

8. Perspectives de développement des courants d'exportation actuels

Les propositions suivantes sont issues à la fois de suggestions faites par les opérateurs professionnels, observateurs de longue date du marché, et de notre propre connaissance des caractéristiques des marchés de consommation occidentaux – y compris une pratique directe du référencement de différents produits alimentaires en GMS.

Nous ne discutons ici que des possibilités pouvant conduire à l'ouverture ou au développement de courants d'exportation vers l'Europe.

Il est clair que tous les observateurs s'accordent pour dire que **la première utilisation du manioc africain doit venir en substitution d'importations actuelles** (céréales panifiables, aliments du bétail...) **sur les marchés domestiques**, et pour l'amélioration de l'autosuffisance alimentaire des populations des pays d'origine.

8.1. Pour le marché ethnique *sensus stricto*

8.1.1. Pour le marché ethnique de base, servant en priorité la diaspora africaine

Rappelons ce que nous avons vu sur le terrain : la demande des clients s'exprime comme suit – par ordre de priorité :

1. **la qualité gustative**, un "bon" produit (sinon ne fera pas long feu)
2. **le prix**
3. **l'origine** (un Camerounais préfère un fofou d'origine Cameroun, même si celui du Rwanda est éventuellement meilleur)

et :

4. **Ne pas compliquer l'emballage pour ne pas avoir l'image d'un produit "industriel"**

Par contre, il convient de :

5. **Diminuer le prix pour être compétitif avec la semoule de blé dur**

C'est le principal frein actuel au développement des exportations vers les marchés ethniques servant la diaspora africaine actuelle. Nous avons avancé l'hypothèse d'un **prix d'objectif rendu en magasin à 1,6 – 1,8 €/kg**.

Mais cette diminution de prix ne doit pas se faire au détriment de la qualité gustative. De très nombreux observateurs insistent sur le fait que l'industrialisation de la production des PEDM tend à en uniformiser/appauvrir le goût... et qu'elle en augmente d'ailleurs aussi souvent les coûts de production et le prix de revient⁸⁰.

Aujourd'hui, le business model qui semble le plus pertinent est celui développé par Pro-Exo-Com, basé sur une production artisanale du produit, industrialisé ensuite au niveau du packaging – cf ci-dessous.

8.1.2. Pour le marché ethnique "évolué" demain

A terme, le problème à résoudre est bien dans **la mise en conformité de la production avec des normes de qualité minimum – et la lutte contre la contrebande et les importations illégales**.

Le modèle d'approvisionnement des marchés européens actuel – basé en partie sur ces importations illégales – ne tiendra en effet que tant que les autorités européennes feront preuve de leur tolérance actuelle. Il s'agit là

⁸⁰ Tropiques Exo remarquait ainsi que le patron de Racines S.A. a essayé à plusieurs reprises d'automatiser la fabrication de Gari, mais n'a jamais réussi dans des conditions satisfaisantes.

d'une situation d'exception, et il suffirait d'une crise alimentaire provoquée par des produits illégaux dangereux pour que **cette tolérance cesse du jour au lendemain**.

Il ne s'agit pas pour autant de mettre toute la production sous normes de qualité haut de gamme – comme les produits OluOlu ou Racines. Le problème prioritaire à résoudre tient à l'exigence de traçabilité (et d'étiquetage correct) inscrite dans les dernières réglementations européennes.

Il est probable qu'un nouveau business-model soit à expérimenter, fondé sur un réseau de **petites unités de production artisanales villageoises** – avec qualité et traçabilité contrôlée – et **une unité de packaging industrialisée** – le tout sous contrôle qualité HACCP et numéro de lot traçable⁸¹.

Ceci conduirait à combiner le meilleur de la fabrication artisanale – encadrée – et le meilleur de la production industrielle.

Ce business-model serait aussi compatible avec les exigences réglementaires européennes, et donc **durable**.

8.2. En GMS

a) *Sur le marché de masse occidental*

Il faut sans doute arrêter ici de s'illusionner : nous insistons pour que soit prise en compte l'opinion des professionnels confirmés les plus impliqués, comme OluOlu, Wanis, Racines, etc... qui savent se faire référencer en grande surface et ont même déjà fait des essais avec des chips de manioc : **ils n'y croient pas à brève ou moyenne échéance !**

Deux facteurs explicatifs sont à considérer :

- Une question de goût : le goût du manioc (notamment fermenté) est difficile pour un palais occidental, plus habitué à d'autres farineux locaux comme la pomme de terre
- Une question d'image : comme le disait OluOlu : le manioc n'enthousiasme pas les foules

Les opérateurs ont cru un moment au potentiel des chips de manioc... Mais leur développement actuel est médiocre (le produit serait un peu "fade" pour le goût occidental), sans commune mesure avec le potentiel des chips de plantain, qui se développent rapidement...

D'autres possibilités sont évoquées ici et là (Gari ? Attieke ?)... Mais les opérateurs qui en parlent n'ont pour la plupart pas conscience du chemin à parcourir en terme de méthodes qualité, car une traçabilité irréprochable des produits sera indispensable pour un référencement en GMS – et les certifications GMS du type BRC/ IFS sont en général **très** difficiles à passer.

b) *Distribution en GMS à l'attention de la diaspora ethnique*

Là aussi il convient avant tout de ne pas rêver...

Il serait certes possible de soumettre des extraits de la présente étude de marché aux principales chaînes de distribution, afin de voir comment elles réagissent concrètement à la perspective d'envisager des référencements locaux d'un éventail bien choisi de produits.

Elles raisonneront alors leur seuil de rentabilité minimum, à partir de l'appréciation de l'importance des communautés ethniques (homogènes/hétérogènes) dans la zone de chalandise, et de leurs attentes en terme de rotation des produits.

Elles vont néanmoins être gênées par :

- Les insuffisances actuelles des produits en terme de normes qualitatives
- L'hétérogénéité de la demande qui s'exprime (variantes du produit et origines différentes)
- Et surtout la concurrence déloyale actuelle des filières semi-clandestines

⁸¹ Même si ces lots sont dans un premier temps de taille assez "grossière"

La partie est donc loin d'être gagnée... Elle pourrait par contre aller dans le sens d'une baisse des coûts de distribution, donc des prix consommateurs des produits, les rendant plus attractifs pour les communautés de la diaspora expatriée.

8.3. Les débouchés technologiques de l'amidon

Deux hypothèses semblent mériter une étude de faisabilité plus poussée :

8.3.1. Petites/moyennes unités de production locales de colles ou pâte à papier

Cette possibilité a été mentionnée par un des opérateurs rencontrés. Elle aurait l'avantage de mobiliser les ressources locales : amidon + ressource bois locale.

Sa faisabilité technique, économique et financière reste encore néanmoins à définir.

8.3.2. Unités de production d'emballages biodégradables à base d'amidon de manioc

Cette perspective nous semble à creuser...

Elle pourrait avoir un réel débouché, notamment sur les marchés Bio et Commerce équitable (du type : "*ce sac biodégradable a été produit en Afrique de l'Ouest, par valorisation équitable d'amidon de manioc.*").

Sa faisabilité économique et financière reste encore néanmoins à définir, à travers une étude complémentaire plus poussée.

8.3.3. Unités de production de cossettes pour l'aliment du bétail

Il convient de garder à l'esprit que les possibilités de développement des filières locales en terme de :

- Amidon industriel
- Production de cossettes de manioc pour l'élevage
- Amidon pharmaceutique

resteront limitées dans la mesure où, dans les 3 cas, il faudra lutter contre les méga-unités industrielles Thaïlandaises...

La faisabilité technique, économique et financière d'une production de cossettes de manioc pour l'aliment du bétail pourrait néanmoins être creusée, en sollicitant directement l'opinion des fabricants d'aliments du bétail Européens.

Il est certain que le contexte actuel de renchérissement des prix des céréales dont le maïs rend partiellement dépassées toutes les études d'opportunité faites dans les 10 dernières années, qui méritent donc d'être réactualisées.
















8.4. Améliorer l'image de l'Afrique comme partenaire commercial

Quel que soit le débouché retenu, il convient que les projets de développement lancés visent aussi à **améliorer l'image de l'Afrique comme partenaire commercial solide et fiable dans la durée...**

Comme le disait l'un des opérateurs interrogés, il convient d'engager des efforts d'éducation importants pour modifier les états d'esprit et développer **une nouvelle "culture" du business fondée sur le partenariat commercial et non plus sur le rapport de force et l'exploitation du partenaire potentiel** : arrêter de s'entendre dire : "*1 kg de mon produit vaut 100 F, mais si tu m'en demandes 1 tonne, pour toi ça sera 200 F, parce que tu en as besoin...*"

Il est urgent de retrouver/ou de créer durablement le sens de la confiance, de la fiabilité, de l'engagement solidaire = les bases de partenariats industriels et commerciaux durables...

Annexes

-  IFAD_Annexe 1-1 TOR.doc
-  IFAD_Annexe 1-2 Itineraire visites.doc
-  IFAD_Annexe 2-1 Questionnaire Importateurs FR.doc
-  IFAD_Annexe 2-2 Questionnaire Détail FR.doc
-  IFAD_Annexe 2-3 Questionnaire Importateurs UK.doc
-  IFAD_Annexe 3 Biblio.doc
-  IFAD_Annexe 4-1 Qualité - Règlement 178-2002 L_03120020201fr00010024.pdf
-  IFAD_Annexe 4-2 Qualité - Règlement 852-2004 L_22620040625fr00030021.pdf
-  IFAD_Annexe 4-3 Qualité - Obligations Reg 852.doc
-  IFAD_Annexe 4-4 Qualité - FR_MAP_Guide Securite Alimentaire_francais.pdf
-  IFAD_Annexe 4-5 Qualité - FR_MAP_Guide Securite Alimentaire_anglais.pdf
-  IFAD_Annexe 4-6 Qualité - Composantes PMS.pdf
-  IFAD_Annexe 5-1 Marché - LSA_Epicerie ethnique_2005.pdf
-  IFAD_Annexe 6-1 Emballages - Favry Emballages alimentaires biodégradables.mht
-  IFAD_Annexe 6-2 Emballages - Emballages biodégradables.pdf