



NOTE DE SYNTHÈSE DU PROJET 3P-MILSAO

Partenariats, plaidoyers et partages de savoirs pour la promotion du mil dans les achats institutionnels au Sénégal et en Afrique de l'Ouest

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le projet 3P-MILSAO, mis en œuvre par IPAR en partenariat avec Inter-Réseaux Développement rural, promeut la valorisation du mil et de ses produits dérivés dans les achats institutionnels (cantines scolaires, universités, hôpitaux, armée, etc.) au Sénégal et, plus largement, en Afrique de l'Ouest. Démarré en novembre 2022 pour une durée de trois ans, le projet vise à favoriser l'accès des producteurs et transformateurs locaux aux marchés institutionnels tout en inspirant les politiques vers une alimentation plus locale, durable et souveraine.

À travers des activités de diagnostic, de concertation, de formation et de plaidoyer, 3P-MILSAO a su créer des passerelles concrètes entre les acteurs des chaînes de valeur du mil. La mise en place de dispositifs simples comme un groupe WhatsApp de coordination à Kaolack, la formation de 43 acteurs sur les marchés publics et l'organisation d'un webinaire régional ont contribué à lever des barrières structurelles à l'accès au marché.

Au-delà des résultats économiques, le projet a eu un effet catalyseur sur les dynamiques institutionnelles et politiques, en favorisant l'émergence d'un discours commun sur la souveraineté alimentaire et en documentant des solutions pratiques pour mieux intégrer les productions locales dans la commande publique.

L'expérience de 3P-MILSAO démontre qu'en connectant les acteurs, en renforçant leurs compétences et en rendant visibles les réussites, il est possible de contribuer à transformer un objectif politique, « manger local », en réalité économique durable.

1. REPÈRES CONCEPTUELS

Achats institutionnels

Le terme **achats institutionnels** désigne les achats de biens ou de services effectués par des organismes publics ou des institutions (État, collectivités, agences internationales, écoles, etc.), généralement dans le cadre de marchés publics ou de programmes spécifiques. Dans le domaine alimentaire, on parle d'approvisionnement alimentaire institutionnel lorsqu'il s'agit de relier la demande des cantines scolaires, hôpitaux, programmes d'aide alimentaire ou réserves publiques avec l'offre des producteurs locaux (notamment des petits exploitants agricoles) dans un objectif de développement durable. En Afrique de l'Ouest, on observe une montée en puissance des achats institutionnels de produits locaux ces dernières années : le Programme alimentaire mondial (PAM) a adapté ses procédures pour s'approvisionner en partie localement, plusieurs États (Bénin, Mali, Niger, Togo) ont constitué des stocks alimentaires stratégiques d'origine locale, et la CEDEAO a mis en place une réserve régionale de sécurité alimentaire. Ces initiatives illustrent comment les pouvoirs publics peuvent orienter leurs commandes vers les filières domestiques.

Les études académiques et les rapports d'organisations internationales soulignent plusieurs avantages potentiels des achats institutionnels pour le développement agricole et alimentaire :

- **Des débouchés stables et des revenus améliorés pour les producteurs locaux.**
- **La structuration des filières et le renforcement des organisations paysannes.**
- **Un levier pour la consommation de produits locaux.**

En résumé, l'achat institutionnel est un instrument stratégique permettant d'orienter la puissance d'achat des institutions vers des objectifs de développement. De nombreuses organisations (FAO, CIRAD, AFD, IFPRI...) recommandent d'exploiter ce levier pour soutenir l'agriculture familiale, améliorer la sécurité alimentaire et impulser des systèmes alimentaires plus inclusifs et durables. Néanmoins, la réussite de telles initiatives suppose un cadre favorable (politiques incitant à acheter local, assouplissement des procédures pour les petits fournisseurs, standards de qualité adaptés, etc.) afin que les petits producteurs puissent réellement accéder à ces marchés institutionnels.

Consommer local

La notion de **consommer local** renvoie à l'idée de privilégier la consommation de produits (en particulier alimentaires) provenant de son territoire proche – même région ou même pays – plutôt que de biens importés de l'étranger. Autrement dit, il s'agit de consommer des aliments dont la production est réalisée à quelques kilomètres ou dizaines de kilomètres du lieu de consommation, plutôt que des produits provenant de filières longues à l'international. Ce concept s'inscrit dans une démarche visant à relocaliser une partie de l'alimentation pour en retirer divers bénéfices économiques, sociaux et environnementaux.

Au cours des dernières décennies, la part des produits locaux dans l'alimentation a reculé dans de nombreuses régions du monde du fait de la mondialisation des échanges. Par exemple, en Afrique de l'Ouest, la part des denrées alimentaires importées est passée d'environ 7 % en 1961 à 25 % en 2011. Aujourd'hui, environ 20 % de l'alimentation de la région est couverte par des importations, contre seulement 80 % par la production nationale, ce qui représente une facture de l'ordre de 30 à 50 milliards de dollars par an. Cette dépendance coûteuse tend à s'aggraver avec la croissance démographique et l'urbanisation rapides : l'IFPRI (International Food Policy Research Institute) estime que, sans changement de cap, la facture annuelle des importations alimentaires de l'Afrique subsaharienne pourrait atteindre 150 milliards de dollars d'ici 2030. Une telle évolution poserait un sérieux problème de soutenabilité, tant sur le plan financier que pour l'avenir de l'agriculture locale (quels revenus pour les paysans si le marché intérieur est envahi par des produits importés meilleur marché ?). C'est dans ce contexte qu'émerge l'importance de consommer local : réorienter la demande des consommateurs vers les produits nationaux ou régionaux afin de réduire la dépendance extérieure et de renforcer l'économie locale.

De nombreuses études et publications (FAO, AFD, CIRAD, etc.) mettent en avant les bénéfices du « consommer local » pour les populations et les territoires :

- **Dynamisation de l'économie et de l'emploi locaux.**
- **Réduction de la dépendance alimentaire et résilience accrue.**
- **Meilleure rémunération des producteurs et valorisation des savoir-faire.**

En somme, privilégier la consommation locale permet non seulement de soutenir l'agriculture familiale et l'économie domestique, mais cela contribue aussi à des objectifs plus larges tels que la sécurité alimentaire, la réduction des émissions liées au transport des marchandises, la qualité des aliments, et le maintien d'un lien socio-culturel entre le producteur et le consommateur.

2. RÉSENTATION ET JUSTIFICATION DU PROJET 3P-MILSAO

Le projet 3P-MILSAO – **Partenariats, Plaidoyers et Partages de savoirs autour du mil et de son intégration dans les marchés institutionnels** – est une initiative portée par l'Initiative Prospective Agricole et Rurale (IPAR), en partenariat avec Inter-réseaux Développement rural (IR). Il s'inscrit dans le cadre d'une vision commune : faire des achats institutionnels un levier structurant de valorisation des productions locales, au bénéfice de l'agriculture familiale et de la sécurité alimentaire durable.

Conçu pour une durée de 36 mois (novembre 2022 – octobre 2025), le projet intervient principalement au Sénégal (régions de Dakar et Kaolack) tout en portant une ambition régionale à travers des échanges et partages d'expériences avec d'autres pays d'Afrique de l'Ouest, notamment le Bénin et le Burkina Faso.

Dans un contexte où les politiques publiques cherchent à renforcer la souveraineté alimentaire et à promouvoir la consommation locale, le projet 3P-MILSAO répond à un double enjeu :

1. Améliorer l'accès des producteurs et transformateurs de mil aux marchés institutionnels (cantines scolaires, universités, hôpitaux, armée, etc.) ;
2. Créer les conditions d'une meilleure appropriation du "consommer local" par les décideurs publics et les consommateurs finaux.
3. Cette initiative part d'un constat simple mais préoccupant : malgré la richesse et la disponibilité du mil, les marchés publics d'approvisionnement en denrées alimentaires demeurent largement dominés par des produits importés ou par des intermédiaires éloignés des producteurs locaux. Le projet ambitionne donc de réduire cette asymétrie et de repositionner les acteurs locaux au cœur du système d'approvisionnement public.

Citation inspirante

« Acheter local n'est pas un slogan. C'est une politique publique qui redonne sens à la production nationale et à la dignité à ceux qui nourrissent le pays. »

Témoignage d'un acteur du GMSANE, 2024

3. OBJECTIFS ET RÉSULTATS ATTENDUS

L'objectif global du projet est de favoriser l'intégration du mil et de ses produits dérivés dans les achats institutionnels au Sénégal et, par extension, en Afrique de l'Ouest. Il vise à consolider un environnement propice où producteurs, transformateurs, consommateurs et acheteurs institutionnels interagissent de manière fluide, équitable et durable.

Les objectifs spécifiques s'articulent autour de trois grands axes :

1. Partenariats : Faciliter les collaborations entre acheteurs institutionnels et acteurs économiques locaux (organisations paysannes, unités de transformation, coopératives).
2. Plaidoyer : Outiller les organisations de consommateurs, associations de parents d'élèves et syndicats pour défendre activement l'achat local.
3. Partage et interconnexion : Documenter et diffuser les bonnes pratiques, à travers des mécanismes d'apprentissage collectif, de capitalisation et d'échanges régionaux.

Les résultats attendus incluent :

- Une cartographie complète des acheteurs institutionnels et des opportunités de marché ;
- Le renforcement des capacités des acteurs locaux à accéder et répondre aux appels d'offres publics ;
- L'amélioration de la visibilité et de la compétitivité des produits à base de mil ;
- La mise en place de passerelles de dialogue et de concertation entre producteurs, transformateurs, consommateurs et institutions publiques.

4. APPROCHE ET DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE

3P-MILSAO s'appuie sur une approche participative qui mobilise les acteurs autour d'un cycle continu d'apprentissage : observer, relier, expérimenter et capitaliser.

L'intervention combine diagnostic, accompagnement technique, formation et plaidoyer. Cette approche itérative permet de s'adapter aux réalités du terrain tout en garantissant une appropriation forte par les bénéficiaires. Fondamentalement, l'approche du projet se fonde sur trois piliers : **la connaissance, la concertation et le plaidoyer.**

Connaissance et diagnostic partagé :

Le projet a mené une cartographie des acheteurs institutionnels analysant leurs procédures, volumes et contraintes.

Mise en relation et renforcement des capacités :

À Kaolack, le projet a mis en place un groupe WhatsApp réunissant producteurs, transformateurs et acheteurs potentiels, pour faciliter les échanges sur les disponibilités, les besoins et les volumes. Par ailleurs, le projet a organisé le renforcement de capacité des producteurs, transformateurs et membres de coopératives sur les procédures de passation des marchés publics et à la veille sur les appels d'offres, en partenariat avec la Direction des Marchés Publics (DMP).

Plaidoyer et capitalisation :

Le projet s'est appuyé sur les dynamiques existantes, notamment le GMSANE (Groupe Multi-acteurs de Suivi de l'Alimentation et de la Nutrition à l'École), pour promouvoir l'inclusion du mil dans les politiques d'alimentation scolaire. Des actions de plaidoyer ont également été menées lors d'événements nationaux d'envergure.

Enfin, un webinaire régional, tenu le 31 juillet 2025, a permis de confronter les expériences du Sénégal, du Burkina Faso et du Bénin autour des contraintes financières et institutionnelles liées à l'accès aux marchés institutionnels et d'identifier des solutions concrètes pour les surmonter.

5. RÉALISATIONS ET EFFETS OBSERVÉS

Entre 2022 et 2025, le projet 3P-MILSAO a connu des avancées significatives.

- **La cartographie des acheteurs institutionnels** a permis de mieux comprendre la structuration du marché et d'identifier des leviers d'entrée pour les acteurs locaux. Ces travaux ont mis en lumière un fait structurant : les marchés institutionnels restent dominés par des fournisseurs récurrents, et les achats directs auprès des producteurs ou transformateurs sont encore marginaux.
- **La Cartographie des Organisations de Producteurs et Petites et Moyennes Entreprises de transformation** à kaolack a permis l'identification et la mobilisation d'acteurs relais territoriaux (GIE de transformatrices, OP, élus locaux) capables de jouer un rôle de coordination économique ou logistique.
- **La mise en relation numérique via le groupe WhatsApp de Kaolack** a été un catalyseur de transactions commerciales et de confiance entre acteurs économiques. Ce mécanisme, simple et peu coûteux, a rapidement porté ses fruits : il a permis la conclusion d'une vingtaine de partenariats commerciaux en 2024 et a contribué à l'augmentation des revenus de plusieurs acteurs locaux. Il s'agit d'un modèle "léger" d'intermédiation de proximité, à faible coût et rapidement répliquable.
- **Le renforcement des capacités** a accru la maîtrise des outils administratifs et a permis à plusieurs transformateurs de se préparer à soumissionner aux appels d'offres. Ces formations ont permis aux bénéficiaires de mieux comprendre les exigences administratives, techniques et financières qui conditionnent l'accès aux marchés publics.
- **Sur le plan du plaidoyer**, le projet a contribué à la formulation de propositions concrètes en faveur de l'introduction de clauses locales dans les marchés Institutionnels d'approvisionnement alimentaire.

Chiffres-clés 2022-2025

15 acheteurs institutionnels de mil à Dakar ont été cartographiés et sensibilisés sur l'importance d'acheter chez les OP et transformatrices

- 43 acteurs formés sur la veille autour des appels d'offre des marchés publics

20 partenariats économiques créés

Plus de 05 connections avec les marchés institutionnels créés (prison, casernes, universités)

Plus de 10 connections créées avec les entreprises et PME industriels (soretul, mamelles jabot, laiterie du berge, lionceau etc.)

- 50 femmes issus de différents groupements formés sur les normes hygiène de la transformation et de la commercialisation et sur la veille autour des appels d'offre
- Cinq (05) actions de plaidoyer et de sensibilisation ont été menées au sein des organisations de consommateurs et les associations des parents à travers le GMSANE, et la participation à des activités sur le consommer local.
- Six pays ouest-africains impliqués dans le partage d'expériences (Sénégal, Bénin, Burkina Faso, Niger, Togo, Mali)

5.1 EFFETS ÉCONOMIQUES : DES DÉBOUCHÉS CONCRETS ET UNE MEILLEURE VISIBILITÉ

Le projet a permis une augmentation notable des transactions entre producteurs et transformateurs : plus de 20 partenariats ont été conclus en 2024 grâce à la plateforme numérique. Plusieurs transformateurs ont rapporté une hausse de leurs revenus et une meilleure planification de la production. L'accès facilité à l'information sur les marchés institutionnels a également favorisé une meilleure anticipation des besoins des acheteurs publics.

5.2. EFFETS INSTITUTIONNELS : UNE MONTÉE EN COMPÉTENCES DES ACTEURS

Les formations organisées ont contribué à renforcer les capacités administratives et techniques des organisations paysannes et de transformation. Elles ont aussi encouragé la formalisation des acteurs (immatriculation, obtention de NINEA, certification). Le projet a par ailleurs favorisé l'émergence d'une communauté d'apprentissage, où producteurs, consommateurs et institutions dialoguent désormais de manière plus fluide.

5.3. EFFETS POLITIQUES ET SOCIAUX : VERS UN CHANGEMENT DE PARADIGME

Grâce au plaidoyer du projet, le thème du “consommer local” s'est davantage inscrit à l'agenda politique. Les discussions autour de clauses locales dans les marchés publics ont progressé, notamment à travers les ateliers du GMSANE.

Le projet a aussi contribué à sensibiliser les consommateurs, notamment les parents d'élèves et associations locales, sur les enjeux économiques et nutritionnels de la consommation de mil.

Témoignage

« Avant, nous ne savions même pas qu'une coopérative pouvait répondre à un appel d'offres public. Grâce à la formation d'IPAR, nous avons appris à lire les dossiers, à préparer nos documents, et maintenant nous osons postuler. »

Membre d'une coopérative de transformatrices de Kaolack

À la lumière de ces effets concrets, plusieurs innovations méthodologiques et organisationnelles ont émergé au fil du projet. Leur documentation permet d'en tirer des enseignements utiles et transférables à d'autres contextes.

6. BONNES PRATIQUES ET INNOVATIONS CAPITALISÉES

La mise en œuvre du projet 3P-MILSAO a permis d'identifier plusieurs innovations organisationnelles et méthodologiques qui ont démontré leur efficacité pour améliorer l'accès des producteurs et transformateurs de mil aux marchés institutionnels. Ces pratiques s'ancrent dans des contextes locaux spécifiques, mais elles présentent un fort potentiel de répliquabilité dans d'autres régions et pour d'autres filières.

Innovation n°1 : Mise en relation numérique via WhatsApp (Kaolack)

Contexte et problème initial

Les acteurs de la filière mil à Kaolack manquaient d'informations actualisées sur la demande, les prix, les volumes disponibles et les acheteurs potentiels. Cette asymétrie d'information limitait la commercialisation et renforçait la dépendance vis-à-vis d'intermédiaires.

Solution mise en œuvre

Le projet a initié un groupe WhatsApp de coordination, réunissant producteurs, transformateurs et acheteurs institutionnels. Ce canal simple et accessible a permis d'échanger en temps réel sur les besoins et disponibilités, d'organiser des transactions et de partager des opportunités.

Résultats observés

- Plus de 20 partenariats commerciaux conclus entre 2023 et 2024.
- Une augmentation des revenus pour plusieurs transformateurs et coopératives.
- Une meilleure visibilité des produits locaux auprès des acheteurs institutionnels.

Facteurs de succès et limites

Le succès repose sur la simplicité de l'outil, l'animation régulière du groupe et la confiance entre acteurs. Cependant, l'absence de formalisation des accords reste un défi.

Conditions de répliquabilité

- Nécessité d'un animateur référent (association, ONG, structure publique).
- Intégration progressive d'outils complémentaires (base de données, mini-plateforme web).

« Ce groupe a changé notre manière de travailler. Nous savons qui a besoin de quoi et quand, sans passer par des intermédiaires. »

Transformatrice de Kaolack

Innovation n°2 : Formation des acteurs sur les marchés publics

Contexte et problème initial

Les procédures de passation de marchés publics étaient perçues comme inaccessibles par les petites entreprises et coopératives rurales.

Solution mise en œuvre

Organisation de sessions de formation en collaboration avec la Direction des Marchés Publics, portant sur la lecture des cahiers des charges, la constitution de dossiers de soumission et la veille sur les appels d'offres.

Résultats observés

- 43 acteurs formés, dont plusieurs ont déposé ou préparé un dossier de candidature à un marché public.
- Changement de perception : les marchés publics apparaissent désormais comme une opportunité réaliste.
-

Facteurs de succès et limites

L'implication directe de la DMP a renforcé la crédibilité de la formation. Cependant, le manque de moyens pour la certification (FRA, normes qualité) demeure un frein.

Conditions de répliquabilité

- Partenariat entre autorités de régulation et structures d'appui.
- Intégration d'un module de suivi-coaching post-formation.

« Nous pensions que ces marchés étaient réservés aux grandes entreprises. Aujourd'hui, nous savons que nous avons notre place. »

Innovation n°3 : Mobilisation du GMSANE pour le plaidoyer

Contexte et problème initial

Les politiques d'alimentation scolaire restaient déconnectées des filières locales. Le GMSANE, cadre de concertation multisectoriel, n'exploitait pas encore tout son potentiel d'influence.

Solution mise en œuvre

Le projet a appuyé le renforcement du GMSANE, l'organisation d'ateliers et la formulation de propositions concrètes (clauses locales, avances de démarrage, simplification des procédures).

Résultats observés

- Élaboration d'un document de plaidoyer validé par les acteurs publics.
- Intégration du thème de l'achat local dans les discussions du ministère de l'Éducation nationale.

Facteurs de succès et limites

La diversité des membres du GMSANE (administrations, OP, ONG) a favorisé la légitimité du plaidoyer. Toutefois, la coordination interinstitutionnelle reste à consolider.

Conditions de répliquabilité

- Nécessité d'un leadership institutionnel clair.
- Capitalisation et partage continus des arguments factuels.

Innovation n°4 : Webinaire régional de partage d'expériences

Contexte et problème initial

Le manque de synergie entre les initiatives régionales freinait l'apprentissage mutuel sur les achats institutionnels.

Solution mise en œuvre

Organisation d'un webinaire régional réunissant des acteurs du Sénégal, du Bénin, du Burkina Faso, du Niger, du Togo et du Mali pour échanger sur les contraintes financières et procédurales et les solutions existantes (fonds de garantie, récépissés d'entrepôt, clauses locales).

Résultats observés

- Identification de bonnes pratiques régionales répliquables.
- Renforcement du réseau d'experts et d'institutions engagés pour la souveraineté alimentaire.

Facteurs de succès et limites

La diversité des profils (institutions publiques, OP, ONG, chercheurs, partenaires techniques) a enrichi la discussion et favorisé une vision systémique. Cependant, l'absence de plan d'action commun ou de calendrier de suivi entre les pays participants constitue une limite.

Conditions de répliquabilité

- Préparation rigoureuse et animation participative.
- Production systématique de fiches de capitalisation post-événement.

Innovation n°5 – Capitalisation de modèles d'interconnexion pour l'accès aux marchés institutionnels

Contexte et problème initial

Dans les zones pilotes du projet, les producteurs, transformatrices et acheteurs institutionnels peinent souvent à se connecter de manière durable. Les initiatives locales existent, mais restent dispersées, peu documentées et difficilement reproductibles à plus grande échelle.

Faute de repères clairs, les organisations paysannes, GIE ou collectivités locales manquent d'outils pour s'orienter dans les modalités d'interconnexion existantes.

Solution mise en œuvre

Réalisation d'un travail de capitalisation structurée autour des formes d'interconnexion mises en œuvre dans les zones d'intervention. Une typologie de quatre modèles a été élaborée, avec des exemples concrets, avantages, limites et conditions de réussite pour chacun :

1. Interconnexion numérique de proximité (ex. groupe WhatsApp de Kaolack).
2. Intermédiation humaine territorialisée (ex. relais locaux).
3. Plateforme coopérative d'agrégation (ex. coopératives urbaines).
4. Interconnexion orientée "marchés publics" (via accompagnement aux Appels d'Offre).

Cette capitalisation est présentée sous forme de fiches modèles, utilisables par les OP, ONG, collectivités ou bailleurs pour guider de futures expérimentations.

Résultats observés

- Identification claire de modèles concrets de connexion entre offre locale et demande institutionnelle.
- Visibilité accrue des conditions de succès et des freins structurels.
- Meilleure lisibilité pour les acteurs locaux sur les options d'accès aux marchés.
- Outil de plaidoyer utile pour montrer aux institutions publiques qu'il existe des solutions opérationnelles et adaptables

Facteurs de succès et limites

Cette innovation constitue une approche participative, ancrée dans les cas réels du projet qui offre une utilité immédiate pour les acteurs. Cependant, certains modèles dépendent de contextes spécifiques (densité urbaine, appui local, leadership existant) et nécessitent un appui méthodologique pour appropriation.

Conditions de répliquabilité

- Mobilisation d'une équipe d'animation ou d'un facilitateur local selon le cas.
- Élaboration de kits d'interconnexion (guides pratiques, contrats types, grilles d'auto-positionnement)
- Intégration dans les dispositifs de formation / coaching post-projet.

Cependant, la mise en œuvre de ces solutions a également révélé un certain nombre d'obstacles persistants, à la fois internes aux acteurs économiques et externes, liés au cadre institutionnel.

7. CONTRAINTES ET DÉFIS RENCONTRÉS

Malgré les progrès enregistrés, plusieurs contraintes demeurent :

- La faible formalisation des acteurs (absence de NINEA - Numéro d'Identification Nationale des Entreprises et des Associations-, de certification FRA - Fiche de Renseignement Alimentaire -, de codes-barres) limite leur éligibilité aux marchés publics.
- Les obstacles financiers persistent, avec des délais de paiement souvent supérieurs à 4 mois et l'absence d'avances de démarrage. Pour des structures disposant de peu de trésorerie ou sans accès au crédit, cela rend impossible la livraison de commandes institutionnelles, même lorsqu'un contrat est obtenu.
- La complexité administrative des appels d'offres (procédures, rédaction des dossiers, exigences documentaires, absence de guichet de soutien de proximité) exclut de facto de nombreux petits opérateurs. Beaucoup estiment que ces procédures sont conçues pour les grands fournisseurs déjà bien installés. La méconnaissance du langage administratif et l'absence d'intermédiation juridique renforcent ce sentiment d'inaccessibilité.
- Les habitudes de consommation freinent parfois l'intégration du mil dans les cantines scolaires. Les élèves expriment une préférence croissante pour des produits industrialisés ou à base de blé (pains, biscuits importés), au détriment des bouillies traditionnelles.
- Le manque d'accès aux données publiques, notamment en lien avec les marchés attribués, les volumes consommés ou les prix de référence, limite la capacité des acteurs à se positionner. Par ailleurs, les contraintes liées à l'année électorale 2024 (ralentissement administratif, changements d'interlocuteurs, attentisme institutionnel) ont parfois retardé les actions de plaidoyer et les réponses des autorités publiques.
- Enfin, à Kaolack, plusieurs freins d'ordre organisationnel et logistique ont été observés : absence de structuration collective pour mutualiser les réponses aux appels d'offres, difficulté à assurer une logistique régulière (livraison, stockage), et manque de lien avec les acheteurs institutionnels. Ces facteurs soulignent la nécessité d'un accompagnement technique mais aussi d'un changement de posture des politiques d'achats publics en faveur de l'ancrage local.

Défis transversaux identifiés

Accès restreint aux marchés des corps armés et institutions fermées.

- Coordination interinstitutionnelle encore fragmentée.
- Année électorale 2024 : ralentissement des engagements administratifs.
- Besoin d'un portage politique plus fort pour ancrer les réformes.

Au-delà des difficultés rencontrées, l'expérience de terrain a permis de dégager des enseignements transversaux sur l'évolution des pratiques, la structuration des partenariats et les dynamiques institutionnelles.

8. ANALYSE TRANSVERSALE DES APPRENTISSAGES

Au-delà des résultats chiffrés, la capitalisation de 3P-MILSAO met en lumière des transformations profondes dans les pratiques, les perceptions et les modes de collaboration entre acteurs.

8.1. CHANGEMENTS DANS LES PRATIQUES DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Les organisations paysannes et transformateurs ont gagné en confiance et autonomie. Ils perçoivent désormais les marchés institutionnels comme un levier de croissance plutôt qu'un espace fermé. Les outils numériques ont modifié les modes de coordination, rendant les circuits d'information plus rapides et transparents.

8.2. ÉVOLUTIONS DANS LES POLITIQUES PUBLIQUES

Le projet a contribué à inscrire la thématique de l'achat local à l'agenda politique national. Le dialogue avec les ministères de l'Agriculture, de l'Éducation nationale et du Commerce a permis d'esquisser les contours d'une future politique d'intégration des produits locaux dans la commande publique.

8.3. TRANSFORMATIONS DANS LES PARTENARIATS ET GOUVERNANCES

3P-MILSAO a favorisé l'émergence d'un écosystème collaboratif réunissant ONG, services publics, institutions financières, associations de consommateurs et collectivités. Ce maillage constitue désormais une base solide pour des actions concertées à l'échelle nationale et régionale.

« Le projet 3P-MILSAO nous a prouvé que la souveraineté alimentaire ne se décrète pas. Elle se construit, pas à pas, en connectant les acteurs et en leur donnant les moyens d'agir. »

Expert sénégalais en politiques agricoles

9. PERSPECTIVES ET RECOMMANDATIONS

Les transformations observées nourrissent aujourd'hui des pistes d'action concrètes pour assurer la durabilité du projet, renforcer son impact politique et faciliter sa répliquabilité dans d'autres contextes.

9.1. CONSOLIDER ET ASSURER LA DURABILITÉ DES ACTIONS

- Créer des centres partagés où les producteurs et les transformateurs peuvent travailler ensemble, mutualiser leurs équipements, assurer le contrôle de la qualité et organiser la distribution.
- Mettre en place un fonds commun de garantie, géré avec des banques locales, pour aider les petites structures à préfinancer leurs commandes et éviter les retards de paiement.
- Tester dans quelques communes ou cantines scolaires des règles d'achat local afin de réserver une part des marchés publics aux produits locaux.

9.2. RENFORCER LE PLAIDOYER ET LA VISIBILITÉ

- Aider les acteurs (GMSANE, OP, associations, collectivités) à structurer un plaidoyer national pour que les règles d'achat public favorisent davantage les produits du terroir.
- Mettre en place des campagnes d'information et de sensibilisation pour donner envie aux consommateurs, surtout les jeunes et les élèves, de consommer des produits à base de mil (pain, biscuits, céréales, etc.).
- Étendre la dynamique de partage d'expériences à d'autres filières locales (comme le sorgho, le maïs ou le fonio), afin d'élargir l'impact du projet dans toute la sous-région.

9.3. ASSURER UN SUIVI ET UN APPRENTISSAGE CONTINU

- Créer un tableau de suivi simple et clair pour mesurer les progrès : quantité de produits locaux achetés, nombre de contrats signés, délais de paiement, etc.
- Continuer à former et accompagner les acteurs même après la fin du projet, à travers des sessions de coaching, des rencontres régulières et des échanges de bonnes pratiques entre régions.

10. CONCLUSION

Le projet 3P-MILSAO a démontré qu'il est possible de créer des passerelles concrètes entre producteurs, transformateurs et acheteurs publics, à condition d'investir simultanément dans la mise en relation, la montée en conformité et le plaidoyer collectif.

En transformant l'expérience du « consommer local » en un mouvement économique structuré, le projet a ouvert la voie à une reconfiguration des circuits d'approvisionnement institutionnel au Sénégal. Les prochaines étapes devront consolider les mécanismes de financement, ancrer les pratiques dans les politiques publiques et étendre les innovations à d'autres régions et produits locaux.

Ainsi, 3P-MILSAO s'impose comme une belle expérience dans la promotion des achats institutionnels locaux en Afrique de l'Ouest, illustrant qu'une économie alimentaire plus inclusive, durable et souveraine est à portée de main, à condition de faire confiance aux acteurs locaux, de simplifier les règles du jeu et de soutenir la transformation des pratiques

« Connecter, renforcer, influencer : c'est ainsi que les acteurs du mil peuvent transformer un défi économique en opportunité collective. »

Note rédigée par :

- ♦ Olga ABLOUTAN, Chargée de Mission Afrique de l'Ouest et Afrique Centrale - IR

Avec l'appui de :

- ♦ Dr Ndiaya CISSE, Economiste, Chercheure – IPAR

Octobre 2025

