



PRAXIS

LES EXPÉRIENCES
INNOVANTES D'AVSF

 **agronomes
vétérinaires &**
SANS FRONTIÈRES

TITRE DU PROJET

FILIERE LAITIERE PAYSANNE
Projet d'amélioration de
la productivité et de la
compétitivité de la filière lait
local dans le département
de Vélingara, région de
Kolda, haute Casamance

BÉNÉFICIAIRES DIRECTS

500 familles

PARTENAIRES LOCAUX

Maison des Eleveurs de
Vélingara, Coopérative
Larogal Aynakobé

PÉRIODE

2011-2013

COÛT TOTAL

160 000 euros

PRINCIPAUX BAILLEURS

CFSI, Fondation de France,
AFD



Une filière laitière locale au Sénégal

**Des mini-laiteries coopératives au Sénégal pour optimiser
la collecte et la distribution du lait local**

© AVSF - C. Lebel

Depuis les années 70, le Sénégal est un grand importateur de produits laitiers. Le secteur de l'élevage constitue pourtant une des composantes essentielles de l'économie sénégalaise. Il occupe une place particulièrement stratégique dans la région de Kolda en Casamance. Cette région possède des potentialités pastorales élevées et fournit à elle seule 20 % de la production nationale de lait. Mais plusieurs contraintes d'ordre technique, institutionnel et socio-économique empêchent les producteurs de lait de répondre à une demande urbaine croissante et exigeante. C'est pour satisfaire cette demande urbaine et améliorer par la même occasion les conditions de vie des producteurs qu'Agronomes & Vétérinaires sans Frontières (AVSF) les accompagne.

Des innovations organisationnelles et techniques pour valoriser le lait local

Partant du constat que le système des unités de transformation privées est jusqu'à présent peu satisfaisant pour assurer une collecte et fidéliser les producteurs¹, le projet innove à travers la mise en place de mini-laiteries coopératives. Elle compte chacune de 30 à 40 membres-éleveurs qui en sont propriétaires.

Dans un rayon de 15 kilomètres autour des centres urbains, ils collectent eux-mêmes le lait avant d'en livrer la totalité à la laiterie. Ils sont ensuite rémunérés chaque mois en fonction du volume livré, à un prix fixé selon la saison (hivernage ou saison sèche) en concertation avec tous les acteurs de la filière. Chaque mini-laiterie a en général trois salariés : un gérant/transformateur, un technicien de surface et un commercial/livreur. Ce dernier livre les productions à des boutiques équipés de réfrigérateurs dans des points de vente stratégiques de la ville identifiés au préalable. Grâce à ses stocks, la coopérative fournit des intrants sanitaires et ali-

¹ Une même entité prenant en charge la collecte, la transformation et la vente, elle impose un prix bas aux éleveurs.



mentaires aux éleveurs sous forme de crédit remboursable en livraisons de lait. Les décisions sont prises au consensus par le comité de gestion de la mini-laiterie. Les bénéfices réalisés sont réinvestis dans d'autres activités ou utilisés comme micro-crédit pour les éleveurs confrontés à des problèmes familiaux.

D'autre part, face à la concurrence du lait en poudre importé, le projet innove par la transformation et le conditionnement qui permettent de fabriquer de nouveaux produits tels que le lait caillé sucré, le lait frais pasteurisé, le yaourt et le thiacyr². Ces produits locaux dérivés du lait sont emballés dans des pots, bouteilles et sachets qui portent les logos des coopératives de fabrication. Afin de toucher toutes les catégories sociales, ils sont commercialisés sous plusieurs formats (litre, 500 ml, 250 ml, 125 ml).



© AVSF - C. Lebel

La concertation entre les acteurs a permis de fixer des prix médians profitables à chacun et concurrentiels par rapport aux produits importés. Ainsi, le lait frais pasteurisé et le lait caillé sucré sont vendus à 600 FCFA le litre, un prix compétitif sur les marchés urbains sénégalais (un litre de lait importé coûte 800 FCFA à Dakar). Le thiacyr et le yaourt coûtent 1 600 FCFA le litre.

Les produits dérivés de la transformation du lait sont commercialisés dans les villes du département de Vélingara. Les commerçants sont de trois catégories : les grossistes (boutiques), les kiosques mis en place par les coopératives laitières (points stratégiques des villes) et les petits revendeurs qui s'approvisionnent auprès des grossistes et des coopératives. Ces petits revendeurs sont présents sur les marchés hebdomadaires des villes secondaires de la région. En concurrence directe avec les produits des mini-laiteries, on trouve les laits pasteurisés, caillés et concentrés des marques Bridel, Président, Vitalait, Roilait, Best lait, Jet, Ardo et Mamelle Jabot, fabriqués à partir de poudre de lait importée. **Les prix compétitifs et la qualité des produits laitiers permettent à l'agriculture familiale locale de prendre graduellement des parts de marchés**, comme le montre le tableau ci-dessous.

En deux ans, le chiffre d'affaires des unités de transformation du département est passé de 42 millions à 71 millions de FCFA, soit environ de 65 000 € à 109 000 € (+68 %).



© AVSF - C. Lebel

Equipe salariée de la coopérative Larogal Aynakobé³

Des produits laitiers compétitifs sur le marché local

Les zones de collecte se sont élargies d'un rayon de 15 kilomètres autour des unités de transformation. L'approvisionnement est désormais continu aussi bien en hivernage qu'en saison sèche. Cependant, la demande est toujours supérieure à l'offre, surtout pendant la saison sèche qui dure près de 8 mois.

	Quantité collectée (litres)	Lait caillé sucré vendu (litres)	Lait pasteurisé vendu (litres)	Yaourt et Thiacyr (litres)	Chiffres d'affaires (F CFA)
2010	86 553	80 889	5 664	0	42 426 900
2011	109 854	90 434	19 390	90	51 123 500
2012	153 431	115 232	37 989	210	71 208 150

Evolution des ventes de l'Union départementale des coopératives de lait "Nafooré Biroobé".

2 Fromage blanc au couscous de mil

3 Coopérative laitière créée à Vélingara en 2002, qui compte aujourd'hui 67 éleveurs membres dont 22 femmes

Une filière porteuse et une fédération de coopératives en construction

La concertation met autour de la table de négociation les acteurs de tous les maillons de la filière. Ceux impliqués dans la transformation et la commercialisation des produits sont : les coopératives d'éleveurs et leur fédération, les mini-laiteries dont les éleveurs sont propriétaires, les boutiquiers, grossistes, les petits revendeurs, les employés des kiosques et les structures étatiques de contrôle de qualité. Tous ces acteurs sont coordonnés par un comité de pilotage spécialement mis en place pour arbitrer et développer les stratégies offensives de prise de parts de marché. Par exemple, pour faciliter la visibilité des produits, des kiosques peints aux couleurs des coopératives sont mis en places dans les points stratégiques des villes. Cette stratégie de marketing et de communication est relayée par des émissions radios, des spots publicitaires et des tee-shirts aux logos des coopératives pour sensibiliser les consommateurs sur la valeur nutritive de ces produits locaux. Un label Casamance devrait être créé.

Les points forts et les freins

Les produits locaux sont naturels, bien connus des populations et appréciés, et souvent vendus à des prix compétitifs par rapport aux importations dans les zones de collecte. La production ne cesse d'augmenter et les producteurs se professionnalisent de plus en plus. L'Etat, dans sa nouvelle politique d'orientation, compte faire du secteur agricole son premier pôle de développement et encourage la consommation de produits locaux.

Les freins dépendent de la saison considérée. En saison sèche, il est impératif de travailler sur la production de lait elle-même, car celle-ci est très faible du fait de l'élevage extensif pratiquée. Les techniques de mise en stabulation des vaches en lactation expérimentées par AVSF depuis les années '90 sont maintenant maîtrisées par la plupart des éleveurs ; ils peuvent ainsi garantir une production continue de lait pendant la saison sèche.

Pendant l'hivernage au contraire, les unités ne sont pas en mesure d'absorber toute la production et beaucoup de lait n'arrive pas jusqu'aux consommateurs. L'amélioration de la logistique par des camionnettes, moto tricycles et caisses de conservation devient incontournable pour accéder aux autres régions. Les porteurs du projet estiment aussi que le déficit des kiosques de vente, aussi bien dans le département de Vélingara que dans les autres régions (Tambacounda, Dakar, etc.) représente une perte de bénéfice de 100 FCFA pour chaque litre de lait vendu. Ces kiosques sont beaucoup plus attrayants pour les consommateurs et offrent plus de visibilité.





© AVSF - C. Lebel

Points forts	Freins
• Produits locaux bien connus par les consommateurs	• Insuffisance de la logistique de collecte et de transport (motos, camionnettes, bidons, etc.)
• Prix équitable et accessible à toutes les bourses	• Faible capacité de transformation des unités existantes, surtout en hivernage
• Implication récente des politiques	• Bradage du surplus pendant la période de surproduction
• Très forte demande des consommateurs	• Faible couverture urbaine par les kiosques des coopératives

Date d'actualisation : février 2014 - © AVSF
Rédaction : Pierre Faye

Pour creuser le sujet :

Retrouvez le témoignage de Moussa Baldé sur la filière lait local au Sénégal, 2012 sur : www.avsf.org



© AVSF

Fiche réalisée dans le cadre du projet PFAFO (Promotion de l'Agriculture Familiale en Afrique de l'Ouest) CFSI / Fondation de France



Pour en savoir plus :

Moussa Balde
m.balde@avsf.org

Fatou Senghor
s.fatou58@gmail.com

Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières

Lyon

18 rue de Gerland - 69007 Lyon
Tél. : 04 78 69 79 59

Nogent-sur-Marne

45 bis av. de la Belle Gabrielle
94736 Nogent-sur-Marne