

Marketing urbain pour les maraîchers dakarois

La diversité des habitudes alimentaires des populations des capitales africaines donne des idées aux maraîchers. Daniel Diyombo, conseiller agricole et membre de l'Inter-Réseaux a observé ce phénomène dans la région de Dakar.

Les grandes villes africaines avec leurs différentes catégories de population affichent des habitudes alimentaires très diversifiées. Populations locales mais aussi d'origines étrangères, qui apprécient de trouver sur place les légumes de types euro-américains qu'ils affectionnent



DR. F. Gallier

chez eux. C'est ainsi que des maraîchers explorent ce nouveau créneau, en se lançant dans des cultures qui leur permettent d'élargir leur offre de produits.

Entre les ceintures vertes émergent des cultures dites spéciales (fraises; brocolis, asperges, petit pois). Le phénomène n'est pas nouveau mais un peu discret; compte tenu de l'espace mais aussi du déficit d'information en direction des acteurs concernés. À titre d'exemples, les semences ou les plants des espèces cultivées sont importées et celles qui sont disponibles, de même que les intrants, le sont souvent à des prix prohibitifs. Par ailleurs, lorsque des fournisseurs sur place acceptent de passer commande, la durée du trajet peut perturber le calendrier cultural.

En effet en climat soudano-sahélien, ces cultures donnent de bons résultats surtout dans la période fraîche de la saison sèche (novembre-février). On remarque un léger mieux avec des variétés hybrides qui peuvent aller jusqu'au mois de juin et même s'adapter à la période pluvieuse.

La majorité des producteurs exploitent des superficies très réduites (0,2 à 0,3 ha) et pratiquent de la culture associée, rarement de la monoculture. Les techniques rudimentaires observées montrent toutefois l'amateur

risme des producteurs. Il existe néanmoins des personnes qui font de l'agrobusiness, la récolte étant alors surtout destinée à l'exportation.

Quel que soit le segment du marché, les prix obtenus pour ce genre de produits sont très encourageants. Aucun des légumes n'est vendu à moins de 500 F CFA le kilo. Les habitudes alimentaires et le pouvoir d'achat peuvent être des éléments explicatifs.

En aval de la production, les supermarchés et les marchés urbains des centres villes représentent les lieux les plus indiqués pour la vente. D'aucuns pratiquent la vente à domicile. Les distributeurs sont surtout les femmes ou les jeunes ruraux que l'on voit aux carrefours des grandes artères.

S'il est indéniable que ces produits offrent un créneau intéressant en ville, il faut reconnaître la nécessité d'avoir le maximum d'information avant de s'y mettre.

Expatriés et populations aisées, constituent le gros des consommateurs qui s'étendent de plus en plus aux classes moyennes, aux habitudes alimentaires plus ou moins occidentalisées ■

Daniel Diyombo, BP 3130 Dakar, Sénégal. Tél. 221 825 23 67.

Email: danieldiyombo@hotmail.com

Un conseil national des organisations paysannes en Guinée

Décidés à se structurer pour renforcer l'impact de la nouvelle Plate-forme paysanne ouest-africaine (voir p. 4), les agriculteurs et éleveurs de Guinée se sont constitué une représentation à l'échelon national et international. À l'initiative de la Fédération des paysans du Fouta-Djallon, une rencontre s'est tenue le 22 mai dernier à Timbi Madina avec les fédérations des quatre régions naturelles de Guinée: Fouta Djallon, Guinée forestière, Haute et Basse Guinée. Parlant au nom des différentes filières rurales du pays (cotonniers, caféiculteurs, producteurs de vivriers et bananes, maraîchers et éleveurs), les organisations

paysannes ont élu un bureau de cinq membres, présidé par Moussa Para Diallo de la Fédération des paysans du Fouta.

Mission de ce nouveau *Conseil national provisoire des organisations paysannes de Guinée* (CNO-P-G):

- Assurer la représentation du monde professionnel agricole à tous les niveaux.
- Préparer la mise en place d'une structure pérenne de la profession dans les trois ans.
- Faciliter les échanges d'expériences et soutenir les mécanismes de concertation à l'intérieur et à l'extérieur ■

OGM: offensive sur l'Afrique de l'Ouest

L'article sur les OGM présenté dans le *Grain de sel* 14 concluait sur l'intérêt que représentaient les pays pauvres pour les semenciers 'OGM'. Eh bien nous ne croyions pas si bien dire! De hauts responsables de la firme américaine Monsanto, un des leaders mondiaux du secteur, ont en effet effectué en mai dernier une tournée de trois pays africains (Côte d'Ivoire, Burkina Faso et Mali) pour en convaincre les autorités des bienfaits du coton transgénique. Monsanto a même ouvert à Abidjan un bureau pour la région ouest africaine. L'offensive a donc commencé ■