

BOUILLONS-CUBES IMPORTÉS CONTRE CONDIMENT LOCAL

# Maggi ruine les villageoises

**A grands renforts de publicité, le cube Maggi s'est imposé partout en Guinée, ruinant les femmes rurales qui vivaient de la vente du soumbara, le condiment traditionnel. Elles dénoncent cette concurrence déloyale d'un produit importé sur la production locale.**

« **Q**ue Dieu fasse disparaître de ce pays ce maudit Maggi qui m'empêche d'avoir de l'argent », clame une « Dioulamouso », une vendeuse de condiments en Guinée. « Après chaque prière, nous devons solliciter du Tout Puissant l'extirpation de Maggi des habitudes alimentaires du Guinéen », renchérit une vieille femme de Conakry. Plus posément mais non moins fermement, une agronome du ministère de l'Agriculture propose : « L'Etat devrait interdire ce Maggi qui enrichit des firmes étrangères tout en appauvrissant les femmes rurales ».

De fait, les productrices et les mar-

chandises de soumbara, ce condiment à base de graines de néré fermenté produit dans les villages, peuvent difficilement rivaliser avec les vendeuses de « Maggi », appellation raccourcie des bouillons-cubes fabriqués par Nestlé, qui disposent d'importants moyens publicitaires. « Maggi, le secret de la bonne cuisine », « Maggi convainc le mari de la bonne cuisine de son épouse », « Maggi t'évite d'avoir une coépouse à la maison », « Le cube Maggi chasse le pilon », « Avec Maggi, on fait le repas à temps » : ces slogans sont partout. Imprimés dans les journaux, chantés à la radio, joués à la télévision. Personne n'y échappe.

Derrière Maggi, il y a la multinationale Nestlé.

Pas même au fond de la brousse où ils sont diffusés, traduits dans les trois principales langues nationales, par les quatre stations de radio rurale très écoutées dans les villages. Dans tous les marchés hebdomadaires, de jeunes femmes qui sillonnent le pays dans des fourgonnettes 4x4 équipées de mégaphones, crient et chantent ces slogans sur tous les tons. Pour être plus convaincantes, elles distribuent aussi des tee-shirts et des sacs et font des dons pour la construction des écoles, des centres de santé, des mosquées. Les meilleures vendeuses sont même récompensées par un voyage à la Mecque.

Comment les femmes rurales sans moyens et sans accès aux médias peuvent-elles lutter contre ce matraquage publicitaire ? « Nous ne saurions concurrencer ces femmes car elles ont plus d'atouts que nous, se lamente une villageoise. Nous, personne ne nous regarde dans notre situation déplorable ».

Aujourd'hui les cubes font fureur jusqu'au fin fond de la Guinée. A 25 francs CFA pièce, tout le monde peut en acheter. Du coup, la polémique fait rage dans les villages : les vendeuses de bouillons-cubes prétendent que le soumbara aggrave la gastrite, celles de soumbara répliquent en disant que le Maggi provoque l'hypertension. Qui croire ?

## Maggi fait moderne

Une chose est sûre : la consommation de soumbara a fortement baissé. Seules les vieilles personnes en utilisent encore. Ce produit traditionnel est désormais considéré comme l'aliment du pauvre alors que le Maggi fait moderne.

La mévente du soumbara est une vraie catastrophe pour les femmes rurales : « Nous nous demandons à quel saint nous vouer. Notre revenu a disparu. Nous ne pouvons plus satisfaire nos besoins quotidiens. » Car ce condiment rapportait gros dans les campagnes. Aux jeunes qui cueillaient, transportaient et épluchaient les graines de néré et aux femmes qui le préparaient et le vendaient. Un jeune ou une femme pouvait gagner près de 1 000 francs CFA



Marie-Agnès Lepladeur - Périscop



Marie-Agnès Leplaideur - Pétiscoop

*Le soumbala est désormais considéré comme l'aliment du pauvre.*

par jour. « *Le jeune attendait avec impatience la période de récolte du néré car cela lui procurait de l'argent. Il pouvait s'acheter un jean et des souliers* », explique-t-on.

Faute de clients, la plupart ont abandonné cette activité. Seules quelques femmes préparent encore ces boulettes noirâtres et odorantes à la demande de Sénégalais. Ceux-ci les achètent 800 francs CFA le kilo, deux fois moins cher qu'il y a quelques années, pour le revendre au Sénégal. A la frontière entre les deux pays, les douaniers reconnaissent que l'exportation a considérablement chuté. Il y a trois ans, on en comptait plusieurs camions de 10 t chaque semaine. Aujourd'hui, il passe à peine deux camions de 5 t par mois.

Pour remplacer le soumbala, les femmes s'adonnent aux cultures maraîchères (tomate, aubergine, piment, haricot vert, oignon, chou...) en saison sèche, de novembre à avril. Cela leur permet de subvenir à certains de leurs besoins mais ne compense pas le manque à gagner du néré. Ces cultures nécessitent des

engrais et des produits phytosanitaires qu'il faut acheter. En outre, les légumes sont périssables et le marché souvent saturé. Alors que le néré pousse tout seul et que ses graines se conservent bien. « *Cette situation a failli me rendre folle car j'étais habituée à percevoir plus du double du salaire de mon mari par mois, soit 300 000 francs CFA avec le néré. Avec le potager, je ne gagne pas 100 000 francs CFA. C'est dommage* », s'exclame une femme.

Pour sortir de ce mauvais pas, chacune y va de sa solution : « *Notre salut se trouve dans la vente du soumbala mais à une condition : que l'Etat interdise cette "saloperie" de maggi-jumbo* », confesse une marchande. « *A défaut d'interdire l'importation, l'Etat n'a qu'à surtaxer le Maggi pour dissuader le consommateur de l'acheter* », suggère une douanière.

**Abdoulaye Diari Diallo**  
Agence de presse Syfia  
(Système francophone  
d'information agricole)

## Le soumbala donne la force

Tout le monde le dit, les femmes qui en produisent, les gens qui en consomment, les techniciens qui l'étudient : le soumbala ou soumbala, ce condiment à base de graines de néré fermentées, est bon pour la santé. Riche en protéines, il a aussi la vertu de faire baisser la tension artérielle. Rien de tel n'est dit sur le bouillon-cube dont on vante essentiellement le goût puissant et la facilité d'utilisation. Certains même affirment que la consommation excessive de ces petits cubes serait un facteur d'hypertension car il est très salé.

Les difficultés économiques et la diversification des produits lancée par Nestlé depuis quatre ou cinq ans ont accru, surtout en ville, l'utilisation de ces « exhausteurs de goût ». Ils ne servent plus seulement à relever les sauces mais remplacent chez les plus démunis les légumes et la viande qu'ils ne peuvent plus acheter. Au menu : Maggi-poulet, Maggi-crevettes, Maggi-oignons... Les petits cubes commodes et proprement emballés entretiennent l'illusion mais ils sont loin de « donner la force » comme les boules de soumbala.

D'ailleurs, comme l'a prouvé une enquête menée au Burkina, ceux qui ont les moyens de faire des sauces riches en ingrédients variés n'utilisent pas de cubes.

Reste que pour Nestlé, promoteur de la marque Maggi, les cubes vendus par millions sont une bonne affaire. Interrogé sur ses ventes en Afrique, la firme suisse se refuse toutefois à donner le moindre chiffre et reconnaît seulement que « l'évolution en est généralement favorable » et que les bouillons-cubes constituent « un facteur important de la vente de leurs produits » dans les pays d'Afrique de l'Ouest et centrale.

Marie-Agnès Leplaideur  
Syfia