



AFRIQUE DE L'OUEST : NOURRIR LES VILLES PAR L'AGRICULTURE FAMILIALE DURABLE



Entretien avec Benoit Naveau sur l'union de l'agroécologie et de l'économie sociale et solidaire au Burkina Faso.

Au Burkina Faso, l'agriculture biologique est présente sous sa forme moderne depuis plus de 20 ans. L'enjeu est maintenant de la faire changer d'échelle, pour accroître les revenus et les débouchés des populations locales.

C'est ce sur quoi travaillent Benoit Naveau (chargé des partenariats en Afrique de l'Ouest de l'ONG belge Autre Terre) et ses partenaires burkinabés APIL (Action pour la promotion des initiatives locales), ATAD (Alliance technique d'assistance au développement) et Le Baobab (Association d'entraide pour le Burkina Faso). Comment ? Par la structuration des groupements de producteurs, du matériel moderne et des unités économiques (laiterie, miellerie et centre d'élevage).

Votre projet se fonde sur l'économie sociale et solidaire (ESS), pouvez-vous nous en dire plus?

Les principes de l'ESS reposent sur la démocratie participative au sein des associations et la participation des bénéficiaires. Il s'agit d'orienter les acteurs vers l'initiative économique, dans le but de créer des emplois sûrs et stables. La personne prime sur le capital : les bénéfices sont réinjectés dans l'entreprise, par exemple sous forme d'investissement pour développer l'activité ou augmenter les salaires. Dans les assemblées générales des entreprises d'ESS, le salarié prend part aux discussions et aux décisions au même titre que les dirigeants. Le principe d'une personne - une voix participe à une meilleure cohésion sociale au sein de l'entreprise.

Créer une entreprise d'ESS se fait petit à petit. Le modèle ne peut pas être appliqué tel quel à tous les contextes. Par exemple, le principe d'autonomie de gestion - l'entreprise ne doit pas dépendre d'un autre groupe ou ses capitaux ne doivent pas venir d'actionnaires - n'est pas toujours faisable.

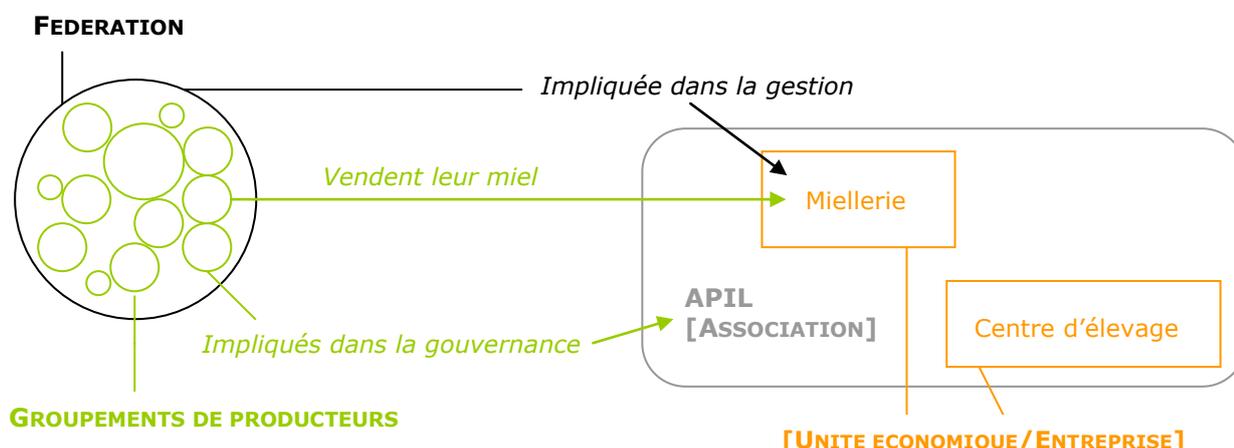
Le changement de mentalité est difficile à opérer. Certaines associations tendent à penser que de toute façon, un partenaire financera. Une dérive est l'association prestataire de services, qui se contente d'exécuter les programmes créés par le partenaire du Nord. Nous voulons aider nos partenaires à passer d'un système associatif à un système entrepreneurial, avec une gestion démocratique au centre.

Vous travaillez avec APIL, quels sont les effets de l'ESS sur son activité?

APIL est très intéressante car elle vit cette transition. Cette association veut fournir des services sociaux à ses membres et a également la volonté de créer une entreprise. Nous avons travaillé à la création d'une structure rentable qui puisse financer ses activités sociales.

Ils ont passé un cap : ils ont engagé un manager pour gérer leurs unités économiques, désormais autonomes financièrement. Dès lors que le changement vers l'autonomie financière a eu lieu, la production et la commercialisation ont très vite augmenté.

Le système économique développé par Autre Terre et APIL : l'exemple du miel



Vous travaillez aussi sur la participation des producteurs à la gestion de l'entreprise, pouvez-vous nous en dire plus ?

APIL est en train de passer une deuxième étape. Depuis quatre ans, elle encourage les producteurs à s'organiser en groupements, désormais regroupés en fédération. Le but est d'impliquer la fédération de producteurs dans la gestion de l'entreprise afin qu'ils aient leur mot à dire sur les choix stratégiques de développement, la répartition et l'utilisation des bénéfices de celle-ci.

Cette implication favorisera également un sentiment de responsabilité. Il est important que les agriculteurs comprennent que leur voix compte au même titre qu'une autre, qu'ils peuvent faire des choix et que l'expérience de l'entreprise a plus à apporter qu'une simple augmentation de revenu. Souvent les travailleurs de la base souffrent d'un complexe d'infériorité, qui les empêche d'exprimer leur opinion face aux experts de la gestion de l'entreprise, ayant une formation plus élevée. Aujourd'hui APIL s'attache à impliquer les producteurs à tous les niveaux de l'association. Par exemple, les délégués des producteurs sont membres de son AG.

APIL a vu son organisation profondément évoluer au fil du temps. L'information est communiquée très largement, les responsables de chaque structure au sein d'APIL sont autonomes, pendant les AG, des apiculteurs et des paysans prennent la parole et s'impliquent réellement. Ils ont prouvé que promouvoir une démocratie interne était un véritable avantage et APIL est désormais en passe

de devenir une ONG modèle. Ces changements se sont faits grâce à des échanges entre APIL et Autre Terre, questionnant cette dernière dans son propre mode de fonctionnement interne.

Le projet inclut également des actions de sensibilisation à la démocratie, pourquoi?

L'association Le Baobab réalise des pièces de théâtre mettant par exemple en scène un directeur d'association qui pioche dans la caisse pour soigner sa femme malade. Le public est ensuite invité à réagir sur cet accaparement de fonds. On constate que beaucoup ne le jugent pas anormal.



Ceci dit, la vie démocratique et l'ESS se retrouvent dans les pratiques quotidiennes des populations rurales. Les gens sont habitués aux palabres, au travail collectif dans les champs, etc. Lorsqu'on explique ce que recouvre le principe d'ESS, ils disent déjà la pratiquer de manière informelle.

Malgré cela les associations ont souvent une vie démocratique difficile, beaucoup n'ont pas de conseil d'administration. Rentrer dans une association peut être une sorte de promotion sociale, ce qui signifie pour l'intéressé qu'il va pouvoir gagner de l'argent ... Il n'est pas toujours bon pour une activité économique naissante de faire connaître ses bilans financiers à tout un chacun.

Comment se déroule le processus d'autonomisation financière?

La laiterie est aujourd'hui autonome financièrement. En ce qui concerne le centre d'élevage, le processus d'autonomisation financière est en cours. Nous espérons qu'avec le zootecien embauché il y a 1 an pour le gérer, le centre deviendra rentable. Jusqu'à maintenant, l'argent des bénéficiaires de la laiterie est envoyé au centre pour équilibrer ses comptes. Les structures sont désormais distinctes dans un souci de transparence financière : chacune doit arriver à l'équilibre financier. Cet exemple montre l'importance d'avoir des personnes compétentes en place.

Est-ce que tous les producteurs membres des groupements vendent leurs produits aux unités gérées par APIL, comme la miellerie ?

Non. Le but d'APIL est de renforcer les capacités des apiculteurs et agropasteurs. Elle a fourni à crédit des ruches modernes aux apiculteurs, organisé des formations sur l'utilisation de techniques moins invasives pour récolter le miel, d'équipements de protection, etc.

Les producteurs sont libres de décider de la quantité de miel qu'ils vendent à la miellerie d'APIL et de celle qu'ils préfèrent vendre eux-mêmes sur le marché local qui est facile d'accès et leur permet d'obtenir de l'argent rapidement en cas de besoin. Nous trouvons ce système bénéfique. Si les apiculteurs avaient dû vendre toute leur production à la miellerie, le risque aurait été que les consommateurs locaux n'aient plus accès au miel local. Nous ne voulons pas entrer en concurrence avec ce marché. Le miel est très apprécié localement et mangé de manière brute, sur la plaque de cire. Le miel transformé est destiné à une autre clientèle, plus citadine.

La miellerie commence à diversifier sa production. Elle développe par exemple la production de miel monofloral, issu de ruches installées dans des plantations de manguiers. Cette initiative est une



réussite : le miel ainsi produit se vend deux fois plus cher car de meilleure qualité, et la production de mangues a doublé grâce au rôle pollinisateur des abeilles.

Et au niveau de la laiterie ?

La logistique est plus compliquée à gérer : le lait est un produit très périssable. La laiterie doit fonctionner en flux tendu, car elle ne peut pas garder un stock trop important. Elle doit recevoir la quantité de lait qu'elle va vendre pour ne pas avoir à en jeter. Cela demande de la planification. C'est donc la laiterie qui passe commande, en quelque sorte, aux éleveurs.

A partir du lait collecté, elle produit du lait pasteurisé et des yaourts, qui représentent environ 80 % de sa production. Ceux-ci sont sucrés avec le miel issu de la miellerie et ont l'avantage de se conserver plus longtemps.

Il est arrivé que 20 % de la production soit perdue à cause de coupures d'électricité empêchant les réfrigérateurs de fonctionner. Ce problème est en voie d'amélioration : l'installation d'un groupe électrogène permettra aux réfrigérateurs de fonctionner même en cas de coupure d'électricité. Autre Terre est d'habitude réticent

à suréquiper une association locale, car le matériel fourni est coûteux à entretenir et peut grever son budget. C'est pourquoi nous sommes soucieux de conserver un bon équilibre dans les investissements.

Comment sont commercialisés les produits ?

Les unités économiques ne vendent pas directement leur production aux consommateurs, mais à des commerçants qui se chargent de les revendre. Le lait est généralement vendu à Kaya, plus proche, en raison de sa conservation difficile, tandis que le miel l'est également à Ouagadougou et dans les villes environnantes.

Deux personnes de la laiterie et de la miellerie sont en charge de gérer les relations avec les commerçants. Elles passent par exemple dans les boutiques pour voir si les produits sont bien mis en valeur, participent à des foires et événements promotionnels. Leur stratégie commerciale commence à devenir assez élaborée.

Quelle est la stratégie commerciale ?

La miellerie essaie de diversifier sa gamme de produits. Elle fait des produits dérivés, comme du jus, du savon à base de cire, du baume à lèvres et des pommades. On leur a proposé de s'intéresser à d'autres produits comme la gelée royale ou la propolis, mais ce sont des produits plus techniques à obtenir. La miellerie propose également divers packagings et emballages. La clientèle étant majoritairement modeste, ce sont les petites contenances qui marchent le mieux.

Les stratégies commerciales n'ont pas été faciles à mettre en place. Les bouteilles étaient de très mauvaise qualité, ce qui était un gros problème à notre niveau. Les bouteilles actuelles viennent du Ghana car il n'y a pas de production au Burkina Faso. Elles sont pratiques mais n'atteignent pas le niveau d'exigence des classes les plus élevées de la population, qui préfèrent acheter des produits importés d'Europe, mieux présentés.



Nous visons surtout un milieu de gamme, pour toucher les classes moyennes. Le miel monofloral pourrait être plus facilement vendu à une clientèle plus aisée. Nous avons aussi beaucoup travaillé sur le nom à choisir et le design des étiquettes, aujourd'hui plus lisibles. Ils font aussi de la publicité, leur message étant surtout axé sur les vertus du miel pour la santé.

Grâce à cela et ses initiatives sociales, APIL commence à être connu. La stratégie commerciale a eu des débuts difficiles. Leur objectif principal était de soutenir les producteurs, moins de chercher des débouchés commerciaux. Ils se sont finalement intégrés dans une démarche commerciale et font désormais des investissements eux-mêmes.

La démarche commerciale risque-t-elle de faire perdre de vue la dimension sociale de l'activité ?

Non, nous n'avons pas vraiment de craintes là-dessus. C'est aussi pour cela que nous voulons que les agriculteurs prennent part à la gestion et au capital d'APIL. Les intéresser à la gestion de la structure garantira qu'ils puissent continuer à profiter des bénéfices de l'entreprise, qui pourraient servir à financer des formations ou de l'équipement par exemple.

Notre priorité est le marché local. Nous ne voulons pas faire de commerce équitable avec le Nord, car cela va à l'encontre de notre philosophie de souveraineté alimentaire. Notre objectif n'est pas de faire un produit de luxe pour Européens alors que les populations locales risquent fréquemment de manquer de nourriture. Nous voulons produire des aliments de qualité, de manière biologique, accessibles aux populations locales et que cette production permette à la fois de nourrir les populations et de leur faire gagner de l'argent.

Les producteurs sont-ils réceptifs aux principes de l'agroécologie ?

Les producteurs sont extrêmement réceptifs car produire selon des pratiques agroécologiques coûte beaucoup moins cher. Il y a néanmoins un changement de mentalité à initier. Dans la production utilisant des intrants chimiques, la terre est considérée comme un substrat. L'agroécologie au contraire vise la restauration du sol, qui doit permettre à la graine de pousser sans aide extérieure. Plus le sol est de qualité, plus la production le sera elle aussi. L'agriculteur doit être en permanence à l'écoute de sa production.

Les paysans comprennent l'avantage de produire en agroécologie mais perçoivent les difficultés de cette démarche. Si les techniques agroécologiques étaient utilisées par leurs grands-parents, eux ne les connaissent pas. C'est pourquoi les formations, le suivi, les appui-conseils sont très importants.

Les producteurs constatent l'amélioration de la qualité de manière très concrète, par exemple la conservation plus longue et le meilleur goût des légumes. C'est pourquoi je pense que si nous les soutenons en termes de renforcement de capacités, il sera facile de passer à l'agroécologie.

Et les consommateurs ?

En ce qui concerne les consommateurs, c'est moins facile. S'il y a un stand spécifique de produits agroécologiques sur le marché et que les consommateurs constatent qu'ils sont de meilleure qualité que les autres, ils vont les acheter. Cependant ils sont souvent persuadés que ce genre de produits est plus cher.

Il y a un travail à faire avec les producteurs, qui ont tendance à augmenter les prix pour les aliments produits en bio, alors que la production ne coûte pas plus cher, voire même moins. Il ne faut pas présenter ces produits comme des produits à plus-value, mais simplement dire que ce sont des aliments sains vendus à prix raisonnable, qui ne cherchent pas en cela à se démarquer des autres. Nous voulons jouer sur la qualité, sans pour autant viser un marché de niche réservé à la grande bourgeoisie de Ouagadougou.

Pouvez-vous nous en dire plus sur le Conseil national de l'agriculture biologique (CNABio) ?

Le CNABio a été créé en 2011. Il est composé d'une quarantaine de structures actives dans la production ou la commercialisation de produits bio au Burkina Faso. Le CNABio est un cadre d'échanges et de concertation entre tous les acteurs concernés (producteurs, transformateurs, consommateurs, etc.). Autre Terre en est secrétaire à l'information et à l'organisation du bureau exécutif.

Le défi est de créer un cadre législatif et réglementaire favorable (contrôle, certification, cahier des charges, etc.) et d'élaborer un cahier des charges national adapté aux contraintes et pratiques de production locale et aux normes internationales. Un système de certification participatif garantira des produits bio à un coût raisonnable aux burkinabés. Pour cela il faut fédérer suffisamment de structures pour proposer une offre convaincante, faisant poids sur le marché national en termes de quantité et qualité.

Les producteurs seront épaulés pour certifier leurs productions. Des formations axées sur la production bio et le respect des normes en conformité avec le cahier des charges seront organisées, ainsi que de l'appui-conseil sur le terrain pour maîtriser les techniques.

La sensibilisation du grand public sera également un élément de réussite majeure. Des actions de promotion seront menées au Burkina Faso voire dans la sous-région, pour sensibiliser à l'intérêt de consommer des produits bio. Afin de rendre les produits bios plus visibles pour le consommateur, nous comptons aussi créer des points de vente spécifiques.

Quelles sont les relations avec les autorités locales ?

APIL reste toujours en contact avec les autorités locales. Par exemple, ils déclarent la création d'un comité villageois apicole à la mairie pour qu'il ait une validité juridique. APIL entretient de très bonnes relations avec les autorités locales, ce qui leur permet une certaine liberté d'action. Leurs initiatives ne rentrent pas en concurrence ou en opposition avec les stratégies de développement mises en œuvre par l'État, qui a ses propres techniciens et est aussi actif sur ce chantier. APIL est très forte pour cela, ses actions vont main dans la main avec celles de l'État. Cela va dans le sens d'un renforcement mutuel très positif.

Propos recueillis le 24 juillet 2012 par Mathilde Lecler (CFSI) et contribution à la discussion en ligne organisée par le CFSI « marchés de niche » le 12 décembre 2011, édités par Justine Mounet (CFSI) le 6 août 2013. Photos © Autre Terre.

Pour creuser le sujet :

- Fiche projet, *Appui au développement de l'agroécologie au Burkina Faso*, 2011
- Fiche projet, *Développement de l'agriculture bio pour le marché burkinabé*, 2012
- Film, *Cultures en transition*, 2012 (présenté au *Festival ALIMENTERRE* 2013)
- Etude, *Répondre aux défis du XXIème siècle avec l'agroécologie : pourquoi et comment ?*, 2013

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

Ce programme est porté par la Fondation de France et le CFSI. Il bénéficie de la contribution de la Fondation Ensemble, de la Fondation L'OCCITANE et de l'Agence Française de Développement depuis 2013. La SEED Foundation participe également au volet capitalisation du programme.

