

EN MAURITANIE

## TRANSFORMATION ET VALORISATION DE LA PATATE DOUCE



### Entretien avec Hawa War (Grdr)

Dans le Gorgol, de nombreux paysans produisent de la patate douce, aliment de grande valeur nutritive. A proximité du barrage de Fougleïta, la production se fait toute l'année mais les pertes post-récolte sont estimées à 50 % et la patate douce est bradée à des transporteurs et grossistes qui profitent de son abondance.

Hawar War travaille pour le Grdr et supervise le « Projet de valorisation des initiatives locales de production et de transformation de la patate douce » (PROVILPAG). Avec l'organisation partenaire AMAD, ils encouragent la transformation de la patate douce, la valorisation de ses feuilles pour l'élevage et la structuration de la filière pour sécuriser les débouchés.

Dans le cadre d'un projet porté par :



**Grdr** [www.grdr.org](http://www.grdr.org)



**AMAD** Association mauritanienne pour l'auto  
développement

### Les producteurs arrivent-ils à vivre de la production de patates douces ?

Seulement 3 % de la récolte de patates douces est consommée par la famille du producteur. Le reste est vendu en ville, dans les marchés urbains et semi-urbains. Tous les producteurs visent le marché de Nouakchott, à 465 kilomètres d'ici, car il est vu comme plus rémunérateur. Les producteurs les plus organisés louent eux-mêmes un camion pour aller vendre leur production dans la capitale, mais la plupart font appel à des transporteurs, ou bien la vendent à des grossistes. Ces derniers viennent avec leur camion, paient les taxes et prennent leur marge sur la vente. Un diagnostic a été réalisé sur la répartition des marges au sein de la filière : les producteurs sont lésés.

Pourtant les producteurs que nous appuyons bénéficient d'un certain atout par rapport à d'autres : ils sont situés près du barrage de Fougleïta, ce qui permet de produire toute l'année, lors de 3 à 4 campagnes. C'est un avantage, mais les producteurs souffrent néanmoins lors de la période de ré-

colte des autres régions. A ce moment-là, l'offre inonde le marché, et les prix baissent énormément.

### **Quelles peuvent être les solutions ?**

Nous voudrions réussir à réguler un peu l'offre. Il est fréquent pour un grossiste de recevoir une quantité trop importante de patates sur un même jour. Il se trouve alors dans l'incapacité d'écouler toute cette production. Les pertes post-récoltes sont très importantes.

Nous prévoyons ainsi de mettre en place des fosses de conservation, dont le mode de gestion devrait être fixé grâce au cadre de concertation que nous avons mis en place. Il existe également des magasins que nous voudrions valoriser. Ils seront donc réfectionnés et serviront de lieu de conservation pour les producteurs, qui devront payer un petit forfait pour l'entretien des locaux.

### **Vous êtes pour le moment dans la phase de formation et de vulgarisation de nouveaux itinéraires techniques ?**

C'est exact, nous allons commencer par améliorer les itinéraires techniques, en utilisant des zones pilotes test. Elles serviront de terrain de démonstration, grâce auxquels les producteurs pourront constater eux-mêmes les différences induites par l'introduction des nouvelles techniques de production. Nous voulons également encourager les flux entre agriculture et élevage, car nous sommes dans une zone agropastorale. Il faut montrer aux agriculteurs quelle valeur ajoutée ils peuvent tirer des sous-produits de l'élevage, qui peuvent servir à la fumure animale par exemple. Cependant il est vrai que la récupération des bouses par exemple n'est pas toujours possible, et ce notamment pendant la période de transhumance.

Pour animer les formations, nous nous répartissons les tâches avec AMAD. En ce qui concerne le développement de l'horticulture, c'est AMAD qui se charge de la formation, tandis que nous nous occupons du volet traction asine et fumure animale, car nous avons un vétérinaire au sein de notre équipe.

### **Comment ciblez-vous les producteurs à accompagner ?**

60 producteurs seront accompagnés chaque année. Ils ont été sélectionnés après enquêtes. Celles-ci ont permis de voir qui étaient les réels producteurs de patates dans la localité. Cependant, la formation ne bénéficiera pas seulement aux producteurs sélectionnés, mais à un ensemble plus large de producteurs. En effet, nous allons organiser des restitutions devant les périmètres-test, auxquelles chacun sera invité à se rendre.

Pour les restitutions, nous prenons également soin de traduire les documents en langue locale, nous utilisons des photos ou des dessins explicites, et participons également à des émissions à la radio.

### **Quelle est le rôle des femmes dans la filière ?**

Ce sont les hommes qui cultivent la patate à grande échelle, mais c'est traditionnellement aux femmes que revient l'activité de transformation et de vente sur les marchés des produits agricoles. C'est pourquoi nous leur donnons la priorité dans la gestion du Groupement d'intérêt économique (GIE) de la patate douce. Nous comptons les former à la transformation des cossettes de patates douces en farine, et ensuite nous installerons les kits de transformation. Nous allons également les mettre en contact avec des femmes du sud de la région (commune de Tokomadji) qui pratiquent déjà la transformation de la patate douce en farine. Nous comptons aussi organiser une visite dans les biscuiteries de Nouakchott, avec lesquelles nous aimerions éventuellement travailler.



Par ailleurs, il est nécessaire que les femmes disposent d'un petit fonds de roulement pour débiter leur activité et acheter les patates aux hommes. Aussi pensons-nous les mettre en lien avec des institutions de microfinance (IMF), pour qu'elles aient la possibilité de développer davantage leur activité si elles le souhaitent, et qu'elles acquièrent une certaine autonomie.

**Comment comptez-vous améliorer l'accès aux marchés urbains rémunérateurs ?**

Nous sommes favorables aux circuits-courts. Nous voudrions que ce soient les femmes plutôt que les grossistes qui achètent aux producteurs.

Nous avons identifié des points de vente en ville, et nous comptons également faire un peu de marketing. La farine de patate douce étant très riche, nous voulons souligner le fait qu'elle peut être utilisée pour réduire la malnutrition. Partant de cet argument, nous aimerions également développer un partenariat avec des ONG intervenant dans la région, notamment le Programme Alimentaire Mondiale (PAM) et Action Contre la Faim Espagne, qui appuient des centres accueillant des enfants malnutris. Ces centres passent commande chaque semestre pour leur approvisionnement en nourriture. Passer un contrat avec eux serait donc sécurisant pour nous, car cela nous assurerait un débouché.

**Les consommateurs sont-ils sensibles aux arguments de la consommation locale ?**

L'argument de la solidarité ne suffit pas. Les gens sont pauvres, donc le prix est le premier critère. Cependant la qualité du produit, et surtout le goût, sont aussi des éléments déterminants en matière d'achat. Les traditions et les habitudes alimentaires rentrent aussi en compte dans le comportement d'achat. Ainsi, les gens sont plus habitués au couscous fait à base de céréales locales, que sont le mil et le maïs. Il faut donc mener un travail de vulgarisation pour que les gens consomment davantage le couscous de patate.

Cependant il y a aussi des gens qui sont « complexés », et qui vont donc préférer acheter de la pomme de terre importée d'Europe, car cela est perçu comme une marque de réussite. Il y en a d'autres aussi qui n'achètent pas de patate douce parce qu'ils

ignorent sa grande valeur nutritive. C'est pourquoi nous voulons organiser des journées de sensibilisation à destination des consommateurs.

### **L'agriculture véhicule-t-elle une image d'activité archaïque en Mauritanie ?**

L'agriculture souffre en effet d'une image négative. Nous sommes dans une région agropastorale, et lorsque nous avons réalisé le diagnostic, nous avons vu que la patate douce était un produit très prometteur. Mais malgré cela, les aléas climatiques et le manque de soutien de la part de l'Etat, entre autres, découragent les jeunes. C'est pourquoi nous voulons leur montrer que la filière est porteuse, notamment si nous développons une activité de transformation. Nous voudrions leur faire comprendre qu'il y a plusieurs pistes à explorer qui pourront améliorer leur revenu, et grâce auxquelles ils pourront obtenir une meilleure reconnaissance sociale.

### **Comment comptez-vous y parvenir ?**

Ce qui est essentiel, c'est de montrer que les agriculteurs familiaux peuvent se prendre en charge et nourrir leur famille. Il faut aussi montrer que cette forme d'agriculture peut permettre à d'autres acteurs de gagner leur vie, en créant des emplois en milieu rural, et que chaque acteur de la filière à quelque chose à gagner.

Pour convaincre les gens, il faut utiliser des exemples concrets de réussite, comme par exemple le nombre d'enfants malnutris que la farine de patate a permis de nourrir. Ces résultats doivent être montrés dans des foires, lors de voyages d'échanges etc. De même, nous voulons diffuser des photos des périmètres-test où sont mises en œuvre les nouvelles techniques de production.

Nous avons également prévu de réaliser un atlas, avec des cartes, qui décrit les différentes potentialités de la filière, avec les zones de production et de commercialisation, les différents acteurs etc. Nous travaillons avec l'Organisation des maires et parlementaires du Gorgol, qui va donc nous aider à diffuser cet atlas.

### **Quelles relations entretenez-vous avec les pouvoirs locaux ?**

Nous entretenons avec eux de bonnes relations, notamment avec les services techniques décentralisés. Ces derniers ont introduit de nouvelles variétés, et vont pouvoir venir contrôler les périmètres-tests que nous avons mis en place. Quelques producteurs sont réticents envers les semences améliorées, car ces dernières n'avaient pas produit les résultats escomptés lorsqu'ils les avaient utilisées par le passé. Cependant, cette fois-ci, les animateurs du projet, travaillant en partenariat avec les services techniques vont les accompagner et faire un suivi de leur production. De même, nous avons travaillé en parfaite collaboration avec la Société Nationale de Développement Rural (SONADER) lors de l'élaboration de la situation de référence. Ils connaissent bien la zone, disposent de nombreuses statistiques, et savent ce qu'il est cohérent de faire au niveau technique.

### **Quel conseil voudriez-vous donner aux porteurs de projets du même type ?**

Il est important de toujours partir des producteurs et de leurs besoins. Il ne faut pas imposer des techniques qui sont inadapté au contexte local.

Propos recueillis le 9 août 2012 par Mathilde Lecler (CFSI) et édités par Hélène Basquin (CFSI) le 24 octobre 2013.

**Pour creuser le sujet :**

- Fiche projet, Valorisation des initiatives locales de production et de transformation de patates douces en Mauritanie, 2011
- Guide pratique, Fabrication de cossettes et de farine de patate douce, 2008

**Ce projet a bénéficié d'un financement dans le cadre du programme « Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest » (PAFAO, appel 2011) du CFSI et de la Fondation de France. Voir la fiche projet.**

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), de la Fondation Ensemble, de la Fondation L'OCCITANE et de l'Agence Française de Développement. La SEED Foundation et la Fondation Un monde par tous participent également au volet capitalisation du programme.



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

