

Maraîchage agroécologique : connecter l'offre paysanne aux marchés urbains

La demande des consommateurs en produits "sains" pourrait stimuler les agriculteurs à adopter des pratiques agroécologiques, et la grande distribution comme la restauration se disent intéressées par ces produits. Mais cela suppose de créer des systèmes de commercialisation qui connectent mieux les producteurs aux marchés urbains. Les initiatives en cours à Madagascar mettent en lumière les défis à surmonter.

Avec 3,5 millions d'habitants en 2023, le bassin urbain d'Antananarivo engendre des besoins alimentaires croissants. La hausse de revenus de certaines catégories de populations urbaines est également porteuse d'évolutions vers la consommation de produits de meilleure qualité. Mais les produits maraîchers et fruitiers proposés sur les marchés de la capitale offrent peu de garanties sur leurs qualités sanitaires, au vu du recours peu maîtrisé des produits phytosanitaires dans les itinéraires de production. Par ailleurs, les différentes étapes de collecte, transport, regroupement et distribution des productions jusque sur les marchés de détail rendent difficile la mise en place de mécanismes de garantie sur la qualité sanitaire des produits. Ce constat d'absence de garantie concerne également les grandes et moyennes surfaces de la capitale.

Il n'y a pas d'étude de marché à ce jour pour les produits agroécologiques. Toutefois, les attentes sont réelles, par exemple au niveau de la grande distribution et de la restauration. Des enquêtes légères menées par quelques projets sur les marchés urbains reflètent également les préoccupations des acheteuses quant à la qualité des fruits et légumes en lien avec la santé. Côté prix de détail, l'existence

de différentiels pour certains produits selon la taille, le degré de mûrissement, ou encore les variétés, traduit les pratiques de tri et d'alotement des commerçants après l'achat aux producteurs et productrices et laisse présager l'existence de marges de manœuvre pour des prix plus élevés pour des produits dont le caractère agroécologique peut être garanti.

Une organisation adaptée de chaîne de valeur permettant l'acheminement et la traçabilité de produits agroécologiques jusqu'au détail permettrait d'accroître les prix par rapport à des produits conventionnels. Sous réserve d'une juste transmission des prix jusqu'au bord champs, cela constituerait une incitation pour que les producteurs s'engagent dans la production agroécologique, qui permettrait la rémunération du surcroît de main-d'œuvre nécessaire pour ces techniques.

Une production trop marginale ?

Mais à ce jour, les légumes et fruits issus des pratiques agroécologiques sont encore produits en trop faibles quantités pour pouvoir approvisionner les marchés de la capitale. Tout est écoulé dans les zones de production périurbaines, qui sont également densément peuplées. Cette vente locale permet l'information directe des consommateurs et

l'instauration de la confiance par le bouche-à-oreille. L'écoulement des produits y est rapide, souvent en une seule journée, conséquence d'une forte demande des acheteuses très au fait de leurs qualités sanitaires, ceci contribuant à une réduction des pertes à la vente.

Il existe néanmoins au cœur de la capitale une offre différenciée de fruits et légumes dit "biologiques", "agroécologiques", ou "naturels". Encore très limitée, ni certifiée ni garantie, elle cible principalement une couche aisée de la population urbaine. Cette production, issue essentiellement de petits entrepreneurs agricoles installés dans les bassins de production périurbains, est vendue via les réseaux sociaux, la livraison de paniers à domicile ou par quelques boutiques.

Ainsi, malgré la réalité des compétences techniques parmi les producteurs et productrices, et au sein de leurs organisations, appuyées par les structures de conseil, la mise à l'échelle de la production agroécologique pour atteindre une masse critique en termes d'offre reste encore un défi. Un second défi réside dans la mise en place d'une offre connectée aux marchés urbains.

Favoriser une distribution innovante

Plusieurs organisations, projets ou entreprises s'attellent à la création de chaînes de valeur innovantes des produits maraîchers permettant d'assurer la production et la mise en marché de produits agroécologiques jusqu'aux consommateurs. Les schémas envisagés sont divers (réseaux de vente directe, boutiques, marchés urbains dédiés, contrats avec la restauration, etc.), que ce soit en synergie avec les systèmes de collecte existants ou via des canaux de distribution spécifiques. Pour s'inscrire dans la durée, ces différents systèmes doivent relever les défis de la diversité, la quantité et la régularité de l'offre. Avec des productions paysannes atomisées, la consolidation des moyens et capacités des



Livraison de paniers de fruits et légumes issus de l'agroécologie à domicile à Antananarivo : les producteurs mettent en avant les aspects positifs des produits sur la santé et sur l'environnement, le consommateur passe sa commande en ligne.

acteurs et organisations en charge des fonctions de collecte, achat, transport, recherche de clientèle est cruciale, tout en relevant le défi de la compétitivité au regard des systèmes déjà existants de collecte et de vente de produits conventionnels. Le dénominateur commun à ces initiatives est de garantir aux consommateurs la qualité agroécologique des produits. Les Systèmes Participatifs de Garantie (SPG) sont une réponse possible. Les ventes directes et la notoriété sont également des alternatives, particulièrement efficaces pour les circuits courts.

Un autre déterminant réside dans l'émergence d'une demande durable en produits "sains" permettant de justifier les efforts nécessaires à la mise en place de ces chaînes de valeurs. Cela passe par un travail soutenu de sensibilisation et de promotion auprès des consommateurs urbains sur la qualité sanitaire et environnementale des produits consommés.

Ces questions retiennent l'attention des pouvoirs publics. S'inspirant d'une initiative test de maraîchage agroécologique en SPG menée durant les années 2010, le ministère de l'Agriculture a reconnu les SPG pour les produits bio destinés au marché national (loi 2020-003 sur l'agriculture biologique). Mais cette disposition réglementaire – visant à soutenir l'entrée des exploitants agricoles familiaux sur le marché local du bio – rencontre une certaine réticence parmi les organisations de producteurs du fait de l'incertitude sur la réalité de ce marché. À l'inverse, plusieurs agro-entreprises exportatrices de produits biologiques certifiés (épices, fruits, etc.) anticipent l'existence d'une demande urbaine suffisante pour s'engager en partenariat avec les agriculteurs - avec lesquels elles travaillent déjà pour l'exportation - pour le développement d'une offre en produits frais certifiés en SPG.

Des initiatives de mise en place de chaînes de valeurs innovantes, garanties et durables de-

vraient se développer les prochaines années. Les méthodes agroécologiques en maraîchage étant maîtrisées à Madagascar, l'autre défi porte sur la capacité des producteurs et des structures d'appui à passer à l'échelle pour accroître l'offre pour ce type de produit. En termes d'enjeu, la question est de savoir si ces "produits sains" seront accessibles à tous, ou s'ils seront réservés aux populations aisées. ■

Laurent Liagre



Agroéconomiste filières agricoles et développement rural, représentant IRAM à Madagascar et dans l'Océan Indien auprès des institutions nationales malgaches et partenaires techniques et financiers.

L'expérience encourageante des "Paysans Relais Commercialisation" à Madagascar



Fifata
Roland Rakotovo,
Président de Fifata.

Grain de sel : Vous comptez près de 300 producteurs engagés en agroécologie. Quelles ont été les motivations principales des producteurs pour développer ces pratiques ?

Roland Rakotovo, Président de Fifata : Les producteurs membres de Fifata s'intéressent à l'agroécologie d'abord dans l'objectif d'être plus résilients et plus performants par la réduction des charges et pour gagner en indépendance vis-à-vis des fournisseurs. La motivation commerciale reste secondaire, avec un intérêt limité pour le "bio" qui semble être un marché de niche et concerne principalement les produits d'export.

GDS : Est-ce que ces producteurs commercialisent différemment leurs produits agroécologiques ?

R. R. : Les 68 organisations paysannes de Fifata engagées en agroécologie ont testé des circuits de commercialisation différenciés : livraison à domicile, vente ambulante, point de vente agroécologique... Ce qui nous semble actuellement le plus prometteur est la formation et l'accompagnement de "Paysans Relais Commercialisation". Ces paysans relais sont choisis par leurs pairs au sein de leur organisation pour assurer la vente des produits des membres en limitant les intermédiaires ; ils sont rémunérés pour ce travail par une commission sur les ventes. Ils peuvent réaliser des ventes soit en circuit court avec les consommateurs (points de vente locaux, hôtels/restaurants, porte à porte) soit via les marchés de gros de la capitale ou des grossistes qui approvisionnent les régions côtières. En circuit court, il est possible de mieux valoriser les produits agroécologiques, mais les volumes sont faibles (80 kg/jour/point de vente) ; au niveau du gros, les volumes sont plus importants (300 kg/jour/marché) mais les produits agroécologiques sont vendus au même prix que les autres.

GDS : L'utilisation d'un label "agroécologie" peut-elle faire la différence ?

R. R. : Nous avons accompagné en périphérie de la capitale Antananarivo la création d'un label "agroécologie" reposant sur un Système Participatif de Garantie (SPG) respectant un cahier des charges défini par Fifata. Il s'agit d'une démarche volontaire de producteurs qui constataient qu'ils vendaient leurs produits agroécologiques plus facilement (car ils se conservent mieux et sont visuellement plus attractifs) mais pas forcément à un meilleur prix. Le label devrait permettre de pouvoir les distinguer davantage pour mieux les valoriser. Mais le dispositif est récent, il est encore tôt pour faire des conclusions.



Fifata
Récolte de poivrons
agroécologiques.