

## Les transformatrices de céréales du Faso en réseau

Philippe Ki (afrique.verte@gmail.com, afrique.verte@fasonet.bf) et Fanny Grandval (fanny.grandval@inter-reseaux.org)

**DE NOMBREUSES TRANSFORMATRICES DU FASO se sont constituées en réseau national avec l'appui de l'Aprossa. Elles ont en commun la recherche de la qualité, et unissent leurs efforts pour relever le défi de la distribution.**

► Philippe Ki est spécialisé en économie-gestion, avec une longue expérience sur le développement rural en milieu associatif. Il est Coordinateur de l'Association pour la promotion de la sécurité et de la souveraineté alimentaires au Burkina (Aprossa) depuis 1998.

► Cet article a été rédigé suite à une réunion avec des représentantes du Réseau des transformatrices de céréales du Faso (RTCF) et d'Aprossa (Afrique verte Burkina), membre du groupe Afrique verte international (AVI) qui rassemble aussi Amassa Mali, AcSSA Niger et Afrique verte en France. Le groupe AVI vise à promouvoir la filière céréalière au Sahel, de la production à la consommation en passant par la transformation et la commercialisation. AVI favorise, entre autres, la transformation des céréales locales afin d'offrir aux consommateurs des produits de qualité, prêts à l'emploi. Pour plus d'information sur le RTCF : [rtcf.pres@gmail.com](mailto:rtcf.pres@gmail.com)

**A**U BURKINA FASO, tout comme chez ses voisins sahéliens, l'explosion démographique des centres urbains et le changement des modes de vie entraînent de nouvelles demandes et exigences des citoyens concernant leur alimentation. Ils sont non seulement à l'affût de produits de qualité mais ils recherchent aussi des céréales faciles et rapides à préparer. Si la demande augmente avec un potentiel de marché bien réel, l'insuffisance de l'offre en produits locaux de qualité a souvent contraint les consommateurs à acheter des produits importés. Pourtant aujourd'hui on trouve de plus en plus de produits élaborés à partir de céréales locales et répondant à ces préoccupations. Parmi les entrepreneurs à l'origine de cette offre diversifiée, les femmes du Réseau des transformatrices de céréales du Faso, avec l'accompagnement technique d'Aprossa, se forgent depuis quelques années une réputation qui dépasse les frontières.

**Le Réseau des transformatrices de céréales du Faso (RTCF) : quand la diversité l'emporte sur la quantité.** Né en 2005, du regroupement de 20 Unités de transformation (UT) de Ouaga (soit des groupements de femmes à statut associatif, soit d'entreprise) appuyées par Aprossa, le RTCF fédère aujourd'hui 60 UT, soit plus de 2 000 femmes de 3 provinces du Burkina Faso : Kadiogo (Ouagadougou), Houet (Bobo Dioulasso) et Comoé (Banfora).

La quantité de céréales transformées annuellement par le Réseau atteint 900 tonnes. À titre indicatif, le tableau ci-dessous présente les quantités de céréales transformées et le chiffre d'affaire des 20 UT du Kadiogo.

Années	Quantité transformées (t)	Chiffre d'affaire (FCFA)
2008	200	43 096 330
2009	237	72 740 000
2010	433	131 973 250

Le Burkina Faso produit en moyenne 5 000 000 tonnes de céréales par an. On estime que seulement 20 % de cette production est commercialisée, l'essentiel étant autoconsommé par les producteurs. Sur la part commercialisée, une très faible partie est transformée puisque les pays sahéliens ont peu d'industries agro-alimentaires. L'essentiel de la transformation des

céréales locales est donc assuré par de petits groupements féminins. Le RTCF est l'une des structures les plus importantes au Burkina. Sa force réside dans la diversité et la qualité des produits proposés ainsi que leur facilité de préparation qui répondent à la demande des consommateurs.

**Une gamme de produits divers et variés...** Les femmes innovent dans l'élaboration des produits transformés : couscous, bouillies, déguè pour les céréales, mais aussi condiments, jus, gâteaux. Un site internet présentant les produits et les organisations membres du réseau est en ligne depuis 2006 : [www.rtcf.biz](http://www.rtcf.biz)

**La qualité, un axe fondamental de la démarche.** Afin d'arriver à un produit transformé de bonne qualité, les femmes du RTCF ont reçu un éventail diversifié de formations sur les techniques de fabrication, la qualité sanitaire des aliments et les bonnes pratiques d'hygiène, la conservation des produits (matière première et produits finis), l'emballage, l'étiquetage, etc. Et aujourd'hui, d'après les analyses réalisées en laboratoire, plus de 96 % des produits ont une qualité irréprochable.

Témoignage de Christine Kaboré : Les effets de la qualité ?

« Aujourd'hui, quand les femmes du RTCF déposent leurs produits dans les boutiques pour les vendre, les gérants reconnaissent qu'ils sont de qualité car ils se vendent bien. Ainsi, lorsqu'une femme hors du réseau souhaite vendre dans la même boutique, le responsable lui conseille d'aller se former à la qualité, comme les femmes du RTCF ! »

**La question de la distribution des produits : parcours du combattant.** Les femmes du RTCF sont en permanence à la recherche de nouveaux points de vente pour la commercialisation de leurs produits. Souvent, la formule imposée par les boutiquiers consiste à un « dépôt-vente » : la femme amène les produits et repasse ultérieurement pour encaisser son dû, en fonction du nombre de sachets vendus, le gérant lui remet ses gains. Mais parfois certains boutiquiers ne respectent pas la totalité de leurs engagements ; ils peuvent prendre du retard dans leurs règlements et les transformatrices en sont pénalisées, notamment pour rembourser les crédits contractés en amont de leurs opérations de transformation.



© F. Grandval

### Une équipe féminine!

De gauche à droite : Assèta Guielbeogo (RTCF), Léonce Atindegla (animatrice Aprossa), Maïmouna Ouedraogo (RTCF), Christine Kaboré (AVI-Aprossa), Berthe Tamini (RTCF)

**C** **Témoignage Mme Berthe Tamini**  
*« J'ai déposé des produits dans une boutique de Ouagadougou et aujourd'hui la dette atteint les 900 000 FCFA (environ 1 300 €), résultats d'impayés depuis 2010 ! Je suis obligée maintenant de porter plainte au commissariat. »*

Depuis un an, afin de pallier ces problèmes de points de vente, le RTCF a testé l'ouverture d'une boutique communautaire pour la vente des produits de ses membres, à Goughin, Ouagadougou.

À ce jour, les charges fixes (loyer, salaire de la vendeuse...) sont encore difficiles à couvrir; le volume des ventes est encore insuffisant, même s'il augmente progressivement.

De façon plus ponctuelle, mais régulièrement, les femmes du RTCF utilisent toutes les occasions de foires et autres événements au Burkina et dans la sous-région pour promouvoir leurs produits et notamment les nouveautés : spaghettis de maïs, crêpes de fonio, vermicelles de riz, etc. Ainsi, elles participent aux événements tels que le Siao (Salon international de l'artisanat de Ouagadougou), la Fiara (Foire internationale de l'agriculture et des ressources animales), la Fidak (Foire internationale de Dakar), les Jaal (Journées agro-alimentaires). Au cours de dégustations, les consommateurs peuvent goûter et apprécier avant d'acheter!

Pourtant, entre les foires, la question de la distribution et de la visibilité des produits en ville reste un souci. Si les femmes du RTCF ne se plaignent pas d'un déficit de vente auprès des consommateurs, « ça sort bien » disent-elles, elles sont conscientes que l'amélioration de l'emballage et le développement des circuits de distribution sont deux enjeux de taille pour développer leurs activités.

## Afrique verte international, Aprossa et le RTCF

LA QUESTION DE LA TRANSFORMATION des céréales a toujours été considérée comme fondamentale pour AVI, elle permet de prolonger et d'approfondir l'action de production et le souci d'approvisionner les zones de consommation avec les produits locaux.

C'est pourquoi, depuis 2005, Aprossa met en œuvre une stratégie qui permet de renforcer les capacités des transformatrices tout au long de la chaîne de production : depuis la structuration des groupements et leur fédération au niveau national, jusqu'à la promotion auprès des consommateurs, en passant par les techniques d'approvisionnement, de transformation, de suivi de la qualité, de gestion et de marketing.

Enfin, Aprossa incite les femmes du Réseau à s'organiser et à s'unir, pour mieux développer leur plaidoyer auprès des décideurs locaux et des pouvoirs publics.

Certaines pistes pourraient permettre de développer les ventes comme, par exemple, l'obtention de contrats d'approvisionnement de cantines scolaires avec le Programme alimentaire mondial ou avec des hôpitaux.

Au-delà de la qualité du produit, son emballage, premier élément d'attraction du consommateur, est essentiel! L'emballage est crucial car il attire le consommateur. Aujourd'hui, la majorité des produits céréaliers est conditionnée en sachets, avec des étiquettes en noir et blanc. Les femmes cherchent à obtenir des visuels en couleur, mais cela est coûteux et souvent réservé pour des occasions particulières, comme les foires commerciales. Les boîtes en carton imprimé sont encore plus chères... Au-delà de l'emballage, l'image « traditionnelle » véhiculée par un produit local pénalise leur acceptation par les consommateurs, c'est pourquoi les transformatrices ont élaboré des publicités (radio ou télé), afin de faire évoluer les mentalités.

**Un réseau de professionnels, pour quoi faire ?** La structuration permet d'être « ensemble » et de ne plus être isolé, de partager les acquis, et de trouver des solutions aux contraintes communes, telles que l'acquisition d'équipements, notamment l'achat en gros d'emballages, l'ouverture d'une boutique, la location de stands au cours de foires, la participation à des voyages d'étude... Enfin, l'adhésion des UT au RTCF permet aux transformatrices d'avoir accès à des céréales de qualité, fournies par les organisations de producteurs partenaires. Le renforcement des capacités pour améliorer la qualité du produit, à tous les maillons de la filière, est ainsi un véritable atout. ■