Comment renforcer l'agroécologie et la consommation locale ?

L'impact de SENS-Bénin à travers la démarche B'EST et le Local dans les systèmes alimentaires au Bénin



ARSÈNE **ATINDEHOU**

MOTS-CLÉS : LE LOCAL, B'EST, SENS-BÉNIN, INVESTISSEUR SOLIDAIRE, ESSOR

Depuis plusieurs années, l'alimentation africaine s'est adaptée au marché : même si les plats traditionnels restent encore les mets de choix des consommateurs, de nombreux ingrédients de base ont été remplacés par des produits manufacturés souvent importés, aux qualités technologiques et nutritionnelles aléatoires et non garanties (les exhausteurs de goût tels que les bouillons cube, la tomate concentrée venue de Chine, ou l'huile désormais raffinée et bien souvent importée). En parallèle, le mode de vie s'est radicalement transformé (développement des transports, sédentarisation, exode rural). Ces mutations induisent une transition épidémiologique. On le voit aujourd'hui, avec l'émergence du diabète de type 2, l'obésité, l'anémie et d'autres nouvelles pathologies telles que celles que le Dr Jean Seignalet avait répertoriées et dont certains facteurs résident dans les nouveaux modes d'alimentation : « *L'alimentation d'hier doit prendre une grande place dans la médecine de demain, aussi bien dans la prévention que dans le traitement de la plupart des maladies.* » (Seignalet, 2004).

En plus des raisons qualitatives liées à l'approvisionnement en denrées fraîches de proximité, nous avons intérêt pour des raisons de transition agroécologique à limiter les transports et particulièrement celui des denrées agricoles. La crise sanitaire nous a également montré qu'il faut structurer, développer et encourager la production, la transformation et l'accès aux produits locaux afin de garantir à toutes les couches de la population un approvisionnement plus fiable.

LE « CONSOMMER LOCAL » SELON LE GOUVERNEMENT BÉNINOIS

Le gouvernement béninois a souhaité suivre les recommandations de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA) et faire la promotion de la consommation locale, notamment en désignant le mois d'octobre comme le mois du « consommer local ». Mais ce qui aurait pu être un signal fort de renforcement de l'autonomie et de la sécurité alimentaire est finalement surtout un encouragement pour les opérateurs économiques à investir dans la production locale, et cela, plutôt dans le but d'une exploitation intensive et dans l'objectif d'exporter (ananas, noix de cajou, karité, etc.).

Dans ce contexte de pays à économie précaire, la santé est une préoccupation fondamentale et l'autonomie alimentaire est indispensable. Une alimentation saine, locale et durable s'ancre au centre des préoccupations de l'humanité contemporaine et devrait peut-être encore plus s'inscrire au centre des objectifs des pays en développement. Mais paradoxalement, ces pays, comme le Bénin, peuvent être empêchés par leur obligation de rendement à court terme, alors que ces propositions de consommation locale n'auront pas forcément d'impact immédiat.

Comment réussir à convaincre les gouvernements de ces pays d'une telle nécessité ?

Au Bénin, la tendance actuelle est de penser que les produits importés sont systématiquement de meilleure qualité que les produits locaux et que faire ses courses dans les supermarchés est un

signe de réussite sociale. Face à cette image assez dégradée du produit local, des initiatives de plusieurs consommateurs sensibilisés font évoluer de petites entreprises engagées vers la production, la transformation et la distribution des produits locaux. Les autorités publiques soutiennent aussi l'agriculture locale, mais avec un positionnement plus ambivalent. À titre d'exemple, on notera que le gouvernement béninois finance des programmes de développement pour soutenir la filière du riz à hauteur de plusieurs centaines de millions de francs CFA, et dans le même temps accepte que du riz importé soit servi à la cantine des ministères et dans les écoles.

Au nombre des autres facteurs qui minent la production locale, il y a l'importation de certains produits (riz, blé, pommes de terre, huile de palme brute et raffinée, viandes congelées et réfrigérées, poissons congelés, etc.) pour lesquels les Béninois ont un certain engouement et qui sont souvent moins chers que les produits locaux puisque ces produits proviennent la plupart du temps d'élevages et de production intensifs, et sont parfois aussi subventionnés dans leurs pays d'origine.

LES PRODUCTEURS FACE À PLUSIEURS DILEMMES

De leur côté, les producteurs agricoles sont confrontés à plusieurs problématiques : la concurrence des produits d'importation, la méconnaissance et le manque de circuits logistiques et de distribution. Les itinéraires techniques et procédés de transformation mal maîtrisés induisent des pertes, de l'hétérogénéité dans la qualité des produits, une dégradation de valeur et des irrégularités dans les approvisionnements.

Par conséquent, comment favoriser une reconquête du marché par les produits locaux, face aux produits importés ? Comment encourager les populations à consommer ce que leurs paysans produisent ?

AGIR DURABLEMENT SUR LES MAILLONS DE LA CHAÎNE

Comme il est souligné dans l'ouvrage « Les batailles du consommer local en Afrique de l'Ouest », « *les systèmes alimentaires territorialisés se multiplient en Afrique de l'Ouest. L'agroécologie est au cœur de ces projets, centrés sur l'agriculture familiale et qui s'emparent des défis relatifs à l'augmentation de la valeur ajoutée ou au renforcement des filières* » (Eloy *et al*., 2019).

La transformation des systèmes de production vers des modèles agricoles plus écologiques et plus résilients doit être accompagnée pour bien valoriser et promouvoir des produits locaux.

Dans une dynamique de transition agroécologique et de promotion des produits locaux, plusieurs structures au Bénin se sont approprié la (re)territorialisation de l'alimentation. Cette dynamique intègre l'organisation des filières, allant de la recherche de financement des entreprises innovatrices à la valorisation des déchets. Les autorités ne sont pas encore pleinement engagées dans les mouvements « consommer local ». Néanmoins, elles appuient directement ou indirectement des initiatives. Toutefois, les enjeux liés au développement de produits locaux ne sont nullement ignorés par l'ensemble des acteurs intervenant dans les systèmes alimentaires au Bénin. Les associations, ONG, institutions et coopératives sont fortement engagées dans la bataille du développement de produits locaux.

Face à ce tableau, le modèle agricole béninois dysfonctionne ; contraignant les exploitants à vendre leurs produits à perte, il ruine les campagnes et finit par créer des inquiétudes en termes de sécurité sanitaire des aliments. Afin de remettre les producteurs au cœur de la chaîne de valeur, il existe une solution en apparence simple : les circuits courts (Chouckrou, 2016).

Le développement intégré de filières de production agroécologiques pourrait répondre aux attentes des consommateurs (alimentation saine) et aux besoins des producteurs (meilleure valorisation de leurs produits). Ce développement pourrait devenir l'un des leviers pour améliorer l'autonomie alimentaire (les produits locaux ne pouvant subvenir à la totalité des besoins alimentaires et posant des questions de résilience). Or, produire de façon écologique et rentable est un véritable défi dans un contexte comme celui du Bénin, où les enjeux climatiques sont de taille, et où la production agroécologique alimentaire n'est pas encore suffisamment encouragée par l'État ou par les institutions.

Pour répondre à ces questions, nous ferons une analyse de cas de l'action de l'entreprise solidaire SENS-Bénin qui propose des initiatives d'encouragement et de développement des entreprises locales.

INNOVATION DANS LES SYSTÈMES ALIMENTAIRES DURABLES AU BÉNIN

Le cas de SENS-Bénin

SENS-Bénin (pour « Solidarités Entreprises Nord-Sud ») est une entreprise solidaire qui accompagne le développement d'entreprises et de chaînes de valeurs socialement inclusives, économiquement compétitives et écologiquement résilientes. À ce jour, l'effort de SENS-Bénin est concentré sur le développement de la démarche B'EST (pour « Bénin Entreprendre Solidaire avec son Territoire »), qui permet de développer les territoires ruraux et la sécurité alimentaire au Bénin et en Afrique subsaharienne avec des entreprises et des chaînes de valeur novatrices et pérennes (Figure 1).

SENS-Bénin accompagne des entreprises qui font la démarche B'EST : les entreprises solidaires des services et d'organisation aux ruraux (ESSOR), qui ont pour objectif de créer le maillon manquant entre petits producteurs au niveau du village, et les entreprises solidaires urbaines. Au cœur de la démarche, au niveau rural, les ESSOR sont des acteurs clés car les petits producteurs — hommes et femmes — contractualisent avec l'ESSOR dans le but de sécuriser leur achat d'intrants et leur vente de récoltes. À son tour, l'ESSOR vend les récoltes à des femmes transformatrices, des entreprises de transformation agroalimentaire et sur les marchés de distribution en milieu urbain.

Quatre secteurs porteurs d'impact développés par SENS-Bénin

Bien se nourrir au quotidien, en ville et au village

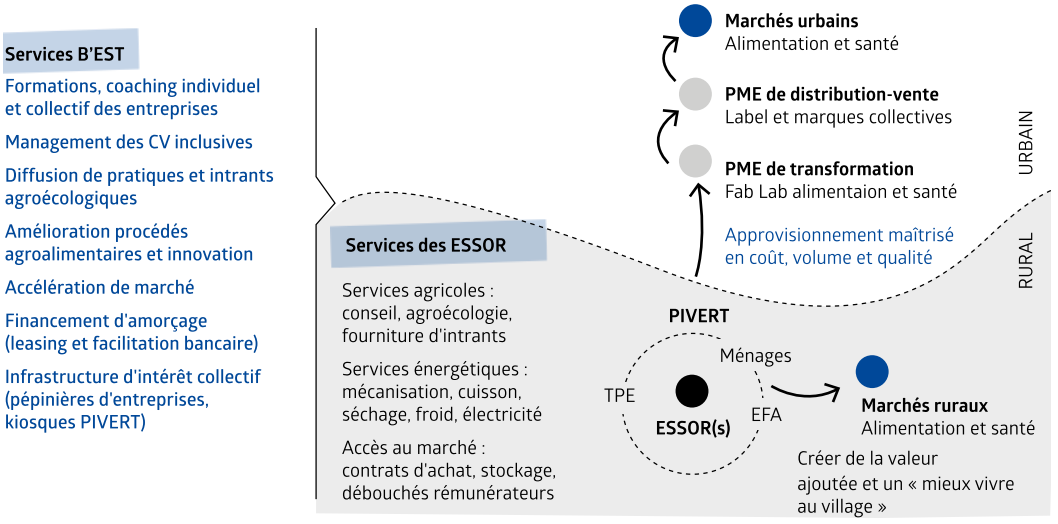
À travers une production agricole durable et une transformation agroalimentaire de qualité, les entreprises du réseau B'EST délivrent des produits alimentaires de qualité sur les marchés ruraux et urbains. Les filières actuellement ciblées par SENS sont le soja, le petit élevage, le maraîchage, l'apiculture et les intrants agricoles naturels à base de neem.

Se soigner naturellement

En valorisant les ressources naturelles disponibles au Bénin telles que les plantes aromatiques et médicinales et les graines oléagineuses, les entreprises du réseau B'EST délivrent des produits de santé (tisanes, compléments alimentaires) et des cosmétiques (savons, huiles) conçus pour les ménages modestes comme pour ceux plus aisés.

FIGURE 1. LA CHAÎNE DE VALEUR INCLUSIVE

Du producteur au consommateur, coopérer pour être compétitifs ensemble



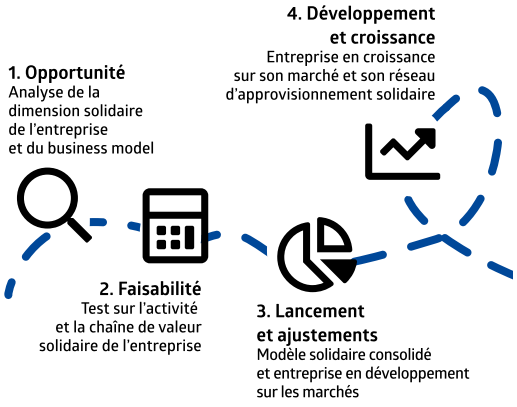
PIVERT : pôle d'innovation verte, d'énergie rurale et de transformation ; ESSOR : entreprise solidaire de services aux ruraux ; PME : petites et moyennes entreprises ; TPE : très petites entreprises ; EFA : entreprises familiales agricoles

(Source : d'après www.solidarites-entreprises.org/)

Fournir des services énergétiques en milieu rural
Les pôles ruraux d'entreprises solidaires développés et accompagnés par SENS (pôles d'innovation verte, d'énergie rurale et de transformation ou PIVERT) offrent des services énergétiques aux ruraux pour la mécanisation agricole, la transformation agroalimentaire, l'éclairage, la chaîne du froid et la recharge d'appareils électroniques.

Fournir un appui-conseil aux entrepreneurs
On peut être un(e) très bon couturier(e), boulanger(e), informaticien(ne), ingénieur(e), … mais le jour où l'on souhaite lancer son entreprise, il y a un nouveau métier à apprendre : le métier d'entrepreneur.

FIGURE 2. PROCESSUS D'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES SOLIDAIRES



(Source : d'après www.solidarites-entreprises.org/offres/lappui-conseil-aux-entrepreneurs-solidaires/)

SENS-Bénin a développé des méthodologies et outils pour permettre à des entrepreneurs en devenir de créer ou développer une entreprise, qui de surcroît aura des impacts positifs sur son territoire. Cet entrepreneur solidaire pourra bénéficier de l'appui-conseil individuel personnalisé dès le démarrage de son parcours (phase de faisabilité) : huit conseillers SENS, généralistes ou spécialistes, sont là pour l'écouter, l'orienter, l'appuyer dans l'acquisition de ces compétences entrepreneuriales, tout en veillant à cultiver et valoriser les impacts de son entreprise (Figure 2).

SENS-Bénin innove et crée une méthode d'initiation au métier d'entrepreneur (MIME). La méthode MIME est une mise en situation destinée à apporter aux participants la compréhension des mécanismes fondamentaux qui régissent le fonctionnement des entreprises, des relations que développent les entreprises avec leur environnement et, enfin, des apports essentiels des hommes et des femmes qui y travaillent. Cette formation originale et participative est un « *serious game* » mettant quatre équipes de participants, représentant autant d'entreprises, en concurrence sur un marché dans lequel il faut décider d'investir, de produire, de répondre à des appels d'offre, etc.

LA DÉMARCHE B'EST

SENS-Bénin développe et anime le réseau d'entreprises B'EST dont les valeurs et les principes sont définis dans la charte « Entreprendre solidaire avec son territoire » (Figure 3). Toute entreprise membre du réseau B'EST s'engage à respecter les principes de cette charte et fait l'objet d'une certification annuelle accordée sur la base des engagements et résultats obtenus au cours de l'année écoulée.

Un réseau d'entrepreneurs solidaires

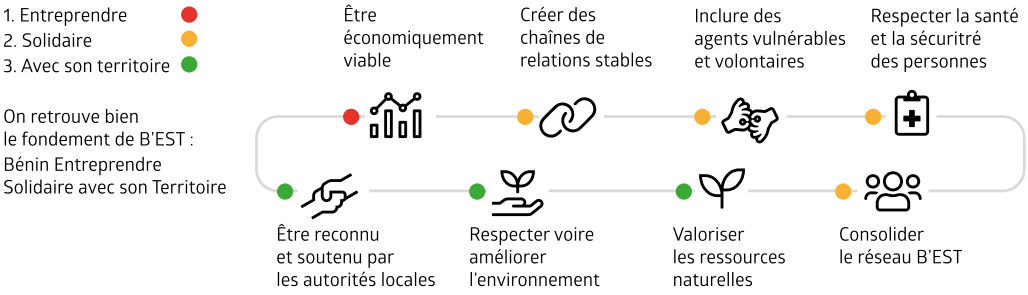
Le réseau B'EST est un réseau professionnel de plus de quatre-vingts entreprises locales et de plus de deux mille acteurs économiques ruraux réunis pour être compétitifs ensemble. La vision de SENS-Bénin est de développer une économie locale inclusive et de créer un mieux-être au village. De par sa démarche solidaire, et guidée par la charte B'EST, SENS-Bénin crée un environnement de coopération, propice à l'innovation et à la mutualisation des expériences, des opportunités et des moyens, au service des territoires ruraux. Cette initiative s'adresse aux :

- → entrepreneurs dans la transformation agroalimentaire ;
- → entrepreneurs dont les produits sont sains, respectueux de la santé humaine et de l'environnement ;
- → fournisseurs de matières premières locales impliquées dans la fabrication de produits et souhaitant sécuriser leur approvisionnement auprès de producteurs ruraux ;
- → entrepreneurs qui ont des besoins d'alliances commerciales pour étendre leur réseau de distribution ;
- → entreprises souhaitant avoir un levier de création de richesses et d'emploi au Bénin.

L'ensemble de ces initiatives crée le fondement

FIGURE 3. LA CHARTE B'EST

La charte définit ses engagements sur trois domaines qui ont chacun un code couleur.



(Source : d'après www.solidarites-entreprises.org/rejoindre-le-reseau-best/)

d'une démarche éthique, novatrice dont le Local (la boutique vitrine) reste le dépositaire physique, et Mark'Ethic l'organe qui assure la distribution des produits des ESSOR au sud du Bénin.

Le Local

Le Local est la boutique vitrine qui présente les produits issus du réseau B'EST. C'est devenu un endroit emblématique pour les personnes qui cherchent à consommer local. Cet espace installé à Cotonou accueille aussi des réunions de consommateurs, des discussions, des dégustations et des ventes.

Mark'Ethic

Mark'Ethic est une force de vente et de distribution du réseau B'EST à Cotonou. Sa mission est de promouvoir la consommation des produits locaux de qualité, notamment les produits labellisés B'EST, auprès des consommateurs urbains du Sud-Bénin et des professionnels, et de contribuer à la fierté des producteurs au village par rapport à leur métier.

Grâce au travail de Mark'Ethic, le plus gros supermarché de Cotonou se ravitaille en produits locaux de qualité, ainsi que les hôtels et restaurants de la place qui le souhaitent.

Mark'Ethic se positionne comme un partenaire pour l'accélération de mise sur le marché des entreprises de transformation dont l'offre est porteuse d'une forte valeur ajoutée sociétale. Avec ces entreprises, Mark'Ethic instaure une relation de confiance et offre des modalités de paiement attractives. Mark'Ethic appuie également ces entreprises pour améliorer leur offre afin de positionner sur les marchés des produits qui répondent à la demande des consommateurs urbains.

Une fois décrite la mission de SENS-Bénin, il est légitime de se demander comment SENS-Bénin finance la réalisation d'objectifs aussi majeurs.

Le club d'investisseurs solidaires Investi'SENS

Investi'SENS est plus qu'un fonds d'investissement, il s'agit d'un club d'investisseurs solidaires qui investissent et s'investissent aux côtés des entrepreneurs solidaires. Ils leur proposent ainsi :

- → des solutions de financement en partenariat ou en complémentarité avec l'offre des institutions financières locales ;
- → un parrainage : apport de compétences, écoute active, carnet d'adresses, etc.

Ce double engagement vis-à-vis des entrepreneurs solidaires, conjugué à l'appui-conseil de SENS-Bénin, permet d'optimiser le retour sur investissement social et environnemental tout en consolidant la viabilité économique des entrepreneurs.

Le premier club Investi'SENS a vu le jour en France, concomitamment à la création de la société SENS-France, dont il fait partie intégrante. Très vite, des Béninois ont voulu également constituer un club, et la société Investi'SENS-Bénin a été fondée par huit d'entre eux en 2014, aux côtés de SENS-France et de SENS-Bénin. Bientôt, la proximité entre entrepreneurs et investisseurs solidaires sera encore renforcée par la création de clubs de parrainages locaux, dans les communes-mêmes des entrepreneurs.

L'implication des investisseurs solidaires suit une charte de valeurs. Celle-ci est une assurance solide pour SENS-Bénin, les investisseurs solidaires, les entrepreneurs solidaires et les consommateurs.

LES AVANTAGES DU LOCAL

La fiabilité, la traçabilité et la transparence dans les processus de fabrication et de transformation des produits sont des atouts du Local. L'accès à l'information relative aux produits et aux producteurs rassure les consommateurs. Le Local est un espace de rencontre entre les acteurs du système alimentaire béninois pour échanger, partager des expériences, des opportunités.

Néanmoins, malgré toute la volonté, l'énergie et les moyens déployés, SENS-Bénin reste sujette à des entraves de diverses natures.

LES LIMITES DU LOCAL

SENS-Bénin pose déjà des actions sur le terrain pour faire connaître le Local et les produits locaux à toutes les couches de la population au moyen de sensibilisations, de rencontres d'acteurs du système alimentaire au sein et en dehors du Local. Mais ces actions sont insuffisantes et engendrent quelquefois des frustrations, des tensions par l'inaccessibilité des produits à certaines couches de la population. Certaines personnes veulent bien acheter des produits locaux mais n'en ont pas les moyens financiers.

La comparaison des prix des denrées alimentaires met en évidence des prix plus élevés au Local que sur les marchés locaux. Au Bénin en 2015, un ménage dépense en moyenne 1 175 245 FCFA par an, soit 97 937 FCFA par mois. Les dépenses moyennes annuelles par personne au Bénin sont estimées, toujours en 2015, à 238 343 FCFA, en hausse par rapport à 2011 (227 064 FCFA) et à 2009 (220 444 FCFA) (Insae, 2015). La population locale n'a pas les moyens financiers pour accéder aux produits du Local parce que la garantie de qualité des produits du Local a un coût. Il en dérive donc des produits dont les coûts sont supérieurs au pouvoir d'achat que le Béninois moyen dédie à son alimentation. Cette situation fait du Local un endroit fréquenté par les personnes relativement aisées et le catégorise comme un lieu d'approvisionnement réservé aux personnes aisées et par conséquent inadapté aux personnes appartenant à une couche sociale plus modeste.

Si ces difficultés entravent le rayonnement des actions de SENS, il est toutefois possible de les limiter, voire de les endiguer, moyennant un changement de paradigme et des solutions pratiques.

APPROCHES DE SOLUTIONS

« *Les travailleurs sont sortis massivement ce vendredi, 18 février 2022 à Cotonou, pour protester contre la cherté de la vie. La Bourse du travail grouille de monde depuis quelques minutes. Pancartes en main et banderoles au front, les travailleurs scandent des slogans "Non à la vie chère", "Non aux impôts qui asphyxient les travailleurs".* » (Badarou, 2022). En appliquant une fiscalité allégée (sur l'importation du matériel agricole, des intrants, et d'autres facteurs de production) et favorable au développement de la production locale agroécologique au réseau B'EST, les autorités publiques prendraient une décision salutaire qui permettrait l'essor de toute la chaîne de production. En outre, cette initiative publique pourra favoriser une baisse des coûts de production (matériel importé, intrants, etc.) permettant un prix de vente accessible à toutes les couches de la population.

Organiser des festivals autour des produits locaux pour favoriser la mixité sociale serait une autre approche possible. En effet, ce genre d'initiatives permettrait de créer un cadre de brassage pour les différents acteurs du milieu agricole, ce qui subséquemment faciliterait les échanges et la compréhension des difficultés rencontrées par chaque acteur de la chaîne.

La démarche B'EST devrait en outre être explicitée pour rendre intelligible la mission de SENS-Bénin et la politique de fixation de prix des produits B'EST ; tout ceci dans l'esprit d'une démarche participative…

CONCLUSION

On observe une tendance qui tend à émerger timidement au sein de certains pays en développement, notamment sous l'impulsion de populations que l'on désigne parfois comme « repat' » (ou « repatriées », c'est-à-dire issues d'une diaspora opérant un retour au pays d'origine). En effet, on observe à leur initiative des clusters de valorisation

des produits locaux, résultant de la tentative de ces populations de recréer une gamme de produits similaires en qualité à ceux qu'ils consommaient dans les pays dans lesquels ils s'étaient expatriés (sauces cuisinées en conserve avec des produits locaux, tablettes de chocolat béninois, miel de ruche, pleurotes, jus de fruits artisanaux sans sucre ajoutés, chantilly de karité, farine de souchet, de manioc, lait de soja local disponibles en bouteilles recyclables, etc., visant à servir de substituts aux produits industriels importés des pays du Nord, ou visant la valorisation directe des produits locaux). Ces ressortissants béninois de la diaspora visent ainsi les produits de moyenne et de grande consommation et relèvent pour le moment le défi de la qualité. Mais ces produits ne sont pas forcément encore accessibles à tous car le prix de revient est encore trop élevé. Une épicerie de luxe locale se développe, mais ne peut pas toucher toutes les franges de la population.

Il est urgent de repenser la pénétration du marché local par SENS-Bénin et les produits issus du label B'EST à travers un plan de communication et des prix adaptés. Quel peut donc être le rôle des pouvoirs publics dans cet élan ?

Une des propositions serait que l'agriculture locale de qualité soit subventionnée afin de rester en équitable concurrence avec les mêmes produits venus de l'extérieur, qui eux, pourraient être plus taxés si présents en suffisance sur le territoire béninois. D'autres propositions fiscales pourraient exister afin que d'autres initiatives d'entreprises telles que celles soutenues par SENS-Bénin puissent se développer, ce qui permettrait de fédérer certaines dépenses et de faire diminuer les frais de production de stockage, d'emballage, de communication et de distribution.

Il faudrait pouvoir renforcer les partenariats publics-privés avec les PME et PMI pour pouvoir s'étendre sur tout le territoire et développer des coopératives afin de renforcer également les possibilités d'exportation.

BIBLIOGRAPHIE

BADAROU A. 2022. Protestation contre la cherté de la vie : ça grouille du monde à la Bourse du travail. *Matin Libre*. 18/02/2022. Disponible sur : matinlibre.com/2022/02/18/protestation-contre-la-cherte-de-la-vie-ca-grouille-du-monde-a-la-bourse-du-travail/ (Consulté le 06/12/2021).

CHOUCKROU M.-D. 2016. Pour le producteur et le consommateur, il faut réinventer la distribution en modernisant les circuits courts. *Huffpost*. 09/03/2016. Disponible sur : www.huffingtonpost.fr/marcdavid-choukroun/agriculture-producteurs-circuits-courts-consommateurs_b_9417222.html (Consulté le 06/12/2021).

ELOY D., DIAGNE D., BASQUIN FANÉ H., 2019. *Les batailles du consommer local en Afrique de l'Ouest*. CFSI / Fondation de France, 128 p. Disponible sur : www.alimenterre.org/system/files/2019-01/batailles-consommer-local-pp-bd.pdf (Consulté le 06/12/2021).

INSAE. 2015. *Consommation des ménages (EMICoV-2015)*. 5 p. Disponible sur : https://instad.bj/images/docs/insae-statistiques/sociales/Consommation des menages/Consommation des ménages (Emicov 2015).pdf (Consulté le 30/11/2021).

SEIGNALET J., 2004. *L'alimentation ou la troisième médecine*. François Xavier de Guibert, 313 p. (Collection Écologie humaine). Disponible sur : www.lezarts.org/02Kiosque/Bienetre/01BienEtre_Pdf/L'alimentation ou la troisième médecine.pdf

Cette étude s'est basée sur les entretiens suivants, dont les contenus sont venus enrichir l'analyse :

AHOUANGANSI M., citoyen Béninois, entretien le 02/02/2022 à Montpellier (France).

CAKPA P., investisseur solidaire, entretien le 27/12/2021 à Bohicon (Bénin).

FAKAMBI K., directrice, SENS-Bénin, entretien le 20/12/2021 à Dassa (Bénin).

KEKERE K., entrepreneur solidaire, entretien le 02/01/2022 à Calavi (Bénin).

KPEDJO A., consommatrice des produits B'est, entretien le 28/12/2021 à Cotonou (Bénin).

KRAGBE H., gestionnaire et promotrice de vente au Local, entretien le 23/12/2021 à Cotonou (Bénin).

OGOUMA A., chargée du développement du réseau d'entrepreneurs solidaires, gestionnaire d'entreprise B'est, formatrice, entretien le 03/01/2022 à Cotonou (Bénin).