

Formation en gestion d'entreprises associatives rurales en agroalimentaire

Version adaptée pour l'Afrique francophone



Module 4 Opérations de post-récolte et commercialisation

Formation en gestion d'entreprises associatives rurales en agroalimentaire

Version adaptée pour l'Afrique francophone

Module 4 – Opérations de post- récolte et commercialisation

Éditeurs

Florence Tartanac

Pilar Santacoloma

Alexandra Röttger

Division des infrastructures rurales et des agro-industries
de la FAO

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention de sociétés déterminées ou de produits de fabricants, qu'ils soient ou non brevetés, n'entraîne, de la part de la FAO, aucune approbation ou recommandation desdits produits de préférence à d'autres de nature analogue qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement celles de la FAO.

Tous droits réservés. Les informations contenues dans ce produit d'information peuvent être reproduites ou diffusées à des fins éducatives et non commerciales sans autorisation préalable du détenteur des droits d'auteur à condition que la source des informations soit clairement indiquée. Ces informations ne peuvent toutefois pas être reproduites pour la revente ou d'autres fins commerciales sans l'autorisation écrite du détenteur des droits d'auteur. Les demandes d'autorisation devront être adressées au:

Chef de la Sous-division des politiques et de l'appui en matière
de publications électroniques

Division de la communication, FAO

Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italie

ou, par courrier électronique, à:

copyright@fao.org

Table des matières

Acronymes et abréviations	v
Remerciements	vii
Introduction	1
Lignes directrices générales	5
Opérations de post-récolte et circuits de distribution	7
Liste des sujets abordés	7
Mise en contexte	8
Étude de cas: Production de mangues séchées au Burkina Faso – Groupement d'intérêt économique (GIE) du Cercle des sécheurs	11
Analyse de l'étude de cas	14
Concept de post-récolte	14
Importance du stockage, du conditionnement et du transport	19
Circuits de distribution	21
Choix du circuit de distribution	25
Activités logistiques	27
Sous-traitance des activités logistiques et opérateurs logistiques	29
Exigences en matière de traçabilité	30
Conclusions sur l'étude de cas	33
Exercice de groupe	34
Résumé	35
Évaluation de l'unité	38
Privilégier la qualité pour se différencier	39
Liste des sujets abordés	39
Mise en contexte	40
Étude de cas: Qualité sanitaire et marché international pour de petites entreprises de séchage de mangue au Burkina Faso	42
Analyse de l'étude de cas	44
Différentes conceptions de la qualité	45

La qualité comme condition préalable à la compétitivité sur les marchés	47
Outils d'assurance qualité et normes	48
Marques et labels de qualité	55
Conclusions sur l'étude de cas	65
Exercice de groupe	66
Résumé	67
Évaluation de l'unité	69
Utilisation des Nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)	71
Liste des sujets abordés	71
Mise en contexte	72
Étude de cas: Manobi Sénégal – L'usage des NTIC au service du secteur rural et de la pêche	74
Analyse de l'étude de cas	77
Potentiel des NTIC	77
Conseils de base pour la recherche d'informations sur Internet	82
Conclusions sur l'étude de cas	86
Exercice de groupe	87
Résumé	87
Évaluation de l'unité	89
Glossaire	91
Bibliographie	95
Annexes	99
1. Conditions de stockage des fruits frais et légumes et leur sensibilité à l'éthylène	99
2. Températures de stockage optimales, humidité relative et durée de stockage escomptée	101
3. Taux de respiration et production de chaleur de fruits et légumes sélectionnés périssables durant leur stockage à différentes températures	103
4. Exigences du marché international en matière d'apparence des fruits	105
5. Sites Internet utiles pour obtenir des informations sur les marchés agricoles et agroalimentaires	107

Acronymes et abréviations

AFD	Agence française de développement
AO	Appellation d'origine
ARP	Analyse des risques phytosanitaires
BPA	Bonnes pratiques agricoles
BPF	Bonnes pratiques de fabrication
BPH	Bonnes pratiques d'hygiène
CCI	Centre du commerce international
CDC	<i>Centre for disease control and prevention</i>
CDS	Cercle des sécheurs
CEAS	Centre écologique Albert Schweitzer
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
EUREP	<i>Euro-retailer produce working group</i>
FDA	<i>Food and drug administration of the USA</i>
FiBL	Institut de recherche pour l'agriculture biologique, Suisse
FLO	<i>Fair trade labelling organisation</i>
FTO	Organisation pour le commerce équitable
HACCP	<i>Hazard analysis critical control point</i> – Analyse des risques et contrôle des points critiques
ICCO	<i>Interchurch organization for development cooperation</i>
IFAT	Fédération internationale pour le commerce alternatif
IFOAM	Fédération internationale des mouvements de l'agriculture biologique
IG	Indication géographique
INAO	Institut national des appellations d'origine, France
INPI	Institut national de la propriété industrielle, France
IQF	Individual quick frozen – Congélation rapide à l'unité
ISO	<i>International standard organisation</i> – Organisation Internationale pour la normalisation
NORMCERQ	Secrétariat régional de la normalisation, de la certification et de la promotion de la qualité

NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
OMC	Organisation mondiale du commerce
OMPI	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
OMS	Organisation mondiale de la santé
ONG	Organisation non gouvernementale
ONN	Organismes nationaux de normalisation
ORAN	Organisation africaine de normalisation
OriGIn	<i>Organisation for an International geographical indications network</i>
PQU	Programme qualité de l'UEMOA
RESIMAO	Réseau des systèmes d'information des marchés en Afrique de l'Ouest
SDE	Sénégalaise des eaux
SOAC	Système ouest-africain de certification
SOAMET	Système ouest-africain pour la métrologie
SÖL	<i>Stiftung ökologie und landbau</i> – Fondation pour l'écologie et l'agriculture, Allemagne
TIC	Technologies de l'information et de la communication
UEMOA	Union économique et monétaire ouest-africaine
USDA	Département de l'agriculture des États-Unis
UVA	Université virtuelle africaine

Remerciements

Ce manuel est une version mise à jour et modifiée de la publication en anglais de la FAO intitulée *Course on agribusiness management for producers' associations*, elle-même adaptée de la version originale en espagnol, intitulée *Curso de gestión de agronegocios en empresas asociativas rurales en América latina y el Caribe*. Cet ouvrage de formation a été élaboré par la Division des infrastructures rurales et des agro-industries et fait partie de la série d'ouvrages pédagogiques de formation en gestion, commercialisation et finance en agriculture (CD-ROM n° 5, FAO 2005 pour la version en espagnol et CD-ROM n° 8, FAO 2009 pour la version en anglais).

La version en espagnol a été élaborée par Margarita Baquero et Marvin Blanco, consultants de la FAO et éditée par Hernando Riveros (PRODAR-IICA), Pilar Santacoloma et Florence Tartanac (AGS).

La version en anglais a ensuite intégré des apports de Daman Prakash, consultant FAO pour les études de cas sur l'Asie et d'Alexandra Röttger pour le module supplémentaire *Principes généraux de gestion d'entreprises pour les agro-industries artisanales*, adapté à partir du Document de travail n° 7 du service AGSF de la FAO (FAO, 2005).

Pour cette version en français, nous tenons à remercier Emilie Pommier, consultante de la FAO, pour son travail d'édition et d'adaptation des études de cas à l'Afrique de l'Ouest ainsi que Nathalie La Noë et Emmanuelle Le Courtois pour la relecture, et Sophia Gazza pour l'édition finale.

La photographie de couverture est de Nathalie La Noë.

Un remerciement tout particulier s'adresse à Catherine Martin, consultante de la FAO, pour la traduction du manuel en français, sans oublier Lynette Chalk pour la mise en page et la publication assistée par ordinateur.

Introduction

Ce module, intitulé *Opérations de post-récolte et commercialisation*, est le quatrième module du cours de formation en gestion d'entreprises associatives rurales en agroalimentaire. Son but est d'orienter les décisions des dirigeants d'entreprises associatives, en lien avec les activités de post-production et la commercialisation, en garantissant la qualité et l'innocuité des produits. Le module donne également un aperçu du rôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Les objectifs sont les suivants:

- en apprendre davantage sur les opérations de post-récolte (telles que la transformation, la conservation et le conditionnement) et les circuits de distribution, ainsi que sur les principaux éléments de contrôle à mettre en place le long des circuits de distribution, en mettant en avant les enjeux que représentent le respect des normes et systèmes de sécurité sanitaire des aliments;
- identifier et valoriser les caractéristiques spécifiques d'un produit afin de le positionner sur certains segments de marché, et sensibiliser à la nécessité de disposer de labels de qualité comme garantie de cette différenciation auprès du consommateur;
- démontrer l'utilité des NTIC pour améliorer la compilation et la gestion de données visant au soutien des activités des entreprises associatives rurales.

À cette fin, le contenu conceptuel de ce module a été organisé en trois unités:

- **L'Unité 1 – *Opérations de post-récolte et circuits de distribution*** développe le concept de post-récolte, de circuits de distribution, de logistique et de traçabilité, et rend compte du recours grandissant à la sous-traitance et de l'influence de ce phénomène sur le maintien de la qualité des produits.
- **L'Unité 2 – *Privilégier la qualité pour se différencier*** explique comment les attributs spécifiques d'un produit peuvent permettre d'accéder à des marchés de niche, avec l'appui de labels de qualité reconnus sur ces segments.
- **L'Unité 3 – *Utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)*** encourage et oriente l'utilisation des NTIC pour recueillir, analyser et organiser des informations pour soutenir les activités des entreprises associatives rurales.

En termes de **méthodologie**, ces unités ont été organisées de manière à donner aux lecteurs la possibilité de découvrir leur contenu et les compétences qu'elles permettent d'acquérir. Ces unités aideront également les personnes formées à

identifier d'abord leurs connaissances antérieures et leur permettront de combiner ces connaissances avec le contenu des cours proposés, pour une utilisation optimale. L'objectif est de renforcer les compétences grâce à l'acquisition de nouvelles connaissances, selon un mode proactif et participatif.

En termes **d'évaluation**, nous partons du principe qu'elle prend toute sa valeur lorsqu'elle est utilisée pour améliorer le processus d'enseignement/apprentissage.

Dans cet esprit, nous avons inclus trois phases:

➤ *Évaluation initiale*

Elle permettra aux tuteurs ou animateurs d'analyser et d'évaluer la capacité d'apprentissage des personnes formées. Dans le même temps, elle donnera à ces dernières une idée du contenu de chaque unité et de son objectif pour augmenter leur motivation, mettre à jour leurs connaissances et ce qu'elles savent déjà, et planifier le processus d'apprentissage.

➤ *Évaluation au cours de la formation*

Elle permettra aux animateurs de prendre des mesures pour améliorer le processus d'enseignement/apprentissage (régulation) et permettra aux personnes formées elles-mêmes d'améliorer leur propre processus d'apprentissage (auto-régulation).

➤ *Évaluation bilan*

Elle permettra de relier entre elles les idées clés, d'identifier quels progrès ont été réalisés et de se positionner par rapport à l'apprentissage à venir.

En outre, les outils d'évaluation de ce manuel peuvent être complétés par d'autres outils, jugés appropriés par les animateurs. L'évaluation peut également être faite sous la forme d'exercices de groupe où les participants proposent une évaluation critique et constructive de la pertinence du contenu du cours et des méthodes d'enseignement.

Ce manuel contient les sections suivantes:

Section	Objectif
➤ Lignes directrices générales	Promouvoir le processus d'apprentissage: «apprendre à apprendre»
➤ Liste des sujets abordés	Présenter le contenu spécifique de chaque unité
➤ Points à retenir	Mémoriser ce qui a été appris. Évaluation initiale
➤ Compétences clés	Détailler les compétences clés à acquérir
➤ Mise en contexte	Remettre dans son contexte le sujet abordé, et mettre à jour les connaissances liées
➤ Étude de cas	Illustrer les points clés à partir de cas réels
➤ Explication des points clés	Présenter le contenu principal du cours et l'analyser en détail
➤ Encadrés	Fournir des outils de référence pour aider à la prise de décision
➤ Conclusions sur l'étude de cas	Faire naître une réflexion autour de problèmes réels. Évaluation formatrice
➤ Exercices pratiques	Mettre en pratique le contenu des cours proposés
➤ Résumé	Aider à relier, intégrer et mémoriser les idées clés
➤ Évaluation de l'unité	Permettre une auto-évaluation de ce qui a été appris
➤ Glossaire	Clarifier le sens de certains termes et acronymes
➤ Bibliographie	Fournir des informations pour une recherche personnelle

Une attention particulière est à accorder au glossaire car il contribue à clarifier certains concepts non expliqués dans le texte. Les termes figurant dans ce glossaire sont marqués par un astérisque (*) la première fois qu'ils apparaissent dans le texte.

Lignes directrices générales

Pour un usage optimal de ce matériel pédagogique, quelques conseils, des stratégies et des suggestions sont présentés ci-dessous, qui permettront de planifier et de gérer de manière autonome votre propre processus d'apprentissage:

- Organisez votre temps afin de mener à bien les tâches proposées dans les délais impartis. Il est conseillé d'étudier régulièrement, en dehors des séances de cours, afin d'optimiser les processus d'enseignement/apprentissage.
- Avant de commencer à travailler sur une unité, essayez de vous rappeler ce que vous savez déjà sur le sujet, cela vous aidera à relier les nouvelles connaissances que vous allez acquérir avec vos connaissances antérieures et vous permettra d'analyser les bénéfices tirés en matière de développement personnel.
- Faites les auto-évaluations et étudiez les thèmes et les études de cas proposés, car ils vous aideront à comprendre le cours et à renforcer votre processus d'apprentissage.
- N'hésitez pas à souligner, construire des graphiques, rédiger des résumés ou utiliser toute autre méthode pouvant vous aider à comprendre pleinement le cours.
- Vous aurez l'opportunité de poser des questions et d'obtenir des éclaircissements qui vous permettront un échange d'opinions avec vos collègues étudiants et l'animateur. Ce sera l'occasion de diffuser des points de vue différents. Le but de ce manuel n'est pas d'imposer un seul mode de penser.
- Faites vos propres recherches. La bibliographie proposée constitue seulement un guide. N'oubliez pas que vous pouvez également trouver des informations instantanées et mises à jour sur Internet.
- Utilisez les objectifs et le contenu de chaque unité pour développer vos propres instruments d'évaluation. En prenant le contrôle de votre propre processus d'apprentissage, vous pourrez prendre les bonnes décisions visant à l'améliorer.
- Bien qu'étudier représente un challenge et que vous soyez susceptible de rencontrer des obstacles, à la fin, tous vos efforts, vos sacrifices et le temps passé seront récompensés par une meilleure connaissance et un renforcement de vos compétences, aptitudes et capacités.
- En tant qu'acteur clé du processus d'enseignement/apprentissage, il vous faudra développer des arguments de poids et de mûres réflexions pour mener à bien les activités proposées, ceci couplé à une forte motivation et à des capacités critiques et analytiques.

- Vous trouverez les définitions des mots marqués d'un astérisque (*) dans le glossaire.

*On peut tout faire quand on est décidé.
Commencez dès maintenant et bonne chance!*

Opérations de post-récolte et circuits de distribution

UNITÉ UN

LISTE DES SUJETS ABORDÉS

1. Mise en contexte
2. Étude de cas: Production de mangues séchées au Burkina Faso – Groupement d'intérêt économique (GIE) du Cercle des sécheurs
3. Analyse de l'étude de cas
4. Concept de post-récolte
5. Importance du stockage, du conditionnement et du transport
6. Circuits de distribution
7. Choix du circuit de distribution
8. Activités logistiques
9. Sous-traitance des activités logistiques et opérateurs logistiques
10. Exigences en matière de traçabilité
11. Conclusions sur l'étude de cas
12. Exercice de groupe
13. Résumé
14. Évaluation de l'unité

Le saviez-vous?



Vous avez très certainement déjà lu ou entendu que les marges de profit les plus importantes sont réalisées entre le moment où le produit quitte la ferme et celui où il atteint le consommateur. Pourquoi selon vous? Avez-vous une idée claire de ce qu'implique une bonne gestion post-récolte? Savez-vous si votre entreprise ou d'autres entreprises ont subi des pertes en raison d'une mauvaise gestion des produits durant cette étape? Où pensez-vous que se situent les moments les plus critiques en termes de risque et quels sont les contrôles à mettre en place?

Au cours de ces dernières années, des concepts, opérations et services ont été développés spécifiquement pour des activités généralement regroupées sous le terme de *logistique*. Que signifie ce terme pour vous? Votre entreprise associative

a-t-elle développé une stratégie logistique? Connaissez-vous des fournisseurs de services logistiques?

Une fois cette unité terminée,
vous serez en mesure de:

- 👁️ Identifier, à partir de votre propre expérience, les activités de post-récolte que votre association a su ou qu'elle doit mettre en œuvre.
- 👁️ Comprendre les implications économiques et sociales d'une gestion post-récolte défaillante des denrées alimentaires et apprécier au contraire les avantages d'une bonne gestion, pas seulement pour prévenir les pertes post-récolte, mais aussi pour lisser les pics d'offre et de demande.
- 👁️ Avoir une idée claire de l'impact de la température, de l'humidité, du conditionnement et des traitements de conservation en phase post-récolte*.
- 👁️ Reconnaître l'importance de la logistique en tant qu'activité spécialisée permettant de rationaliser la distribution des produits.
- 👁️ Apprécier l'importance des systèmes de suivi et de traçabilité pour faciliter le respect de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité sanitaire des aliments.
- 👁️ Connaître et différencier les différents circuits de distribution* et identifier les critères de sélection des circuits les plus appropriés aux entreprises associatives.



Mise en contexte

Le Module 1 *Systèmes et filières agroalimentaires* met en évidence les différents acteurs d'une filière agroalimentaire, leurs fonctions et leurs relations. Il montre également que les relations producteur-consommateur et les marchés sont en général en constante évolution. Bon nombre de consommateurs, par exemple, passent aujourd'hui moins de temps à acheter, à préparer et à consommer la nourriture et beaucoup mangent à l'extérieur de leur domicile.

On peut classer les systèmes agroalimentaires en deux catégories. Le premier type de système produit des denrées alimentaires transformées, avec des

exigences techniques plus importantes (lavage, tri, classement, broyage, mélange, conditionnement, conservation et transformation). Des normes pour le contrôle de la qualité sont appliquées et la durée de vie des produits transformés est généralement assez longue. Le deuxième type de système concerne les céréales, les graines et les légumineuses, ainsi que des denrées périssables comme les fruits, les légumes, les racines et les tubercules. Bien qu'il soit nécessaire d'effectuer certaines opérations post-récolte, les apports techniques sont moins nombreux et la différenciation des produits limitée.

Voici les dernières tendances des systèmes agroalimentaires au niveau international:

- Une croissance spectaculaire du commerce mondial des produits agricoles¹:
Alors que le commerce des produits agricoles représentait 53 milliards de dollars en 1970, en 1990, les exportations agricoles mondiales ont dépassé les 326 milliards de dollars et en 2000, elles totalisaient près de 410 milliards de dollars.
- Une concentration de la distribution alimentaire autour des supermarchés:
Les chaînes de supermarchés du secteur alimentaire ont connu une croissance spectaculaire dans de nombreux pays en développement (Tableau 1).

C'est en Afrique que le développement des supermarchés est le plus récent. Une augmentation rapide du rythme de l'urbanisation combinée avec la mondialisation

TABLEAU 1
Principaux partenaires importateurs et exportateurs de produits agricoles dans différents pays en 2004

Pays	Importateurs 2004				Exportateurs 2004			
	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}	1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	4 ^{ème}
Chine	États-Unis	Brésil	Australie	Argentine	Japon	États-Unis	Corée	Allemagne
Inde	Indonésie	Malaisie	Brésil	Argentine	États-Unis	Bangladesh	Arabie saoudite	Emirats arabes unis
Indonésie	Australie	États-Unis	Inde	Thaïlande	États-Unis	Inde	Japon	Chine
Japon	États-Unis	Chine	Australie	Canada	États-Unis	Chine	Corée	Thaïlande
Malaisie	Thaïlande	Indonésie	Australie	Chine	Chine	Singapour	Pays-Bas	États-Unis
Pakistan	Malaisie	États-Unis	Indonésie	Australie	Émirats arabes unis	Afghanistan	Arabie saoudite	Iran
Philippines	États-Unis	Argentine	Australie	Nouvelle-Zélande	États-Unis	Japon	Pays-Bas	Corée
Sri Lanka	Inde	Australie	Nouvelle-Zélande	Argentine	Russie	Emirats arabes unis	Japon	Turquie
Thaïlande	États-Unis	Australie	Brésil	Argentine	Japon	États-Unis	Chine	Malaisie

Source: FAO. <http://www.fao.org/Yearbook/Vol.1-1>

¹ OCDE. 1998. *The future of food: long-term prospects for the agrofood sector*.

et l'afflux d'investissements directs étrangers signifie que l'Afrique connaîtra des changements importants dans son système d'approvisionnement alimentaire.

Le modèle de la grande surface se répand dans les centres urbains et même dans les villes rurales d'Afrique, permettant un ravitaillement rapide des citoyens, y compris ceux qui sont pauvres. Le nombre de ces grands magasins a ainsi explosé dans certaines parties d'Afrique australe et orientale, ces cinq à dix dernières années, sous l'impulsion de «locomotives» comme l'Afrique du Sud ou le Kenya, où ils représentent respectivement 55 pour cent et 30 pour cent des commerces alimentaires (contre cinq pour cent seulement au Nigéria). L'Afrique a ainsi commencé à suivre l'exemple de l'Amérique latine et de l'Asie du Sud-Est des années 90.

Pour pouvoir s'adapter et fournir les supermarchés, les producteurs africains doivent s'organiser, adopter de meilleures normes de qualité et de sécurité sanitaire et bénéficier de connaissances qui leur permettent de mieux négocier et se défendre.

En améliorant la qualité des produits vendus sur le marché intérieur, ces changements pourraient faciliter les exportations et favoriser la création d'emplois dans le transport et la distribution, diminuer à terme les prix de la nourriture en ville et attirer le secteur privé.

La logistique revêt donc une grande importance car c'est un moyen pour faire face à des marchés très dynamiques. L'impact de la logistique est si grand qu'elle accapare près de 50 pour cent du prix de détail d'un produit.

Étude de cas: Production de mangues séchées au Burkina Faso – Groupement d'intérêt économique (GIE) du Cercle des sécheurs**CONTEXTE**

En 2006, la production totale de mangues était de 30 millions de tonnes (soit une augmentation de 20 pour cent de la production mondiale par rapport à 2001). Les principaux pays producteurs sont l'Inde, la Chine et le Mexique². La même année, le Burkina Faso a produit 70 000 tonnes de mangues, ce qui le classe parmi les plus petits pays producteurs. Bien qu'encore faibles, les exportations mondiales sont en pleine croissance; elles atteignaient 912 800 tonnes en 2005, soit une augmentation de 50 pour cent par rapport à 2001.

Les exportations du Burkina Faso ont augmenté de 300 pour cent entre 2001 et 2005. Les mangues sont exportées fraîches ou transformées (sous forme de conserves, confitures, jus, mangue séchée...).

Au Burkina Faso, pendant les mois de mai et de juin, la récolte de mangue dépasse très largement la demande et les pertes sont énormes, entre 5 000 et 8 000 tonnes/an.

La transformation en mangue séchée permet aux populations locales une conservation plus longue, un stockage plus écologique, une consommation à toute période de l'année et donc une diminution des pertes post-récolte. De plus, cette activité est créatrice d'emplois. Les mangues séchées sont fréquemment produites pour l'exportation. Elles sont ensuite consommées telles quelles ou bien utilisées pour la fabrication de jus, de sirop et de confitures.

PRÉSENTATION DU GIE DU CERCLE DES SÉCHEURS

Le GIE (Groupement d'intérêt économique) du Cercle des sécheurs (CDS) a été créé en 1995 par cinq opérateurs désireux de valoriser la mangue par le séchage, sous l'impulsion de l'ONG suisse Centre écologique Albert Schweitzer (CEAS). Il transforme et commercialise des mangues, achetées à des organisations de producteurs du sud-ouest du Burkina Faso, grâce à ses huit unités de séchage. En 2005, ce GIE comptait 19 membres et les volumes commercialisés étaient de 60 tonnes (en sachant qu'il faut 12 à 15 kg de mangues fraîches pour produire 1 kg de mangues séchées). Il a commencé récemment à diversifier sa production, en proposant du jus de mangue, fabriqué à partir des mangues séchées.

² Source: FAOSTAT. <http://www.fao.org>

Une partie de la production bénéficie des labels biologique et commerce équitable et est exportée vers l'Europe. Le GIE se positionne donc en partie sur un marché de niche.

La relation entre le CDS et les producteurs est formalisée par un contrat garantissant l'approvisionnement et le prix des fruits.

Le CDS planifie, coordonne et assure le suivi de la production de l'ensemble des unités de séchage et se charge d'organiser la commercialisation* et de rechercher des marchés.

OPÉRATIONS POST-RÉCOLTE

La mangue est un fruit fragile (densité élevée, peau mince et souple, qui la rendent sensible aux chocs) et climactérique (taux respiratoire élevé après la récolte donc maturation post-récolte rapide). Une attention toute particulière doit donc lui être apportée lorsqu'on la manipule, de la récolte aux opérations de transformation. La chaîne d'approvisionnement doit être adaptée (conditionnement dans des caisses spécifiques, stockage et transport avec contrôle de la température et renouvellement de l'air). Les mangues fraîchement cueillies sont transportées aux huit centres de séchage du CDS et sont soumises aux opérations suivantes:

1. Tri et sélection en fonction de la qualité
2. Lavage
3. Épluchage
4. Découpage
5. Séchage des morceaux (séchoir à énergie mixte: gaz et solaire)
6. Pesage des fruits séchés
7. Sélection
8. Ensachage.

Le CDS regroupe également les commandes d'approvisionnement des unités de séchage: emballages* en plastique et en carton, produits de traitement comme le soufre et petit matériel (balances, thermomètres, moustiquaires). La majorité de ces fournitures ne sont pas disponibles sur place, notamment le soufre et les sachets plastique très résistants constitués de deux couches en polyéthylène/polyamide. Ces sachets sont destinés aux marchés européens solidaires. Un client en Angleterre fournit lui-même les sachets plastique correspondant aux quantités qu'il achète. Le prix des sachets est déduit lors des paiements. Seuls les cartons de 10 kg sont commandés à une société burkinabée.

CIRCUIT DE COMMERCIALISATION

Le CDS organise ensuite la collecte de la production de chaque unité et vérifie la qualité des produits avant de les vendre. Une planification de la production permet de répartir et de coordonner les arrivages de mangues séchées.

Le CDS commercialise ses produits sur deux marchés différents:

➤ Le marché national

Il reste encore peu important car les produits séchés sont chers. La commercialisation se fait par l'intermédiaire des supermarchés intérieurs au Burkina Faso et des magasins d'alimentation. Pour pénétrer le marché national, le CDS souhaite installer une boutique de vente dans chacune des huit unités de séchage actuelles. À partir de ces points de vente privilégiés, le CDS envisage un plan de promotion et de publicité pour lancer véritablement les produits séchés.

➤ Le marché européen

C'est le principal débouché pour la mangue séchée. En l'espace de cinq ans, de 1989 à 1994, la production est passée de 0,1 à 14 tonnes pour un chiffre d'affaires de 56 millions de FCFA (après la dévaluation). La stratégie du CDS a deux volets. En premier lieu, conforter et développer son activité avec les organisations de commerce équitable européennes: OS3, Magasin du monde en Suisse, *Tropical whole foods* en Angleterre, Artisans du monde en France, ORFAN en Belgique, GERA en Allemagne. Mais le CDS cherche également à élargir ses débouchés sur le marché des produits biologiques. Sur le marché européen, les produits asiatiques constituent des concurrents sérieux avec des prix très bas. Il faut donc se distinguer par la qualité des produits.

CONCLUSION

Si le CDS et ses huit unités adhérentes rencontrent aujourd'hui un succès commercial indéniable, ils le doivent à une série de facteurs:

- un approvisionnement auprès des agriculteurs formalisé par un contrat;
- la coordination de l'approvisionnement en fournitures;
- le suivi de la production et des opérations post-récoltes;
- une commercialisation collective et des circuits de commercialisation bien définis;
- une approche prudente et réaliste du marché.

Chaque unité de séchage prise individuellement est incapable de répondre aux besoins du marché car sa production est trop faible. Le Cercle des sécheurs permet le regroupement de la production et une commercialisation dynamique. Le CDS s'occupe de l'exportation, du contrôle de qualité (couleur, analyse microbiologique, teneur en eau) et de la recherche de nouveaux marchés.

L'exportation semblait la meilleure solution car le marché local de la mangue est saturé de produits frais et les prix de vente ne permettaient pas la rentabilité des entreprises.

Analyse de l'étude de cas

En vous appuyant sur votre expérience personnelle, prenez connaissance des questions suivantes relatives à l'étude de cas présentée:

1. Quelles activités de post-récolte mettent en œuvre les unités de séchage du CDS? Certaines d'entre elles ont-elles été menées dans votre entreprise associative?
2. En quoi le service de collecte de la production est-il essentiel pour le GIE? Comment comparez-vous ces exigences à celles relatives à votre entreprise?
3. Dessinez un diagramme montrant les différentes étapes pour la production et la commercialisation de la mangue séchée, de l'exploitation agricole à la mise sur le marché, en indiquant les différents acteurs et leurs fonctions et en soulignant les aspects de post-récolte et de logistique. Faites de même pour le diagramme de votre propre entreprise associative.
4. À votre avis, quelles valeurs morales, principes et attitudes doivent être respectés pour assurer le succès d'une organisation comme celle présentée dans l'étude de cas?

Gardez à l'esprit qu'à la fin de l'unité, vous serez invité à répondre aux mêmes questions à la lumière des nouvelles connaissances que vous aurez acquises.

Voir aussi

- Transformation de fruits et production de plants au sein de la coopérative de Kim Bien au Viet Nam (livret Études de cas – Amérique latine et Asie)
- La coopérative *Unión de cuatro pinos* (livret Études de cas – Amérique latine et Asie)

Concept de post-récolte

La gestion des activités de post-récolte correspond à un ensemble de pratiques de post-production comprenant le nettoyage, le lavage, la sélection, le tri, la désinfection, le séchage, le conditionnement et le stockage. Elles permettent

d'éliminer les éléments indésirables, d'améliorer l'aspect du produit, et d'assurer sa conformité avec les normes de qualité établies pour les produits frais et transformés.

L'Annexe 4 énumère certaines des exigences des marchés étrangers à respecter pour les fruits et légumes.

Les pratiques de post-récolte comprennent la gestion et le contrôle de variables telles que la température et l'humidité relative*, la sélection et l'utilisation de conditionnements* et l'application de traitements supplémentaires* comme par exemple les fongicides.

CONTRÔLE DE LA TEMPÉRATURE

L'augmentation ou la diminution de la température est le premier et le plus efficace des moyens pour allonger la durée de conservation d'un produit agricole et améliorer sa qualité.

La réfrigération est normalement utilisée pour des denrées périssables. Étant donné qu'elle doit commencer dès que possible après que le produit ait été retiré de son environnement naturel, la première phase est généralement la phase de pré-refroidissement. La méthode de refroidissement utilisée (par air, eau, vide ou à partir de glace) dépendra du type de produit et de conditionnement, des exigences du marché, du coût et d'autres facteurs encore.

L'utilisation efficace du procédé de réfrigération est donc le moyen le plus utile pour prolonger la durée de conservation des fruits et légumes périssables et pour préserver leur qualité. De manière générale, à chaque fois que la température des tissus de la plante augmente de 10 °C, la respiration de ses tissus devient de deux à trois fois plus importante et sa durée de conservation est à l'inverse réduite d'un facteur de deux à quatre.

Par exemple, la durée de conservation de la laitue *iceberg* dans les meilleures conditions de température (à 0 °C et 95 pour cent d'humidité relative) est de 14 à 30 jours. Si les laitues ont été stockées à 10 °C, leur durée de conservation est réduite de 7 à 14 jours. Si on les conserve à température ambiante (20 °C), la durée maximale de conservation est de 3 à 7 jours.

Il existe une large gamme de systèmes de réfrigération depuis les chambres froides, qui fonctionnent de la même manière que les réfrigérateurs classiques, jusqu'aux tunnels de refroidissement à atmosphères contrôlées.

Il existe également une gamme de systèmes de congélation des denrées alimentaires, allant des équipements conventionnels de congélation lente ou rapide, utilisant des systèmes de refroidissement classiques, à des appareils de congélation rapide à

l'unité (*Individual quick frozen*, IQF), ou des congélateurs avec transfert indirect de chaleur, basés sur un système d'échange de chaleur qui refait circuler et refroidit l'air à l'aide d'azote liquide, ou qui l'injecte directement dans le produit.

Le coût des systèmes de réfrigération et de congélation varie selon la capacité des équipements, de la technologie de refroidissement utilisée et du pays où ils sont fabriqués. Les prix vont de 15 000 dollars pour les systèmes les plus simples de réfrigération avec une chambre froide d'une capacité de 1,5 tonne jusqu'à 1,5 million de dollars ou plus pour une installation IQF avec un certain nombre de traitements alternatifs.

Source: Equipe technique de l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture, Bureau de Colombie.

CONTRÔLE DE L'HUMIDITÉ RELATIVE

Cela nécessite le recours à des brumisateurs ou à des pulvérisateurs, le contrôle de la température à l'aide d'évaporateurs en chambres froides ou dans les véhicules réfrigérés, l'utilisation de revêtements, de sols humidifiés et le contrôle de la circulation de l'air dans les refroidisseurs, les chambres froides et les véhicules de transport.

CONDITIONNEMENT

L'objectif principal du conditionnement est de protéger les produits de l'environnement et de réduire les contacts potentiels avec des éléments nuisibles. L'emballage peut avoir une ou plusieurs des fonctions suivantes: i) protéger les produits contre l'effet de gaz tels que le CO₂, l'O₂ et l'éthylène*; ii) les protéger de la lumière et de températures nocives; et iii) éviter d'abîmer les produits et de les compresser.

TRAITEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Ils peuvent être chimiques (pulvérisations, aérosols, poudres microns) ou physiques (irradiation, eau, cire), selon le produit. Les gaz tels que l'éthylène peuvent être utilisés pour favoriser la maturation dans certaines phases d'après récolte. Les produits additifs sont utilisés à des fins diverses, par exemple, les fongicides sont appliqués pour des raisons de santé, et la cire pour des raisons de protection ou des raisons cosmétiques.

Certains traitements sont devenus des exigences phytosanitaires pour l'exportation – notamment vers les États-Unis d'Amérique – afin d'empêcher les ravageurs et les maladies d'attaquer les produits importés et de les endommager. Normalement, une Analyse des risques phytosanitaires (ARP) doit être effectuée avant de pouvoir

exporter un produit frais vers les États-Unis – analyse généralement conduite par le Service fédéral d’inspection sanitaire des animaux et des végétaux, ou par des personnes ou des organismes accrédités à cet effet dans le pays d’origine. En outre, il existe des zones exemptes de parasites, qui peuvent être soit des zones à l’intérieur d’un pays soit des pays entiers. Les produits en provenance de ces zones n’ont pas besoin de ces traitements.

Coûts de conditionnement et pourcentage dans le coût total de production d’un produit agricole et agro-industriel

Les coûts de conditionnement varient selon le matériel utilisé. Par exemple, les emballages en carton et en polyéthylène sont relativement bon marché et largement disponibles, alors qu’un emballage plastifié est coûteux et doit souvent être importé.

L’emballage est en quelque sorte le dernier «maillon» de la chaîne de fabrication d’un produit alimentaire. Or, il est très souvent et fort injustement négligé.

L’emballage peut jouer un rôle fondamental dans la conservation d’un produit périssable. Il peut constituer d’ailleurs le facteur clé d’un procédé de transformation: que serait en effet la stérilisation sans boîte de conserve (ou sans bocal)? En outre, il est le premier élément avec lequel le consommateur est en contact et il entre pour une large part dans sa décision d’achat. Enfin, l’emballage représente également la plupart du temps le fabricant et le consommateur. Bref, l’emballage est essentiel, il est indissociable du produit alimentaire lui-même.

L’importance relative des coûts de conditionnement varie, l’emballage représentant une proportion importante du coût final pour les produits industriels et une proportion moindre pour les produits frais de base. Voici deux exemples pouvant servir d’illustration (les valeurs sont exprimées en pourcentage du coût total du produit):

Produit	Matières premières	Facteurs de production et énergie	Main-d’œuvre	Conditionnement	Transport
Confiture de mangues	27	14	9	24	26
Fromage frais	46	1	8	1	44
Saucisse de type chorizo	56	5	3	0,4	36
Pêches en conserve	39	8	9	25	19

Source: *Secretariat of agriculture, livestock, rural development, fisheries and food (SAGARPA), Mexico.*

Produits frais	Semis	Terre	Main-d'œuvre	Intrants chimiques et organiques	Conditionnement	Transport
«Tomate de arbol*» (exportation)	2	16	38	32	1	11
«Uchuva*» (exportation)	1	7	43	31	2	14
Pomme de terre (marché local)	9	4	38	40	6	3

* Fruit tropical d'Amérique du Sud

Source: *Observatorio de agrocadenas*, Colombie.

Note: En Afrique, le développement d'emballages en plastique souple a été favorisé par leur peu d'exigence en termes de savoir-faire technologique et d'investissement; ce sont aujourd'hui les plus utilisés pour le conditionnement des produits alimentaires.

Les fibres textiles sont par ailleurs utilisées pour les produits agricoles (café, cacao, maïs, céréales, féculents) et alimentaires.

Les fibres dures (jute, sisal) trouvent, en particulier, une bonne application pour le transport et l'exportation de produits agricoles, car réputées pour permettre une conservation prolongée des produits. Les sacs en jute et en sisal sont fabriqués industriellement en Afrique de l'Ouest, principalement en Côte d'Ivoire et au Sénégal, pour conditionner les produits d'exportation, mais le jute est concurrencé par le polypropylène.

On trouve également une offre artisanale en emballages végétaux. Ce sont les feuilles de certains végétaux qui servent à emballer des produits frais (riz, poisson...) ou transformés pour les marchés et la restauration de rue, et les paniers en feuilles et fibres végétales tressées pour le transport des produits.

Les feuilles de banane, par exemple, sont utilisées pour emballer le poisson et le riz, les feuilles de *Tomato coccis danielli* pour le traditionnel *attiéké* (préparation à base de manioc); on se sert aussi des feuilles de kola, de teck... Ces emballages sont fabriqués individuellement par des femmes qui sont souvent aussi les préparatrices ou les détaillantes des produits emballés.

Si l'offre d'emballages en bois n'est pas très développée, la matière première se raréfiant, on trouve toutefois une production artisanale d'emballage de transport (casiers, caissettes...). Ces emballages sont remplacés progressivement par des casiers ou caisses en plastique rigide.

Le verre est quand à lui très peu utilisé et le métal faiblement utilisé (pour les conserves).

Enfin, on trouve des emballages fabriqués à partir de matériaux de récupération. Cela concerne particulièrement les sacs en fibres végétales (jute ou sisal).

Source: Kipling consulting, agence de promotion des exportations de Côte d'Ivoire. 2005.
Étude sur le potentiel de la filière emballage en Afrique.
<http://www.proinvest-eu.org/files/pubs/10/2005%20-%20AFRIKEMBAL.pdf>

Importance du stockage, du conditionnement et du transport

Les durées de stockage varient beaucoup – de quelques heures à plusieurs jours. Les installations de stockage de produits agricoles peuvent être simples ou bien très sophistiquées, mais dans tous les cas, elles doivent tenir compte du circuit de distribution*, de la compatibilité entre les produits entreposés et des besoins individuels de l'entreprise.

Une entreprise a recours au stockage pour:

- Prévenir les pertes physiques et les pertes en qualité des:
 - facteurs de production agricoles;
 - matières premières à utiliser dans le processus de transformation permettant d'augmenter la valeur ajoutée d'un produit;
 - biens intermédiaires de production (en cours) ou produits finaux (déjà finis).
- Lisser les pics d'offre et de demande le long de la chaîne de distribution du producteur au consommateur, sur une période de temps donnée.

Le stockage permet de prévenir la détérioration et sa fonction va au-delà du simple entreposage des produits. Elle inclut:

- la pulvérisation avec des produits pour contrôler les ravageurs;
- la mise en place de pièges et l'adaptation spécifique des installations de stockage pour contrôler rongeurs, oiseaux et autres animaux;
- le contrôle de l'humidité interne;
- la régulation de la température.

Dans la mesure du possible, un seul type de culture devrait être entreposé par zone d'entreposage, en vue d'optimiser les conditions de stockage de chacune d'entre elles. Stocker différents produits au même endroit peut en effet entraîner des détériorations en raison d'une incompatibilité des conditions de température et d'humidité relative respectives, d'un refroidissement, d'une sensibilité à l'éthylène³, d'une contamination par l'odeur ou encore d'autres problèmes affectant la durée de vie et la qualité des produits⁴.

En règle générale, un produit peut être stocké de plusieurs façons et pendant une durée plus longue lorsque si, au lieu d'être entreposé naturellement ou sur le champ, il est maintenu dans des installations prévues à cet effet – en particulier les installations de refroidissement et/ou sous atmosphères contrôlées.

La conception des entrepôts est importante, une distribution spatiale de forme carrée étant thermiquement plus efficace qu'en rectangle. Le toit est la partie la plus importante de l'ensemble de la structure car il protège de la pluie et de la chaleur. Si l'entrepôt est rempli tout au long de la période de récolte, il doit être organisé de manière à ce que les produits soient expédiés sur le principe du «premier entré, premier sorti».

Pendant le transport, il est crucial de protéger les produits des dégâts mécaniques dus à des impacts, des vibrations ou des variations de température, qui peuvent provoquer une condensation d'eau. Lors de leur transport, les produits doivent être protégés des intempéries et, lorsque cela est nécessaire, ils doivent être réfrigérés afin de prévenir toute contamination ou détérioration.

Les produits ne doivent être entreposés que dans des véhicules de transport totalement propres, désinfectés et secs. Le chargement et le déchargement doivent être effectués au cours de la journée (car de nuit, la lumière artificielle attire des insectes qui pourraient entrer dans l'emballage) dans des endroits protégés des intempéries et d'éventuelles contaminations et loin de la zone où le produit sera transformé.

La majorité des camions sont équipés d'installations réfrigérées qui n'ont pas la capacité de refroidir les produits en transit, leur fonction se limitant seulement à maintenir des températures basses. Il est donc important de s'assurer que les denrées périssables sont correctement pré-refroidies avant d'être distribuées aux consommateurs.

³ Gaz émis par les fruits et la plupart des végétaux lorsqu'ils mûrissent. Certains en produisent une grande quantité afin de déclencher et achever leur processus de maturation, tandis que d'autres montrent une sensibilité à ce gaz, qui accélère leur vieillissement et leur affaissement lorsqu'il entre en contact avec le fruit (voir Annexe C). C'est pourquoi l'éthylène est utilisé pour les opérations de stockage et de conditionnement afin de contrôler le mûrissement.

⁴ FAO. 2007. *Manuel pour la préparation et la vente des fruits et des légumes – Du champ au marché.*

Quelques indications sur les coûts d'un stockage réfrigéré

Les coûts de fonctionnement des entrepôts réfrigérés sont très variables en fonction d'un certain nombre de facteurs. Par exemple, la structure des coûts d'une installation de stockage de taille moyenne, utilisée pratiquement tout au long de l'année, aura ce type de profil:

Coûts d'investissement	25%
Energie	40%
Maintenance	15%
Main-d'œuvre	10%

L'énergie est toujours une composante majeure des coûts de fonctionnement. Décider de faire des économies d'énergie aura un impact non seulement sur les coûts, mais également, sur la source, la disponibilité et le type d'énergie utilisée. Pour un entrepôt frigorifique, ces économies d'énergie peuvent être réalisées en:

- ✓ réduisant la charge de réfrigération de l'entrepôt;
- ✓ augmentant l'efficacité de l'équipement frigorifique;
- ✓ utilisant d'autres sources d'énergie.

Source: Bureau régional pour l'Amérique latine et les Caraïbes de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, 1989.

Quelques indications sur le coût des transports maritimes

Les frais de transport dépendent d'un certain nombre de variables comme le moyen de transport utilisé (par mer, air, terre), le type de produits, leur destination et l'offre de services (entreprises logistique).

Les sites Web suivants peuvent fournir des renseignements utiles: www.mowca.org, www.marineafric.com.

Circuits de distribution

Les exigences et installations requises pour réaliser des activités de post-récolte dépendent largement du circuit de distribution choisi par l'entreprise pour livrer ses produits sur son marché cible. Un circuit de distribution (aussi appelé circuit de commercialisation) est défini comme «l'ensemble des phases par lesquelles

doivent passer les marchandises lors du processus de transfert du producteur au consommateur final». Le terme «consommateur final» est utilisé pour le différencier des acheteurs intermédiaires et consommateurs intermédiaires (comme par exemple les entreprises de transformation agroalimentaire).

Il existe une grande variété de circuits de commercialisation, allant de la forme la plus directe (du producteur au consommateur) à des circuits de distribution à plusieurs niveaux impliquant un certain nombre d'intermédiaires, comme expliqué ci-dessous:

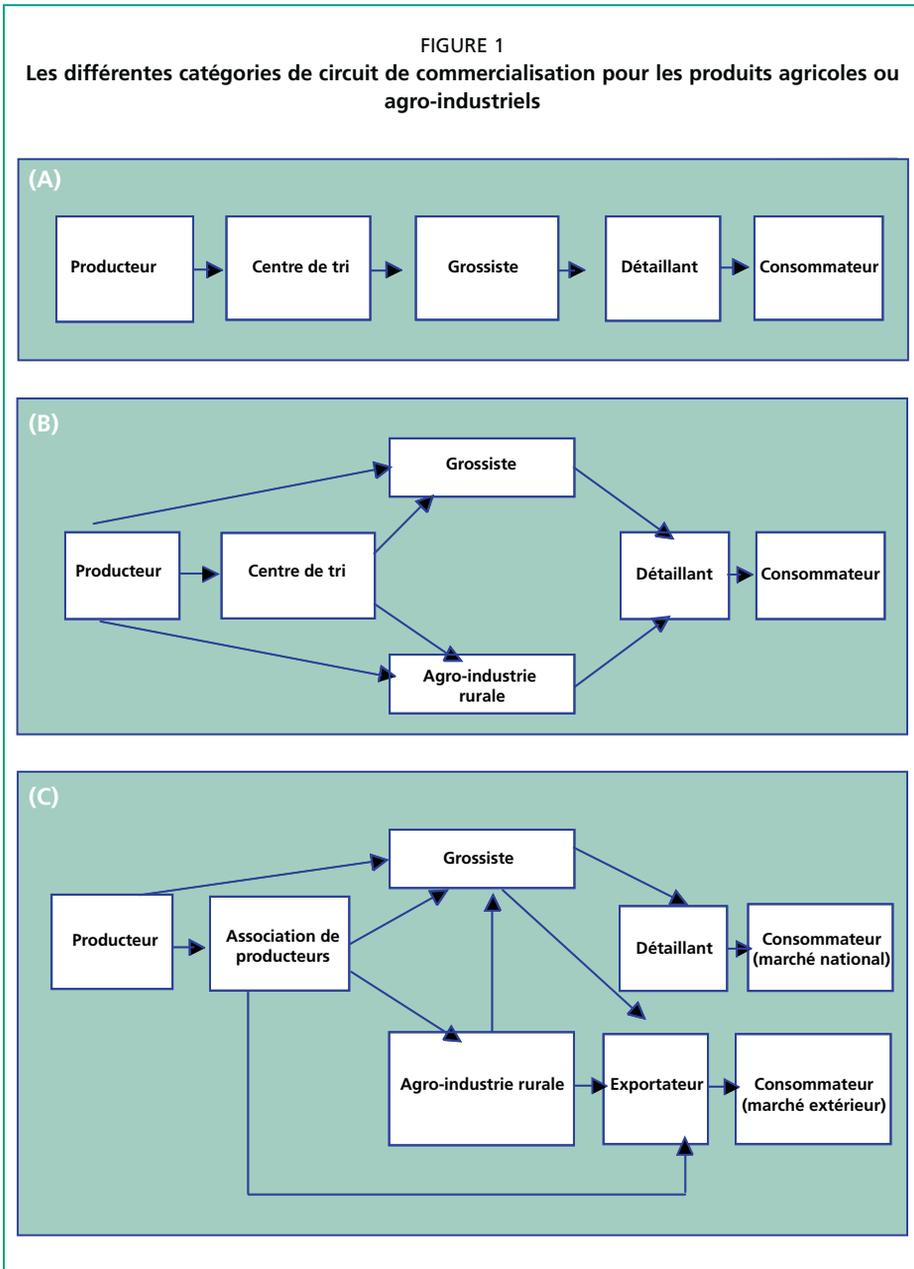
- **Vente directe (producteur-consommateur):** il s'agit du système de distribution le plus court et le plus rapide qui existe. Les formes les plus couramment utilisées sont les suivantes: i) vente à la ferme ou à l'usine de transformation agro-industrielle; ii) porte-à-porte; iii) vente par correspondance; iv) télémarketing et vente par téléphone. Il n'y a pas d'intermédiaires dans ce type de système.
- **Circuit de distribution à un niveau (producteur-détaillant-consommateur):** c'est le circuit le plus visible pour le consommateur final et la plupart des gens utilisent ce circuit pour une grande partie de leurs achats. Dans ce type de circuit, le producteur dispose d'une force de vente responsable de la communication avec les détaillants, qui à leur tour, vendent les produits au client final.
- **Circuit de distribution à deux niveaux (producteur-grossiste-détaillant-consommateur final):** ce type de circuit est utilisé pour distribuer des produits de masse, les producteurs n'ayant pas la capacité de les amener sur l'ensemble du marché des consommateurs. Un exemple concerne les céréales: le grossiste achète de grandes quantités au cours de la récolte et les distribue, plus tard, par le biais de détaillants.
- **Circuit de distribution à trois niveaux (producteur-intermédiaire-grossiste-détaillant):** il s'agit du circuit le plus long, qui comporte un vaste réseau d'acteurs. Il est utilisé pour les denrées périssables, lorsque l'intermédiaire achète des produits à un certain nombre de petits producteurs et les vend sur les marchés de gros.

Le tableau suivant présente le rôle joué par les différents acteurs le long d'un circuit de distribution de produits maraîchers au Burkina Faso.

Rôles	Acteurs
Production	Producteurs, fournisseurs d'intrant, CAR, IMF, OP
Collecte	Producteurs, collecteurs, transporteurs, coxieurs
Intermédiation	Intermédiaires
Transport	Transporteurs
Distribution	Coxieurs, grossistes, détaillants, consommateurs

Source: FAO. 2009. Rapport de l'atelier de restitution de l'étude sur la commercialisation des produits maraîchers issus de l'approche GIPD.

La Figure 1 montre comment fonctionnent un certain nombre de circuits de distribution différents. La partie A du diagramme représente l'un des circuits de commercialisation les plus courants, le circuit de distribution à deux niveaux (producteur-grossiste-détaillant-consommateur final). La partie B représente un circuit similaire, exception faite qu'elle inclut les transformateurs agroalimentaires.



La Partie C présente un circuit complet de distribution impliquant les grossistes, les transformateurs agroalimentaires et les associations de producteurs, ces dernières agissant en tant que centre de collecte ou grossiste.

Bien qu'il semble moins onéreux et plus simple d'utiliser un circuit de distribution comme celui indiqué dans la partie A du diagramme, en pratique, cela n'est pas toujours possible, car beaucoup de producteurs n'ont pas la capacité de commercialiser leurs produits, en raison d'une disponibilité insuffisante en termes de temps ou d'un accès réduit aux ressources comme le capital et les transports.

Les intermédiaires commerciaux ont été critiqués par un certain nombre de parties. Des tentatives ont été faites pour les éliminer ou les réduire et ainsi diminuer les prix à la consommation et augmenter les retours financiers pour les producteurs. Toutefois, la majorité des mesures qui ont été prises ont rencontré peu de succès, car elles ont tendance à être aléatoires, éphémères et mécaniques. En outre, les intermédiaires remplissent des tâches spécifiques comme le transport, le stockage, la promotion et le développement de nouveaux marchés, qui impliquent des coûts réels. Certaines mesures remportent malgré tout des succès.

Les circuits de distribution de la catégorie de ceux décrits dans la partie C de la figure sont les plus recommandés pour accroître la participation des producteurs à la commercialisation. Ce système permet de créer une plus grande valeur ajoutée, non à travers les producteurs eux-mêmes, mais grâce à l'entreprise associative, qui est en mesure d'exercer des tâches plus spécialisées.

Un autre type de circuit, que de nombreuses entreprises commencent aujourd'hui à exploiter, correspond au commerce électronique qui se réfère à toute forme de transaction commerciale ou d'échange d'informations basé sur la transmission de données via Internet. Elle inclut non seulement l'achat et la vente électronique de biens, d'information et de services, mais aussi l'utilisation du réseau pour les activités en aval et en amont de la transaction en elle-même – comme la publicité, la négociation, les services à la clientèle et les formalités administratives.

Le commerce électronique *business-to-business** au niveau mondial a été estimé à une valeur d'environ 360 milliards de dollars en 2000, les transactions effectuées par les entreprises nord-américaines représentant 70 pour cent de cette valeur. L'utilisation de ces circuits de commercialisation a fini par être adoptée par les secteurs agricole et agroalimentaire également. En Afrique, l'adoption de systèmes électroniques de vente est généralement assez peu répandue, principalement parce que la plupart des entreprises ne disposent pas de technologies de communication adéquates.

GIE DU CERCLE DES SÉCHEURS

Pour communiquer avec ses partenaires commerciaux nationaux et étrangers, le CDS utilise le téléphone, le fax et Internet. L'utilisation du téléphone comme du fax se fait couramment tandis qu'Internet est utilisé partiellement.

Le CDS utilise Internet pour la messagerie électronique et a créé son site Web pour promouvoir ses produits et permettre à ses clients de passer des commandes en ligne. Le fait que le commerce électronique ne soit pas encore vraiment développé en Afrique peut néanmoins constituer un obstacle.

Un circuit de distribution, plus qu'une simple succession d'étapes entre le producteur et le consommateur aboutissant à la mise sur le marché d'un produit, devrait correspondre à un groupe d'acteurs travaillant ensemble pour réaliser un objectif commun. Cet effort commun doit aboutir au succès sur le long terme.

Choix du circuit de distribution

Lors de la sélection du circuit de distribution, une entreprise doit examiner une série de variables relatives aux:

- i. caractéristiques de l'entreprise elle-même;
- ii. produits à commercialiser;
- iii. marchés ciblés.

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE

Si l'entreprise est éloignée des lieux de distribution principaux, il sera nécessaire d'utiliser un plus grand nombre d'intermédiaires ou d'avoir une très bonne capacité de distribution.

TAILLE DU MARCHÉ

Un marché très étendu requiert plus d'intermédiaires.

CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT

Les produits plus coûteux, plus spécifiques ou adaptés à une demande particulière ont tendance à avoir des circuits de distribution plus courts, plus directs et à être commercialisés par des agents bien connus des clients cibles. En revanche, plus un produit est standardisé, plus son circuit de distribution tend à être long et le

nombre d'intermédiaires impliqués important. C'est le cas pour la plupart des produits agricoles frais.

La durée de conservation d'un produit est un facteur important pour son stockage. Les produits périssables à durée de vie relativement courte et les produits fragiles doivent être manipulés aussi peu que possible et leur conditionnement, les conditions de transport, de stockage et leur manipulation, doivent répondre aux exigences les plus strictes. Tel est le cas des œufs, du lait et des produits laitiers, des produits carnés, et des conserves dans des pots en verre.

CARACTÉRISTIQUES DU PRODUCTEUR

Les producteurs avec des moyens commerciaux, financiers et administratifs importants occupent la meilleure position pour utiliser des circuits plus directs. Ils ont la capacité d'embaucher et de former leur propre personnel, d'entreposer leurs produits et d'élargir les crédits faits à leur clientèle.

Les entreprises plus petites ou moins expérimentées doivent compter sur des intermédiaires pour fournir ces services.

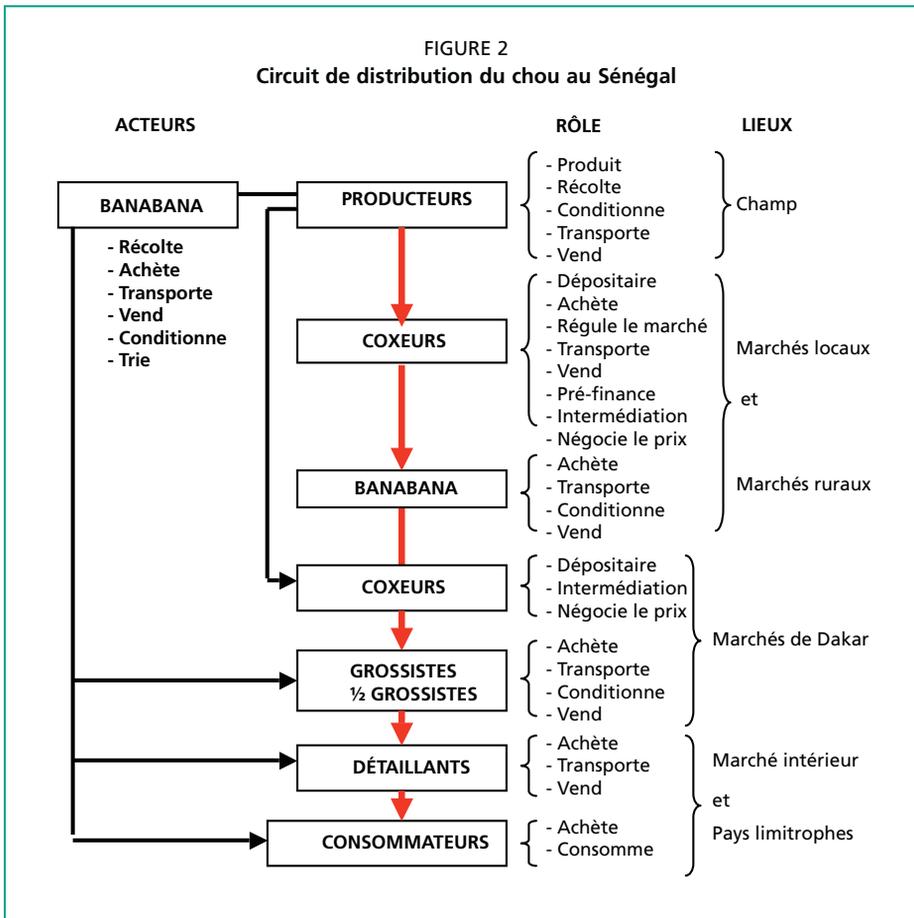
La Figure 2 présente un exemple de circuits de commercialisation utilisé par des producteurs de choux au Sénégal pour la commercialisation locale et l'exportation de leurs produits.

Dans certains cas, il est possible de livrer des produits au consommateur final via une chaîne d'intermédiaires plus courte. Dans d'autres cas, un plus grand nombre d'intermédiaires sont impliqués, soit en raison de caractéristiques spécifiques du produit ou parce que les producteurs sont intégrés à des organisations et programmes de soutien à la commercialisation, comme les coopératives laitières par exemple.

Il est extrêmement important pour les industries agroalimentaires de sélectionner leurs circuits de commercialisation sur la base de variables telles que:

- i. les coûts et les marges commerciales;
- ii. la capacité à construire leur propre réseau de distribution;
- iii. la durée de vie des produits;
- iv. la disponibilité des services fournis par des intermédiaires.

Les marges commerciales pour les produits frais varient énormément, en fonction de nombreux facteurs, notamment les variations saisonnières de l'offre, le circuit de distribution utilisé et le type de marché. Dans le cas des supermarchés, les marges commerciales ont tendance à être décidées selon la politique interne de chaque entreprise et varient de 5 à 20 pour cent.



Activités logistiques

Le Groupement d'intérêt économique du Cercle des sécheurs, introduit au début de cette unité dans l'étude de cas, est un bon exemple d'entreprise agroalimentaire dont la gestion efficace de la logistique tout au long de la chaîne lui a permis de pénétrer le marché de la mangue séchée au Burkina Faso. La logistique peut être définie comme l'ensemble des activités que les entrepreneurs mettent en œuvre entre le moment où ils achètent leurs différents facteurs de production et leurs matières premières et le moment où le produit final est distribué au consommateur. La logistique inclut tous les types de transport ainsi que la production, le conditionnement, le stockage et la distribution des produits.

Les activités logistiques peuvent être définies comme l'ensemble des activités réalisées par les entrepreneurs entre le moment où ils achètent les produits de base

et les matières premières et celui où le produit fini est livré au client. Cela couvre toute sorte de transports, ainsi que la production, le conditionnement, le stockage et la distribution des produits.

La croissance des supermarchés et des points de vente associatifs en tant que distributeurs de produits alimentaires est venue modifier les processus logistiques et a augmenté les niveaux d'exigence. On a pu observer un changement en ce qui concerne les relations entre fournisseurs et distributeurs, impliquant la formation d'alliances stratégiques et l'augmentation des flux d'informations au sein de la chaîne de distribution. Par exemple, les fournisseurs peuvent également effectuer des tâches spécifiques, comme le conditionnement et l'étiquetage de prix sur le produit, ce qui augmente ainsi l'efficacité des centres de distribution et permet une réduction globale des coûts. Dans le même temps, les distributeurs peuvent participer à la prise de décision et aux plans de commercialisation des entreprises de production et avoir accès à leurs données de ventes.

Selon la politique de l'entreprise, la logistique peut aussi comprendre les services après-vente et les services client. Le transport est l'une des opérations de logistique les plus cruciales, puisque c'est souvent l'étape du circuit de distribution la plus coûteuse. Choisir des moyens de transport adaptés est donc déterminant pour maintenir la compétitivité des produits, en particulier lorsqu'ils sont vendus sur le marché international.

La base opérationnelle de la logistique étant à la fois l'information, la gestion de l'information et sa mise à jour, il est essentiel de documenter chacune des opérations logistiques.

Avant qu'une stratégie de logistique ne soit conçue, une série de questions doit être posée. Par exemple, quel est le flux de marchandises, de capitaux, d'informations et de décisions du producteur au client, et vice versa? Quel est le niveau d'intégration ou de collaboration avec les acteurs en relation avec votre entreprise associative?

Coûts des matières premières en comparaison avec d'autres facteurs de coûts dans les activités de transformation agro-industrielles

Le simple fait d'avoir d'excellentes matières premières ne donne pas nécessairement un avantage concurrentiel à une entreprise. Des éléments tels que le transport, le stockage ou le conditionnement peuvent représenter une dépense aussi importante,

voire beaucoup plus importante. En effet, pour certains produits industriels, les matières premières ont un coût moins élevé que le conditionnement. Le coût de production d'un pot de confiture de mûres de 250 g peut s'élever à 0,80 dollar EU. Le pot représente à lui seul 30 pour cent de ce coût et les opérations logistiques liées environ 20 pour cent.

Sous-traitance des activités logistiques et opérateurs logistiques

La multiplicité, la diversité et la complexité des activités liées à la logistique ont attiré de nouveaux fournisseurs spécialisés dans ce type de tâches qui, bien que cruciales pour la compétitivité d'une entreprise, ne font pas partie de leur cœur de métier. Ce phénomène a créé un marché de services et a été surnommé la «sous-traitance». En outre, la sous-traitance a professionnalisé un secteur dont la fonction est de minimiser les coûts et de maximiser l'efficacité opérationnelle des chaînes de distribution.

La sous-traitance est souvent définie comme une contractualisation ou une délégation à long terme d'une ou plusieurs opérations qui ne se rattachent pas au cœur d'activités de l'entreprise, à un fournisseur de services plus spécialisé, dans le but d'accroître l'efficacité de l'entreprise et de lui permettre de mieux orienter ses efforts vers ses besoins clés.

Les services que les entreprises ont tendance à sous-traiter sont les suivants: le transport de matières premières, de matériaux de conditionnement, de produits de base et de produits finis, ainsi que le conditionnement, l'étiquetage, le stockage, le suivi des stocks, l'étiquetage des prix et l'enregistrement des opérations d'importation et d'exportation. Les services logistiques ne sont néanmoins pas les seuls à être sous-traités. Sont aussi concernés: le nettoyage, la restauration, la maintenance et l'informatique.

De nombreuses entreprises décident de sous-traiter afin de se concentrer sur leur cœur de métier, de réduire les coûts opérationnels et gérer plus facilement les fonctions difficiles à contrôler. Certaines des raisons typiques pour lesquelles des sociétés décident de sous-traiter sont les suivantes:

- accélérer la réactivité face au marché;
- avoir une meilleure couverture des risques;
- retirer les activités qui ne font pas partie du métier de base de l'entreprise;

- diminuer l'actif de la société;
- réduire les coûts liés à la logistique.

Il n'est pas facile de décider de sous-traiter ou non des services logistiques. La sélection d'un fournisseur de services doit être très rigoureuse et objective, étant donné qu'il est facile de négliger des facteurs qui influent sérieusement sur le coût et/ou le service concerné.

La première étape, lorsqu'il s'agit d'évaluer les avantages d'une sous-traitance, consiste à identifier quelles activités peuvent être déléguées à des tiers, non pas parce que c'est la mode ou parce que les fournisseurs indiquent que c'est la tendance, mais parce que cela représentera une valeur ajoutée pour l'entreprise. Il est recommandé que les entreprises fassent des appels d'offre auprès de spécialistes et le processus de sélection devrait inclure des démonstrations ou des visites pour certaines de leurs activités courantes. Enfin, la décision de sous-traiter ou non doit prendre en compte non seulement le coût mais aussi la qualité du service et l'harmonie organisationnelle qui se mettra en place entre le fournisseur de services et l'entreprise.

Exigences en matière de traçabilité

L'apparition d'exigences de traçabilité a créé une situation particulière qui rend encore plus important le fait d'avoir une stratégie et des mécanismes efficaces en matière de logistique. Par traçabilité, on entend la garantie – donnée aux autorités responsables des contrôles sanitaires – qu'il existe des registres et des informations détaillant tous les acteurs, les produits de base et les différentes étapes intervenant tout au long du chemin suivi par une denrée alimentaire «de la fourche à la fourchette». La traçabilité est désormais incorporée dans un ensemble de règles internationales qui doivent être respectées.

Cette préoccupation et les réponses qui en découlent sont apparues à la suite d'une série de crises alimentaires (telles que la maladie de la vache folle au Royaume-Uni, l'empoisonnement à la dioxine des poulets en Belgique, les fongicides dans le Coca Cola en Inde et les Pays-Bas et la grippe aviaire dans de nombreux pays d'Asie). Ces événements ont donné l'alarme auprès des consommateurs en ce qui concerne l'origine et la qualité des denrées alimentaires.

En réponse aux préoccupations des consommateurs, les autorités sanitaires européennes ont mis en place un système normalisé de traçabilité des denrées alimentaires. D'un point de vue technique, ce système est «un ensemble de procédures préétablies permettant de retracer l'histoire, la localisation et le cheminement d'un produit ou d'un lot de produits tout au long de la chaîne agroalimentaire, et à chaque étape de la chaîne». L'objectif premier de la traçabilité est de fournir des informations qui permettent de trouver plus facilement des solutions aux éventuels problèmes liés aux denrées alimentaires.

Les codes-barres représentent un outil utile de traçabilité qui permet de suivre un produit de son lieu de production au site final de vente. Les codes-barres sont normalement imprimés sur des étiquettes apposées au produit. Une technologie laser récente permet d'imprimer le code-barres directement sur les fruits et légumes, ce qui évite que les étiquettes ne tombent au cours de la manipulation et entraîne la perte de l'information, ou encore que des résidus de colle ne se retrouvent sur les produits frais.

À partir de janvier 2005, l'Union européenne a rendu obligatoire l'établissement d'une traçabilité à tous les stades de la production, aussi bien pour la transformation et la distribution de denrées alimentaires humaines, que pour les aliments pour animaux ou toute autre substance destinée à être incorporée dans une denrée alimentaire ou dans l'alimentation⁵.

Les États-Unis d'Amérique ont également introduit des exigences de traçabilité avec le *Bioterrorism Act*⁶, à la suite des attaques terroristes du 11 septembre 2001. Cette loi s'applique à toutes les denrées alimentaires importées aux États-Unis. Ses deux principales composantes sont les suivantes:

- Établissement et mise à jour de registres: les personnes qui fabriquent, traitent, emballent, transportent, distribuent, reçoivent, détiennent ou importent des produits alimentaires vers les États-Unis sont tenus de créer et d'entretenir tous les dossiers jugés nécessaires par le Service fédéral du contrôle des produits pharmaceutiques et alimentaires des États-Unis (*Food and drug administration, FDA*) pour identifier les origines directes ou les destinataires directs du produit alimentaire: c'est-à-dire d'où il vient et où il va.
- Détention administrative: la FDA est habilitée à s'emparer d'un produit si elle détient des preuves ou des informations crédibles que l'aliment pourrait avoir de graves conséquences sur la santé ou constituer une menace de mort pour des personnes ou des animaux.

⁵ Règlement CE 178/2002 du Parlement européen et du Conseil posant les principes généraux et les exigences de la loi sur les denrées alimentaires.

⁶ Pour plus d'informations au sujet du *Bioterrorism Act*, voir le site Web <http://www.fda-usa.com>

Tous les acteurs impliqués dans un système de traçabilité sont responsables de la sécurité sanitaire des aliments. Cela ne signifie pas que le système est suffisant à lui seul pour garantir la sécurité sanitaire ou la qualité des produits, mais il constitue néanmoins un outil essentiel. Tout comme une carte d'identité ne prouve pas l'honnêteté de son propriétaire, un code-barres ne garantit pas la sécurité d'une denrée alimentaire. Il est toutefois crucial de pouvoir l'identifier et de le localiser.

Sous-traitance et codes-barres

Les codes-barres sont exigés dans la plupart des chaînes de supermarchés. Le codage assure un meilleur suivi des stocks et réduit les temps de contrôle de sortie.

La sous-traitance des codes-barres se fait par l'intermédiaire d'un organisme de normalisation des systèmes de codage, rattaché à la Chambre de l'industrie de chaque pays. Des cotisations annuelles sont versées pour une licence d'utilisation. Il est recommandé aux entreprises d'acheter la licence d'utilisation de codes-barres EAN-13, qui est largement utilisée partout dans le monde, à l'exception des États-Unis et du Canada.

Une licence annuelle pour l'utilisation des codes EAN-13 coûte environ 650 \$EU par an, avec des variations d'un pays à l'autre. Un code différent est requis à chaque présentation ou saveur de produit différente et le coût ne dépend ni de la taille, ni du type de produit.

Conclusions sur l'étude de cas

Après avoir comparé vos connaissances antérieures avec le contenu de l'unité, répondez aux questions suivantes en essayant d'optimiser l'usage de vos nouvelles connaissances:

1. Quelles activités de post-récolte met en œuvre les unités de séchage du CDS? Certaines d'entre elles ont-elles été menées dans votre entreprise associative?

.....
.....
.....
.....

2. En quoi le service de collecte de la production est-il essentiel pour le GIE? Comment comparez-vous ces exigences à celles relatives à votre entreprise?

.....
.....
.....
.....

3. Dessinez un diagramme montrant les différentes étapes pour la production et la commercialisation de la mangue séchée, de l'exploitation agricole à la mise sur le marché, en indiquant les différents acteurs et leurs fonctions et en soulignant les aspects de post-récolte et de logistique. Faites de même pour le diagramme de votre propre entreprise associative.

.....
.....
.....
.....

4. À votre avis, quelles valeurs morales, principes et attitudes doivent être respectés pour assurer le succès d'une organisation comme celle présentée dans l'étude de cas?

.....
.....
.....
.....

Exercice de groupe

Comme vous l'avez vu précédemment, le GIE du Cercle des sécheurs a mis en place différentes activités post-production pour produire et commercialiser des mangues séchées à partir de mangues fraîches.

Les mangues fraîches peuvent aussi être directement commercialisées telles quelles une fois vendues par les producteurs à des commerçants de détail ou à des grossistes.

La commercialisation des mangues fraîches, que ce soit sur le marché domestique ou sur le marché d'exportation (vers l'Union européenne dans cet exercice), demande une gestion très précise des opérations logistiques.

Les mangues étant des fruits très fragiles, et qui mûrissent très vite, elles doivent être transportées très soigneusement du lieu de production vers le lieu de commercialisation.

Les mangues destinées au marché de l'exportation sont acheminées vers les entrepôts de stockage (emballées dans des feuilles, puis disposées dans des cageots, à l'abri du soleil). Plusieurs tris successifs sont réalisés (sur le lieu de production puis dans les entrepôts, afin d'éviter que des fruits abîmés n'endommagent les fruits en bon état).

Elles sont ensuite nettoyées puis emballées dans des cartons de 4 kg dans les entrepôts de stockage. Elles sont stockées sous atmosphère réfrigérée (10 °C), puis chargées dans un conteneur réfrigéré, ce qui permet de conserver les fruits au froid pendant tout le trajet par voie maritime vers l'Union européenne, qui dure 10 à 12 jours. Elles sont enfin acheminées vers des marchés de gros puis vers des supermarchés.

Les mangues destinées au marché domestique sont également acheminées vers les entrepôts des acheteurs, par camion ou par train, protégées du soleil, après avoir été triées sur le lieu de production. Une fois arrivées dans les entrepôts des grossistes, les mangues sont ensuite triées une nouvelle fois. Les mangues en bon état sont ensuite vendues à des supermarchés ou bien à des détaillants qui les commercialiseront sur des marchés. Les mangues abîmées ne sont en général pas achetées par les grossistes, et les producteurs doivent les vendre à des «vieilles femmes» (terme consacré), qui les vendront ensuite sur le bord des routes.

Dessinez un diagramme des flux pour le procédé de fabrication des mangues séchées (en débutant à partir de la récolte des fruits et en terminant par le conditionnement dans les caisses en plastique, avant le transport vers l'entrepôt du détaillant).

Dessinez deux diagrammes des flux présentant les opérations logistiques mises en œuvre pour envoyer les mangues sur les marchés d'exportation, et celles mises en œuvre pour mettre en marché les mangues sur le marché domestique.

Résumé

- La compétitivité du système d'agroproduction est définie en grande partie lors des phases de post-récolte et lors de la gestion et de la distribution du produit final. Cela est en partie dû au fait que la denrée alimentaire acquiert une valeur ajoutée au cours de ces phases.
- La gestion des activités de post-récolte correspond à un ensemble de pratiques de post-production comprenant le nettoyage, le lavage, la sélection, le tri, la désinfection, le séchage, le conditionnement et le stockage.
- S'ajoutent les opérations clés de post-récolte qui correspondent au contrôle de la température et de l'humidité relative, au conditionnement et aux traitements supplémentaires comme l'application de fongicides et l'enrobage.
- Une gestion insuffisante des opérations de post-récolte peut avoir de graves conséquences financières pour les producteurs, les vendeurs et les consommateurs. Alors que dans les pays développés, on estime les pertes de post-récolte de fruits et de légumes entre 5 et 25 pour cent du volume des produits, dans les pays en développement, les pertes vont de 20 à 50 pour cent et dans certains cas, plus encore.
- Les temps de stockage pour les produits agricoles varient largement de quelques heures à plusieurs jours. Les installations pour le stockage des produits agricoles peuvent être simples ou très sophistiquées. Leur conception ou leur sélection doit tenir compte de variables telles que: le système de commercialisation, la compatibilité des produits stockés ensemble et les besoins individuels de l'entrepreneur.
- Une utilisation appropriée du froid est le moyen le plus utile pour prolonger la durée de stockage de fruits et légumes périssables, tout en préservant leur qualité. En général, pour chaque augmentation de 10 °C de la température au niveau des tissus de la plante, leur respiration augmente de deux à trois

fois, alors que leur durée de conservation est réduite d'un facteur de deux à quatre.

- Durant le transport, il est crucial d'éviter aux produits des dégâts mécaniques par impacts, vibrations ou variations de température, qui peuvent causer une condensation. Lorsque les produits sont transportés, ils doivent être protégés contre les intempéries et, lorsque cela est nécessaire, ils doivent être réfrigérés pour prévenir toute contamination ou détérioration.
- Un circuit de commercialisation (aussi appelé circuit de distribution) peut être défini comme «l'ensemble des phases par lesquelles passent les marchandises lors de leur processus de transfert du producteur au consommateur final».
- Il existe une grande variété de circuits de commercialisation, allant de la forme la plus directe (du producteur au consommateur) à des circuits à plusieurs niveaux impliquant un certain nombre d'intermédiaires, chacun pour un produit spécifique. Le circuit traditionnel de mise sur le marché correspond au circuit producteur-grossiste-détaillant-consommateur.
- Le commerce électronique est un circuit de commercialisation ayant un grand potentiel pour tous les types d'entreprise. Il désigne toute forme de transaction commerciale ou d'échange d'informations basé sur la transmission de données via Internet.
- Un des facteurs qui déterminent le choix du circuit de commercialisation, réside dans le marché ciblé. Le circuit peut varier, selon que l'entreprise vend aux consommateurs finaux, à des intermédiaires ou à des clients industriels. D'autres variables importantes incluent l'emplacement géographique, la taille du marché, la faculté d'un produit à être conservé et les capacités financières de l'entreprise.
- Du point de vue technique, la traçabilité alimentaire est «un ensemble de procédures préétablies retraçant l'histoire, la localisation et le cheminement d'un produit ou d'un lot de produits tout au long de la chaîne agroalimentaire, et à chaque phase de la chaîne».
- Lorsque survient une crise, la traçabilité permet d'informer les consommateurs, les médias ou les organismes gouvernementaux sur l'origine, l'itinéraire et les personnes qui sont entrées en contact avec une denrée alimentaire, ce qui facilite les enquêtes et le dépistage des risques potentiels découlant de ce produit.
- Les codes-barres sont obligatoires dans la plupart des chaînes de supermarchés. Coder les produits permet un meilleur contrôle de l'inventaire et accélère les temps de vérification des sorties. Tout comme la carte d'identité d'une personne ne prouve pas l'honnêteté de son titulaire, un code-barres ne garantit pas la sécurité sanitaire d'une denrée. Toutefois, il est crucial de pouvoir l'identifier et de la localiser.
- Depuis janvier 2005, l'Union européenne a rendu les codes-barres obligatoires pour établir la traçabilité à tous les stades de la production, pour les denrées

alimentaires humaines, les aliments pour animaux ou toute autre substance destinée à être incorporée dans une denrée alimentaire.

- En outre, toute denrée alimentaire importée vers les États-Unis d'Amérique est sujette au *Bioterrorism Act*, qui a été présenté en réponse aux attentats terroristes du 11 septembre 2001.

Évaluation de l'unité

Répondez aux questions suivantes sur des feuilles à part:

1. Votre entreprise associative rurale vous a-t-elle demandé de mettre en place des procédures spéciales de post-récolte pour certains types de produits ou pour répondre aux exigences du marché?
.....
2. Avec vos propres mots, dites ce que vous comprenez par: (a) éthylène; (b) commercialisation ou distribution; (c) logistique; et (d) traçabilité.
.....
3. Quel est l'impact du type de conditionnement que vous utilisez sur la compétitivité de vos produits? Comment l'emballage a-t-il été sélectionné? Pensez-vous que la qualité de l'emballage pourrait être améliorée ou les coûts réduits?
.....
4. Pouvez-vous identifier les circuits de commercialisation qu'utilise votre entreprise associative pour livrer les produits aux consommateurs? Ces circuits pourraient-ils être rendus plus efficaces? Comment?
.....
5. Pour les produits de votre entreprise associative, la demande se concentre-t-elle autour de certaines occasions ou dates de l'année? Est-il nécessaire d'avoir des arrangements spéciaux en termes logistiques pour faire face à ces pics?
.....
6. Votre entreprise associative a-t-elle une stratégie de gestion de la logistique? A-t-elle déjà sous-traité des services logistiques à des tiers? Quels avantages et inconvénients voyez-vous dans la sous-traitance à des tiers?
.....
7. Quels attributs de valeur sont protégés grâce aux exigences de traçabilité aujourd'hui imposées sur les marchés?
.....

En tentant de répondre à ces questions, si vous avez des doutes ou le sentiment que vous ne possédez pas suffisamment d'éléments pour l'analyse, réviser le manuel, consultez le guide de lecture ou contactez l'animateur.

Privilégier la qualité pour se différencier

UNITÉ DEUX

LISTE DES SUJETS ABORDÉS

1. Mise en contexte
2. Étude de cas: Qualité sanitaire et marché international pour de petites entreprises de séchage de mangue au Burkina Faso
3. Analyse de l'étude de cas
4. Différentes conceptions de la qualité
5. La qualité comme condition préalable à la compétitivité sur les marchés
6. Outils d'assurance qualité et normes
7. Marques et labels de qualité
8. Conclusions sur l'étude de cas
9. Exercice de groupe
10. Résumé
11. Évaluation de l'unité

Le saviez-vous?



Comme nous avons pu le voir dans le Module 3 «Méthodes et outils de planification pour les entreprises associatives», il existe des marchés spécialisés pour différents produits. Pour accéder à ces marchés, il est nécessaire de garantir les attributs spécifiques déclarés pour chacun des produits ou leur conformité aux conditions de transformation revendiquées. Cela signifie que l'application de labels* ou de certifications* de qualité spécifique est accordée si certaines exigences sont respectées.

Pensez-vous que mettre en avant les attributs de qualité propres à votre produit* serait une bonne stratégie d'accès au marché? Quels sont ces attributs spécifiques? Connaissez-vous des labels ou des certifications que vous pourriez utiliser pour garantir ces attributs?

Une fois cette unité terminée,
vous serez en mesure de:

- 👉 Définir ce qu'est un label de qualité, différencier les divers types de labels et évaluer l'importance de leur utilisation.
- 👉 Identifier, à partir de votre propre expérience, les labels de qualité qui ont été utilisés ou qui pourraient être utilisés par votre entreprise associative rurale.
- 👉 Comprendre que garantir une reconnaissance des labels de qualité par le marché implique des développements institutionnels qui vont au-delà de l'entreprise associative rurale elle-même.



Mise en contexte

La qualité est devenue une préoccupation clé sur les marchés de produits alimentaires au cours de ces dernières années. Loin d'être un phénomène passager ou de mode, cette préoccupation pour la qualité a surgi en réponse à deux tendances: i) les concurrents ont élevé leurs normes pour répondre à des exigences plus strictes; et ii) les habitudes de consommation sont en train de changer, les consommateurs devenant plus exigeants et leurs goûts plus sophistiqués, non seulement en termes de santé et de sécurité sanitaire des aliments qu'ils consomment, mais aussi de procédés utilisés pour produire ces aliments.

C'est pourquoi il est devenu important pour les entreprises associatives d'offrir des produits avec des attributs particuliers (attributs de qualité) afin de les différencier. Ces attributs constituent un ajout important par rapport à la sécurité sanitaire et permettent de rendre les produits supérieurs, soit en raison de leurs qualités organoleptiques et de leur composition, soit parce que leur consommation est associée à certaines activités sociales, socioculturelles ou éducatives. Au cours de la dernière décennie, les consommateurs ont de plus en plus pris en considération des facteurs tels que: i) le respect de l'environnement à travers l'ensemble de la filière agroalimentaire (produits sans impact environnemental négatif ou produits biologiques*); ii) le respect du droit du travail en ce qui concerne la main-d'œuvre liée à la production (commerce équitable*); et iii) la promotion des traditions (denrées alimentaires ayant une identité locale ou régionale).

Un point important concerne le fait que, avant même de pouvoir revendiquer ces attributs en tant que facteurs de qualité, les denrées alimentaires en question doivent être conformes aux exigences de sécurité sanitaire de base et être garanties comme saines pour les consommateurs. En d'autres termes, un produit doit avant tout être sain et alors seulement, il est possible de le différencier en ajoutant des attributs de qualité.

Après avoir respecté cette condition essentielle que représente la garantie de la sécurité sanitaire, il est également nécessaire de pouvoir disposer d'un indicateur approprié informant le consommateur que le produit en question possède vraiment les attributs mentionnés. C'est la fonction des labels de qualité*, qui doivent être soutenus par un organisme reconnu officiellement, convaincant les consommateurs de leur valeur. Cela signifie qu'un cadre réglementaire et institutionnel doit exister pour soutenir la mise en œuvre de ces labels ou qu'il doit être développé.

Il existe de grandes différences entre les pays dans ce domaine. Certains pays sont peu avancés, tandis que d'autres disposent d'une réglementation pour les produits biologiques, les labels sociaux ou les certifications d'indication géographique. La France, par exemple, a fait sa première tentative de classement des vins en fonction de leur origine en 1855; en 1905, les bases pour une réglementation sur les Appellations d'origine (AO) étaient posées et en 1935 était créé l'Institut national des appellations d'origine (INAO).

Dans le domaine des labels de qualité, des développements sont toujours en cours et la situation est en pleine évolution. Il n'existe aucune position commune sur le sujet et plusieurs préoccupations, questions et divergences d'opinion subsistent. Certains acteurs sont préoccupés par le fait que l'attribution de ces labels ait été prise en charge par des initiatives privées, qui en ont fait leur activité économique. Au niveau de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), certains pays estiment que ces attributs équivalent à des pratiques commerciales restrictives. Le débat actuel se concentre autour des Appellations d'origine, avec deux positions contradictoires: l'une, défendue par l'Union européenne, la Chine et certains pays asiatiques et africains, qui sont pour une différenciation des produits sur la base d'une identité locale ou régionale, et l'autre, conduite par les États-Unis, le Canada, le Japon, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Argentine et d'autres pays d'Amérique du Sud, qui cherchent à restreindre ces droits.

Étude de cas: Qualité sanitaire et marché international pour de petites entreprises de séchage de mangue au Burkina Faso

CONTEXTE

Au Burkina Faso¹, le séchage de mangues est l'activité de transformation fruitière la plus en vue et la plus dynamique. La Chambre de commerce du Burkina Faso dénombre 26 petites entreprises évoluant dans ce secteur. Ces entreprises s'approvisionnent en mangues fraîches auprès de vergers situés au sud-ouest du pays et cèdent leur production à des exportateurs locaux, notamment trois GIE: le Cercle des sécheurs, le Groupement professionnel des sécheurs et le GIE Naffa.

Ces GIE ont été créés à l'initiative d'une ONG suisse, le CEAS, l'initiateur de l'activité de séchage et de commercialisation de la mangue au Burkina Faso.

La quasi-totalité de la production est exportée en Europe, sur le marché des aliments biologiques et/ou équitables.

DÉFIS MAJEURS EN MATIÈRE DE QUALITÉ SANITAIRE

En matière de qualité sanitaire, les défis majeurs des petites entreprises de séchage tiennent aux risques de contamination des produits avec des bactéries diverses à cause du manque d'hygiène du personnel ou de contamination en résidus de pesticides liés au traitement phytosanitaire des manguiers. Il peut s'agir aussi de pontes d'insectes entraînant le développement de larves et d'œufs pendant le stockage des produits. Le marché européen est très exigeant sur ces points. Or, à cause de l'analphabétisme, le personnel des entreprises ne dispose pas des compétences requises pour comprendre les normes et les intégrer dans le processus de production. Une fois formés, les quelques agents instruits quittent les entreprises pour des emplois mieux rémunérés. L'expérience n'est pas capitalisée au sein de l'entreprise. De nombreuses unités voient ainsi une partie de leur production régulièrement déclassée à la suite des tests en laboratoire et/ou sur pièce.

ACTIONS ENTREPRISES PAR LES GIE

Les GIE, qui jouent en même temps un rôle de prestataires de services d'appui, essaient de remédier aux problèmes de qualité rencontrés par les entreprises en organisant régulièrement des séances de formation et en intensifiant le suivi sur le terrain.

¹ Song-Naba, F. 2009. *Services d'appui et promotion de la qualité dans les petites entreprises de transformation agroalimentaire: le rôle des organisations locales au Burkina Faso et au Ghana*. http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/A5C15_FINAL.pdf

Formations

Les formations portent sur les Bonnes pratiques d'hygiène (BPH)*, les Bonnes pratiques de fabrication (BPF)* et le système HACCP (*Hazard analysis critical control point*)*. Ces référentiels du Codex Alimentarius ont été introduits au Burkina Faso de manière volontariste en 1999 par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUUDI). Leur promotion s'est poursuivie, à partir de 2002, dans le cadre du Programme Qualité de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA). Les formations aux BPH/BPF et au système HACCP prennent en compte tout le processus de séchage, en commençant par la gestion des matières premières.

Suivi technique

Pour ce qui est du suivi technique de la production, chaque GIE dispose en interne d'un manager-qualité. En début de campagne, des séances d'information sont organisées au profit des sécheurs sur la base des exigences de qualité de chaque importateur. Des tournées de suivi sont ensuite organisées pour s'assurer de la bonne compréhension et de la bonne application des consignes.

Selon les directeurs des GIE Cercle des sécheurs (CDS) et Naffa, cette double démarche (formation et suivi) a contribué à stabiliser le taux de déclassement des produits autour de 10 pour cent.

Amélioration des emballages*

Par ailleurs, il a été un temps reproché aux emballages fabriqués localement de manquer d'étanchéité. En plus d'être souvent perforés à l'origine, la soudure des ouvertures lâche très fréquemment, permettant ainsi à l'air et aux rayons de soleil d'altérer la couleur et la texture du produit. Le CDS a dû négocier avec ses clients occidentaux la mise à disposition d'emballages de qualité pour remédier à ces insuffisances. L'introduction toute récente de la technique de l'emballage sous vide contribue également, selon le directeur du GIE, à mieux conserver les produits au cours du transport.

CONCLUSION

Au regard des exigences de qualité des importateurs, les petites entreprises de séchage de mangue du Burkina Faso ont bel et bien réussi à intégrer le marché international.

La maîtrise progressive de la qualité tout au long de la chaîne de production, y compris au niveau de l'emballage, a permis d'augmenter de manière significative les quantités exportées par les GIE. En particulier, les quantités exportées par le CDS sont passées de 45 tonnes en 1997 à 75 tonnes en 2006.

Le rôle joué par des groupements professionnels tels que les GIE au sein de la filière mangue locale, explique en grande partie cette réussite; ils favorisent l'adéquation

des services d'appui aux besoins et à la situation des petites entreprises de séchage, et leur permettent d'améliorer la qualité de leurs produits, de la faire valoir auprès des consommateurs et d'accroître la part de la valeur ajoutée qui leur revient.

Analyse de l'étude de cas

Sur la base de votre expérience personnelle, examinez les questions suivantes concernant l'étude de cas:

1. À votre avis, quels sont les attributs* de qualité qui ont permis à la mangue séchée de trouver des débouchés importants sur le marché européen? Pouvez-vous rapprocher ce cas avec un des produits de votre propre entreprise associative?
2. Quels sont, au contraire, les aspects qui mettent en jeu cette qualité? Quelles en sont les causes?
3. Comment les petites entreprises de transformation agroalimentaire de ces pays arrivent-elles à se conformer aux normes de qualité en vigueur sur les marchés internationaux? Est-ce qu'une stratégie identique ou similaire pourrait être adoptée par votre propre entreprise associative?
4. Quel est le rôle joué par les organisations professionnelles de petites entreprises pour répondre au mieux aux besoins des petites entreprises en matière de qualité?
5. Quelles autres stratégies ont été adoptées pour valoriser les attributs de qualité de la mangue séchée?

Gardez à l'esprit qu'à la fin de l'unité, vous serez invité à répondre aux mêmes questions à la lumière des nouvelles connaissances que vous aurez acquises.

Voir aussi

- Le thé Darjeeling (livret Études de cas – Amérique latine et Asie).

Différentes conceptions de la qualité

MODULE 4

Pour revenir à notre analyse de la tendance internationale croissante pour la commercialisation* de produits alimentaires et la reconnaissance de son importance, la nécessité de garantir la sécurité sanitaire et la qualité aux consommateurs a conduit à la mise en place d'instruments internationaux comme les Accords de l'OMC sur l'application des mesures alimentaires et phytosanitaires adoptés par 134 pays membres. Ceux-ci énoncent les règles de base sur la façon dont les gouvernements peuvent mettre en œuvre les mesures de sécurité sanitaire et de santé animale et végétale. Ces accords sur les mesures sanitaires sont fondés sur les normes alimentaires* de la Commission du Codex Alimentarius*, créée en 1963 par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'Organisation mondiale de la santé (OMS), visant à développer des normes alimentaires, des lignes directrices et d'autres textes liés à ces thématiques.

Nous allons maintenant définir ce que nous entendons par sécurité sanitaire et qualité, et l'impact qu'elles ont sur la gestion des activités du secteur agricole et agroalimentaire au quotidien. L'Organisation internationale pour la normalisation (ISO) définit la qualité sur la base des propriétés et des caractéristiques offertes par un produit ou un service dans la mesure où elles satisfont les besoins explicites ou implicites des consommateurs. Cela fait de la qualité une notion subjective qui peut changer au fil du temps.

Dans le cas de denrées alimentaires, la notion de qualité a peu à peu intégré des aspects du processus de production lui-même tels que:

- i. le bien-être animal dans le cas de l'élevage;
- ii. l'utilisation de produits phytosanitaires dans le cas de l'agriculture;
- iii. la protection de l'environnement.

Pour les produits agroalimentaires, la qualité est donc un concept complexe et changeant, qui inclut de nombreux facteurs – dont la sécurité sanitaire, les propriétés nutritionnelles et organoleptiques*.

Elle englobe la conformité du produit avec l'utilisation qui est sensée en être faite et même les relations de confiance établies entre les fournisseurs et consommateurs. Ces différents facteurs varient selon le contexte économique et social du consommateur. Ainsi, la qualité d'un produit agroalimentaire peut être analysée sous différents angles:

- **La qualité, garantie de la sécurité sanitaire:** cela signifie qu'un aliment ne doit pas nuire à la santé et à la sécurité des personnes qui le consomment.

Cela correspond à l'exigence de base à laquelle toute denrée alimentaire doit satisfaire et elle est généralement contrôlée au niveau national en vue de protéger la santé publique. En effet, pour les pouvoirs publics, la qualité sanitaire est la plus importante, en ce sens qu'elle a pour objectif d'assurer la protection du consommateur.

- **La qualité nutritionnelle:** il s'agit de la capacité des denrées alimentaires à satisfaire aux besoins du corps humain en termes d'énergie et de nutrition. Ce critère est devenu très important pour les consommateurs informés qui sont conscients du potentiel d'une alimentation saine et équilibrée pour la prévention des maladies.
- **La qualité définie par des attributs:** ce sont des attributs qui dépassent la sécurité sanitaire minimale des produits alimentaires et qui différencient les produits sur la base de leur qualité organoleptique, de leur composition, ou le fait que leur consommation soit associée à certaines traditions sociales, socioculturelles et éducatives, ou à des avantages socioéconomiques et/ou environnementaux.

La qualité découle aussi d'autres critères relatifs à l'utilisation d'un produit et à la satisfaction qu'il apporte aux consommateurs dans la mesure où il répond à leurs goûts, besoins et exigences:

- **Sécurité du produit:** ce facteur est primordial dans les décisions d'achat des consommateurs. En dehors des caractéristiques physiques et chimiques, il faut prendre en compte d'autres variables, telles que le type et la taille du conditionnement.
- **Prix approprié:** c'est le prix fixé par le marché, basé sur le degré de satisfaction du consommateur, après déduction des coûts de la non-qualité résultant de procédés de transformation et de circuits de distribution inefficaces.
- **Service:** c'est devenu un facteur de compétitivité* car il ne s'agit pas seulement de livrer un produit aux consommateurs, mais aussi de fournir le produit au moment précis où les consommateurs en ont besoin, sous une forme maniable et pratique.

La combinaison de ces éléments rassure les clients quant à la sécurité sanitaire et la fiabilité du produit et a un impact sur l'image de l'entreprise elle-même.

La sécurité sanitaire est devenue une «exigence» du marché qui est venue s'ajouter aux exigences de qualité existantes du produit. Comme indiqué dans le Codex Alimentarius, elle est «la garantie que l'aliment ne causera aucun préjudice au consommateur lors de sa préparation et/ou de sa consommation, en conformité avec l'usage pour lequel il est destiné». Bien que la sécurité sanitaire ne soit pas un concept nouveau, ce n'est que récemment que des efforts sérieux ont été entrepris pour veiller à la conformité des produits commercialisés avec les exigences en

matière de sécurité sanitaire, car la principale conséquence d'une mauvaise hygiène dans la transformation des aliments et leur manipulation est une exposition des consommateurs à des risques de maladies d'origine alimentaire. L'agence gouvernementale principale en matière de protection de la santé publique et de sécurité publique des États-Unis (*Centre for disease control and prevention*, CDC) a indiqué que, entre 1988 et 1998, *Salmonella* et *Escherichia Coli* ont été les deux principaux agents bactériens responsables de la plupart des maladies associées aux denrées alimentaires aux États-Unis.

La sécurité sanitaire est une condition fondamentale pour un produit de qualité. Un produit doit être sain avant tout, alors seulement est-il possible de chercher à le différencier par le biais d'autres attributs comme sa saveur, sa valeur nutritive et/ou sa zone de production.

La qualité comme condition préalable à la compétitivité sur les marchés

Comme nous l'avons expliqué précédemment, la vision traditionnelle de la qualité orientée seulement vers la production, définie par le fait que les produits soient «exempts de défauts», a été considérablement élargie ces dernières années. Aujourd'hui, la qualité est orientée vers le marché, ce qui signifie que l'objectif est de satisfaire les clients et implique beaucoup plus que la simple prévention de défauts. La qualité est donc considérée comme une condition préalable au succès sur des marchés agroalimentaires de plus en plus concurrentiels et elle devient une source majeure d'avantage compétitif.

«La qualité est aujourd'hui à la base de la compétitivité des entreprises, à la fois pour résister à la concurrence étrangère sur les marchés locaux et pour trouver des débouchés à l'exportation.»¹

¹ ONUDI, 2005. *Les petites et moyennes entreprises alimentaires à l'heure de la qualité. Approche qualité de l'ONUDI dans le secteur agroalimentaire. Expériences et études de cas au Burkina Faso.*

La qualité apporte des avantages aux entreprises qui font de sa gestion leur philosophie de travail. Convaincues que la satisfaction du consommateur est primordiale, ces entreprises établissent une politique opérationnelle leur permettant de garantir la qualité de leurs produits. Il est intéressant d'analyser en quoi des produits de bonne ou de mauvaise qualité peuvent avoir une incidence sur l'entreprise:

- **Coûts de production et part de marché***. Les entreprises avec les normes de qualité les plus élevées ont démontré qu'elles étaient aussi les plus productives. Les coûts se sont avérés être minimisés lorsque 100 pour cent de leurs biens ou services étaient exempts de défauts.
- **Perte d'image**. Les entreprises dont les produits sont rejetés en raison de leur mauvaise qualité perdent la confiance des distributeurs et des consommateurs. Elles devront travailler très dur pour se débarrasser de cette image négative et retrouver leur position sur le marché.
- **Réclamations pour dommages ou blessures**. Les entreprises qui fournissent des produits ou des services défectueux peuvent être rendues responsables et poursuivies pour des dommages ou blessures résultant de leur utilisation.

Outils d'assurance qualité et normes

L'ouverture des marchés et la circulation grandissante des denrées alimentaires entre les pays qui en résulte ont rendu de plus en plus nécessaire le fait de devoir garantir aux consommateurs que ce qu'ils mangent ne nuit pas à leur santé. Pour cette raison, les gouvernements ont été obligés d'élaborer et de mettre en œuvre des réglementations nationales et internationales garantissant la sécurité sanitaire des aliments et ces règlements sont devenus une condition d'accès aux marchés. Par exemple, il existe de nombreuses raisons qui expliquent le fait que les États-Unis rejettent les importations, comme l'illustre le Tableau 2.

TABLEAU 2

Principales raisons de détention, rejet et destruction de produits alimentaires exportés vers les États-Unis

Raisons du rejet	Pourcentage
Présence d'insectes, rongeurs, oiseaux	32,0
Contamination microbiologique et décomposition	18,5
Faible teneur en acide dans les conserves	12,5
Étiquetage incorrect	10,0
Niveaux de résidus de produits chimiques inacceptables	7,0
Présence d'additifs non autorisés, ou au-delà des niveaux autorisés	4,5

Source: FDA, cité par Harrison, 2004.

Un autre facteur qui a clairement influencé l'adoption de normes de qualité concerne l'augmentation du nombre de produits alimentaires emballés et l'évolution de la perception des consommateurs, en particulier dans les zones urbaines et parmi la population éduquée. Certains de ces systèmes d'assurance qualité sont devenus la norme dans plusieurs pays. C'est le cas des Bonnes pratiques agricoles (BPA)*, des Bonnes pratiques de fabrication (BPF)* et de l'analyse des risques et contrôle des points critiques (*Hazard analysis and critical control points*, HACCP*). D'autres outils d'assurance qualité sont nécessaires pour l'exportation vers certains marchés, par exemple GLOBALGAP*.

Bonnes pratiques agricoles (BPA)

Il s'agit d'un ensemble de lignes directrices établies pour garantir l'hygiène et la sécurité des produits agricoles. Les BPA se concentrent autour des aspects de la production qui peuvent compromettre la qualité, la protection de l'environnement ou les conditions de travail ou qui peuvent affecter la qualité sanitaire des denrées alimentaires, incluant: l'eau, le sol, les engrais, la protection des cultures, la gestion de la récolte et des activités de post-récolte, la santé et le bien-être de la main d'œuvre et la traçabilité. Ces pratiques doivent être dûment enregistrées afin d'assurer le suivi et faciliter la gestion des activités ayant lieu au niveau de l'exploitation agricole.

Bonnes pratiques de fabrication (BPF)

Il s'agit d'un ensemble de mesures d'hygiène minimales à respecter pour éviter la contamination des aliments aux différentes phases de transformation et de commercialisation d'une denrée alimentaire.

Analyse des risques et contrôle des points critiques (HACCP)

Il s'agit d'un système d'identification, d'évaluation et de suivi des risques sanitaires, et sur cette base, de contrôle des points critiques pour éviter de tels risques. De nombreux pays ont rendu la mise en œuvre du système HACCP obligatoire, car il facilite l'inspection par les autorités responsables de la réglementation dans le secteur de la production alimentaire et permet la promotion du commerce international en augmentant la confiance des consommateurs et des acheteurs. La méthode HACCP est néanmoins lourde et coûteuse à mettre en œuvre pour les petites unités de production. Incontournable pour les produits destinés à l'exportation, elle peut être remplacée par l'utilisation de normes intermédiaires ou dynamiques pour les produits destinés aux marchés locaux (voir ci-dessous).

GLOBALGAP (EX EUREPGAP)²

C'est un système privé de gestion de la qualité qui a débuté en 1997 à l'initiative de détaillants de l'*Euro-retailer produce working group* (EUREP).

² <http://www.globalgap.org>

Élaboré par la grande distribution nord-européenne pour harmoniser les bonnes pratiques agricoles au niveau international, le référentiel GLOBALGAP s'adresse aux producteurs de fruits et légumes frais. Cela signifie que les entreprises exportant des fruits et des légumes frais via les supermarchés, membres de GLOBALGAP, doivent mettre en œuvre des BPA définies par le référentiel GLOBALGAP. Il couvre le processus du produit certifié depuis les intrants agricoles, comme le fourrage ou les jeunes plants, ainsi que la totalité des activités agricoles jusqu'au moment où le produit quitte l'exploitation. GLOBALGAP est un label *business to business** et n'est donc pas directement visible pour les consommateurs.

Techniquement parlant, GLOBALGAP correspond à un ensemble de normes spécifiques à respecter pour garantir l'intégrité, la transparence et l'harmonisation des réglementations agricoles du monde entier, autres, des exigences en matière de sécurité de la production de denrées alimentaires, et en matière de préservation de la santé des travailleurs, leur sécurité et leur bien-être, le bien-être animal et le respect de l'environnement.

Lorsque les organisations de producteurs ou les producteurs individuels reçoivent l'approbation de GLOBALGAP, un certificat leur est délivré par un organisme accrédité. Les organismes de certification reçoivent une formation et sont régulièrement évalués. Les principes de GLOBALGAP reposent sur les concepts suivants:

- **Sécurité sanitaire:** la sécurité sanitaire est basée sur des critères découlant de l'application des principes généraux des BPA, des bonnes pratiques de gestion et du système HACCP.
- **Protection de l'environnement:** elle est basée sur le volet environnement des BPA, conçu pour réduire au minimum les effets néfastes de la production agricole sur l'environnement.
- **Santé, sécurité et bien-être des travailleurs:** il s'agit de critères généraux pour la santé et la sécurité dans les exploitations agricoles, ainsi que d'exigences relatives à une prise de conscience et à une responsabilité sur le plan social.
- **Bien-être animal (quand il s'applique à la situation):** définition de critères généraux pour l'élevage des animaux.

Pour en savoir plus sur ces normes alimentaires, il est conseillé de consulter le site Web du Codex Alimentarius (http://www.codexalimentarius.net/web/index_fr.jsp). Vous y trouverez toutes les normes officielles indiquées par titre et année d'adoption. Vous pouvez également effectuer une recherche par mots-clés.

En outre, il existe des systèmes de normes volontaires pour la certification de programmes d'assurance qualité, tels que l'Organisation internationale de normalisation (*International organization for standardization*, ISO).

Normes ISO*

L'objectif des normes ISO est de rendre la transformation et la distribution de denrées alimentaires plus efficaces, plus sûres et plus propres, et de faciliter le commerce international grâce à la normalisation des produits. Bien que les normes ISO soient très spécifiques pour chaque catégorie de produits, les séries ISO 9 000 et ISO 14 000 ont été conçues comme des «normes génériques relatives aux systèmes de gestion». Cela signifie qu'elles peuvent être appliquées à tout type d'entreprise, selon sa taille et ses produits, sans faire de distinction entre les secteurs d'activité ou les catégories (privés, publics ou autonomes).

Les normes ISO 9 000 sont destinées à garantir la qualité d'un procédé, à savoir les opérations qu'une entreprise réalise pour faire en sorte que ses produits répondent bien aux exigences des consommateurs. Ces normes sont donc conçues pour déterminer la façon dont les entreprises s'acquittent de leur travail, et ne correspondent pas à une mesure du résultat final.

Les normes ISO 14 000 sont principalement liées à la gestion de l'environnement et certifient qu'une entreprise ou une entité a adopté les mesures nécessaires pour éliminer tout effet causé par ses activités préjudiciables pour l'environnement.

Un barème d'honoraires pour la certification des systèmes de gestion de la sécurité sanitaire ISO-22 000 peut être consulté à partir des sites Web des organismes de normalisation respectifs des différents pays. De même, chaque pays a ses propres normes de gestion de l'assurance qualité.

NORMES RÉGIONALES DE QUALITÉ ET NORMES INTERMÉDIAIRES OU DYNAMIQUES

En Afrique de l'Ouest, les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la qualité des produits agroalimentaires, phénomène lié à l'élévation du niveau de vie, l'urbanisation et l'émergence d'un consumérisme. L'élaboration de normes de qualité au niveau régional peut encourager les opérateurs à se saisir de l'opportunité que constitue cette segmentation du marché pour mieux valoriser leurs produits et améliorer leur revenu, tout en satisfaisant les exigences des consommateurs. Le programme qualité mis en place dans la zone UEMOA, puis étendu à la CEDEAO, a pour l'instant principalement visé la construction d'un dispositif institutionnel régional et l'appui aux acteurs tournés vers l'exportation. Pour le marché régional, l'enjeu porte à la fois sur le niveau et sur le processus d'élaboration des normes qualité.

Ce dispositif a été mis en place avec l'adoption d'un schéma d'harmonisation des activités d'accréditation, de certification, de normalisation et de métrologie dans l'UEMOA et la création de trois structures:

- le Système ouest-africain d'accréditation et de certification (SOAC);
- le Secrétariat régional de la normalisation, de la certification et de la promotion de la qualité (NORMCERQ);
- le Système ouest-africain pour la métrologie (SOAMET).

Le programme a connu des avancées significatives en matière d'adoption de normes régionales: 22 projets de normes ont été élaborés dont 9 pour le secteur agricole et agroalimentaire et 33 sont au stade de l'enquête publique. On peut également citer parmi les résultats: l'adhésion de la plupart des Organismes nationaux de normalisation (ONN) des états membres de l'UEMOA à l'ISO; l'équipement de tous les ONN en matériel informatique et leur dotation en documents normatifs et réglementaires; la formation de cadres nationaux en normalisation; et la création d'un prix régional de la qualité.

La deuxième phase du Programme Qualité, visant l'extension du Programme à la zone CEDEAO, a été lancée en novembre 2008.

L'Organisation africaine de normalisation (ORAN) est l'organisme représentatif pour la normalisation, l'évaluation de la conformité et la promotion de la qualité en Afrique. Sa mission est de faciliter le commerce intra-africain et mondial, en encourageant la qualité par la coordination et l'harmonisation des normes, ainsi que par l'évaluation de la conformité en Afrique.

Il défend les points de vue communs de ses membres dans les forums internationaux et offre une série de services d'appui de valeur aux organismes nationaux de normalisation et aux autres parties prenantes.

L'ORAN a développé 733 standards dans de nombreux secteurs, et en particulier, en agriculture et en agroalimentaire.

Les efforts de normalisation dans les pays d'Afrique de l'Ouest sont par ailleurs fortement dictés par la nécessité de maintenir des débouchés à l'exportation vers l'UE. Ce prisme tend à laisser à l'écart un secteur artisanal, qui joue un rôle essentiel dans l'emploi et la lutte contre la pauvreté, et l'approvisionnement des marchés africains. Les milliers de petits opérateurs artisanaux ne sont, en effet, pas en mesure, dans l'immédiat, d'appliquer les procédures industrielles et les normes internationales.

L'enjeu dans ce secteur est de passer de procédés traditionnels visant la qualité organoleptique et relativement adaptés à des circuits courts, à d'autres pratiques

permettant d'atteindre des marchés plus éloignés, tout en assurant l'innocuité des produits.

Dans ce contexte, l'approche des **normes intermédiaires ou dynamiques**, basées sur les pratiques sociales et la notion de progressivité dans le niveau des normes, apparaît particulièrement pertinente. La concertation entre l'ensemble des acteurs pour définir les critères de qualité et les guides de bonnes pratiques d'hygiène est primordiale. La mise en place d'incitations économiques et de mesures d'accompagnement (formation, équipement des laboratoires d'analyse et des services de contrôle, etc.) doit compléter le dispositif.

L'élaboration des normes intermédiaires ou dynamiques repose, dans une première étape, sur un diagnostic précis de la qualité des produits. Cela suppose de réaliser un nombre important d'analyses microbiologiques et physicochimiques des produits et des plats et de les mettre en relation avec les pratiques pour élaborer des seuils réalistes, accessibles et assurant l'innocuité des produits après cuisson. La deuxième étape consiste à promouvoir des guides de bonnes pratiques d'hygiène par filière basés sur la méthode HACCP. Ces guides peuvent aussi servir de base à l'élaboration de manuels de procédures dans des entreprises semi-industrielles et industrielles. Ces normes peuvent être révisées régulièrement au fur et à mesure de l'amélioration de la qualité pour pouvoir atteindre les niveaux des normes internationales.

Afin de garantir le ou les attributs de qualité qui distinguent un produit auprès des consommateurs, les entreprises souhaitant certifier ces attributs doivent adopter des systèmes volontaires. En général, ces systèmes sont basés sur un cahier des charges ou une liste de spécifications établies par un agent externe ou par le biais d'une concertation entre les producteurs eux-mêmes. Cela sert de référence à l'organisme de certification, et permet de surveiller et de vérifier que le produit possède réellement les attributs de qualité revendiqués et définis au sein du protocole ou des spécifications.

La preuve visible que le produit a bel et bien été contrôlé est son emballage, qui porte une indication généralement connue sous le nom de «label de qualité». Il est utile de s'intéresser brièvement aux différents types de labels de qualité cités ci-dessous, en raison de leur utilisation grandissante et de leurs perspectives.

Gestion de la qualité dans la transformation laitière: expérimentation d'une démarche d'élaboration concertée de guides de bonnes pratiques d'hygiène au Sénégal et au Burkina Faso¹

Après plusieurs échecs de laiteries industrielles, la transformation du lait à petite échelle s'est développée en Afrique de l'Ouest pour valoriser la production locale et répondre aux besoins et attentes des acteurs. Le développement de ce secteur constitue un enjeu socioéconomique important en raison, notamment, des revenus induits par cette activité tant pour les acteurs de la transformation, que pour les éleveurs. Le succès de ces nouvelles mini-laiteries (ou micro-laiteries) est cependant tributaire d'une meilleure maîtrise de la qualité dans ces entreprises, car le lait est un produit sensible sur le plan microbiologique et physico-chimique.

Une démarche d'élaboration d'un guide de bonnes pratiques d'hygiène pour la transformation laitière, basée sur la concertation entre les professionnels et les services de l'État, avec la collaboration des autres acteurs institutionnels (laboratoires, recherche, développement, normalisation, association de consommateurs), a été mise en œuvre au Sénégal et au Burkina Faso.

L'objectif du projet est de:

- i. Concevoir et mettre à la disposition des acteurs économiques et petites entreprises de transformation agroalimentaires, le manuel *Guide de bonnes pratiques d'hygiène* (GBPH).
- ii. Ce guide, axé sur la sécurité des aliments, permet:
 - de définir les bonnes pratiques de fabrication (BPF) spécifiques au secteur laitier et en tenant compte de la réalité locale;
 - de fournir aux petites entreprises de transformation des éléments pratiques et adaptés à leur structure d'entreprise leur permettant d'initier une démarche HACCP.
- iii. Faire reconnaître au niveau de l'État la validité de cette démarche. Ce deuxième objectif vise à ce que la spécificité de leurs conditions de production, et des risques correspondant à leur activité, soit mieux pris en compte dans les réglementations nationales, régionales et internationales.

¹ Broutin, C.; François, M. et Niculescu, N. 2005. *Gestion de la qualité dans la transformation laitière: expérimentation d'une démarche d'élaboration concertée de guides de bonnes pratiques d'hygiène au Sénégal et au Burkina Faso*. Communication à l'atelier «Vers de nouvelles politiques laitières». <http://www.gret.org/ressource/pdf/07767.pdf>

Cette démarche innovante pourrait être mise en œuvre dans d'autres pays de l'UEMOA. Mais pour que de tels guides contribuent effectivement à créer un environnement propice au développement de la transformation du lait local, ils devront être largement diffusés et transposés en supports d'information et de formation pour tous les acteurs de la filière lait, les organismes d'appui et les agents de l'État. Les organisations professionnelles devront en faire la promotion et inciter leurs membres à les appliquer. Il est également nécessaire de réfléchir aux modalités qui permettront que leur application puisse donner aux professionnels une reconnaissance de qualité. Enfin, ils devront être pris en compte dans la réglementation par l'élaboration de textes au niveau national et régional (UEMOA) qui encouragent leur rédaction et leur application, qui précisent les processus d'élaboration et les démarches officielles de validation afin que ces guides soient notamment pris en compte par les organismes de contrôle et dans la révision des textes réglementaires et des normes à partir des remarques et recommandations formulées par les comités de suivi.

Guide disponible à l'adresse suivante: <http://www.gret.org/ressource/pdf/07687.pdf>

Marques et labels de qualité

CERTIFICATION DES PRODUITS BIOLOGIQUES

L'agriculture biologique est un système de gestion holistique de la production qui favorise la santé de l'agrosystème, y compris la biodiversité, les cycles et l'activité biologiques des sols. Le principal objectif de l'agriculture biologique est d'optimiser la santé et la productivité d'entités interdépendantes que constituent la vie des sols, les plantes, les animaux et les êtres humains.

Dans cette optique, des méthodes culturales, biologiques et mécaniques sont, dans la mesure du possible, utilisées de préférence aux produits de synthèse, pour remplir toutes les fonctions spécifiques du système³.

En conséquence, l'agriculture biologique est un système de production qui peut être tout aussi, ou encore plus complexe que les systèmes de production conventionnels – y compris ceux qui utilisent les technologies avancées. Les denrées alimentaires obtenues par les systèmes de production biologique* sont sans danger pour la santé humaine, car ils ne contiennent pas de résidus agrochimiques dangereux, ni de résidus de médicaments et ils ne polluent pas l'environnement.

³ Codex Alimentarius. 1999. *Directives concernant la production, la transformation, l'étiquetage et la commercialisation des aliments issus de l'agriculture biologique*. <http://www.codexalimentarius.net>.

Pour pouvoir commercialiser des produits biologiques, il faut les faire certifier par un organisme accrédité. L'objectif est de protéger les consommateurs et les producteurs contre des projets frauduleux faisant passer des denrées alimentaires conventionnelles pour biologiques.

Organismes de certification et réglementation

L'agriculture biologique est réglementée au niveau international et définie légalement par de nombreux pays. Ces réglementations sont généralement basées sur le référentiel international contenu dans le Codex Alimentarius de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et auquel la plupart des pays se réfèrent afin de définir les critères nationaux de l'agriculture biologique. Ces normes couvrent la production, la transformation et la commercialisation des produits biologiques. Les gouvernements d'un certain nombre de pays ont ensuite mis en place des organismes de normalisation nationaux pour réglementer et protéger la production biologique. À l'heure actuelle, la plupart des organismes de certification sont des structures privées et chacun établit ses propres exigences, sur la base des normes nationales ou internationales.

Il existe également les normes de la Fédération internationale des mouvements de l'agriculture biologique (IFOAM), association internationale coordonnant les organisations actives dans le secteur biologique. L'IFOAM offre, en outre, un programme d'accréditation pour les organismes de certification.

Coûts et procédures de certification de l'agriculture biologique

Les coûts de certification en agriculture biologique couvrent en principe les coûts d'inspection, le contrôle annuel et la documentation. Ces coûts sont généralement constitués d'une somme fixe, plus un pourcentage sur les ventes des produits certifiés (environ 22 pour cent du total des coûts de production et entre 0,3 et 3 pour cent de la valeur des ventes brutes). Une certification de groupe pour une entreprise associative locale est moins coûteuse (par exemple, 50-150 dollars EU par producteur), alors qu'une certification individuelle et/ou une certification par un organisme de certification international peut coûter entre 2 000 et 7 000 dollars EU.

Voici les procédures de certification des produits biologiques à suivre:

- Les opérateurs intéressés par ce type de certification doivent identifier la norme de référence qu'ils souhaitent appliquer, qui dépend du marché ciblé.
- L'opérateur fait une demande de certification.
- L'organisme de certification établit un budget de certification.
- Le budget est approuvé, un contrat et une déclaration sous serment sont signés.

- Les instructions du client, les documents de certification et les formulaires de coûts de certification sont établis.
- Le client rédige la fiche de certification, fournissant les informations fiscales appropriées.
- La première visite d'inspection a lieu.
- Le rapport d'inspection est délivré.
- Le rapport d'inspection est accepté et revu par le comité de certification.
- Le comité donne sa décision et le certificat est délivré, suivi lorsque c'est approprié, des formalités pour l'importation et les licences d'exploitation.

IAO, le bureau africain de l'IFOAM

L'IFOAM a créé son Bureau africain (IAO) en 2004 afin de faciliter le développement de l'agriculture biologique en Afrique.

L'IFOAM fournit les outils et une plateforme pour l'échange d'informations et d'expériences, et la mise en réseau sur les thèmes pertinents pour l'agriculture biologique en Afrique. Voici quelques-unes de ces activités:

- Le site Internet du Bureau africain fournit des informations générales utiles en français et en anglais au mouvement bio africain.
- Le Bureau africain publie le bulletin électronique *Africa organic News* qui est distribué gratuitement via courrier électronique en français et en anglais.
- Il travaille en collaboration avec des Points de contact IFOAM à travers l'Afrique, dans le but de renforcer l'échange d'informations et la mise en réseau entre les mouvements des différents pays africains.
- Il coordonne, à travers l'Afrique, l'étude globale sur les données statistiques sur l'agriculture biologique. Les résultats de cette étude sont publiés annuellement dans le livre *The world of organic agriculture* par l'IFOAM, l'Institut de recherche pour l'agriculture biologique (FiBL) et la *Stiftung ökologie und landbau* (SÖL).

La liste des organismes de certification opérant en Afrique est disponible sur le site de l'IFOAM à l'adresse suivante: http://www.ifoam.org/about_ifoam/around_world/africa_French.html

Les défis de l'agriculture biologique en Afrique¹

Plusieurs facteurs limitent l'évolution de l'agriculture biologique dans de nombreux pays d'Afrique, en particulier l'absence de structures régulatrices de l'agriculture biologique, de lois nationales, de corps d'inspection, de certification, et de commercialisation.

Actuellement, c'est l'organisme de certification français ECOCERT qui certifie la plus grande partie des produits biologiques venant d'Afrique de l'Ouest. Sur le continent, seule la Tunisie s'est dotée d'une régulation sur l'agriculture biologique, alors que le Sénégal a initié un processus de consultation et d'organisation en 1997. Selon un rapport de l'IFOAM, «le potentiel des approches biologiques, même celui des niches d'exportation à haute valeur ajoutée, n'a pas encore été reconnu par la majorité des gouvernements africains. En conséquence, la plupart des pays africains sont dépendants des normes étrangères et des agences de certification étrangères».

Pour que l'Afrique puisse mettre à profit l'énorme potentiel qu'elle possède en termes d'agriculture durable, il faudrait que des initiatives nationales ou régionales de régulation de l'agriculture biologique soient mises sur pied. Cette stratégie doit faire face à trois défis. Il s'agit, premièrement, d'impliquer le plus grand nombre possible d'acteurs provenant de plusieurs horizons; deuxièmement, d'harmoniser cette éventuelle régulation aux référents internationaux en la matière; et enfin, de bien cibler les produits à certifier en priorité ainsi que les marchés auxquels ils seront destinés.

¹ Audet, R. 2004. *La certification de l'agriculture durable comme stratégie de développement pour l'Afrique*. <http://www.francophonie-durable.org/documents/colloque-ouaga-a3-audet.pdf>

LABELS ET CERTIFICATION DU COMMERCE ÉQUITABLE

Aussi connu sous le nom de commerce alternatif ou solidaire, le commerce équitable se base sur une relation commerciale entre les pays de l'hémisphère Nord et ceux de l'hémisphère Sud, fondée sur la transparence, le dialogue et le respect. Il vise à améliorer l'équité du commerce international ainsi que le développement durable, en proposant de meilleures conditions et en s'efforçant de protéger les droits des producteurs isolés et des travailleurs. On estime à 5 millions le nombre de producteurs de 40 pays d'Amérique latine, d'Asie et d'Afrique bénéficiant du commerce équitable. En outre, plus de 200 entreprises et organisations de producteurs appartiennent à l'Association internationale pour le commerce équitable (*International fair trade association*, IFAT).

Organismes de certification et réglementation

Max Havelaar a créé le premier label de commerce équitable et a été suivi par d'autres, comme *Transfair* et *Fair Trade*, dont les labels ont été attribués à des entreprises correspondant aux critères du commerce équitable suite à un audit externe par un organisme de promotion de la marque. L'organisation internationale de certification du commerce équitable *Fairtrade labelling organization* (FLO) a été créée en 1997 afin de coordonner, réglementer et certifier à la fois les organisations et les producteurs se rattachant au commerce équitable.

Elle regroupe 20 initiatives pour la promotion et la commercialisation du label de certification du commerce équitable dans leur pays. C'est l'organisation leader pour l'établissement des normes du commerce équitable et sa certification. Régulièrement, elle contrôle et certifie environ 508 organisations de producteurs dans plus de 50 pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine.

Il faut comprendre que le commerce équitable correspond à une alternative pour accéder à un segment de marché spécifique et que pour y parvenir, les organisations de producteurs doivent satisfaire à un ensemble d'exigences évaluées par des organismes de certification du FLO, ou par les circuits de distribution du

Acteurs du commerce équitable en Afrique

- ✓ Organisations de solidarité internationale appuyant des groupes de producteurs: CCFD, ICCO
- ✓ Organisation internationale de certification du commerce équitable: FLO (*Fairtrade labelling organization*)
- ✓ Association internationale pour le commerce équitable: IFAT (*International fair trade association*)
- ✓ Réseaux africains: le COFTA (*Cooperation of fair trade in Africa*), l'AFN (*African fairtrade network*), le *West African fair trade network* (WAFN).

COFTA, un réseau africain de plus de 500 membres dans 22 pays africains

La Coopération pour le commerce équitable en Afrique (COFTA) est un réseau d'organisations impliquées dans le commerce équitable et travaillant avec les producteurs défavorisés de base, pour contribuer à l'élimination de la pauvreté par le commerce équitable. La mission de COFTA est d'améliorer les moyens d'existence durables des producteurs africains à travers des associations qui favorisent le commerce équitable en renforçant leur capacité à profiter des marchés universels.

Le COFTA, créé avec l'appui de l'IFAT, est très présent et actif en Afrique de l'Est et anglophone; son siège est à Nairobi (Kenya), il a cependant la volonté de se développer en Afrique de l'Ouest francophone.

commerce équitable. Une des orientations stratégiques (mais aussi restrictives) du système mis en place par la FLO consiste à ne considérer que des produits dont les marchés établis sont suffisamment importants pour couvrir les coûts de maintenance de l'initiative nationale qui assure leur promotion et les supervise. À ce jour, le FLO s'est limité à sept produits alimentaires: café, thé, cacao, sucre, miel, bananes et jus d'orange.

Le processus de contrôle s'apparente à celui de l'agriculture biologique, c'est-à-dire qu'il repose sur des inspecteurs indépendants qui rapportent leur évaluation à l'agence de certification. Pour l'instant, aucune loi n'encadre les certifications du commerce équitable. Il s'agit d'une initiative privée où les organisations non gouvernementales contrôlent l'ensemble du processus.

Commerce équitable et compétitivité des marchés (importance de la labellisation)

Le commerce équitable procure un bien-être social, environnemental et économique aux producteurs, tout en tenant compte des aspects liés à la qualité.

Le commerce équitable correspond à un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, et visant une plus grande équité du commerce international. Il contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales à des producteurs isolés et des travailleurs, et en protégeant leurs droits – en particulier dans le Sud.

Les organisations de commerce équitable ont un engagement clair vis-à-vis du commerce équitable en en faisant le cœur de leur mission. Soutenus par des consommateurs, ils sont activement engagés à: i) soutenir les producteurs; ii) sensibiliser; et iii) mener une campagne de changement des règles et pratiques du commerce international conventionnel. Ils peuvent être reconnus par la marque FLO.

Commerce équitable et agriculture biologique en Afrique: marchés et opportunités¹

Certains produits alimentaires ont un fort potentiel de certification en Afrique. En effet, certaines productions pourraient être facilement convertibles pour devenir biologiques parce qu'elles ne requièrent que très peu d'intrants chimiques, comme c'est le cas de la mangue, ou parce qu'elles poussent dans des zones où l'agriculture intensive est moins présente ou même inexistante.

¹ Audet, R. 2004. *La certification de l'agriculture durable comme stratégie de développement pour l'Afrique*. <http://www.francophonie-durable.org/documents/colloque-ouaga-a3-audet.pdf>

Deux secteurs ont un fort potentiel.

a. Les fruits et jus de fruits

Selon une étude de la FAO, les agrumes biologiques constitueraient les fruits les plus consommés parmi tous les fruits biologiques en Europe. Il s'agit d'un marché représentant entre 70 et 100 milliards de dollars EU et qui présente un très bon potentiel de croissance. Il apparaît, cependant, que la demande est majoritairement comblée, en Europe, par les pays membres de l'Union européenne. Il resterait, en revanche, un espace pour d'autres pays exportateurs lors de la période de croissance des agrumes, surtout pour la lime, le pamplemousse et le citron. D'autres marchés comme le Japon, ont aussi un fort potentiel de consommation d'agrumes biologiques puisque la production intérieure serait insuffisante d'ici quelques années. De plus, si l'accessibilité au marché des agrumes frais est saisonnière en Europe, celle des jus de fruits biologiques pourrait se révéler plus régulière. Selon les estimations de la FAO, la consommation de ce type de produit pourrait passer de 15 millions de litres en 2004 à 40 millions en 2010. Une augmentation semblable de la consommation est aussi à prévoir au Japon. Étant données les limites de certains marchés, la certification équitable, ajoutée à la certification biologique, pourrait ouvrir un espace pour des agrumes africains.

Actuellement, seulement deux organisations de producteurs de fruits frais sont certifiées équitables en Afrique de l'Ouest. Parmi les fruits qui sont exportés sous ces labels, on retrouve notamment la mangue et la banane. Ici encore, ces fruits pourraient être destinés à l'Europe ou au Japon, alors que ces pays s'approvisionnent actuellement en Amérique latine. La banane, cependant, est très difficile à cultiver de manière biologique, étant donnée l'absence de moyens pour lutter contre la maladie fongique de la cercosporiose noire. Dans ce cas, la certification équitable pourrait être plus appropriée pour ce fruit.

Selon le FLO, la banane est le produit le plus dynamique du marché équitable, alors que les ventes ont augmenté de 26 pour cent dans l'intervalle 2001-2002 (FLO, 2004). En Afrique de l'Ouest, la valeur des exportations de bananes a été de près de 77 millions de dollars en 2002, ces recettes provenant surtout de la Côte d'Ivoire (FAO, 2004). Pour ce qui est de la mangue, l'Afrique de l'Ouest, dont le Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire et le Mali sont les plus gros producteurs, a exporté pour près de 2 millions de dollars en 2002 (FAO, 2004). Ces fruits pourraient être exportés frais, mais leur transformation en jus augmenterait sans doute les revenus locaux. C'est d'ailleurs la voie qu'ont choisie plusieurs acteurs du commerce équitable au Brésil.

b. Les plantes médicinales et les épices

L'Afrique possède un capital de biodiversité immense qui pourrait très bien être exploité de manière durable en utilisant les circuits de commercialisation équitable et biologique. Parmi les plantes prisées dans les pays en développement, notons d'abord le karité, qui est utilisé dans la fabrication de produits d'hygiène, de cosmétique et de santé. Le beurre de karité pourrait être un débouché intéressant pour les communautés rurales. En 2002, l'Afrique de l'Ouest a exporté pour près de 4 millions de dollars de noix de karité (FAO, 2004).

Parmi les autres produits susceptibles de trouver une demande dans l'industrie de la transformation alimentaire ou de la naturopathie, il y a le rocou (un arbuste qui sert de colorant alimentaire), la noix de kola (une plante médicinale), le gingembre et d'innombrables épices et herbes. Pour l'Afrique de l'Ouest, les exportations de noix de kola ont représenté 809 000 dollars en 2002, les épices 345 000 dollars et le gingembre 1 406 000 dollars (FAO, 2004).

Quelques-uns de ces produits ont un potentiel de certification élevé pour le commerce équitable, étant donné leur mode de culture plus traditionnel et l'organisation communautaire qui l'entoure. La culture et la cueillette des noix de karité, par exemple, exige peu ou pas d'intrants chimiques; elle est souvent faite de façon naturelle. La certification biologique serait alors facile à obtenir et elle permettrait de planifier à plus long terme la ponction de cette ressource afin de s'assurer qu'elle sera durable.

LABELS LIÉS À L'ORIGINE

Ces labels ou marques sont accordés à certaines denrées alimentaires et à des produits non alimentaires ayant des caractéristiques d'authenticité liées à des facteurs sociaux, culturels et/ou à des ressources naturelles. Ils sont définis et régis par divers organismes nationaux et lois nationales et internationales, et se réfèrent souvent à un nom de lieu, de région ou de pays spécifique.

Les plus connus sont les Indications géographiques (IG) et les Appellations d'origine (AO).

Ils sont utilisés pour qualifier un produit dont les caractéristiques ou attributs, la qualité ou la réputation de son lieu d'origine, dérive entièrement ou en partie de l'environnement géographique dans lequel le produit est élaboré, transformé ou manufacturé – ce qui inclut des facteurs humains et naturels.

Ils permettent de promouvoir la qualité supérieure de produits et le développement de systèmes de gestion de la qualité et de la traçabilité.

Les premières indications géographiques ont été attribuées en Europe au vin et à l'huile d'olive et ont ensuite été étendues à d'autres produits comme le fromage et les viandes froides.

Plusieurs produits traditionnels africains sont aujourd'hui associés à une origine géographique: le gari du Bénin ou du Ghana, l'huile de palme de Guinée, l'oignon rouge de Galmy ou du Niger, etc.

Le réseau international d'indications géographiques (*Organisation for an International geographical indications network*)

OriGIn¹ est une ONG qui a été lancée en juin 2003 et représente plus de deux millions de producteurs issus du monde entier: Afrique, Asie, Amérique du Nord et du Sud, Europe de l'Est et de l'Ouest. OriGIn travaille à la promotion des indications géographiques en tant qu'instrument de développement et de protection des savoir-faire traditionnels. Elle milite en faveur d'une meilleure protection et promotion des indications géographiques au niveau international.

¹ <http://www.origin-gi.com/>

Le processus d'obtention d'un label lié à une origine locale ou régionale est complexe et spécifique. En outre, il est généralement coûteux et demande des efforts particuliers pour pouvoir s'adapter au cadre réglementaire et administratif national, sans parler des aspects techniques pour la fabrication des produits eux-mêmes. Il est donc essentiel pour les producteurs intéressés de s'organiser et de désigner des représentants auprès d'un certain nombre d'institutions et de secteurs économiques impliqués dans la gestion des systèmes de label de qualité nationaux.

Projet pilote de promotion et de protection des indications géographiques de l'OAPI¹

L'idée du projet est née à la suite du séminaire sous-régional qui s'est tenu à Conakry (Guinée) sur «l'usage des marques et des indications géographiques» du 23 au 25 janvier 2000, organisé par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) en collaboration avec le Gouvernement de la Guinée.

C'est à la suite de ce séminaire que le projet pilote pour la promotion et la protection des indications géographiques en Afrique a été initié par l'OAPI en partenariat avec l'OMPI, l'Institut national de la propriété industrielle de France (INPI), et la coopération technique française assurée par l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité) et le CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement).

Il a été convenu de circonscrire le projet à quatre pays membres de l'OAPI et d'étendre ensuite les résultats positifs de cette phase pilote aux autres pays.

En 2001, une trame technique de description de produits potentiels, candidats possibles à une reconnaissance par IG fut proposée par l'INAO. Cette trame technique a été mise en œuvre par les Structures nationales de liaison avec l'OAPI du Burkina Faso, du Cameroun, de Côte d'Ivoire et de Guinée (pays pilotes retenus au départ). Dans le cadre de l'application de cette grille, neuf produits ont été identifiés. Une liste de produits potentiels a été proposée pour les quatre pays pilotes: haricot vert et beurre de karité au Burkina Faso, manioc et canne à sucre au Cameroun, riz de Man et toile de Korhogo en Côte d'Ivoire, ananas de Mafrenya et banane de Naine en Guinée.

Pour la suite du projet, l'OAPI a récemment bénéficié d'un financement de la part de l'Agence française de développement (AFD), destiné à identifier des produits dans une douzaine de pays et à mener plusieurs d'entre eux à la reconnaissance en IG (miel blanc de Oku et poivre de Penja au Cameroun, café Ziama en Guinée, toiles de Korhogo en Côte d'Ivoire).

Les produits qui ne seront pas reconnus comme pertinents pour bénéficier d'une reconnaissance sous indication géographique pourraient être mieux valorisés à travers d'autres outils que sont les marques collectives.

¹ Edou Edou, P. 2008. *La protection des indications géographiques et des appellations d'origine en Afrique - état des lieux et perspectives*. OAPI. http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_lis_08/wipo_geo_lis_08_theme2_edou_edou.pdf

Conclusions sur l'étude de cas

Après avoir comparé vos connaissances antérieures avec le contenu de l'unité, répondez aux questions suivantes en essayant d'optimiser l'usage de vos nouvelles connaissances:

1. À votre avis, quels sont les attributs de qualité intrinsèques qui ont permis à la mangue séchée de trouver des débouchés importants sur le marché européen? Pouvez-vous rapprocher ce cas avec un des produits de votre propre entreprise associative?

.....
.....

2. Quels sont, au contraire, les aspects qui mettent en jeu cette qualité? Quelles en sont les causes?

.....
.....

3. Comment les petites entreprises de transformation agroalimentaire de ces pays arrivent-elles à se conformer aux normes de qualité en vigueur sur les marchés internationaux?

.....
.....

4. Est-ce qu'une stratégie identique ou similaire pourrait être adoptée par votre propre entreprise associative?

.....
.....

5. Quel est le rôle joué par les organisations professionnelles de petites entreprises pour répondre au mieux aux besoins des petites entreprises en matière de qualité?

.....
.....

6. Quelles autres stratégies ont été adoptées pour valoriser les attributs de qualité de la mangue séchée?

.....
.....

Exercice de groupe**Revenons à l'étude de cas sur la production de mangue séchée au Burkina Faso, présentée dans cette unité**

Les GIE ayant décidé de produire des mangues séchées équitables ont réalisé une étude qui leur a permis d'obtenir des informations sur le commerce équitable, d'évaluer les débouchés potentiels de leur produit et d'identifier les exigences nécessaires pour accéder à ce marché de niche.

En vous basant sur cette information:

- Élaborez un tableau présentant les exigences auxquelles les GIE doivent répondre afin de pouvoir être présents sur le marché du commerce équitable. Vous pouvez vous baser sur le tableau ci-dessous. (Pour plus d'informations consulter le site: www.fairtrade.net)
- Trouvez les institutions de votre pays qui peuvent fournir des informations et des contacts avec le mouvement du commerce équitable

Exigences du commerce équitable

Exigences	Exigences minimales	Autres exigences
1. Exigences générales		
1.1 Développement social		
1.2 Taille de l'exploitation		
1.3 Démocratie, participation, transparence		
1.4 Discrimination		
2. Exigences spécifiques		
2.1 Attribution d'une prime pour le commerce équitable		
2.2 Capacité d'exportation de l'organisation		
2.3 Consolidation économique de l'organisation		
2.4 Environnement		
2.5 Conditions de travail		

Résumé

- La qualité correspond à un ensemble de propriétés et de caractéristiques d'un produit ou service visant à satisfaire les besoins explicites ou implicites des consommateurs. Il s'agit donc d'une notion subjective et évolutive.
- Dans le cas des produits agroalimentaires, la qualité inclut de nombreux facteurs tels que: la sécurité sanitaire, les caractéristiques organoleptiques (goût, arôme, couleur, texture), la fonctionnalité, le coût, et l'impact environnemental, socioéconomique, culturel, etc.
- La sécurité sanitaire est désormais une «exigence» du marché qui est venue s'ajouter aux exigences déjà existantes en matière de qualité d'un produit. Comme indiqué dans le Codex Alimentarius, c'est «la garantie que l'aliment ne causera aucun préjudice au consommateur lors de sa préparation et/ou de sa consommation, en conformité avec l'usage pour lequel il est destiné».
- Les Bonnes pratiques agricoles (BPA), les Bonnes pratiques de fabrication (BPF) et l'analyse des risques et contrôle des points critiques (*Hazard analysis and critical control points*, HACCP*) sont autant d'outils pour garantir la qualité sanitaire d'un produit et dans certains pays, elles ont été rendues obligatoires par la loi. D'autres outils, tels que GLOBALGAP, sont nécessaires pour l'exportation vers certains marchés. Il existe également des systèmes de certification des programmes d'assurance qualité, comme les normes de l'Organisation internationale de normalisation (*International organization for standardization*, ISO), appliquées sur une base volontaire.
- En Afrique de l'Ouest, la mise en place de normes régionales de qualité et de normes intermédiaires peut permettre aux petites entreprises d'adopter une démarche qualité pour garantir l'innocuité de leurs produits et atteindre ensuite des marchés plus éloignés.
- Il est possible d'utiliser les attributs spécifiques d'un produit pour pénétrer certains segments de marchés ou différencier les produits sur des marchés existants. Par exemple, certains groupes de consommateurs préfèrent acheter des produits à haute valeur nutritionnelle, ou des produits biologiques, ou respectueux de l'environnement, ou encore fabriqués selon des méthodes traditionnelles ou originaires d'un lieu spécifique et sont, pour cela, prêts à payer le prix nécessaire.
- Il existe des systèmes de surveillance volontaires pour garantir aux consommateurs qu'un produit agroalimentaire possède bien un ou plusieurs attributs de qualité permettant de le différencier. Ces systèmes sont basés sur un cahier des charges, établi par un acteur extérieur ou à travers un accord entre les producteurs eux-mêmes. Cela sert de référence à l'organisme de certification et permet de surveiller et de vérifier que le produit possède

réellement les attributs de qualité revendiqués et définis par le cahier des charges.

- La preuve visible que le produit a bel et bien été contrôlé est l'étiquette apposée sur l'emballage, garantie de la qualité connue génériquement sous le nom de «label de qualité». Les labels les plus reconnus à l'échelle internationale sont les labels biologiques, les labels de commerce équitable, les labels d'indication géographique ou appellation d'origine et les certifications d'organisations de détaillants comme GLOBALGAP.

Évaluation de l'unité

Répondez aux questions suivantes sur des feuilles à part:

1. Selon votre propre expérience et celle de votre entreprise associative, connaissez-vous des labels de qualité ayant été mis en place? Votre entreprise associative a-t-elle utilisé ou tenté d'utiliser des labels de qualité?

.....
.....
.....

2. La garantie de la qualité sanitaire des aliments est la condition de base à respecter avant d'accéder à d'autres labels de qualité. Considérez-vous que le système de garantie de la qualité mis en place par votre entreprise associative soit approprié?

.....
.....
.....

3. Quels sont, selon vous, les principaux avantages apportés par les labels de qualité? Quels sont les principaux problèmes que l'on peut rencontrer en tentant de les utiliser?

.....
.....
.....

4. Avec vos propres mots, définissez les termes suivants: i) qualité; ii) attribut de qualité spécifique; iii) label de qualité; iv) commerce équitable; v) GLOBALGAP; vi) labels d'indications géographiques.

.....
.....
.....

En tentant de répondre à ces questions, si vous avez des doutes ou le sentiment que vous ne possédez pas suffisamment d'éléments pour l'analyse, réviser le manuel, consultez le guide de lecture ou contactez l'animateur.

Utilisation des Nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)

UNITÉ TROIS

LISTE DES SUJETS ABORDÉS

1. Mise en contexte
2. Étude de cas: Manobi Sénégal – L'usage des NTIC au service du secteur rural et de la pêche
3. Analyse de l'étude de cas
4. Potentiel des NTIC
5. Conseils de base pour la recherche d'informations sur Internet
6. Conclusions sur l'étude de cas
7. Exercice de groupe
8. Résumé
9. Évaluation de l'unité



Le saviez-vous?

Comme nous l'avons indiqué dans les précédentes unités, une bonne connaissance du marché est essentielle pour permettre aux entreprises de planifier et d'orienter leur production, définir des circuits de commercialisation* et évaluer leurs besoins logistiques. Pour pouvoir faire front, les entreprises ont besoin de services de soutien, et en particulier d'un service d'information. L'accès à l'information s'est amélioré grâce à l'avènement des nouvelles technologies de l'information. Savez-vous à quoi correspondent ces nouvelles technologies? Y avez-vous déjà eu accès? Pensez-vous que vous avez tiré un bénéfice en les utilisant?

Une fois cette unité terminée,
vous serez en mesure de:

-  Identifier, à partir de votre propre expérience, l'utilisation que fait et que pourrait faire votre entreprise des NTIC.

- 🌀 Apprécier la façon dont des programmes et des projets peuvent utiliser les NTIC pour fournir des services de soutien au développement des entreprises associatives.
- 🌀 En apprendre plus sur les bases de données spécialisées et autres ressources disponibles sur Internet, qui pourraient fournir une aide pour la gestion de votre entreprise associative, et trouver comment y accéder.
- 🌀 Chercher et trouver des informations sur Internet en utilisant un navigateur de base.



Mise en contexte

Comme vous avez pu le voir, une connaissance du marché est essentielle pour permettre aux entreprises agroalimentaires de planifier leurs productions et leurs ventes, et, pour cela, elles ont besoin en permanence de toujours plus d'informations de qualité. Parallèlement, on a pu observer un développement impressionnant des Technologies de l'information et de la communication (TIC), dont l'accès et l'utilisation sont, sans aucun doute, les facteurs clés de la compétitivité des agro-industries.

Les NTIC (Nouvelles technologies de l'information et de la communication) ont émergé et se sont développées à une vitesse incroyable au cours de ces dernières années, dans le cadre de la «révolution des connaissances». Plus précisément, elles constituent des outils permettant d'utiliser et de diffuser l'information plus rapidement, en plus grande quantité et pour de larges groupes de personnes, ce qui facilite la communication et les échanges entre des groupes différents et géographiquement éloignés.

Les NTIC regroupent les services bien connus de télécommunication, comme le téléphone, le téléphone portable et le fax. Une autre gamme de services est basée sur l'utilisation des télécommunications, de matériels et logiciels informatiques, incluant les e-mails, le transfert de fichiers d'un ordinateur à l'autre et surtout Internet, qui permet à tous les ordinateurs d'être potentiellement connectés, donnant ainsi accès à des sources de connaissances et d'informations stockées sur des ordinateurs du monde entier¹.

Internet est considéré comme le principal moteur responsable de l'ensemble de ce phénomène. Il est encore sujet à de nombreuses innovations et, selon le Centre national de la recherche italien (CNR), compte déjà plus de 377 millions d'utilisateurs dans le monde entier.

¹ Définition de la Commission européenne, disponible sur: <http://www.ecomaccess.com>

Tout cela est associé à l'évolution vers ce qu'on appelle la «société de l'information et de la connaissance», qui s'est manifestée de nombreuses manières. Peut-être que sa première apparition correspond à l'enseignement à distance. On peut citer l'exemple de l'Université virtuelle africaine (UVA), créée par la Banque mondiale en 1997. Plus récemment, nous avons pu voir émerger les groupes de discussion (e-groupes), les forums électroniques, le commerce électronique (e-commerce) et la vidéoconférence.

On constate des divergences de points de vue sur l'application des technologies de l'information et de la communication et sur les approches liées au monde rural. Alors que certaines critiques affirment qu'il accentue le fossé de l'information en raison des contraintes de connexion, d'autres pointent du doigt la résistance de la population rurale pour s'approprier ces nouveaux outils et le peu de formation disponible pour apprendre à utiliser ces technologies.

Cependant, il existe des signes montrant que ces technologies sont de plus en plus accessibles aux petits producteurs ruraux. On peut prendre l'exemple de Manobi², le premier opérateur sénégalais de services mobiles et Internet conçus pour les régions rurales et les secteurs agricoles des pays en voie de développement. La plateforme multi-services de Manobi (MCSP) utilise les technologies de la téléphonie mobile et de l'Internet ainsi que des services destinés à satisfaire les besoins spécifiques en technologies de l'information de millions de personnes travaillant en milieu rural, ainsi que ceux des opérateurs de télécommunications qui souhaitent accroître leur trafic et leur couverture. Manobi a mis en place une plateforme technologique économique et facile d'utilisation qui, en plus des services vocaux traditionnels fournis par les opérateurs mobiles, permet à ceux-ci d'offrir des services de données (Web, WAP, SMS) facilement accessibles. L'entreprise a aussi développé un ensemble d'applications innovantes et de services d'e-business fondés sur la demande des utilisateurs et qui génèrent une réelle valeur ajoutée pour les professionnels des secteurs de la pêche et de l'agriculture (producteurs, pêcheurs, intermédiaires, grossistes en produits de la pêche, transformateurs, exportateurs, importateurs, détaillants, etc.).

² <http://www.manobi.net>

Étude de cas: Manobi Sénégal – L'usage des NTIC au service du secteur rural et de la pêche

«Tous les matins, avant de faire le tour de son exploitation de Keur Ndiaye Lô (à environ 30 km de Dakar), Mamadou Lamine Sané utilise son téléphone portable».

USAGE DU TÉLÉPHONE PORTABLE POUR SE CONNECTER À INTERNET

Grâce aux services multimédias professionnels développés par la société Manobi, l'agriculteur de 47 ans se renseigne quotidiennement sur:

- l'offre et la demande des marchés locaux et les prix auxquels ses produits (choux, oignons et tomates) doivent être vendus.

CONTEXTE

Les téléphones mobiles sont largement répandus au Sénégal où l'on trouve déjà plus de 600 000 utilisateurs sénégalais. Avec un milliard d'utilisateurs dans le monde, le GSM constitue la technologie la mieux adaptée pour permettre la fourniture de services à valeur ajoutée dans des zones rurales dans lesquelles une infrastructure GSM peut être étendue pour un coût modéré. Les services mobiles prépayés s'adaptent parfaitement au mode de vie des habitants des régions rurales ainsi qu'à leurs contraintes locales, et des services de données mobiles à haut débit utilisant la technologie GPRS peuvent être facilement déployés pour un accès depuis des cyber-cafés.

MISE EN PLACE D'UN SERVICE D'INFORMATION SUR LES PRIX AGRICOLES

Premier opérateur sénégalais de services sur le mobile et l'Internet, Manobi Sénégal, créée en décembre 2002, est une joint-venture entre Manobi-France et la Sonatel, le réseau national de communication du Sénégal. Elle est spécialisée dans la fourniture d'informations pointues collectées en temps réel sur le terrain et à l'usage des professionnels du secteur rural de la pêche et l'agro-industrie.

Manobi a mis en place un service d'information agricole reposant sur le protocole Wap (*Wireless application protocol*), permettant aux producteurs agricoles d'être en meilleure position pour négocier avec les grossistes qui viennent acheter leur production. Le service offert par Manobi est la première application de «l'Internet sans fil» à être opérationnelle au Sénégal.

Le système repose tout d'abord sur la collecte et le traitement des données portant sur les prix des produits agricoles en cours sur les marchés. Une soixantaine de produits sont concernés (des fruits et légumes de même que des produits de la

pêche) et une dizaine de marchés sont couverts à Dakar et aussi à Cayar, Kaolack et Touba. Une équipe dynamique d'enquêteurs relèvent les prix quotidiennement, au détail, en gros ou semi-gros, selon des caractéristiques comme le type, la variété, l'origine ou le conditionnement du produit. Plus de 60 000 données sont ainsi collectées par jour. Il y a également un suivi des variations des prix sur la durée.

Une innovation technologique développée par la société permet à ses clients d'avoir accès à cette base de données en temps réel. Manobi a créé une convergence entre la technologie GSM et Internet ce qui permet de disposer de la bonne information, au bon moment, depuis n'importe quel terminal tel un téléphone mobile, un ordinateur ou un assistant personnel (PDA). Ce service permet ainsi de mettre en relation les clients de Manobi, producteurs, intermédiaires ou Banabana, pêcheurs, mareyeurs, exportateurs, fournisseurs d'intrants, organismes bancaires et de crédit, organisations professionnelles, etc.

La société a par ailleurs mis en place un service permettant d'obtenir ces informations sur le marché, en temps réel, par SMS. Il faut s'abonner pour recevoir chaque jour un SMS d'information sur les derniers prix et la disponibilité des produits concernés sur les marchés sélectionnés.

Grâce à une interface iconographiée, même les néophytes et les analphabètes peuvent utiliser le système, après une petite formation dispensée par Manobi.

Exemple d'utilisation: «Je veux connaître la valeur du produit 'tomate industrielle'»

Origine: Waloo

Conditionnement: cageot 50 kg

Marché: Tilène

Prix: ½ gros

Envoyer un SMS au '5090'

Un SMS avec le prix demandé s'affichera sur l'écran

ex: '250 FCFA/kg'

Formules d'abonnement proposées par Manobi:

Le service complet de base est facturé 100 FCFA/jour.

- ✓ Avantage (durée: 3 mois) Prix: 15 000 FCFA
- ✓ Privilège (durée: 6 mois) Prix: 45 000 FCFA
- ✓ Premium (durée: 12 mois) Prix: 150 000 FCFA
- ✓ L'inscription sur le Web est réservée aux titulaires d'abonnement mobile.
- ✓ Pour les autres, il faut appeler Manobi au 680.08.09.

CONCLUSION

Pour la population rurale qui représente 70 pour cent de la population active du Sénégal, les services proposés par Manobi sont des moyens d'améliorer les conditions de commercialisation des produits.

Aujourd'hui, 400 abonnés du milieu rural peuvent connaître en temps réel le cours des produits sur le marché, sans se déplacer, ce qui présente le double, avantage:

- d'éviter les déplacements coûteux pris auparavant sur le temps de production;
- de vendre au prix juste la production aux intermédiaires.

Manobi développe, par ailleurs, depuis février 2004, des services spécialisés de géolocalisation des unités mobiles. Elle consiste à positionner sur une cartographie, en temps réel, une force de vente, des camions d'une société de transport, des véhicules d'urgence et de sécurité, du personnel de maintenance, etc. Accessible via Internet, cette technologie de pointe allie le réseau satellite GPS aux outils classiques comme le téléphone mobile et Internet. Elle s'adresse aux entreprises souhaitant améliorer leurs performances et leur rentabilité sans investissement spécifique en informatique, ni perfectionnement de leurs ressources humaines. La SDE est la première société sénégalaise à adopter cette technologie de gestion des incidents sur son réseau. Elle lui a permis de réaliser des performances, des gains de productivité avec une réduction du temps de réaction pour les dépannages qui est passé de 90 à 34 mn.

Manobi: une entreprise sénégalaise finaliste de l'Oscar des technologies de l'information

Le 6 novembre 2009, la société sénégalaise Manobi a reçu à Johannesburg en Afrique du Sud ICT *Achievers Awards*, considéré comme l'Oscar des technologies de l'information en Afrique.

Manobi a été sélectionnée pour la qualité des solutions et services qu'elle offre au secteur de l'agriculture et de l'agro-industrie.

L'ICT *Achievers Awards* est organisé par l'Afrique du Sud sous la tutelle conjointe du Ministère sud-africain de la communication et du Ministère du commerce et de l'industrie. Il vise à récompenser les entreprises et les individus en Afrique contribuant par leurs actions et par leur exemple, à démontrer le potentiel des TIC, à stimuler la croissance du secteur et à encourager les initiatives africaines en Afrique.

Source: *Le Soleil*. 20.10.2004

Analyse de l'étude de cas

Sur la base de votre expérience personnelle, examinez les questions suivantes concernant l'étude de cas:

1. Selon votre expérience et celle de votre association, connaissez-vous d'autres services d'information, tels que celui mis en place par Manobi? En avez-vous fait l'expérience? Pensez-vous qu'un service semblable pourrait être adapté et utilisé dans votre propre milieu rural?
2. Dans le cas de votre association, est-il difficile d'accéder à Internet, ce qui agit comme une contrainte pour obtenir des informations?
3. Quelles perspectives voyez-vous pour la création d'un réseau de communication qui viendrait compléter les informations disponibles sur Internet? Cela pourrait-il être reproduit dans la zone où opère votre entreprise associative?
4. Quelles attitudes et valeurs devraient être renforcées afin d'accéder à de nouvelles connaissances et agir en tant que promoteur et conducteur d'un processus collectif d'acquisition des connaissances?

Gardez à l'esprit qu'à la fin de l'unité, vous serez invité à répondre aux mêmes questions à la lumière des nouvelles connaissances que vous aurez acquises.

Voir aussi

- ITC e-Chaupal, un système d'information pour le développement des entreprises rurales (livret Études de cas – Amérique latine et Asie).

Potentiel des NTIC

Aujourd'hui, le développement des NTIC a donné aux entreprises de plus grandes opportunités d'obtenir des informations pour les aider à gérer leurs activités et d'interaction avec les fournisseurs, les consommateurs et les concurrents. Nous nous référons spécifiquement au puissant outil que constitue Internet (WWW ou World Wide Web), qui donne aux petites et moyennes entreprises l'accès au monde entier.

Accès public aux NTIC en Afrique de l'Ouest¹

En Afrique, les formules d'accès public aux NTIC sont encouragées pour des raisons diverses, tant sociales qu'économiques. Les cybercafés et les télécentres constituent des exemples types de ce genre de formules. En Afrique de l'Ouest, la fréquentation des cybercafés est d'une telle ampleur que les bureaux de poste subissent une perte de recettes en ce qui concerne le courrier et les mandats postaux. Pour faire face à cette situation inattendue, les postes des différents pays de l'Afrique de l'Ouest se concertent pour revoir leur stratégie commerciale, notamment par la création de cybercafés de la poste.

¹ Do-Nascimento, J. 2004. Panorama représentatif des usages des NTIC en Afrique, *in Société numérique et développement en Afrique, usages et politiques publiques*. Sous la direction de J.J. Gabas, Ed. Karthala.

On dit parfois qu'Internet possède cinq facettes puisque c'est à la fois: i) un moyen de communication; ii) une place de marché; iii) un environnement d'application; iv) une plateforme d'affaires; et v) un réseau. Tous ces aspects définissent Internet, mais toujours en combinaison et jamais séparément. De plus, sur la toile (le net) toutes les entreprises, des grandes multinationales aux PME, ont les mêmes opportunités, la seule chose à respecter est de se conformer à certaines règles communes de courtoisie.

Voyons maintenant quelles ressources d'Internet sont intéressantes à utiliser pour améliorer l'accès à des informations utiles pour les entreprises associatives rurales:

COURRIER ÉLECTRONIQUE

Il s'agit d'un moyen efficace et peu coûteux pour communiquer avec des utilisateurs partout dans le monde. Il permet d'envoyer et de recevoir des messages et des fichiers textes, d'envoyer et de recevoir des bulletins d'information, de s'inscrire à des listes de diffusion, de distribuer des rapports à un grand nombre de personnes et de rester en contact avec son entreprise ou sa famille lors de déplacement à l'étranger.

Le courrier électronique est aujourd'hui l'un des outils les plus largement utilisés et a supplanté les services postaux classiques, courriers, fax et même téléphone. Un grand nombre de services publics d'information utilisent les courriers électroniques pour envoyer des données concernant les prix des produits, ainsi que l'approvisionnement et la demande. Tout ce dont vous avez besoin pour pouvoir utiliser le courrier électronique est une formation de base et vous inscrire auprès

d'un fournisseur de services local ou international de courrier électronique (gratuit ou payant).

Surfer sur le Worldwide Web (WWW)

C'est de loin l'outil le plus puissant pour accéder à une grande variété de sites sur l'agroalimentaire, le commerce ou tout autre sujet. Comme pour le courrier électronique, pour accéder au Web, vous avez besoin d'un ordinateur, d'un accès à Internet (par téléphone, câble ou ondes Wifi) et d'un navigateur Internet comme par exemple, *Internet Explorer* ou *Netscape*. Vous pouvez accéder à Internet en vous inscrivant auprès d'un fournisseur de services Internet local ou à partir d'une salle de téléconférence ou d'un café Internet.

Vous pouvez rechercher des informations de deux façons:

- en tapant l'adresse du site Web dans la barre d'adresse. Pour ce faire, vous avez besoin de connaître l'adresse Internet du site Web de l'institution ou de l'entreprise qui contient l'information que vous cherchez, par exemple:
 - FAO: <http://www.fao.org>
 - Banque mondiale: <http://www.worldbank.org>

Dans ce cas, l'adresse vous amène à la page d'accueil du site Web et, une fois que vous y êtes, tout ce que vous avez à faire est de rechercher la table des matières de la section qui vous intéresse. L'inconvénient de cette méthode est que vous devez connaître l'adresse de la page Web à l'avance et qu'il est facile de faire des erreurs lors de la saisie. En outre, vous devez être suffisamment à l'aise pour pouvoir «surfer» et trouver rapidement l'article qui vous intéresse.

- L'autre option consiste à utiliser des moteurs de recherche tels que *Yahoo*, *Altavista*, *Lycos* ou *Google* pour vos recherches. Tous recherchent des données sur le Web et vous présentent les résultats en quelques secondes. Aujourd'hui, *Google* est l'un des moteurs de recherche les plus performants et, en plus de consulter ses propres bases de données, il passe en revue les autres moteurs de recherche.

Il existe également des moteurs de méta-recherche comme *Metacrawler* et des logiciels comme *WebFerret* mais ils sont un peu plus compliqués à utiliser.

CHAT ET VIDÉOCONFÉRENCE

Ils permettent de communiquer avec d'autres personnes en temps réel en utilisant un clavier (chat en mode texte) ou une caméra (webcam) et des micros (son et image). Ces outils peuvent être utilisés pour organiser à frais réduits des réunions virtuelles, sans avoir besoin de se déplacer dans un autre pays ou une autre ville. Ils utilisent des services de messagerie instantanée tels que *MSN Messenger* et *Skype* (des logiciels qui peuvent être téléchargés gratuitement d'Internet).

BULLETINS D'INFORMATION

Avec cet outil, il est possible de s'abonner à des services diffusant des informations sur un sujet précis. Des bulletins sont envoyés régulièrement par courrier électronique ou page Web avec les informations les plus récentes rapportées à partir des différents médias à travers le monde. Certains services sont gratuits alors que d'autres sont payants. Le *Bulletin de veille d'Inter-réseaux Développement rural* est un exemple; il envoie deux fois par mois un bulletin contenant les informations les plus récentes et des documents sur la sécurité alimentaire, le commerce, l'agro-industrie, le secteur agroalimentaire et le développement rural.

LISTES DE DIFFUSION

Ce service met en contact des personnes qui partagent un intérêt commun pour un même sujet. Cela leur permet de recevoir des nouvelles, des bulletins et des documents et de demander des conseils techniques ou d'échanger des informations. L'abonnement est gratuit et s'effectue en remplissant un formulaire en ligne ou par des invitations envoyées par courrier électronique.

BASES DE DONNÉES DE RÉFÉRENCE ET SPÉCIALISÉES

Ce sont des bases de données numériques (statistiques de production et prix), bibliographiques, des annuaires et autres. Ces bases de données sont encadrées par des organisations internationales comme l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le département de l'agriculture des États-Unis (*United States department of agriculture*, USDA) et l'Organisation mondiale du commerce (OMC)*.

La FAO a notamment développé FAOSTAT (<http://faostat.fao.org/default.aspx>), un site fournissant des informations sur des sujets comme le commerce extérieur (importations et exportations), la production et les zones de culture pour chaque pays dans le monde. FAOSTAT est une source d'information pour la veille économique*, car il fournit les chiffres de production par produit et par année, ce qui permet de calculer la consommation apparente* par produit et par pays.

Le Centre du commerce international (CCI), un organe subsidiaire des Nations Unies et de l'Organisation mondiale du commerce, fournit aux utilisateurs des outils tels que:

➤ **Trade Map (www.trademap.org)**

Trade Map fournit des indicateurs sur la performance de l'export, la demande internationale, les marchés alternatifs et le rôle des compétiteurs. Il couvre 220 pays et territoires et 5 300 produits du système harmonisé. *Trade Map* donne accès en ligne à la plus grande base de données du monde et peut être utilisé pour une analyse statistique interactive.

➤ **Product Map** (www.p-maps.org)

Il fournit un grand nombre de données sur le commerce international et une gamme d'applications pour l'analyse de marché spécifiquement conçues pour les entreprises et les institutions impliquées activement dans le commerce international. Il est divisé en 72 secteurs industriels, allant des composants automobiles aux fruits et légumes, noix, chaussures et textiles. *Product Map* offre un positionnement sur le marché en ligne, des réseaux et des outils de veille économique pour chacun de ces secteurs.

➤ **Country Map** (www.intracen.org/pays)

Il contient une série d'indicateurs comparatifs sur les activités commerciales et les performances économiques de 184 pays, ainsi que des forums de discussions autour des questions de la compétitivité.

➤ **Market Access Map** (www.intracen.org/mas)

Il s'agit d'une base de données interactive sur les barrières tarifaires et les droits de douane appliqués bilatéralement par 167 pays importateurs pour les produits exportés par plus de 200 pays et territoires. La description des produits se fait au niveau des tarifs nationaux. *Market Access Map* permet aux utilisateurs d'analyser les mesures de protection à différentes échelles d'agrégation sectorielle et régionale.

Une autre source de bases de données mondiale COMTRADE, élaborée par la Division des statistiques de l'Organisation des Nations Unies (<http://unstats.un.org/unsd/COMTRADE/>), contient, pour tous les pays, des informations sur les flux commerciaux par origine/destination des produits, regroupés selon la classification type pour le commerce international (CTCI).

En général, pour consulter des bases de données, notamment numériques, vous devez posséder les connaissances de base pour l'analyse de marché et la commercialisation à l'exportation. De plus, l'information est généralement seulement fournie en anglais et l'accès n'est pas toujours gratuit. Dans de tels cas, nous vous recommandons de vous adresser aux institutions de promotion du commerce extérieur qui, souvent, se substituent à ces services.

FTP (FILE TRANSFER PROTOCOL)

C'est un outil utile pour copier de très gros fichiers d'un ordinateur à un autre. Il est nécessaire d'avoir des connaissances de base en informatique pour l'utiliser et, dans certains cas, il faut entrer un login et un mot de passe pour être en mesure de transférer des fichiers.

TELNET (SESSIONS À DISTANCE)

Il s'agit d'un protocole Internet standard pour accéder à distance à d'autres ordinateurs, afin de consulter des informations non disponibles sur le Web. Un login et un mot de passe sont aussi nécessaires pour accéder à TELNET. Dans ce cas, il faut taper le mot clé 'Telnet' dans la barre d'adresse, suivi par le nom du serveur auquel l'utilisateur souhaite se connecter, par exemple, Telnet: pac.carl.org.

Conseils de base pour la recherche d'informations sur Internet

Vous pouvez utiliser la stratégie suivante pour rechercher des informations sur Internet:

1. Définir l'objectif de la recherche

Avant d'entrer sur le Web, il est très important de définir votre objectif de recherche car, hormis le gain de temps pour localiser l'information, cela vous permet d'identifier certains «mots clés» ou «descripteurs» pour définir la recherche. Quelques exemples d'objectifs de recherche peuvent être:

- identifier le profil du marché de l'ananas en Europe;
- trouver la réglementation en matière d'exportation d'asperges aux États-Unis;
- trouver des fournisseurs de paniers en plastique.

2. Définir le type de recherche

Comme expliqué précédemment, vous pouvez rechercher des informations en allant directement sur les sites Web d'organisations comme l'USDA, la FAO ou l'OMC, dont vous devez d'abord connaître les adresses électroniques du site Web.

Une deuxième option consiste à passer par un forum où vous pouvez poser votre question et attendre la réponse de l'un des membres du groupe de discussion. Cela peut venir compléter votre recherche sur Internet et, dans de nombreux cas, le groupe de discussion vous permet de bénéficier directement d'informations d'experts ou de personnes qui exercent le même type d'activité que vous et qui peuvent vous donner de très bons conseils. Vous devez être très clair et précis lorsque vous demandez des informations dans un groupe de discussion.

La troisième option – celle dont nous discutons ci-dessous – consiste à rechercher des informations à l'aide de moteurs de recherche comme *Google* ou *Yahoo*.

3. Préciser la recherche

Ici, vous devez synthétiser votre sujet d'intérêt avec des mots-clés. Par exemple, si vous voulez trouver des informations sur le marché de l'ananas, vous pourriez définir les variables suivantes: la demande, l'offre, les prix, le commerce, les normes ou les importateurs. En outre, vous pourriez spécifier une région ou un pays. Vous pouvez aussi inclure des synonymes ou des termes en relation avec le sujet.

4. Effectuer la recherche

Si vous avez utilisé le moteur de recherche *Google* (www.google.com), vous pouvez faire une recherche simple ou avancée, comme cela est expliqué ci-dessous:

- recherche simple: dans ce cas, vous tapez dans la case correspondante une phrase de recherche contenant vos mots-clés, par exemple: commerce d'ananas Europe. Ensuite vous appuyez sur le bouton «entrée» du clavier ou cliquez sur l'icône «recherche».

Commerce d'ananas Europe

Recherche

- Une fois que l'information est affichée, vous évaluer les résultats. Si vous trouvez qu'ils ne sont pas satisfaisants (les résultats sont trop nombreux ou trop généraux), vous pouvez redéfinir la recherche, par exemple: demande d'ananas Italie.

Demande d'ananas Italie

Recherche

- Recherche avancée: dans ce type de recherche, vous utilisez ce que l'on appelle des «opérateurs logiques booléens». Il s'agit notamment du signe plus (+), du signe moins (-), des parenthèses (), des guillemets («») et des mots ET, OU, SAUF. Vous pouvez affiner votre recherche en utilisant ces opérateurs logiques.

Exemples:

✓ Opérateurs de recherche: (+ -)

ananas
+ prix

Cette recherche vous permet de trouver des pages Web contenant les mots ananas et prix.

+ ananas
-culture

Cette recherche ne montre que les pages contenant le mot ananas, mais pas le mot culture.

✓ Opérateurs de réduction: ET, SAUF

Ananas ET prix

Localise les pages Web contenant les deux mots.

Ananas ET SAUF prix

Localise les pages Web contenant le premier mot mais non le second.

✓ Opérateurs d'extension: OU

Ananas OU mangue

Localise les pages contenant un ou plusieurs mots (opérateur d'extension).

✓ Utilisation des guillemets: «»

«Les règles d'origine»

En utilisant des guillemets, vous pouvez trouver les pages contenant l'ensemble du groupe de mots compris entre les guillemets.

✓ Utilisation de parenthèses: () elles sont utilisées pour créer des combinaisons ou des groupes de mots.

(ovins OU caprins) ET «tendances de la demande»

Localisation des pages contenant les mots *ovins* ou *caprins*, ainsi que la phrase entre guillemets.

En général, il est recommandé d'utiliser les lettres minuscules et de ne pas utiliser les accents quand on tape la recherche de mots.

5. Saisie de l'information

Les résultats de la recherche prendront la forme d'une liste de documents, ou de liens vers des pages Web, que vous pouvez ouvrir et explorer. Si vous identifiez une information qui vous intéresse, vous avez trois options pour la sélectionner:

- Ajouter le site à votre liste de favoris (signet), pour pouvoir ainsi revenir en arrière plus tard.
- Imprimer les documents qui vous intéressent.
- Copier ou enregistrer le fichier. Dans ce cas, il est recommandé de créer un dossier distinct pour les fichiers téléchargés. Par exemple, un dossier intitulé «marché de l'ananas».

Bien que les fichiers puissent être téléchargés sous différents formats (texte, son, vidéo, image, fichier compressé), il se peut que vous ayez besoin de programmes spécifiques pour les ouvrir, certains pouvant être téléchargés gratuitement à partir d'Internet. Vous pouvez identifier le type de fichier dont il s'agit grâce à l'extension qui suit le nom du dossier, comme:

- **Texte:** .asc.doc.htm.html.txt
- **Son:** .au.ra.ram.snd.wav
- **Vidéo:** .avi.mov.mpg
- **Image:** .bmp.eps.gif.jpg
- **Spécial:** .csv.tsc.pdf.exe.zip

Pour finir la recherche, tout ce que vous avez à faire est de sauvegarder le document dans le dossier que vous avez créé à cet effet. Pour ce faire, il faut utiliser l'option «enregistrer sous» du navigateur. Vous pouvez aussi imprimer le document.

6. Interpréter l'information

L'étape finale, mais certainement la plus importante, consiste à interpréter l'information car elle peut contribuer à guider une prise de décisions concernant les cultures et produits à développer. Elle peut aussi aider à identifier les marchés les plus attractifs et à trouver des marchés pour l'exportation, etc.

Si la recherche n'est pas satisfaisante, vous pouvez la redéfinir ou rechercher des informations en utilisant la fonction de recherche interne affichée sur certains sites Web, ou suivre les liens proposés par un site Web, qui permettent généralement d'accéder à d'autres sites Web traitant du même sujet.

Dans de nombreux cas, les résultats de la recherche sont difficiles à interpréter car ils ne contiennent rien de plus que des tableaux statistiques, sans autre explication. Il vous est alors recommandé de rechercher sur la même page Web des bulletins ou des rapports périodiques, qui analysent et interprètent les tendances du marché au cours de certaines périodes tout en contenant des tableaux statistiques.

Il est également important de se méfier de la façon dont vous utilisez les informations téléchargées à partir d'Internet, certaines sources étant moins fiables que d'autres. En général, il est préférable d'utiliser des informations provenant d'organismes gouvernementaux, d'universités, de centres de recherche ou organismes similaires.

Un autre point à prendre en compte est que les informations disponibles sur Internet sont constamment mises à jour et que des sites Web apparaissent et disparaissent en continu. C'est pourquoi il est important de toujours spécifier le nom et la date des sources consultées.

Conclusions sur l'étude de cas

Après avoir comparé vos connaissances antérieures avec le contenu de l'unité, répondez aux questions suivantes en essayant d'optimiser l'usage de vos nouvelles connaissances:

1. Selon votre expérience et celle de votre association, connaissez-vous d'autres services d'information, tels que celui mis en place par Manobi? En avez-vous fait l'expérience? Pensez-vous qu'un service semblable pourrait être adapté pour une utilisation dans votre propre milieu rural?

.....

2. Dans le cas de votre association, avez-vous du mal à accéder à Internet ce qui constitue une contrainte pour obtenir des informations?

.....

3. Quelles perspectives voyez-vous pour la création d'un réseau de communication qui viendrait compléter les informations disponibles sur Internet? Cela pourrait-il être reproduit dans la zone où opère votre entreprise associative?

.....

4. Quelles attitudes et valeurs devraient être renforcées afin d'accéder à de nouvelles connaissances et agir en tant que promoteur et conducteur d'un processus collectif d'acquisition des connaissances?

.....

Exercice de groupe

1. Faites des recherches sur Internet pour découvrir les tendances du secteur agro-industriel en Afrique de l'Ouest (voir la liste de sites qui peuvent être des sources d'information, Annexe 5).
2. Rendez-vous sur le site du réseau des Systèmes d'information des marchés en Afrique de l'Ouest (RESIMAO) et recherchez des informations sur le marché pour un produit agro-industriel qui intéresse votre entreprise.
3. Conduisez une étude de marché sur Internet de ce même produit.
 - Utilisez le moteur de recherche *Google*.
 - Définissez votre objectif de recherche.
 - Effectuez une recherche simple et une recherche avancée et comparez les résultats.
 - Saisissez l'information.
 - Interprétez les résultats obtenus.
 - Faites un rapport sur votre recherche.

Résumé

- Les nouvelles technologies de l'information et de la communication constituent des outils de recherche utiles pour les associations de producteurs ayant accès à Internet. Ils permettent également aux programmes et projets gouvernementaux et aux agences de coopération pour le développement d'offrir plus de services.
- Au-delà et par-delà l'accès aux capitaux et aux technologies, l'accès à l'information renforce la capacité d'une entreprise à être compétitive.
- Internet peut être un moyen peu coûteux d'obtenir des informations concernant les marchés et bien d'autres sujets.
- Un manque d'accès à Internet limite l'utilisation des NTIC pour de nombreuses associations de producteurs. Cela peut être surmonté par le déploiement de systèmes alternatifs, tels que les réseaux de communication locaux ou les salles de téléconférence.

- Internet contient sept outils de recherche: les bases de données, les FTP (transferts de fichier), les TELNET (sessions à distance), la messagerie électronique, les forums de discussion, les chat rooms (conférence) et le WWW (World wide Web).
- Les mails, les forums de discussion et le Web sont les outils les plus couramment utilisés par les entreprises pour communiquer et obtenir des informations.
- Une recherche Internet peut être simple ou avancée. Pour les recherches avancées, il faut utiliser les opérateurs de recherche (+ -), les opérateurs de réduction (ET, SAUF) et les opérateurs d'extension (OU).
- Interpréter l'information est certainement l'étape la plus importante, car elle peut être un outil d'aide à la décision pour le choix des cultures et des produits à développer. Elle peut aussi aider à identifier les marchés les plus attractifs, à découvrir les exigences à remplir en cas d'exportation, et ainsi de suite. Souvent, les résultats de recherche ne sont pas vraiment satisfaisants, il est alors nécessaire de redéfinir la recherche. Il est aussi possible de rechercher des informations en utilisant la fonction de recherche propre à certains sites Web, ou en suivant les liens proposés sur le site, qui conduisent généralement à d'autres sites traitant du même sujet.
- Pour s'assurer que les données téléchargées à partir d'Internet sont des sources dignes de confiance, il est recommandé d'utiliser des informations provenant d'organismes gouvernementaux, d'universités, de centres de recherche et autres.

Évaluation de l'unité

Répondez aux questions suivantes sur des feuilles à part:

1. Connaissez-vous un service d'information qui soutienne le développement des entreprises associatives? Quelle est votre expérience concernant les services proposés?

.....
.....
.....
.....

2. Avez-vous souvent recours à Internet pour rechercher des informations sur le marché pour vos produits? Quelles leçons en avez-vous tirées?

.....
.....
.....
.....

3. Pouvez-vous identifier trois services offerts par les NTIC, en dehors des services d'information? Quels sont, selon vous, les plus utiles pour votre entreprise?

.....
.....
.....
.....

En tentant de répondre à ces questions, si vous avez des doutes ou le sentiment que vous ne possédez pas suffisamment d'éléments pour l'analyse, réviser le manuel, consultez le guide de lecture ou contactez l'animateur.

Glossaire

Attribut

Qualité ou particularité distinctive d'un produit.

Bonnes pratiques agricoles (BPA)

Les BPA sont définies comme un ensemble de principes à appliquer aux procédés de production agricole et de post-production, qui permettent de produire des produits alimentaires et non alimentaires sains et de bonne qualité, le tout dans un objectif de durabilité économique, sociale et environnementale.

Bonnes pratiques de fabrication (BPF)

Les BPF sont un ensemble de règles à appliquer pour garantir un environnement de travail propre et sécurisé, ce qui permet par la même occasion d'éviter les contaminations alimentaires pendant les différentes étapes de la production, de la transformation et de la commercialisation des denrées alimentaires. Les BPF comprennent également des règles en ce qui concerne la circulation du personnel dans les zones de travail, l'utilisation de l'eau et des produits nettoyants.

Bonnes pratiques d'hygiène (BPH)

Les BPH concernent l'ensemble des opérations destinées à garantir l'hygiène, c'est-à-dire la sécurité et la salubrité des aliments. Elles comportent des opérations dont les conséquences sur le produit fini ne sont pas toujours mesurables.

Certification

Processus conduit par un organisme reconnu, indépendant des parties intéressées, qui prouve qu'une entreprise, un produit, un procédé de fabrication, un service ou une personne est conforme aux exigences définies par les normes ou spécifications techniques.

Circuit de distribution

C'est l'ensemble des canaux qui permettent d'aller du producteur au consommateur.

Commerce électronique *business-to-business*

Dans le monde du commerce électronique et d'Internet, le commerce électronique *business to business* est le nom donné à l'ensemble des architectures techniques et logicielles informatiques permettant de mettre en relation des entreprises, dans un cadre de relations clients/fournisseurs.

Cela se fait notamment au travers du site Web de l'entreprise étendue, ou Extranet. L'Intranet de l'entreprise est connecté aux Intranets des fournisseurs, des sous-traitants, des clients, des distributeurs et des partenaires.

Commerce équitable

Relation commerciale entre pays de l'hémisphère Nord et pays de l'hémisphère Sud ayant pour but de parvenir à une plus grande équité dans les pratiques commerciales internationales et à promouvoir le développement durable, en offrant de meilleures conditions de vie et de travail aux producteurs et travailleurs marginaux et en tentant de protéger leurs droits.

Commercialisation

Processus requis pour déplacer les biens dans le temps et dans l'espace et les vendre à des prix convenant à la fois à l'offre et à la demande

Commission du Codex Alimentarius

Commission créée en 1963 dans le cadre du Programme mixte FAO/OMS pour les normes alimentaires (*Food standards programme*).

Compétitivité

Capacité d'une entreprise à placer et à maintenir ses produits/services sur un marché donné, dans des conditions de concurrence loyale, et de façon à améliorer le bien-être de la population.

Consommation apparente

Elle correspond à la production plus les importations moins les exportations, et permet d'évaluer la consommation totale d'un bien dans un pays donné

Éthylène

Phytohormone naturelle qui affecte la croissance, le développement, le mûrissement et le vieillissement de toutes les plantes. Elle est normalement produite en petites quantités par la plupart des fruits et des légumes.

Emballage

Tout matériau utilisé pour emballer un article avec ou sans récipient, afin de le protéger et de faciliter sa distribution au consommateur.

Gestion post-récolte

Ensemble des opérations se déroulant en phase post-récolte, comprenant le nettoyage, le lavage, la sélection, le tri, la désinfection, le séchage, le conditionnement et le stockage.

Humidité relative

Rapport entre la quantité de vapeur d'eau dans un volume d'air à une température donnée et la quantité maximum qui pourrait être contenue dans le même volume à cette température.

Label de qualité

Un label de qualité est un signe d'identification développé pour récompenser les producteurs respectant des normes officielles de qualité et pour indiquer au consommateur la provenance ou l'origine d'un produit.

Norme

Une norme est: «un document, établi sur la base d'un consensus et approuvé par un organisme reconnu, qui procure des règles, des procédures et des critères pour des activités ou leurs résultats, et qui vise un degré d'ordre optimal dans un contexte donné» (définition de l'Organisation internationale de normalisation).

Norme alimentaire

Disposition officielle d'un pays définissant spécifiquement une denrée alimentaire et établissant les exigences minimum en termes de composition, fabrication et/ou de maniement, de précautions d'hygiène et de commercialisation.

Normes ISO

Ensemble de procédures normalisées permettant de rendre la fabrication et la distribution de produits et de services plus efficaces, et dans le même temps, faciliter le commerce international avec des produits normalisés.

Organisation mondiale du commerce (OMC)

Organisme international qui établit les règles qui gouvernent le commerce parmi les États parmi lesquelles on trouve les Accords de l'OMC, qui ont été négociés et signés par la plupart des pays engagés dans le commerce mondial et qui les ont faits ratifiés par leurs parlements respectifs. Le but est d'aider les producteurs de biens et de services, exportateurs et importateurs, d'exercer leurs activités.

Part de marché

La part de marché d'un produit, d'un service, ou même d'une entreprise, est la comparaison entre le chiffre d'affaires (ou alternativement, le nombre d'unités vendues, le nombre de clients, etc.) par rapport au même critère pour l'ensemble des entreprises présentes sur un marché donné.

Phase post-récolte

Partie du processus de production d'une denrée alimentaire se déroulant après l'étape de récolte.

Production biologique

Système de production visant en premier lieu la production de denrées alimentaires saines et de la meilleure qualité nutritionnelle possible sans aucun polluant, dans des conditions de production durables.

Qualité organoleptique

Attributs d'un aliment perçus par les sens: odeur, couleur, goût, aspect, texture, etc.

Système HACCP (Analyse des risques et contrôle des points critiques)

Système permettant d'identifier, d'évaluer et de contrôler les risques sanitaires dans le domaine alimentaire.

Veille économique

Recherche, traitement et diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements utiles à l'entreprise. La veille économique comprend notamment la veille à la concurrence et la veille marketing.

Bibliographie

- Alcatel.** 2003. *Manobi, partenaire d'Alcatel au Sénégal, reçoit l'un des cinq premiers Prix du Sommet mondial dans la catégorie e-contenu et créativité.* <http://www.manobi.sn/sites/sn/?M=6&SM=20&IDPresse=16>
- Alpha, A., Broutin, C., Hounhouigan, J. et Anihouvi, V.** 2008. *Étude sur l'élaboration de normes de qualité en Afrique de l'Ouest.*
- ANRT.** 2004. *Télécommunication mobile et développement.* Séminaire FRATEL organisé par l'ANRT, Fès, Maroc, 4-5 octobre 2004. <http://www.anrt.net.ma/fr/admin/download/upload/ESMT%20-%20Dakar.pdf>
- Audet, R.** 2004. *La certification de l'agriculture durable comme stratégie de développement pour l'Afrique.* <http://www.francophonie-durable.org/documents/colloque-ouaga-a3-audet.pdf>
- Baird, I. S., Lyles, M. A. et Orris J.B.** 2005. *Alliances and networks, cooperative strategies for small businesses.*
- Broutin, C.; François, M. et Niculescu, N.** 2005. *Gestion de la qualité dans la transformation laitière: Expérimentation d'une démarche d'élaboration concertée de guides de bonnes pratiques d'hygiène au Sénégal et au Burkina Faso.* Communication à l'atelier «Vers de nouvelles politiques laitières». <http://www.gret.org/ressource/pdf/07767.pdf>
- Chambre de commerce, d'industrie et d'artisanat du Burkina Faso.** 2005. *Guide de l'entreprise de séchage de mangue au Burkina Faso.*
- CNUCED.** 2003. *Conditions d'entrée influant sur la compétitivité et les exportations des biens et services des pays en développement: les grands réseaux de distribution, compte tenu des besoins particuliers des PMA.* http://www.unctad.org/fr/docs/c1em23d2_fr.pdf
- Codex Alimentarius.** 1999. *Directives concernant la production, la transformation, l'étiquetage et la commercialisation des aliments issus de l'agriculture biologique.* <http://www.codexalimentarius.net>
- Do-nascimento, J.** 2004. *Panorama représentatif des usages des NTIC en Afrique, in Société numérique et développement en Afrique, usages et politiques publiques.* Éd. Karthala.

- Edou Edou, P.** 2008. *La protection des indications géographiques et des appellations d'origine en Afrique - état des lieux et perspectives*. OAPI. http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_lis_08/wipo_geo_lis_08_theme2_edou_edou.pdf
- FAO.** <http://www.fao.org/waicent/faoinfo/agricult/ags/AGSM/markres.pdf>
- FAO.** 2004. *Statistics Year Book*.
- FAO.** 2007. *Manuel pour la préparation et la vente des fruits et des légumes - Du champ au marché*. <http://www.fao.org/docrep/010/y4893f/y4893f00.htm>
- FAO.** 2009. *Rapport de l'atelier de restitution de l'étude sur la commercialisation des produits maraîchers issus de l'approche GIPD*.
- Joannidis, M.** 2003. *Les producteurs africains face à la prolifération des supermarchés*. RFI. <http://www.rfi.fr/Fichiers/MFI/EconomieDeveloppement/1056.asp>
- Kipling consulting, APEX-CI (Agence de promotion des exportations de Côte d'Ivoire).** 2005. *Étude sur le potentiel de la filière emballage en Afrique*. <http://www.proinvest-en.org/files/pubs/10/2005%20-%20AFRIKEMBAL.pdf>
- Kotler, P.** 1996. *Marketing management: analysis, planning, implementation and control*. Prentice Hall. 8^e Édition 1996.
- McSween, N.** 2007. *La contribution du commerce équitable au développement local du Burkina Faso: les cas de l'Union fruitière et maraîchère du Burkina Faso et du Cercle des sécheurs*. Université du Québec en Ouataouais, Mémoires, n° 11, 2007.
- OCDE.** 1998. *The future of food: long-term prospects for the agrofood sector*.
- ONUDI.** 2005. *Les petites et moyennes entreprises alimentaires à l'heure de la qualité. Approche qualité de l'ONUDI dans le secteur agroalimentaire. Expériences et études de cas au Burkina Faso*. http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/Pub_free/Les_petites_et_moyennes_entreprises_alimentaires_a_heure_de_la_qualite.pdf
- OSIRIS.** 2005. *MANOBI Sénégal: L'usage des NTIC au quotidien*. <http://www.osiris.sn/article1564.html>
- Réglementation CE-178/2002** du Parlement et Conseil européen – Principes généraux et prescriptions de la législation alimentaire.
- Shepherd, A.** 2003. *Market research for agroprocessors. Marketing extension guide*.

Solidar, M. 2008. *CDS Cercle des sécheurs*. http://www.solidarmonde.fr/prod_cercle_des_secheurs.pdf

Song-Naba, F. 2009. *Services d'appui et promotion de la qualité dans les petites entreprises de transformation agroalimentaire: le rôle des organisations locales au Burkina Faso et au Ghana*. http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/A5C15_FINAL.pdf

Volkar Bach, H. O., et al. 2001. *Business networking: sharpening collaboration between enterprises*. Springer. OMC. <http://usinfo.state.gov/journals>

DOCUMENTATION COMPLÉMENTAIRE

Broutin, C., François, M. et Niculescu, N. 2005. *Gestion de la qualité dans la transformation laitière: expérimentation d'une démarche d'élaboration concertée de guides de bonnes pratiques d'hygiène au Sénégal et au Burkina Faso*. Communication à l'atelier «Vers de nouvelles politiques laitières». <http://www.gret.org/ressource/pdf/07767.pdf>

INPhO. Réseau d'information sur les opérations post-récolte, l'INPhO a été créé par la FAO, en partenariat avec la GTZ et le Cirad, pour accélérer le développement des activités dans le secteur de l'après récolte des produits agricoles tropicaux en facilitant l'accès aux données techniques et l'échange d'informations entre les acteurs. <http://www.fao.org/inpho/>

Interdev. *Base de données pour le secteur agroalimentaire sur de nombreux thèmes avec des études de cas*. <http://www.interdev-net.org/data/pageaccueil.asp>

Sources d'informations sur les standards et le commerce en Afrique. <http://ts.nist.gov/Standards/Global/africa.cfm>

Annexe 1

Conditions de stockage des fruits frais et légumes et leur sensibilité à l'éthylène

TABLEAU A1.1
Conditions de stockage des fruits frais

Fruit	Gamme de températures (C°)	Humidité relative (%)	Durée de stockage	Point de congélation (°C)
Olive fraîche	5-10	85-90	4-6 semaines	-1,4
Framboise	-0,5-0	90-95	2-3 jours	-1,0
Fraise	0	90-95	5-6 jours	-0,7
Mûre	-0,5-0	90-95	2-3 jours	-0,7
Carambole	9-10	85-90	3-4 semaines	
Cerise	-1- -0,5	90-95	2-3 semaines	-1,8
Prune	-0,5-0	90-5	2-5 semaines	-0,8
Corossol	13	90-95	2-4 semaines	
Datte	-18-0	75	6-12 mois	-15,7
Pêche	-0,5	90-95	2-4 semaines	-0,9
Goyave	5-10	90	2-3 semaines	
Figue	-0,5-0	85-90	7-10 jours	-2,4
Kiwi	-0,5-0	90-95	3-5 mois	-1,6
Citron	10-13	85-90	1-6 mois	
Mangue	13	85-90	2-3 semaines	-0,9
Pomme	-1-4	90-95	1-12 mois	-1,5
Fruit de la passion	7-10	85-90	3-5 semaines	
Coing	-0,5-0	90	2-3 mois	-2,0
Orange	3-9	85-90	3-8 semaines	-1,2
Nectarine	-0,5-0	90-95	2-4 semaines	-0,9
Avocat	4,4-13	85-90	2 semaines	-0,3
Papaye	7-13	85-90	1-3 semaines	
Poire	-1,5-0,5	90-95	2-7 mois	-1,5
Ananas	7-13	85-90	2-4 semaines	
Figue de barbarie	2-4	90-95	3 semaines	
Raisin	-0,5-0	85	2-8 semaines	-1,2

Source: Colombia international corporation. 2002. *Manuel d'exportation des fruits et de l'horticulture*.

TABLEAU A1.2

Conditions de stockage des légumes frais

Légumes	Gamme de températures (C°)	Humidité relative (%)	Durée de stockage		Point de congélation (C°)
Bette	0	95–100	10–14	jours	
Piment séché	0–10	60–70	6	mois	-0,8
Ail	0	65–70	6–7	mois	-1,1
Artichaut	0	95–100	2–3	semaines	-1,1
Fenouil	0–2	90–95	2–3	semaines	
Céleri	0	98–100	2–3	mois	-0,5
Aubergine	8–12	90–95	1	semaines	-0,8
Brocoli	0	95–100	-14	jours	-0,6
Choux de Bruxelles	0	95–100	3–5	semaines	-0,8
Patate douce	13–15	85–90	4–7	mois	
Oignon vert	0	95–100	3–4	semaines	-0,9
Chou-fleur	0	95–98	3–4	semaines	-0,8
Asperge blanche	0–2	95–100	2–3	semaines	-0,6
Épinards	0	95–100	10–14	jours	-0,3
Champignon	0	95	3–4	jours	-0,9
Laitue	0	98–100	2–3	semaines	-0,2
Melon Cantaloup	2–5	95	15	jours	-1,2
Melon Casaba	10	90–95	3	semaines	-1,0
Melon Honeydew	7	90–95	3	semaines	-0,9
Pomme de terre nouvelle	10–16	90–95	10–14	jours	
Pomme de terre tardive	4,5–13	90–95	5–10	mois	
Concombre	10–13	95	10 14	jours	-0,5
Poivron	7–13	90–95	2–3	semaines	-0,7
Choux	0	98–100	3–6	semaines	-0,9
Tomate	13–22	90–95	1–3	semaines	-0,6
Carotte	0	98–100	7–9	mois	-1,4

Source: Colombia international corporation. 2002. *Manuel sur l'exportation des fruits et sur l'horticulture*.

TABLEAU A1.3

Produits produisant de l'éthylène ou sensibles à l'éthylène

Produisant de l'éthylène		Sensibles à l'éthylène	
Avocat	Kiwi mûr	Bette	Kiwi
Abricot	Mamey	Petit pois	Laitue
Banane (mûre)	Mangue	Banane (verte)	Igname
Melon cantaloup	Mangoustan	Aubergine	Okra
Prune	Pomme	Cresson	Concombre
Pruneau	Nectarine	Brocoli	Persil
Corossol	Melon doux	Courgette	Poivron
Pêche	Coing	Patate douce	Choux
Fruit de la passion	Papaye	Choux de Bruxelles	Pastèque
Goyave	Poire	Chou-fleur	Légumes à feuilles
Figue	Banane plantain	Épinards	Carotte
Ramboutan	Tomate		

Source: The Parker, 2000. *Produce services sourcebook*, Vol. CVI, n° 55.

Annexe 2

Températures de stockage optimales, humidité relative et durée de stockage escomptée

TABLEAU A2.1

Températures de stockage optimales, humidité relative et durée de stockage escomptée

Denrées périssables	Température optimale (°C)	Humidité relative (%)	Durée de stockage escomptée (jours)
Ananas (variété Chapaco)	8–10	90	21
Orange (variété Valencia)	6–8	90	28–42
Pamplemousse (variété Ruby Red)	10–15,5	90	42–56
Papaye	7	85–90	8–21
Mangue (variété Tommy Atkins)	10–13	85–90	14–21
Citron vert	9–10	85–90	6–8 semaines
Avocat (variété Booth-8)	16	90	28–56
Maïs doux	1	90	3–4
Poivron	8–12	90	14–21
Tomate	10–12	90	14–21
Banane	13–14	85–90	21–30

Source: *Données sur le stockage optimal d'après*. USDA Handbook n° 66.

Annexe 3

Taux de respiration et production de chaleur de fruits et légumes sélectionnés périssables durant leur stockage à différentes températures

TABLEAU A3.1

Taux de respiration et production de chaleur de fruits et légumes sélectionnés périssables durant leur stockage à différentes températures

	Température de stockage réfrigéré (°C)			
	4–5 °C	15–16 °C	20–21 °C	25–26 °C
Ananas				
Mg CO ² /kg/heure	1,3–2,3	13,1–18,2	24,0–40,0	35,4–62,8
kJ/tonne/jour	345–580	3 365–4 645	6 150–10 215	9 050–16 015
Mangue				
Mg CO ² /kg/heure	10,0–21,9	45,0	75,0–151,4	120,0
kJ/tonne/jour	2 550–5 570	11 490	19 150–38 650	30 640
Citron vert				
Mg CO ² /kg/heure	1,3–6,0	5,9–10,5	6,8–18,7	15,0–45,5
kJ/tonne/jour	345–1 510	1 510–2 670	1 740–4 760	3 830–11 605
Orange				
Mg CO ² /kg/heure	3,6–7,3	12,7–23,7	22,2–34,1	24,5–40
kJ/tonne/jour	925–1 855	3 250–6 035	5 685–8 705	6 265–10 330
Pamplemousse				
Mg CO ² /kg/heure	3,1–6,0	10,0–18,2	12,7–26,0	19,1
kJ/tonne/jour	810–1 510	2 550–4 640	3 250–6 615	4 875
Papaye				
Mg CO ² /kg/heure	4,0–6,0	15,0–21,9	-	39,0–88,2
kJ/tonne/jour	1 045–1 510	3 830–5 570	-	9 980–22 515
Avocat				
Mg CO ² /kg/heure	20,0–30,0	61,8–156,9	73,6–346,9	117,7–428,2
kJ/tonne/jour	5 105–7 660	15 785–40 040	18 800–88 500	30 060–109 330
Maïs doux				
Mg CO ² /kg/heure	42,7–83,2	151,3–174,6	268,1–311	281,8–435,5
kJ/tonne/jour	10 910–21 240	38 645–44 570	68 475–79 835	71 955–111 185
Poivron				
Mg CO ² /kg/heure	5–21,4	20,0–57,3	22,7–65	35,9–74,1
kJ/tonne/jour	1 275–5 455	5 105–14 625	5 800–16 595	9 170–18 920
Tomate				
Mg CO ² /kg/heure	5,91	24–29,1	24,0–44,1	30–52,3
kJ/tonne/jour	1 508	6 150–7 430	6 150–11 260	7 660–13 345

Source: USDA Handbook n° 66.

Fkj: kilojoule.

Annexe 4

Exigences du marché international en matière d'apparence des fruits

Ananas

Couleur jaune, absence de défauts, arôme, forme cylindrique, étiquette avec codes-barres et marque. Conditionné dans des barquettes en plastique pour la protection mécanique.

Avocat

Peau verte à violette, chair de couleur vert pâle sans brunissement, fruit uniformément mûr, cirage.

Banane

Couleur jaune, absence de défauts, taille unique, chair jaune à rose.

Citron vert

Couleur verte intense et uniforme, absence de défauts, peau brillante et granulée, lustrée, présenté dans des filets contenant de 10 à 20 unités.

Maïs doux

Couleur jaune intense, épis avec toutes les graines, de taille uniforme sur chaque barquette, vendu dans des barquettes de polystyrène contenant 4 à 5 unités, enveloppé dans du film extensible.

Mangue

Couleur rouge, taille moyenne à grande, fruit mûr mais ferme, absence de défauts, cirage, étiquette avec marque et code produit. Les mangues exportées vers les États-Unis doivent subir un traitement hydrothermal.

Orange

Couleur orange uniforme, absence de défauts, cirage, absence de pépins, très juteuse.

Pamplemousse

Peau de couleur jaune uniforme, chair rose ou rouge. Goût légèrement aigre, absence de défauts, cirage.

Papaye

Couleur vert-orange, arôme, absence de défauts, cirage.

Poivron

Couleur verte ou autre. Absence de défauts, vendu au poids ou dans des barquettes de polystyrène enveloppé dans du film extensible.

Tomate

Couleur rose à rouge vif, arôme, absence de défauts, cirage, taille uniforme, vendu au poids ou en barquettes de 4 à 6 unités.

Annexe 5

Sites Internet utiles pour obtenir des informations sur les marchés agricoles et agroalimentaires

Banque ouest-africaine de développement (BOAD)

<http://www.boad.org>

Centre du commerce international (ITC, *International trade center*)

<http://www.intracen.org/menus/itc-f.htm>

Information sur les fruits et légumes d'exportation (IFLEX)

Dispositif de diffusion de l'information et de communication mis en place au Sénégal pour les professionnels du secteur des fruits et légumes d'exportation et leurs partenaires institutionnels, privés ou publics. Les thématiques abordées sont les suivantes: marchés, produits, créneaux, cours et concurrence, normes et qualité, techniques de production, technologies post-récolte.

<http://www.iflexsenegal.org/>

Info Conseil (Sénégal)

Site Internet présentant à l'origine un projet d'aide au conseil pour les micro-entreprises sénégalaises, mettant en ligne un important fonds documentaire sur des sujets variés (commercialisation, stratégie d'entreprise, opérations post-récolte...), et recensant une grande quantité de sites Internet utiles sur ces mêmes sujets.

<http://www.infoconseil.sn>

Infotpa

Ce site a pour objectif d'offrir une plateforme d'informations sur l'agroalimentaire aux acteurs du développement en Afrique, et spécifiquement à destination des micro, petites et moyennes entreprises africaines de transformation agroalimentaire d'Afrique de l'Ouest. Il propose un ensemble d'informations (fiches expériences et techniques, catalogue de ressources Web, base de données de références bibliographiques, documents en ligne), issues du travail de différents réseaux et programmes qui ont été menés ces dernières années, et notamment dans le cadre de l'ancien réseau TPA, soutenu par le Ministère français des affaires étrangères.

Financé par le Ministère des affaires étrangères (DGCID/DCT) et mis en œuvre par le GRET, ce site collecte et diffuse des informations techniques, économiques et expérimentales. Il vise à relancer une dynamique régionale de services d'information et d'échange à destination des petits entrepreneurs, organisations professionnelles et opérateurs dans le secteur agroalimentaire.

<http://infotpa.gret.org/>

Institut de recherches et d'applications des méthodes de développement (IRAM)

Documents en lignes sur les marchés et les filières.

<http://www.iram-fr.org/>

Inter-réseaux Développement rural

Inter-réseaux Développement rural est un lieu de débats et d'échanges d'expériences sur le développement rural menés au sein d'un réseau d'acteurs impliqués sur ces questions, en particulier dans les pays du Sud. Inter-réseaux mobilise plusieurs outils d'animation et de communication en réseau, en particulier:

- ✓ un bulletin de veille: e-mail bi-mensuel sur le développement rural diffusé à près de 6 000 abonnés;
- ✓ une revue trimestrielle Grain de sel, espace d'échange entre 3 000 abonnés;
- ✓ des groupes de travail thématiques: animation sur la durée de listes de discussions; appui à l'analyse-capitalisation d'initiatives locales, production de fiches d'expériences et vidéos; organisation de rencontres et ateliers, etc.;
- ✓ l'animation de site Web;
- ✓ l'animation de réseau de membres et d'acteurs du développement rural;
- ✓ l'accompagnement de travaux de capitalisation menés par des personnes pas systématiquement formées à cet exercice, et le cas échéant, en mobilisant des ressources humaines pour les appuyer;
- ✓ <http://www.inter-reseaux.org>.

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

<http://www.fao.org>

Organisation mondiale du commerce (OMC)

<http://www.wto.org/indexfr.htm>

Produitdoc

Bulletin trimestriel édité par l'AFD, Produitdoc aborde la conjoncture des marchés des matières premières. Portant sur les principales matières premières des pays d'intervention de l'AFD, ce bulletin est organisé sous forme de fiches par produit: café, cacao, thé, riz, sucre, oléagineux, coton, caoutchouc, pétrole, aluminium, cuivre, nickel et or.

Des graphiques illustrent systématiquement l'évolution des cours à moyen et court termes. Un tableau récapitulatif fait l'état des lieux des principaux taux de change internationaux.

<http://www.afd.fr/jahia/Jahia/lang/fr/home/Produitdoc>

Réseau commercial agricole d'Afrique de l'Ouest (WAATN, *West Africa agricultural trade network*)

<http://www.wa-agritrade.net>

Réseau des opérateurs économiques du secteur agroalimentaire (ROESAO)

Il rend disponible sur son site des études de marché téléchargeables.

<http://www.tradenet.biz/groups/home/?i=1000032&g=group>

Réseau des Systèmes d'information des marchés en Afrique de l'Ouest (RESIMAO)

C'est un réseau de systèmes d'information articulé autour du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, de la Guinée, du Niger, du Mali, du Sénégal, du Togo et du Nigéria. Ensemble, ils fournissent aux acteurs concernés des informations à jour et précises sur 400 produits de marchés agricoles urbains et ruraux, en particulier les statistiques des prix des agences officielles de l'Afrique de l'Ouest.

Le réseau surveille le développement du secteur agricole à travers la collecte et la publication de données s'appuyant sur des statistiques et des rapports d'analyses.

<http://www.resimao.org/html/fr/region/home>

Tradenet

Portail proposant une actualisation des prix des produits agricoles échangés en Afrique de l'Ouest.

Certains produits sont également commercialisés par le biais du portail. Il propose également l'adhésion à des groupes de réflexion, organisés par localisation géographique et/ou par thématique.

Des documents d'information sur les marchés et les produits agricoles sont également disponibles, ainsi qu'une liste des acteurs de l'agroalimentaire dans les différents pays d'Afrique de l'Ouest.

<http://www.tradenet.biz>

L'objectif de cet ouvrage consiste à améliorer les compétences des dirigeants et gestionnaires d'associations de producteurs en matière de gestion d'agro-entreprises, tout comme celles des techniciens des services gouvernementaux, des ONG et du secteur privé, qui fournissent une assistance technique aux agro-entreprises. Il s'adresse tout particulièrement à des associations de producteurs de petite et moyenne taille qui produisent et commercialisent des produits agricoles.

L'ouvrage inclut quatre modules dédiés aux sujets suivants: les systèmes et filières agroalimentaires, les principes et l'organisation des entreprises associatives, les méthodes et outils de planification pour les entreprises associatives et finalement les opérations de post-récolte et la commercialisation. Un livret complémentaire sur la gestion d'entreprises pour les agro-industries artisanales est également fourni. Cet ouvrage peut constituer une aide précieuse pouvant renforcer les compétences des producteurs et techniciens, afin de mieux répondre à la mondialisation et faire face aux menaces d'une concurrence croissante, mais aussi pour répondre à de nouvelles opportunités de marché.