



Fondation
de
France

JOINT ACTION
FOR
FARMERS' ORGANISATIONS
IN WEST AFRICA

PROGRAMME
PROMOTION DE
L'AGRICULTURE
FAMILIALE EN AFRIQUE DE
L'OUEST

FICHE CAPI PAFAO # 99

AU SÉNÉGAL

DES FEMMES AUTONOMES GRÂCE AUX PÉRIMÈTRES MARAÎCHERS AGROÉCOLOGIQUES



Entretien avec Mame Cissé Diop (Roprocas)

Mame Cissé Diop est la coordonnatrice du Réseau des organisations des femmes productrices de la Casamance (Roprocas) au Sénégal.

Ce réseau regroupe des organisations de femmes impliquées dans la production céréalière, le maraîchage, l'élevage et la transformation des produits agricoles.

Depuis 2014, il encourage une transition vers l'agroécologie au niveau des périmètres maraichers de Kolda et Sédhiou. Le passage aux pratiques agroécologiques permet aux membres du réseau de produire de manière plus saine et durable tout en leur assurant une meilleure autonomie.

Dans le cadre d'un projet porté par :



www.ongfodde.org

Comment le Roprocas a-t-il été constitué ?

Les membres des organisations de femmes soutenues par l'ONG Forum pour un développement durable endogène (Fodde) et la fondation New Field, partageaient la volonté de s'organiser en réseau pour échanger sur leurs expériences. En 2014, ces 66 organisations situées dans les régions de Kolda et de Sédhiou ont mis en place le Réseau des organisations des femmes productrices de la Casamance (Roprocas), qui compte aujourd'hui 70 organisations regroupant environ 3 820 femmes.

Pourquoi ce choix de l'agroécologie ?

La promotion de l'agriculture durable – plus spécifiquement la transition vers l'agroécologie – constitue l'un des axes prioritaires du plan stratégique du Roprocas. Ce mode de production

s'est imposé comme le plus adapté pour répondre aux deux objectifs principaux des agricultrices : produire des denrées saines et de qualité et réduire les pertes post-récolte, particulièrement importantes pour l'oignon. De même, l'utilisation d'intrants chimiques les exposait à des risques sanitaires élevés et réduisait la durée de conservation des produits maraîchers, ce qui affectait considérablement leurs revenus. En cherchant des solutions à ces problématiques, elles ont pris conscience des limites des pratiques agricoles conventionnelles. Ainsi, les membres du réseau ont organisé une visite d'échange auprès de l'association Agrécol Afrique de Thiès. Elles ont pu voir des expériences réussies sur l'agroécologie.

Comment s'est déroulée la transition vers l'agroécologie ?

La transition vers l'agroécologie a débuté en 2014 avec l'appui de la fondation New Field et elle s'est poursuivie grâce au financement de Jafowa. Dans un premier temps nous avons clarifié ce qu'est l'agroécologie pour nos membres. Une étude, réalisée par Fodde avec l'appui technique de l'Institut sénégalais de recherches agricoles (Isra) a montré que l'agroécologie était bien connue des productrices car il s'agissait pour ces dernières de pratiques « ancestrales », progressivement abandonnées avec l'arrivée des intrants chimiques.



Périmètre maraîcher aménagé de Sendébou. © Roprocas

Ensuite a suivi la décision de ne plus utiliser d'intrants chimiques. Pour ce faire, nous avons formé les femmes à la production d'engrais organiques et de traitement des cultures à partir d'intrants locaux naturels. Nous avons ensuite introduit des plants fertilisants dans tous les périmètres maraîchers, et avons initié les femmes à la technique de rotation des cultures. Nous travaillons actuellement à une meilleure intégration agriculture-élevage, en utilisant les déjections animales pour fertiliser les champs et réduire davantage les coûts de production.

L'agroécologie ne se limite pas à l'utilisation d'engrais organiques, c'est pourquoi le Roprocas est toujours à la recherche d'améliorations. Le choix des semences reste par exemple une difficulté sur laquelle nous devons nous pencher, notamment pour la carotte, le chou, le poivron et la laitue. Si des semences locales sont disponibles pour certaines spéculations, les femmes continuent d'utiliser les semences importées pour ces quatre cultures.

Le réseau facilite l'accès aux facteurs de production et le renforcement des capacités. En plus de la mise à disposition de semences, d'engrais et de produits de traitement organiques, le Roprocas a réalisé des aménagements hydroagricoles dans les périmètres maraîchers (forages équipés de panneaux solaires et bassins munis de systèmes d'irrigation). Pour renforcer les capacités des agricultrices, les animateurs du Roprocas les accompagnent dans la planification, le suivi des normes de gestion et la gouvernance associative. Le technicien

horticole, lui, intervient sur les techniques de production et de commercialisation en vente groupée, en fonction des saisons et des demandes du marché ; il veille également à la mise en application des principes agroécologiques.

Comment les femmes s'organisent-elles sur les périmètres maraîchers ?

Les femmes travaillent ensemble sur les sites mis à disposition par les autorités locales et dont les superficies vont de 0,5 à 5 ha. L'espace est divisé à parts égales et chacune exploite sa parcelle individuelle. Au niveau de chaque site, un système de cotisation permet de collecter en fin de campagne les contributions de toutes les adhérentes. Les ressources sont gérées par le bureau du groupement pour l'entretien du site et l'amortissement des équipements.

Quels ont été les effets de l'initiative sur les revenus et la situation sociale des femmes et des jeunes ?

L'adoption des pratiques agroécologiques a réduit les coûts de production et diminué la dépendance aux intrants extérieurs. Les fruits et légumes se conservent plus longtemps et se vendent à de meilleurs prix. Prenons l'exemple de l'oignon qui se récolte entre avril et mai et dont les prix sont relativement bas à cette période. Comme l'arrêt de l'utilisation d'engrais chimiques a amélioré la qualité des oignons, les femmes ont la possibilité de conserver une partie de leur récolte et de la commercialiser au mois d'août, période où les prix sont meilleurs du fait de l'épuisement des stocks importés et des fêtes religieuses (Tabaski). En 2018 par exemple, le kilogramme était vendu en moyenne à 250 FCFA en mai, alors qu'il était de 700 FCFA en août, ce qui a amélioré les bénéfices et donc les revenus.

Les formations en gestion associative et en leadership améliorent la reconnaissance sociale du statut des femmes et leurs relations avec les hommes. Mieux considérées au sein de leur communauté, elles participent davantage aux prises de décision. Certaines sont devenues responsables dans le comité villageois de santé par exemple, et ce, avec le soutien des hommes.

Ces formations ont également été décisives pour les jeunes. En effet, les groupements étaient en majorité gérés par des femmes plutôt âgées. Grâce aux échanges et au suivi des animateurs, les changements sont notables quant au renouvellement des instances et à l'accès des jeunes à des postes à responsabilités au sein des groupements.

En quoi votre initiative contribue-t-elle à l'amélioration de la disponibilité des produits agroécologiques et de leur consommation par les populations ?

Nous sensibilisons les consommateurs. Nous organisons des émissions radiophoniques afin d'amener la population à percevoir les produits agroécologiques comme sains et meilleurs pour la santé.

Au-delà de nos membres qui contribuent à améliorer la disponibilité des produits agroécologiques sur les marchés, de plus en plus de producteurs dans nos régions d'intervention décident spontanément d'adopter l'agroécologie. En effet, les émissions radiophoniques abordent la toxicité des engrais chimiques et les risques liés à leur manipulation. Cela touche de nombreux maraîchers qui viennent alors s'approvisionner en engrais organiques et en produits de traitement naturels dans notre boutique.

Vos membres rencontrent-elles des difficultés d'écoulement ? Comment arrivent-elles à les surmonter ?

À certaines périodes, nos membres éprouvent des difficultés à écouler leurs légumes. Ces difficultés se manifestent par la mévente des produits, suivie du bradage par les membres au

niveau des différents marchés, ce qui occasionne d'importants manques à gagner. Pour comprendre les causes de cette situation, nous avons utilisé le financement « coup de pouce » que le programme Jafowa nous a accordé pour réaliser un diagnostic. Ce dernier a révélé que les produits de nos membres sont concurrencés par des produits en provenance des régions au nord du Sénégal, notamment des alentours de Dakar et des Niayes. Ces produits sont issus de systèmes conventionnels de production et leurs prix de vente sont plus bas en comparaison de nos fruits et légumes agroécologiques.

Quel appui apportez-vous à vos membres pour la mise en marché ?

Nous nous appuyons sur trois principaux canaux pour la mise en marché. Le premier est la boutique qui commercialise les productions de nos membres. Ensuite, les foires et autres événements promotionnels leur donnent l'occasion d'exposer leurs produits. Enfin, nous avons mis en place un groupe de consommateurs constitué de différents acheteurs potentiels.



Préparation de paniers destinés aux consommateurs © Roprocas

Précisons que nous sommes engagés dans une dynamique de labellisation des produits agroécologiques de nos membres et que nous avons adopté une démarche marketing adaptée à une cible de consommateurs intéressés par des produits sains. Les principaux canaux de distribution que nous exploitons s'inscrivent donc dans cette stratégie.

Comment a été créé le groupe de consommateurs ? Quels sont les résultats ?

Lorsque les périmètres maraîchers ont adopté les pratiques agroécologiques, le Roprocas a acheté la totalité de cette première production et a réalisé des paniers de fruits et de légumes mis à disposition de différents acheteurs potentiels identifiés au préalable, notamment des restaurants, des hôpitaux et des hôtels. Les emballages étaient accompagnés d'une fiche à remplir afin de recueillir les avis sur la qualité (saveur et conservation). Nous avons obtenu des réponses très positives. Les clients ont apprécié notre démarche et la qualité des produits, certains ont alors commencé à nous passer commande. Et c'est pour répondre à ces demandes et faciliter l'accès à l'approvisionnement que nous avons décidé d'installer la boutique.

Comment fonctionne la boutique et quels sont les résultats atteints ?

Le Roprocas rachète les fruits et légumes agroécologiques issus des périmètres maraîchers, les achemine vers la boutique à Kolda où ils sont revendus. Aussi, quand la boutique reçoit des commandes, nous adressons des demandes aux différents groupements pour identifier

ceux qui disposent des produits en question. La boutique vend aussi des intrants organiques (semences, engrais et produits de traitement naturels). Pour les engrais organiques, nous nous approvisionnons auprès d'un partenaire, Eléphant vert, basé à Ziguinchor et avec qui nous avons signé un contrat.

Les recettes des ventes couvrent les charges telles que la rémunération de la gérante de la boutique, les charges locatives et d'amortissement, etc. Un point comptable est réalisé une fois par semestre.

Quelles sont les contraintes liées à votre système de mise en marché ?

La principale difficulté a été le transport depuis les sites de production jusqu'à la boutique. En effet, certains sites sont situés dans des villages enclavés et très difficiles d'accès. Nous avons donc investi dans des tricycles en vue de faciliter l'acheminement des produits.

À cela s'ajoute la non-disponibilité des produits à certaines périodes de l'année. Nous avons pour ambition d'accompagner nos membres vers une production continue tout au long de l'année pour éviter les ruptures de stock. Cette difficulté se fait également sentir au niveau du groupe de consommateurs. Nous assurons actuellement la disponibilité des produits 8 mois par an alors qu'il faudrait parvenir à 12 mois si nous voulons fidéliser notre clientèle. Pour le moment, nous essayons de maintenir le contact avec nos acheteurs et les membres du groupe de consommateurs. Dans la boutique, nous renseignons au fur et à mesure leurs coordonnées dans un répertoire afin de les contacter quand les produits sont disponibles.

Un autre problème est la faible capacité de stockage de la boutique qui limite les quantités que nous pouvons acheter à nos membres et le volume de ventes. Pour le moment nous n'avons qu'une seule boutique à Kolda, mais nous projetons d'en ouvrir trois autres, avec l'aide de nos différents partenaires.

Sur quelles ressources se repose le Roprocas pour gérer cette initiative ?

Le Roprocas dispose d'une équipe technique permanente constituée de la coordonnatrice du réseau, d'un technicien horticole et de deux animateurs chargés de l'encadrement rapproché auprès des membres. L'équipe est renforcée de manière périodique par des stagiaires. Le responsable agricole et le responsable suivi-évaluation de l'ONG Fodde appuient également l'équipe du Roprocas sur les aspects techniques et de planification des campagnes.



Séance de restitution par les femmes relais à Djimassar © Roprocas

Par ailleurs, des « femmes relais » sont désignées par chaque groupement. Elles sont choisies en fonction des résultats de leur parcelle et donc de leur maîtrise des pratiques. Elles assistent alors à des formations, et sont chargées de restituer aux autres membres de leur groupement ce qu'elles ont appris.

Propos recueillis en février 2019 par Yvon Saroumi (Inter-réseaux) et édités par Chloé Judalet (CFSI) en mai 2019

Pour creuser le sujet :

- Visiter [le site du programme Jafowa](#)
- Fiche entretien, [l'Amap Bénin change d'échelle](#), 2019
- Synthèse, [Guide des pratiques agroécologiques - Sénégal](#), 2016
- Forum Roppa-Pafao-Jafowa, [La mise en marché des produits agroécologiques](#), 2017
- Fiche entretien, [Au Sénégal : commercialisation de masse pour les légumes sains](#), 2019



Ce projet fait l'objet d'un financement de la part du programme **Joint Action for Farmers' Organisations in West Africa - Jafowa** (<https://www.jafowa.org/>).

La capitalisation de l'expérience a été réalisée dans le cadre d'une collaboration avec le programme **Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao)**, porté par la Fondation de France et le CFSI. Ce programme bénéficie de la contribution de la Fondation JM.Bruneau (sous égide de la Fondation de France) et de l'Agence française de développement. Seed Foundation participe également au volet capitalisation du programme. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.



FONDATION JM.BRUNEAU
Sous l'égide de la Fondation de France

