euros par mois, ce qui fait de cette activité son revenu principal.

Perspectives

Marques : une marque officielle est liée à Pares, « Sabura d'Sintanton ». Le dépôt de la marque et des logos à l'Institut du droit de la propriété intellectuelle est en cours. Depuis peu, une politique nationale promeut les produits locaux avec une marque « made in Cap-Vert ».

Plaidoyer : dans le cadre d'une volonté de réglementation et de normalisation de certains produits (dont le fromage, le grog, les confitures), le gouvernement a fait appel à Pares pour prendre part aux discussions au sein du panel d'experts amené à définir le cahier des charges. Pares a donc pu influencer en faveur de la transformation artisanale dans le processus.

Prix : des prix compétitifs par rapport à l'offre de produits importés, en particulier sur les jus de fruits qui sont vendus au même prix voire moins cher que les jus portugais industriels. Pares prend une marge moyenne de 20 %. Les revendeurs peuvent faire une marge ensuite. Pares propose un prix de gros et un prix de détail (80 % de la production est écoulee en gros, 20 % au détail.)

Clientèle : la clientèle est variée (locaux, touristes, émigrés qui reviennent au Cap-Vert voir leurs familles, etc.). Pour la commercialisation, des revendeurs sont sollicités (supermarchés, restaurants, hôtels, bars, etc.) et il existe des petits points de vente directe (avec des ventes moindres) : un stand dans un « village culturel », dans un marché municipal (en attente d'inauguration) et à l'entrepôt de Pares.

Autonomie : Un contrat signé avec un bateau (maintenance des câbles marins) à Mindelo pour son approvisionnement régulier en produits frais et transformés permet des rentrées d'argent régulières pour Pares. Le fonds emballage est géré de manière quasi autonome par Pares et Orac-SN.

Points forts	Freins
<ul style="list-style-type: none"> • Coûts de production faibles grâce à des techniques de transformation adaptées aux réalités locales • Pares a une notoriété bien assise (produits appréciés et expertise reconnue) • La clientèle touchée par les produits locaux est diversifiée grâce à des prix compétitifs 	<ul style="list-style-type: none"> • Résultats moins satisfaisants à São Nicolau (marché exigu, isolement et gestion compliquée) • Difficulté à développer le marché des emballages de qualité au Cap-Vert : les acteurs du privé n'en voient pas l'intérêt • Difficultés pour recruter des personnes avec des compétences en gestion d'entreprise

Pour creuser le sujet :

Témoignage, *Comment valoriser les produits capverdiens ?* (Simon Baliteau), CFSI, 2014
Fiche projet, *Transformer les produits agricoles pour approvisionner les villes au Cap-Vert*, CFSI, 2011
Fiche projet, *Distribuer les produits locaux de qualité dans tout l'archipel du Cap-Vert*, CFSI, 2014

Découvrez d'autres témoignages et fiches-innovation sur la promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest sur **alimenterre.org**, ou retrouvez-nous sur **cfsi.asso.fr**

CONTACTS

I PORTEUR DU PROJET

ESSOR www.essor-ong.org, Simon Baliteau : essor.ref_tech_agri@yahoo.com

I PARTENAIRES

Orac-SN et Pares

I REDIGÉ PAR

Clémence Pinson © CFSI

I PHOTOS

© ESSOR

I DATE DE MISE À JOUR

Août 2016

Ce projet a bénéficié d'un financement du CFSI et de l'Agence française de développement (AFD) dans le cadre du programme « *Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest* » (Pa-fao), appels de 2011 (n°157) et 2014 (n°156).

Le programme de Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest 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. La SEED Foundation participe également au volet capitalisation du programme.



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

