



Initiative Prospective Agricole et Rurale

RIPOSTE À LA COVID-19 PAR LA PROTECTION SOCIALE ET LE RENFORCEMENT DES SYSTÈMES ALIMENTAIRES LOCAUX : LE CAS DES NIAYES AU SÉNÉGAL - COPSA

L'approvisionnement des marchés et de la grande distribution en produits horticoles des Niayes

Septembre 2021



Sigles et abreviations

AERC	African Economic Research Consortium
ANIDA	Agence Nationale d'Insertion et de Développement Agricole
ANREVA	Agence Nationale du Plan de Retour Vers l'Agriculture
ANSD	Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie
APDE	Agence de Promotion et de Développement de l'Entreprise
ARM	Agence de Régulation des Marchés
ASPRODEB	Association Sénégalaise pour la Promotion du Développement par la Base
AUMN	Association des Unions Maraîchères des Niayes
BAD	Banque Africaine de Développement
CCBM	Comptoir Commercial Bara Mboup
CNCR	Conseil National de Concertation et de Coopération des Ruraux
CNDR	Confédération Nationale pour le Développement Rural
DA	Direction de l'Agriculture
DAC	Domaines Agricoles Communautaires
DAPSA	Direction de l'Analyse, de la Prévision et des Statistiques Agricoles
DCI	Direction du Commerce intérieur
DHORT	Direction de l'Horticulture
DPEE	Direction de la Prévision et des Etudes Economiques

FORCE COVID-19	Fonds de Riposte et de solidarité Contre les Effets de la Covid-19
FPMN	Fédération des Producteurs maraîchers des Niayes
GOANA	Grande Offensive Agricole pour la Nourriture et l'Abondance
IFRI	Institut Français des Relations Internationales
IPAR	Initiative Prospective Agricole et Rurale
IPDT	Interprofession Pomme de Terre
PAPA	Projet d'Appui aux Politiques Agricoles
PDRIARS	Projet de Développement de Résilience à l'Insécurité alimentaire récurrente au Sénégal
PIB	Produit Intérieur Brut
PRACAS	Programme d'Accélération de la Cadence de l'Agriculture Sénégalaise
PSE	Plan Sénégal Emergent
REVA	Retour Vers l'Agriculture
SAED	Société nationale d'Aménagement et d'Exploitation des terres du Delta du fleuve Sénégal et des vallées du fleuve Sénégal et de la Falémé
SCP	Structures, Comportement, Performance
SONACOS	Société Nationale de Commercialisation des Oléagineux du Sénégal
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UGPM	Union des Groupements de Producteurs Maraichers des Niayes
UNPSS	Union Nationale de Producteurs Semenciers du Sénégal

Présentation du projet

Financé par le Centre de Recherche pour le Développement International (CRDI), le projet de recherche « Riposte à la Covid-19 par la protection sociale et le renforcement des systèmes alimentaires locaux : le cas des Niayes au Sénégal » (COPSA), s'intéresse aux mesures de restriction et de protection sociale prises par l'État dans le cadre de la lutte contre la pandémie de la Covid-19. Plus précisément, le projet COPSA analyse les mesures de protection sociale en faveur des ménages vulnérables au niveau national, et les effets des mesures restrictives sur les systèmes alimentaires dans la zone des Niayes.

En effet, la pandémie de la Covid-19 est un choc sanitaire sans précédent par son ampleur et sa propagation rapide dans le monde entier. Pour enrayer sa progression, le Sénégal, comme le reste du monde, a pris des mesures radicales qui ont des effets socio-économiques, notamment sur le système alimentaire et nutritionnel. Pour les atténuer, les autorités ont pris d'importantes mesures économiques et financières visant à renforcer les systèmes de santé, à soutenir les ménages les plus vulnérables, les entreprises directement touchées et la diaspora. Malgré les efforts du gouvernement, de grandes parties du secteur primaire ont souffert sans que les mesures prises leur soient spécifiquement destinées.

Ainsi, ce projet COPSA vise à générer des connaissances et des outils d'aide à la décision afin d'améliorer les mécanismes de protection sociale, notamment la distribution d'aide alimentaire d'urgence ; et de renforcer les systèmes alimentaires locaux dans les Niayes.

Plus précisément, le projet vise à :

- Analyser la réponse du gouvernement à la situation d'insécurité alimentaire et nutritionnelle par le biais d'opérations d'aide alimentaire d'urgence ;
- Documenter les effets des interventions du gouvernement sur les systèmes alimentaires locaux et les mesures prises par les différents acteurs pour renforcer la résilience ;
- Lancer une réflexion sur l'avenir possible des systèmes alimentaires dans la zone des Niayes.

Résumé exécutif

Cette étude est réalisée dans le cadre du Projet de recherche « Riposte à la COVID-19 par la protection sociale et le renforcement des systèmes alimentaires locaux : le cas des Niayes au Sénégal » (COPSA). Elle rentre dans le cadre de l'Objectif Stratégique 2 (OS2) intitulé « Impact des mesures restrictives sur les systèmes alimentaires des Niayes ». Cet OS2 porte, d'une part, sur l'Étude des systèmes de distribution des produits maraîchers. D'autre part, il englobe l'Étude de cadrage sur l'impact de la Covid-19 sur les chaînes d'approvisionnement horticoles. Ce travail s'est attaché à analyser l'approvisionnement de la grande distribution et des grands marchés dans ce contexte de Covid-19. Les enquêtes déroulées auprès de 153 commerçants des grands marchés de Dakar (Castor, Thiaroye, Gueule Tapée, Tilène et Rufisque) et les investigations faites auprès de 5 gestionnaires de grandes surfaces (Auchan, Supeco et Carrefour Market) ont permis de corroborer certaines tendances inquiétantes.

La première faiblesse de l'accès des produits horticoles des Niayes aux rayons de la grande distribution est la difficulté pour les petits producteurs d'honorer les engagements contractuels face aux contraintes liées au respect des normes de qualité, de quantité et de régularité. L'autre faiblesse est le manque de statistiques fiables sur les quantités produites et les réticences notées chez tous les distributeurs à répondre aux enquêtes sur leur véritable apport dans la commercialisation des produits horticoles locaux. Mais, la faiblesse majeure de tout le système de commercialisation est la défaillance de la régulation sur la gestion de l'offre de produits horticoles et le respect des normes d'importation et de commercialisation pour les agrobusiness (en protection des petits producteurs). Trois menaces majeures pèsent sur les possibilités de commercialisation des produits horticoles des Niayes. La première est la faible qualité et la forte périssabilité des produits locaux, ainsi que la persistante préférence des Sénégalais pour les substituts importés. La seconde est la production de plus en plus abondante des agrobusiness dont les récoltes, censées être écoulées via l'exportation, est de plus en plus écoulée sur les marchés locaux. La troisième menace est le grand risque de paradoxe de l'abondance avec ses conséquences en termes d'inventus et bradage pour les petits producteurs.

L'écrasante majorité des commerçants n'ont pas changé leurs systèmes d'approvisionnement et seuls 5 commerçants sur 153 enquêtés avaient momentanément arrêté leurs activités. Globalement les chaînes d'approvisionnement de ces marchés en termes de produits maraîchers des Niayes ne souffrent pas de problèmes majeurs. Mais ils ne sont pas en état d'absorber à temps les importantes quantités de produits horticoles dont la plupart est très périssable et nécessite un stockage et une conservation qui ne sont généralement pas à la portée des petits producteurs. La grande distribution est, malgré les efforts d'encadrement de l'Etat sénégalais (Loi sur le contenu local et décret pour la grande distribution), dans une configuration qui favorise les agrobusiness qui sont détenteurs d'une logistique mieux adaptée aux contraintes de quantité, de qualité et de régularité de l'approvisionnement liées à l'accès aux rayons des grands distributeurs. Dans les normes, les agrobusiness ont, suivant les circulaires de l'ARM, un accès limité au marché local, mais ces mesures de régulation ne sont généralement pas respectées.

Les commerçants des grands marchés de Dakar interrogés soutiennent, pour leur part, qu'il devient de plus en plus coûteux et contraignant de commercialiser les produits horticoles des Niayes. Ils risquent de s'adonner davantage à la commercialisation des produits des agrobusiness et des substituts importés, avec tout le lot de préjudices que cela va occasionner pour les petits producteurs des Niayes. C'est une question d'ordre social, dès lors où ces petites exploitations horticoles sont la seule source de revenus pour la majorité des ménages au niveau des Niayes. Par conséquent, un système alimentaire inclusif et équitable, basé sur la protection des petits producteurs locaux, tel est le leitmotiv qui doit guider un nouveau plan d'actions.

1. Introduction

Cette étude a été réalisée dans le cadre du Projet de recherche « *Riposte à la COVID-19 par la protection sociale et le renforcement des systèmes alimentaires locaux : le cas des Niayes au Sénégal* » (COPSA). Elle porte spécifiquement sur les modes d'approvisionnement des marchés et de la grande distribution en produits horticoles des Niayes. Le contexte de cette étude est donc particulier, puisque les résultats devraient refléter, autant que possible, des incertitudes relatives à une pandémie qui n'est pas encore maîtrisée, et dont les conséquences socioéconomiques sont déjà désastreuses. La première vague d'infection à la Covid-19 a suscité, entre mars et juin 2021, des mesures de restrictions économiques qui ont coûté plus de 4 points de croissance économique en 2020. Ces mesures ont plus que doublé le déficit budgétaire de l'Etat et porté la dette publique à 67% du PIB. Même si un ralentissement des infections est noté au mois de septembre 2021, les aléas et l'incertitude continuent de faire le lit d'une crispation économique qui continue de saper la dynamique de l'économie sénégalaise. Le couvre-feu décrété en début 2021 et la flambée des cas d'infection notée à partir de juillet 2021 vont nécessiter la révision à la baisse du taux de croissance économique qui est finalement escompté pour 2021 à 5,2%. Ainsi, le manque d'enseignements exhaustifs, sur une pandémie qui n'en finit pas,

rend cet exercice d'étude assez délicat, en même temps qu'il impose la prudence dans les analyses. Cette introduction va aborder le contexte de l'étude, les objectifs et les résultats attendus ainsi que la démarche méthodologique adoptée.

1.1. Contexte de l'étude

L'enseignement principal tiré de cette pandémie de la Covid-19 et de ses effets néfastes sur l'économie est l'importance de l'autonomie de chaque Etat, sur le plan agricole et alimentaire. Malgré les efforts dévoilés dans l'exécution du Programme d'Accélération de la Cadence de l'Agriculture Sénégalaise (PRACAS 1), le pays reste encore fortement dépendant des importations alimentaires. Pourtant, la dynamique actuelle des productions horticoles laisse entrevoir un semblant d'autosuffisance sur des produits comme le riz, l'oignon et la pomme de terre, alors que les importations n'ont pas significativement chuté, ces dernières années. Selon les chiffres de la Direction de l'Horticulture (DHORT), la production locale couvre huit à neuf mois les besoins des Sénégalais en oignon et en pomme de terre.

Tableau 1 : Exemple de l'oignon et de la pomme de terre en 2020 (en tonnes)

Spéculations	Production	Importation	Consommation
Oignon	460 000	135 000	350 000
Pomme de terre	150 000	40 000	110 000

Source : ARM, DHORT, 2021

Les chiffres de ce tableau indiquent qu'il existerait des surplus de stocks annuels qui peuvent atteindre 250 000 tonnes pour l'oignon et 80 000 tonnes pour la pomme de terre. C'est pourquoi, en dehors des problèmes de statistiques qui sont visiblement surestimés, il faut admettre qu'il existe d'importantes pertes de récolte, puis que le potentiel d'exportation est loin en deçà de ces surplus de stocks. Il faut toutefois reconnaître d'emblée que la

qualité des produits horticoles sénégalais n'est pas comparable avec celle des produits importés. La grande propension des ménages sénégalais à préférer les produits importés est un argument valable pour justifier le niveau encore exorbitant des importations annuelles de ces produits.

1.2. Objectifs et résultats attendus

Le projet COPSA vise à « *générer des connaissances et des outils d'aide à la décision, afin d'améliorer les mécanismes de protection sociale* ». Globalement, l'étude entend parvenir à une approche positive et normative des actions de réponse, en termes de sécurité alimentaire et nutritionnelle. La première partie de l'étude COPSA consiste à disséquer et analyser l'aide alimentaire d'urgence que le gouvernement et ses partenaires ont fourni durant l'année 2020, pour faire face à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle face à la pandémie de la Covid-19. Cette étude rentre dans le cadre de l'exécution de l'Objectif Stratégique 2 (OS2), qui s'intitule « *Impact des mesures restrictives sur les systèmes alimentaires des Niayes* ». Cet OS2 porte d'une part, sur l'Étude des systèmes de distribution des produits maraîchers. D'autre part, il englobe l'Étude de cadrage sur l'impact de la Covid-19 sur les chaînes d'approvisionnement horticoles. La présente étude va donc s'attacher à analyser l'approvisionnement de la grande distribution et des grands marchés dans ce contexte de Covid-19.

Le questionnement du projet COPSA est structuré, dans le cadre de cette présente étude, autour des principales préoccupations suivantes :

1. l'analyse des mécanismes d'approvisionnement des marchés et de la grande distribution en produits horticoles des Niayes ;
2. à travers l'identification de ses faiblesses, l'analyse de la résilience du système alimentaire local dans les Niayes face aux chocs de la Covid-19 ;
3. l'amélioration du système pour les interventions futures et l'atténuation des effets des chocs futurs sur ses différentes composantes ;

4. les conditions requises pour des systèmes alimentaires inclusifs, résilients et durables.

Les résultats de l'étude devraient alimenter l'esquisse d'un ensemble de scénarios de futurs possibles systèmes alimentaires des Niayes et une proposition de recommandations politiques pour la résilience des systèmes alimentaires locaux, en réponse aux chocs futurs.

1.3. Méthodologie

Comme nous venons de le dire plus haut, cette présente étude est complémentaire aux autres axes du projet COPSA. Elle va ainsi rentrer dans le cadre global du renforcement des systèmes alimentaires locaux dans les Niayes, suivant une approche adaptative vis-à-vis des effets négatifs de la Covid-19. L'essentiel des enquêtes quantitatives que nécessite cette étude a été déjà menée au début de la pandémie en 2020. Les résultats de ces enquêtes déjà faites constituent une partie des données primaires qui vont être mobilisées dans le cadre de cette étude. Il reste tout de même à faire quelques investigations complémentaires pour les besoins spécifiques de cette étude. En plus des investigations à faire auprès des grands distributeurs, il a fallu également diagnostiquer les circuits d'approvisionnement, en allant interroger les transporteurs et les commerçants des grands marchés que sont :

- Marché de Rufisque, dans la région de Dakar ;
- Marché de Thiaroye, Banlieue dakaroise ;
- Marché Gueule Tapée, situé dans la banlieue dakaroise ;
- Marché Castor, situé à quelques kilomètres du centre-ville de Dakar ;
- Marché Tilène, situé au quartier Médina, vers le Centre-ville de Dakar.

Tableau 2 : Echantillonnage et approche d'enquête

Marchés	Echantillon	Méthode	Type de contact
Marché Castor	30	Présentielle	Terrain
Marché Thiaroye	30	Présentielle	Terrain
Marché Gueule Tapée	28	Présentielle	Terrain
Marché Tilène	31	Présentielle	Terrain

Marchés	Echantillon	Méthode	Type de contact
Marché Rufisque	34	Présentielle	Terrain
Total	153	Présentielle	Terrain

Des entretiens semi-directifs ont été également réalisés avec 5 responsables de magasins : Auchan (Yoff et Thiès), Supeco El Mansour, Carrefour Market Piscine Olympique, Carrefour Thiès et Exclusive VDN). Mais une quantité importante de données secondaires va être mobilisée, notamment pour diagnostiquer tout le potentiel endogène de distribution des produits horticoles, des besoins des populations, aux multiples distributeurs, des plus petits à la grande distribution en fort développement, à travers le pays notamment avec l'arrivée d'Auchan et de Carrefour. L'utilisation de ces données secondaires, qui sont puisées dans des études scientifiques empiriques et des rapports de différents acteurs, ont permis d'analyser le secteur, sous l'angle des Structures, du Comportement et de la Performance (SCP) des différentes unités

qui s'activent dans la commercialisation et la distribution des produits horticoles, notamment des Niayes. L'approche SCP est un paradigme d'analyse utilisé en économie industrielle pour appréhender la dynamique d'un secteur d'activités économiques dans tous ses maillons, de la configuration du marché aux retombées macroéconomiques, en passant par la conduite stratégique des entreprises qui se partagent ce marché. Elle traine cependant quelques grandes limites telles que le caractère statique des analyses qu'elle propose. La critique la plus importante a été formulée par l'Ecole de Chicago selon laquelle la relation entre structure et performance doit être inversée, car il se peut que ce soient les performances qui sont à l'origine des structures.



2. Enjeux et défis de l'écoulement de la production horticole au Sénégal

Pour les produits horticoles, il est clair que si les circuits d'approvisionnement permettent d'éviter les pertes de récolte, il suffit de faire un petit effort sur la qualité pour que le Sénégal parachève plus rapidement son projet d'autosuffisance dans ces produits et se concentre sur le développement des circuits d'exportation. Le système des infrastructures de stockage et de conservation est louable. Mais l'approvisionnement direct des marchés, à travers la contractualisation et une meilleure régulation des flux, va permettre de réduire les risques liés au stockage de ces produits qui sont très périssables. A ce niveau, la grande distribution est plus résiliente que les marchés locaux, parce qu'elle dispose de plus de moyens de conservation.

2.1. Nouveaux enjeux et nouveaux défis de la de production horticole

A partir de l'année 2000, l'économie sénégalaise a amorcé d'importants bons en avant sur le plan agricole, après plus de quatre décennies de balbutiements à compter de l'année 1960. Cette embelli s'explique par les effets positifs des fonds injectés dans le secteur, durant le plan « *Retour vers l'Agriculture* » (REVA) introduit en 2002, et la « *Grande Offensive Agricole*

pour la Nourriture et l'Abondance.» (GOANA) amorcée en 2006. En avril 2012, le gouvernement du Sénégal accorde un soutien spécial à l'agriculture et au monde rural avec une enveloppe de 34 milliards FCFA. Mais après une bonne reprise durant la campagne 2012/2013, les récoltes ont de nouveau drastiquement chuté en 2013/2014 selon les chiffres de la DAPSA.

Cette situation appelle à un double enseignement : l'instabilité des volumes de production due à la non-maîtrise de l'eau et le caractère fondamental de l'appui de l'Etat au secteur. Conscient du rôle catalyseur de sa contribution financière, le Gouvernement du Sénégal a opéré une réorganisation des instruments d'action à partir 2013, avec la création de l'Agence Nationale d'Insertion et de Développement Agricole, en lieu et place de l'Agence Nationale du Plan de Retour Vers l'Agriculture (ANREVA), et le lancement du Programme d'Accélération de la Cadence de l'Agriculture Sénégalaise (PRACAS), en juillet 2014. Le PRACAS I visait, sur quatre années, l'injection de 581 milliards FCFA dans le secteur.

Tableau 3 : PRACAS I : le point sur les premiers objectifs concernant les produits horticoles

Produits	Objectifs	Résultats
Oignon	Autosuffisance en 2016 avec une production de 350 000 tonnes. Projetée à 280 000 tonnes, la production d'oignon a été de 230 000 tonnes en 2014.	La production d'oignon a été de 400 000 tonnes en 2017. Ce qui donne un taux de réalisation de 114,28% de l'objectif fixé à l'horizon 2016.
Fruits et légumes	Exportations de 157 500 tonnes de fruits et légumes dès 2017 (68 000 tonnes de fruits et légumes ont été exportées en 2014).	Les exportations de fruits de légumes sont passées de 56 778 tonnes en 2012 à 106 200 tonnes en 2017, soit une hausse de 36% par rapport à la moyenne des cinq dernières années. Ces performances réalisées restent encore en deçà des objectifs de 157 500 tonnes fixé par le PRACAS 1.

Malgré ces résultats, les importations d'oignon sont passées de 123 350 tonnes en 2012 à 142 389 tonnes en 2017, soit une augmentation de 9% en valeur relative par rapport à la moyenne des cinq dernières années. Cela est dû aux effets conjugués de la hausse de la demande locale, des exportations dans la sous-région (le Mali, la Guinée, la Mauritanie, etc.) et des pertes de récolte dues aux problèmes de stockage et de commercialisation. Il a également été constaté un

regain de dynamisme sur plusieurs autres produits horticoles. La production de tomate (77 000 tonnes en 2019) devrait atteindre 100 000 tonnes en 2023. Les exportations de fruits et légumes ont été de 122 000 tonnes en 2019. Elles devraient atteindre 200 000 tonnes en 2023.

Tableau 4 : Objectif des exportations de fruits et légumes de 2019 à 2023

Année	Exportations fruits et légumes (t)
2019	122025
2020	144212
2021	160851
2022	183038
2023	200000

Source : Draft PRACAS II, février 2019

Cependant, d'importants efforts restent à fournir pour l'effectivité de l'autosuffisance sur les produits essentiels dont l'huile, le riz, l'oignon et la pomme de terre, pour lesquels le pays est autosuffisant sur

plusieurs mois et aspire à l'autosuffisance complète à l'horizon 2023.

Tableau 5 : Production d'oignon, de pomme de terre et d'oignon jusqu'en 2023

	Oignon	Pomme de terre	Tomate
2019	468 000	142 540	77000
2020	520 000	160 357	84000
2021	560 000	178 175	91000
2022	580 000	190 053	89600
2023	600 000	200 000	100 000
Couverture	9 mois en 2020	8 mois en 2020	

Source : Draft PRACAS II, février 2019

Pour la plupart des spéculations, le défi de la production est largement relevé, si l'on tient compte du niveau de la consommation. Pour l'oignon, même si la production n'a pas atteint 520 000 tonnes en 2020, elle s'est établie à 460 000 tonnes, soit 110 000 tonnes de plus que le niveau de la consommation qui

se situe à 350 000 tonnes selon les chiffres de l'Agence de Régulation des Marchés (ARM). Il en est de même pour la pomme de terre, qui n'est qu'à environ 10 000 tonnes de la cible de production fixée pour 2020. Pour la pomme de terre aussi, la production locale de 2020 couvre les besoins locaux à hauteur de 127%.

Tableau 6 : Photographie de la production horticole en 2018 et 2020 (en tonnes)

	Légumes	En %	Fruits	En %	Total horticole
2018-2019	1 202 288	83%	244.072	17%	1.446 360
2019-2020	1 349 019	83%	275.440	17%	1 624 456

Source : DHORT, Direction de l'agriculture, 2021

Plus de 80% de la production horticole est constituée des légumes, avec une nette prédominance de l'oignon (33%), du chou pomme (14%) et de la pomme de terre (12%). Le Sénégal produit également d'autres légumes

(19%), parmi lesquels on peut citer les haricots verts et l'oseille (ou bissap) dont la production a atteint 1678 tonnes, en 2020.

Tableau 7 : Photographie de la production de légumes entre 2018 et 2020

	Oignon	Pomme de terre	Tomate Cerise	Tomate industrielle	Patate douce	Chou pomme	Gombo	Melon	Autres
2018-2019	33%	12%	6%	5,4%	7%	14%	1,6%	2%	19%

Source : DHORT, Direction de l'agriculture, 2021, calculs de l'auteur

En 2020, la production de tomate industrielle a baissé de 5,1%, passant à 73 048 tonnes, alors que la production avait atteint 77 000 tonnes, en 2019. C'est cette baisse qui a atténué la hausse de la production de légumes dont la croissance s'est limitée à un peu

moins de 12%, légèrement en deçà de la croissance globale de la production horticole qui a été de 12,3% de 2019 à 2020.

Tableau 8 : Photographie de la production de fruits entre 2018 et 2020

	Agrumes	Bananes	Mangues	Autres
2018-2019	19%	12%	47%	22%

Source : DHORT, Direction de l'Agriculture, 2021, calculs de l'auteur

Les mangues constituent presque la moitié des volumes de production de fruits. Le Sénégal est aussi un grand producteur d'agrumes (19%) et de bananes (12%). Il produit également d'autres fruits pour 22%, notamment la mandarine, la clémentine, l'orange et la pastèque. Pour les mangues, les enjeux d'écoulement sont très importants relativement aux importantes récoltes non-valorisées qui finissent par pourrir, notamment dans les zones de production du sud du pays. La sécurité est parfois évoquée pour ce qui concerne la Casamance, mais le gros du problème est d'ordre logistique, notamment le stockage et la

conservation. Pour la banane, la production locale trouve des débouchés, même si les importations en provenance de la Côte d'Ivoire constituent de plus en plus une menace, du fait de la meilleure qualité de cette banane importée. La principale revendication des producteurs, notamment du Sénégal oriental (Tambacounda, Kédougou) est d'ordre réglementaire. La banane locale, censée être moins chère, est achetée en gros à un prix qui est souvent alignée sur celui de la banane importée. Les producteurs se sentent ainsi lésés par ce phénomène et ils ont souvent interpellé le régulateur sur ce sujet.

2.2. Effets négatifs de la COVID-19, nouvel environnement socioéconomique et nouvelles problématiques d'écoulement des produits horticoles des Niayes

Malgré la moyenne de croissance économique de 5% entre 2014 et 2019, l'Etat sénégalais ne s'est pas encore départi des tensions récurrentes notées dans les finances publiques. Avec la pandémie qui s'est déclarée en mars 2020, le couvre-feu a été décrété deux fois, sur plusieurs mois, entre mars 2020 et avril 2021, en même temps que des mesures drastiques de restriction sur la mobilité et les activités économiques. L'étude, réalisée en septembre 2020 par l'African Economic Research Consortium (AERC)¹ sur les implications socioéconomiques de la pandémie de la Covid-19, a montré que les pertes de revenus n'ont pas affecté les travailleurs de la sphère publique, les cadres des grandes industries et les agriculteurs d'autoconsommation. Mais sur toutes les autres activités, notamment les autres pans de l'agriculture, les services personnels, le transport terrestre et la construction, l'étude a montré que les restrictions ont causé 681 milliards FCFA (1362 millions USD) de pertes de revenus, soit 4,9% du PIB mensuel, concernant 12 756 369 Sénégalais (4 Sénégalais sur 5). Cette situation a conduit à une hausse de la pauvreté de 16,9 points, avec 2 672 200 Sénégalais qui ont basculé dans la pauvreté (AERC, 2020). Le taux de pauvreté de la population allait ainsi passer de 38% à 55%.

L'exécution du Fonds de Riposte contre les Effets de la Covid-19 (FORCE COVID-19), estimé à 1 000 milliards FCFA, a effectivement permis de renforcer les systèmes de santé et de soutenir les ménages les plus vulnérables, les entreprises directement touchées et la diaspora. Ainsi, il était prévu d'éponger 302 milliards FCFA d'arriérés de la dette intérieure. La pandémie ne s'est malheureusement pas encore estompée et l'Etat du Sénégal a dû décréter un autre couvre-feu qui a davantage fait mal à des secteurs comme le commerce, le transport et le tourisme. Et avec une croissance économique encore faible (chute de 6% en 2019 à 1,9% en 2020 à cause de la pandémie) et peu inclusive, des obstacles lancinants à la création d'emplois formels ou informels, un taux de pauvreté de 38 % de la population, la demande sociale est colossale face au faible potentiel de mobilisation de moyens publics pour davantage appuyer les filières

agricoles. Les finances publiques sont ainsi dans l'incapacité de supporter des dépenses de résilience additionnelles. Le rapport publié en juillet 2021 par le Comité de suivi de la mise en œuvre des opérations du FORCE Covid-19 montre que l'Etat n'a pu décaisser que 771 milliards FCFA sur les 1000 milliards annoncés. C'est sous cet angle qu'il faut comprendre l'attitude du gouvernement, qui n'a pas envisagé d'introduire de nouvelles restrictions économiques, à partir de juillet 2021, malgré la recrudescence exacerbée de la pandémie, avec le variant delta.

Le premier perdant a été l'Etat du Sénégal qui a subi un préjudice très important en termes de recettes budgétaires. La douane sénégalaise a annoncé en début avril 2020 la prévision de pertes de 30% de recettes douanières, en 2020. En avril 2020, le Ministère des Finances et du Budget estimait les pertes escomptées de recettes publiques à 340 milliards FCFA qui vont être amorties par des économies budgétaires de 159 milliards FCFA. La croissance économique, attendue à 6,8% en 2020, s'est finalement chiffrée à 1,9%. L'Etat du Sénégal était également sur le point de faire chuter le déficit budgétaire à 3% du PIB, en conformité avec les critères de convergence de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA), mais ce déficit est encore remonté à 6,2% en 2020, passant de 577 milliards FCFA en 2019 à près de 1200 milliards FCFA en 2020 selon les chiffres de la DPEE (2021). La dette publique s'est également davantage rapprochée du plafond communautaire de 70%, passant d'un peu plus de 54% en 2019, à 67% en 2020. Il faut noter néanmoins qu'une reprise bien appréciable est prévue dès cette année 2021 avec un taux de croissance économique attendue à 5,5%, selon les chiffres de l'ANSD. Avec un taux de croissance économique escompté à 6% environ, les prévisions budgétaires pour l'année 2022 tablent sur une estimation de 5 199 milliards F CFA.

L'écoulement des produits est une problématique générale propre à toutes les productions agricoles au Sénégal. Le PRACAS 1 visait l'autosuffisance en oignon à partir de 2016, et en 2017 pour le riz et la pomme de terre. Selon les chiffres actuels sur la production, les objectifs sont quasiment atteints, puisque la demande locale est quasiment couverte par les niveaux de production déclarés, notamment pour l'oignon et la pomme de terre. Pour la filière riz, la dynamique est prometteuse puisque les circuits de

1 Etude, pour le Sénégal, réalisée par Pr Abdoulaye SECK, enseignant-chercheur à l'Université Cheikh Anta DIOP de Dakar.

distribution, qu'il s'agisse des marchés traditionnels ou de la grande distribution, renferment une bonne teneur en riz local. La filière arachide est tout de même un peu négativement affectée par les grandes quantités produites qui avoisinent maintenant les 1 500 000 tonnes selon la Direction de l'agriculture (DA). L'implication des Chinois est venue perturber le modèle d'intervention de la Société Nationale de Consommation des Oléagineux du Sénégal (SONACOS), qui est dans l'impossibilité de rentabiliser, avec le même niveau élevé de tarifs payés par les Chinois et réclamés par les agriculteurs sénégalais. Mais les achats de la SONACOS sont marginaux (28 000 tonnes collectées sur les 50 000 prévues en 2020) par rapport aux grandes quantités produites. D'autres pistes d'écoulement sont envisagées, notamment du point de vue de la transformation.

La pandémie a drastiquement réduit les débouchés de la production locale, puisque la réduction des grandes cérémonies religieuses qui a toujours cours chez une bonne partie des Sénégalais notamment de la communauté Tidjane dont le Khalife général a maintenu l'interdiction des grands rassemblements religieux jusqu'en fin novembre 2021. La consommation de pomme de terre, d'oignon, de tomates et d'autres produits est réellement en deçà de ce qu'elle était avant 2020. La réalité est que la pandémie persiste. Il est évident que l'arrivée de nouvelles variantes du coronavirus, de même que le risque de résurgence de nouveaux virus exprimés par les scientifiques, témoignent d'aléas importants auxquels il faut s'attendre dans le court, moyen et long termes. L'essoufflement des capacités de résilience de l'Etat est bien perceptible à travers le



faible niveau d'exécution des programmes publics élaborés en faveur de la résilience.

Les enquêtes déroulées de mi-avril à mi-juin 2020 par Van Hoyweghen, Fabry, Feyaerts, Wade et Maertens ont permis de collecter des données auprès de 158 consommateurs, 102 petits agriculteurs, 51 travailleurs, 80 commerçants, 10 entreprises agro-industrielles et 20 importateurs. Ces enquêtes ont montré les effets de l'état d'urgence et des restrictions commerciales et sur les déplacements et permettent de jauger la situation durant les périodes suivantes. Les problèmes des filières horticoles déjà lancinants avant 2020 ont dès lors été considérablement aggravés par les effets négatifs de la pandémie de la Covid-19. Les difficultés d'écoulement de la production horticole, notamment l'oignon, de pomme de terre et la tomate, ont été exacerbées en 2021. Lors des échanges qui se sont déroulés en septembre 2021 entre l'IPAR et le Collège des producteurs d'oignon, certains producteurs avaient déclaré avoir perdu plus 47% de leurs récoltes. Le bradage a été excessif sur toutes ces spéculations, avec un impact très profond sur le revenu agricole, avec un risque élevé d'abandon au profit des agrobusiness. Ainsi, 80% des petits exploitants horticoles ont déclaré une augmentation des pertes post-récolte depuis la déclaration de l'Etat d'urgence. Ces pertes ont été exacerbées par le manque de capacité de stockage et de conservation. Les mesures de restriction sur le transport et le commerce ont généré d'autres perturbations et retards qui se sont traduits par des pertes dans les lieux d'exploitation. Il s'y ajoute que, malgré le fait que 82,5% des commerçants aient accès aux capacités de stockage, 36% d'entre eux ont ainsi signalé une augmentation des pertes.

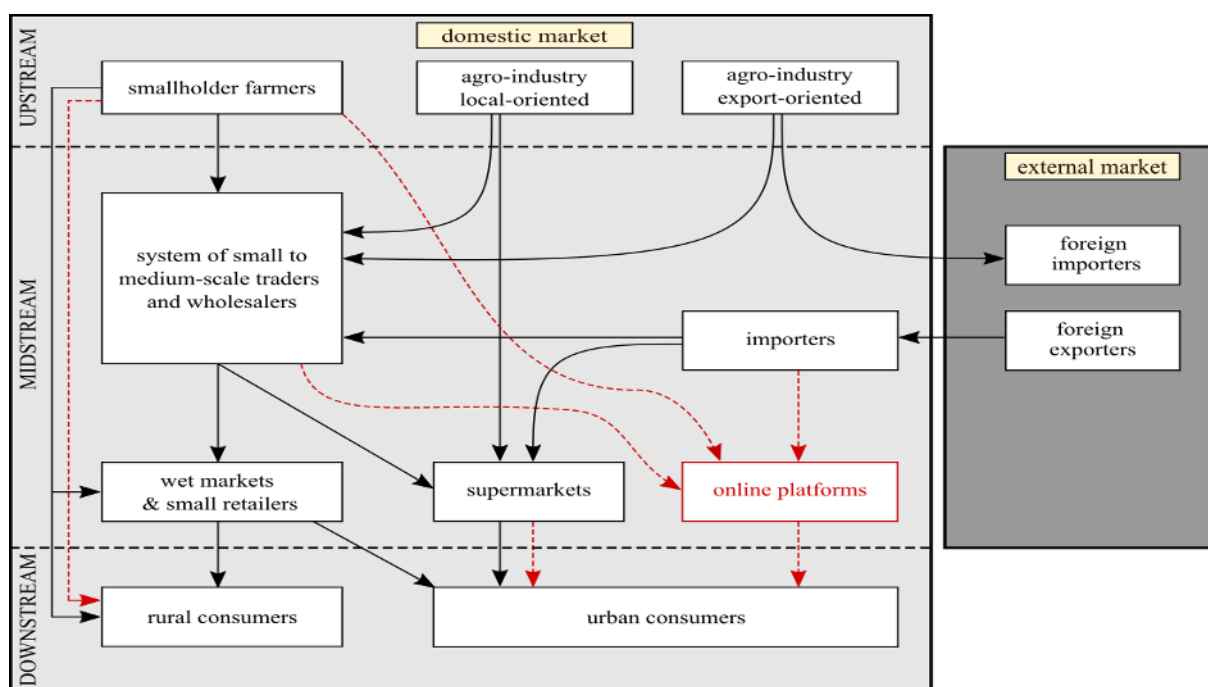
La majeure partie des petits producteurs de fruits et légumes indiquent avoir réduit la taille de leurs exploitations de 50 à 75%, en raison de la crise. Dans les mois qui ont suivi la déclaration de l'Etat d'urgence, seuls 15% des agriculteurs ont effectivement commencé une nouvelle production maraîchère alors que, lors de la campagne agricole précédente, 83% des agriculteurs ont déroulé leurs activités. Ces agriculteurs exploitent en moyenne sur 0,59 ha, tout en indiquant qu'ils auraient utilisé en moyenne 1,1 ha dans des circonstances normales.

Au moment de l'enquête, une grande réticence a été notée sur la saison suivante. Seuls 40% des agriculteurs avaient l'intention d'allouer des terres aux cultures horticoles pour la prochaine saison, avec une superficie moyenne prévue de 0,65 ha seulement. En général, 82 % des petits exploitants indiquent que l'Etat d'urgence a aggravé les problèmes d'accès aux intrants, principalement en raison des restrictions de mobilité (90,5%), des magasins fermés (45,2%), de la faible disponibilité des vendeurs (15,5%) ou une augmentation des prix des intrants (10,7%). Les grandes pertes et l'insuffisance des moyens pour acheter les intrants constituent, pour 50% des cultivateurs de fruits et légumes, un potentiel motif d'abandon de l'exploitation.

Les Niayes représentent près de 80% de la production horticole au Sénégal. A partir de l'année 2014, l'Etat sénégalais s'est fixé de nouveaux objectifs sur les principaux produits que sont l'oignon, la pomme de terre et plus généralement les fruits et légumes. Sur un plan purement théorique, la sécurité alimentaire est finalement plus importante que l'objectif d'autosuffisance en tant que tel. La quête d'équilibre de la balance commerciale fonde les nouvelles théories économiques du commerce international. Suivant cette approche, l'accent doit être mis sur l'accumulation de dividendes d'exportations susceptibles de supporter les importations. Mais dans ce contexte actuel où le Covid 19 avait imposé des restrictions drastiques sur les connexions économiques internationales, le concept d'autosuffisance alimentaire retrouve toute sa pertinence, au moment où la fermeture des frontières va mener à des pénuries dans tous les Etats dont le système économique est extraverti sur le plan de la consommation alimentaire.

Les principaux produits horticoles des Niayes, destinés au marché interne, sont la tomate, l'oignon, la pomme de terre et la carotte. La figure 1 représente la structure de la chaîne d'approvisionnement en fruits et légumes au Sénégal, faisant une distinction entre la chaîne d'exportation et la chaîne domestique. En amont, la chaîne d'approvisionnement nationale en fruits et légumes est dominée par les petits agriculteurs qui perdent de plus en plus leur emprise avec l'entrée des moyennes et grandes exploitations agro-industrielles ou agrobusiness.

Figure 1: Schematic representation of the fruit and vegetable supply chains in Senegal.



Source: VAN HOYWEGHEN, FABRY, FEYAERTS, WADE, Miet MAERTENS, 2020

2.3. Contraintes de l’approvisionnement des marchés en produits horticoles des Niayes: une entrée par le modèle SCP (Structure Comportement Performance)

Le modèle SCP a été d’abord développé par Mason (1939). Elle a ensuite été reprise et affinée par Bain (1951). Moati (1995, 1996) a également consacré d’importants travaux à la révolution théorique apportée par le modèle SCP ainsi que Figueiredo Junior et al. (2016), notamment la définition des indicateurs. L’approche SCP permet de décrire la situation globale d’un secteur et de mesurer ses performances. Sa force réside dans le fait qu’elle offre une vision holistique, en identifiant un large éventail d’indicateurs à analyser.

Dans la distribution des produits horticoles, le premier indicateur important est la quantité produite, en rapport avec la quantité commercialisée et les possibilités d’exportation. La principale contrainte à ce niveau est que les excédents sont souvent perdus ou bradés à des prix insignifiants. Pour cette année 2021, certains producteurs d’oignon ont déclaré des pertes de récoltes avoisinant les 50% et d’autres ont déclaré avoir accepté jusqu’à 500 FCFA (au lieu de 5000 FCFA) le sac de 40 kg. Les investigations de l’ARM mentionnent des pertes de récolte variant chaque année entre 25% et 30%. Les carences en termes d’infrastructures de commercialisation sont souvent décriées. Mais les producteurs, ne produisant pas pour stocker, la contractualisation et la fluidité des mécanismes de mise en marché cristallisent ainsi un grand espoir pour venir définitivement à bout de ces problèmes de gestion des flux de produits.

Tableau 9 : Approche SCP de la production et la distribution des produits horticoles

	Observations et commentaires
Structures	<ul style="list-style-type: none"> • Petites tailles des producteurs horticoles locaux face aux agrobusiness qui ont plus de potentiels de rendement d'échelle. Les agrobusiness cultivent des dizaines, voire des centaines d'hectares alors que les petits producteurs cultivent sur de très petites superficies (un à trois hectares). • Concurrence disproportionnée entre les petits distributeurs informels et les grands distributeurs que sont Auchan, Carrefour, Exclusive et Supeco. • Le régulateur doit également surveiller l'indice de concentration (Herfindahl-Hirshman) du secteur. Supeco fait partie du Groupe Carrefour et la concentration du marché peut avoir le double effet de fausser la concurrence et de faire davantage mal aux petits commerçants.
Comportement	<ul style="list-style-type: none"> • Grands écarts de rendements entre les petits producteurs et les grands producteurs et risques de prédation, de préemption ou de guerre des prix ruineuse pour les petits producteurs. Pour la pomme de terre par exemple, Senegindia fait plus de 40 tonnes par hectare, alors que les petits producteurs arrivent à peine à dépasser 20 tonnes par hectare. • Il y a donc grands risques de comportements d'abus de domination, à défaut d'une régulation approfondie et mieux élaborée. Cela a déjà commencé dans la contractualisation où les grands producteurs imposent des lois de plus en plus contestées par les petits producteurs.
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • L'Etat devant le dilemme de la protection des petites unités informelles de production (et de commercialisation) et de la valorisation des opportunités de maximisation des recettes fiscales, à travers la distribution plus formalisée et contrôlable dans les grandes surfaces. • L'impact en termes de limitation des importations et sur le déficit commercial n'est pas encore optimal. Les importations de produits horticoles sont encore importantes et elles pourraient être drastiquement limitées, si l'on arrive à éviter les pertes de récoltes dues à la mauvaise qualité et au besoin de stockage sur de longue période. • En termes stratégiques, il est plus sûr pour l'Etat de fortifier les acteurs nationaux, puisqu'un agrobusiness peut être facilement délocalisé, si d'autres pays offrent de meilleures conditions de rentabilisation.

L'ajustement global de ce grand champ d'intervention de multiples acteurs requiert une réorganisation générale de toute la chaîne de valeur horticole, de la programmation des saisons de cultures, à la distribution finale, en passant par la production, le conditionnement et la mise en marché des produits. Les agrobusiness sont effectivement la nouvelle donne qui est venue brouiller la régulation des flux de production. Quand l'Etat du Sénégal ficelait la phase 1 du PRACAS, en 2014, son objectif était d'abord de positionner les petits producteurs locaux dans la quête de l'autosuffisance et de la sécurité alimentaires, suivant une double logique :

- Assurer un revenu agricole suffisant et incitatif pour ces petits producteurs dont la seule activité est l'agriculture, et en même temps intéresser les jeunes à la pratique agricole, en cohérence avec les Domaines Agricoles Communautaires et les actions de l'Agence Nationale d'Insertion et de Développement Agricole (ANIDA) ;
- Promouvoir un secteur privé national dans l'agriculture, en cohérence avec les axes du Plan Sénégal Emergent (PSE) consacrés à la mise en contribution du secteur privé sénégalais dans l'économie en général. La substitution progressive des agrobusiness à ces petits producteurs locaux est un rouleau compresseur à réguler pendant qu'il est encore temps.

Les agrobusiness inondent le marché et tirent les quantités produites vers des niveaux qui mènent à une mécanique sélective, favorisant de plus en plus la loi du plus fort. Ils ont des rendements meilleurs qui leur permettent de faire d'importantes économies d'échelle, de même qu'ils ont leurs propres capacités de stockage et de conservation qui leur laissent une grande longueur d'avance sur le plan de la commercialisation. La défaillance de la régulation s'occupe du reste pour que les petits producteurs ne soient pas pénalisés, à défaut d'un accompagnement adéquat en termes d'infrastructures de conservation et d'autres types d'appui à la commercialisation notamment la contractualisation. Cependant la réorganisation, la fortification et la préservation des systèmes d'approvisionnement des marchés en produits horticoles est un des maillons les plus importants, suivant un triple objectif dont la finalité est de sécuriser les revenus agricoles des horticulteurs et d'assurer la pérennité des filières.

- Il faut éviter les scénarios de rupture et de pénurie alimentaires pouvant exacerber la spéculation à la grande défaveur des populations. Les enquêtes de terrain montrent que, parfois c'est au moment où les grands distributeurs doivent écouler les produits locaux, en conformité avec les règlements, que ces produits se raréfient du fait des importantes pertes de quantités bradées dans ces circuits défaillants de mise en marché. Cette situation a été observée dans les supermarchés Carrefour de Dakar.
- Éviter que les produits horticoles, très périssables, pourrissent entre les mains des producteurs ou que leur stockage risqué mène à un bradage excessif. La régulation doit davantage être réadaptée. Les petits producteurs considèrent que les agrobusiness ne respectent pas leurs périodes d'écoulement et il se passe des moments où leurs produits sont commercialisés en même temps que ceux des petits producteurs des Niayes.
- Sauvegarder les productions horticoles des Niayes, en leur assurant des débouchés stables afin d'inciter les producteurs à s'impliquer davantage dans la dynamique d'exploitation des différentes filières. L'envahissement des filières

par les agrobusiness a ainsi suffisamment impacté les débouchés de ces petits producteurs, qui ont vu leurs revenus drastiquement chuter, ces dernières années. Ils risquent donc d'abandonner leur principale activité et de basculer, pour la plupart, dans la pauvreté.

Les chaînes d'approvisionnement des marchés traditionnels de Dakar (notamment Thiaroye, Rufisque, Gueule Tapée, Castor et Tilène) et les opportunités de débouchés qu'offre le développement de la grande distribution représentent un potentiel suffisant pour que l'essentiel des produits horticoles soit commercialisé sans les pertes actuellement constatées. Mais la résilience face à ces multiples problèmes de commercialisation est en même temps tributaire du management, au niveau suprême, de trois réalités et menaces prépondérantes :

- La difficulté majeure dans l'action économique de l'Etat sénégalais est sans doute le faible pouvoir d'inclusion des immenses tentacules du secteur informel. Ce secteur représente 97% des unités économiques, 41,6% du PIB et il emploie 48,8% de la population active avec une masse salariale de 600 milliards F CFA, selon les chiffres de l'Agence de Développement et de Promotion de l'Entreprise (ADPME, 2020)² ;
- Le Sénégal est encore fortement dépendant des denrées alimentaires importées qui représentent 43% des consommations finales, dont 48% sont des produits alimentaires (DPEE, 2012 ; Dramani, 2014). Cette situation est en voie d'amélioration suivant les efforts déployés, depuis l'année 2014, en termes de production agricole, à travers le PRACAS.
- Laisser la production horticole aux agrobusiness est un danger, puisque le business implique aussi l'abandon de l'exploitation, si les affaires peuvent être mieux rentables ailleurs. La délocalisation va alors compromettre l'objectif du pays de se positionner sur le plan horticole, en termes d'autosuffisance et d'exportation. Il faut donc prioritairement compter sur les producteurs locaux, dont l'affaiblissement va torpiller les objectifs de l'Etat d'aller plus loin dans la fiscalisation des produits agricoles.

2 Mbaye I. 2020. « Crise covid-19 : une prise en compte de la réalité économique et sociale dans la riposte ». https://www.dakaractu.com/Crise-covid-19-une-prise-en-compte-de-la-realite-economique-et-sociale-dans-la-riposte-Par-Docteur-Ibra-MBAYE_a186890.html.

3. Acteurs et situation de la distribution des produits horticoles au Sénégal

Depuis 2017, les enseignes de grande distribution sont visibles partout à Dakar et à l'intérieur du pays, en plus des enseignes qui étaient déjà là depuis plusieurs années auparavant, comme Prix Doux, Hypermarché Ex-clusif, Leader Price, EDK, Senchan, Utile et Elydia (magasin 100% sénégalais installé à Touba). En 2019, CFAO Retail a dévoilé une stratégie de conquête des marchés de consommation en Afrique. Cette stratégie est venue se greffer à celle dévoilée, depuis plusieurs années, par Auchan qui a racheté, en 2017, le distributeur espagnol Citydia qui était présent dans le pays depuis plusieurs années auparavant. Cette grande distribution est venue accompagner l'émergence d'une classe moyenne en Afrique, essentiellement urbaine qui devient aujourd'hui l'un des moteurs des économies du continent. Avec près de 2,5 milliards d'habitants à l'horizon 2050, la consommation en Afrique représente déjà à présent le marché du XXI^e siècle. Et le segment de la grande distribution représente un potentiel de 60 % des consommateurs dans les centres urbains africains. Toutefois, dans le cas du Sénégal, le développement de cette grande distribution n'est pas sans poser problème aux petits distributeurs traditionnels, qui jonchent les nombreux marchés de proximité et autres lieux de commerce ponctuel comme les marchés hebdomadaires. En jouant sur des atouts importants tels que la fiabilité, la qualité et les rendements d'échelle, la grande distribution est dans une réelle dynamique de substitution à tous ces mécanismes de distribution traditionnels.

3.1. Enjeux et problématiques du développement de la grande distribution au Sénégal

Le cabinet Sagaci Research a écrit en 2015 que le continent africain, hors Afrique du Sud, comptait 292 centres commerciaux, dont seulement 37 en Afrique de l'Ouest. En Afrique de l'Ouest, une forte progression de 19 % a été constatée entre janvier 2014 et juin 2015. Depuis 2017, le Sénégal a connu un maillage rapide de son territoire en termes d'enseignes de grande distribution, notamment dans les régions de Dakar et Thiès. Pour le moment, Casino et Auchan,

marques françaises, occupent encore une place de leader. Mais à partir de 2019, CFAO Retail est venu exacerber la concurrence avec l'implantation de plusieurs enseignes (Supeco et Carrefour Market) à Dakar et à l'intérieur du pays. L'enjeu fondamental pour la grande distribution est d'attirer les classes moyennes, en leur apportant l'assurance de la sécurité sanitaire des produits, la régularité d'approvisionnement et des prix compétitifs voire moins chers que sur les marchés traditionnels. Cette dynamique de développement de la grande distribution suit ainsi celle de la classe moyenne qui, selon la Banque Africaine de Développement (BAD), représente environ 34 % de la population africaine, soit 370 millions de personnes (243 millions au sud du Sahara et 127 millions en Afrique du Nord). Ces chiffres sont controversés car ils englobent dans la classe moyenne tous ceux gagnant entre 2 et 20 dollars par jour, mais qui a changé la perception qu'avaient les investisseurs du marché africain. Les chiffres de l'IPSOS retiennent les personnes ayant des revenus compris entre 12 et 50 dollars par jour. Dans ce cas, la classe moyenne africaine se situe à 13% des populations.

La production locale est aussi bien prise en compte par les grandes chaînes de distribution étrangères qui se sont implantées au Sénégal. La majorité fait une grande place aux partenaires locaux pour leur permettre de faire découvrir leurs produits et de les vendre directement. Ces opportunités d'écoulement représentent un atout important à valoriser pour éviter les pertes de récoltes et amoindrir les besoins d'infrastructures de stockage et de conservation. Sur le plan économique, la question de l'impact de cette grande distribution sur les petits commerçants s'est posée durant toute l'année 2019, période de forte ruée de clients vers Auchan au Sénégal.

Deux camps s'affrontent sur le terrain des réels impacts de la grande distribution dans le pays. « Auchan dégage » est un mouvement d'activiste dont les actions et discours sont formulés sous le prétexte du patriotisme économique. Leurs inquiétudes sont certes nobles quant aux externalités négatives sur l'emploi et sur les petits producteurs, mais la réalité

offre un autre scénario d'économie collective, qui fait de la grande distribution, une bonne opportunité pour le pays. Certains observateurs pensent, à juste titre, que l'arrivée des multinationales de la grande distribution au Sénégal est positive, en ce sens qu'elle absorbe une partie du marché du travail et constitue, pour le Trésor public, un moyen supplémentaire d'accroître ses ressources. De plus, il ne faut surtout pas négliger le transfert de savoir-faire et l'incitation des autres commerçants sénégalais à investir, en consortium ou individuellement, dans un style modernisé comme est en train de le faire le distributeur sénégalais EDK. En outre, les enquêtes de terrain montrent que les petits producteurs (horticoles) y voient une bonne opportunité d'écoulement de leurs produits très périssables, en profitant des atouts logistiques de ces grands distributeurs.

La mécanique semble maintenant être irréversible. Aussi bien les producteurs locaux, les consommateurs que l'Etat sénégalais, y escomptent maintenant des fruits positifs. Pour l'Etat, la possibilité de mieux taxer des produits jadis commercialisés de manière informelle est une aubaine à ne pas manquer. Pour les consommateurs, la qualité, la sécurité de l'approvisionnement et la baisse de la spéculation en période de forte demande, comme l'occasion des grandes fêtes religieuses, sont autant d'avantages à préserver. Pour les jeunes, il s'agit d'importantes opportunités d'emplois moins précaires, et donc mieux protégés. Il faut toutefois suivre à la loupe la mise en application des critères du contenu local pour lequel l'Etat du Sénégal a déjà promulgué une loi, en 2019. La détention par des Sénégalais de parts importantes dans le capital de ces entreprises de grande distribution est une nécessité non-négociable. Ces grands distributeurs doivent également redoubler d'efforts dans le respect du contenu local en termes d'emplois et de mise en rayon prioritaire des produits sénégalais. Le régulateur doit également dévoiler un système coordonné d'implantation des grandes surfaces là où leur présence ne risque pas de causer de grands dommages pour les petits distributeurs.

C'est pourquoi la proposition la mieux partagée dans ce secteur est de mieux encadrer l'implantation de ces grands distributeurs. L'Etat du Sénégal a ainsi promulgué le 03 octobre 2018, le Décret 2018-1888 règlementant les commerces de grande distribution au Sénégal. Ce décret fixe des règlements sur l'étiquetage, l'affichage et le marquage, notamment la visibilité pour le client du prix, l'identification et

la classification des produits ainsi mis en vente. Le Décret précise dans son article 3 les commerces, généralistes ou spécialisés, qui sont considérés comme relevant de la grande distribution. Il s'agit, d'un côté, des points de vente au détail et en libre-service de produits et services d'une superficie totale supérieure ou égale à 300 m². De l'autre côté, il y a les réseaux de vente au détail et en libre-service de produits et services dont le total des surfaces cumulé est supérieur à 3 000 m². Ainsi, plus précisément :

- La grande distribution est un commerce de détail de biens de consommation et éventuellement des services associés (livraison, SAV, etc.), à destination des consommateurs finaux, à partir de points de ventes disposant d'une surface de vente importante et pratiquant la vente en libre-service ;
- La grande distribution généraliste est un commerce de détail de biens de consommation et éventuellement des services associés, visant à satisfaire, de façon plus ou moins étendue, les besoins les plus pertinents des consommateurs ;
- La grande distribution spécialisée est un commerce de détail de biens de consommation et éventuellement des services associés se focalisant sur une ou des activités spécifiques ;
- L'hypermarché est un magasin de vente en détail et en libre-service d'une surface totale supérieure à 2 500 m² qui réalise plus du tiers de ses ventes en produits alimentaires ;
- La superette est un magasin ayant une superficie commerciale totale inférieure à 300 m² dont la fonction est la distribution au détail et en libre-service de produits alimentaires et accessoirement non alimentaires ;
- Le supermarché est un magasin d'une superficie totale comprise entre 300 et 2 500 m² dont la fonction est la distribution au détail et en libre-service de produits à prédominance alimentaire ;
- La vente en libre-service est l'exposition en vue de la vente de produits sur des linéaires pour être choisis et prélevés directement par le consommateur.

Cependant, après avoir aménagé le climat des affaires pour accueillir toutes ces multinationales, il reste d'importants efforts d'encadrement du secteur pour que l'espoir que revêt la grande distribution pour la commercialisation des produits horticoles, dont 80%

proviennent des Niayes, ne soit pas déçu. Les régions de Dakar et de Thiès regorgent maintenant d'un nombre suffisant de grandes surfaces susceptibles d'absorber une quantité considérable des produits horticoles. La région de Louga est également de plus en plus ciblée par les grands distributeurs, et EDK s'y est effectivement installé depuis 2019. La contractualisation avec les producteurs est un idéal qui doit être poursuivi avec toute la rigueur organisationnelle que cela requiert. Des entreprises comme Patisen et Kirène écoulent une bonne partie de leurs produits auprès des grands distributeurs comme Auchan. Mais le système ne fonctionne pas encore significativement pour les produits horticoles où il reste d'importants efforts à consentir à la maximisation des possibilités contractuelles, tout en rendant exécutoires ces contrats.

L'espoir que suscite la grande distribution porte sur le triple objectif de la réduction des pertes de récoltes, de l'instabilité des tarifs poussant parfois à un bradage à pertes et de la réduction des besoins de stockage à travers la vente directe. En 2015, Devlin Kuyek (ONG Grain)³ relate que « le système d'intégration contractuelle, visant à répondre aux commandes des centrales d'achat, est un système, où toutes les charges (achat d'intrants, de semences, d'outillage) reposent sur le producteur tandis que le distributeur contrôle les prix en les maintenant au plus bas [...] L'efficacité économique de la grande distribution repose justement sur la réduction du travail et la disparition des intermédiaires afin d'assurer une concentration du profit en fin de chaîne, au bénéfice d'une oligarchie locale et internationale ».

3.2. Poussée de la grande distribution mais prééminence des circuits traditionnels

La grande ruée des grandes multinationales de la grande distribution vers le Sénégal a été amorcée dès 2014 avec l'implantation de la multinationale française Auchan. A partir de 2019, l'enseigne Auchan fortifie sa présence au Sénégal avec l'ouverture d'un hypermarché de 3 000 m² et trois supermarchés, portant à 31 le nombre de ses points de vente dans le pays. Dès l'année 2018, le groupe Auchan comptait déjà 25 magasins sur l'ensemble du pays (Dakar, Mbour et Thiès), avec la création de 1 500 emplois. Auchan ambitionne ainsi de devenir leader de la distribution alimentaire au Sénégal avec l'ouverture

de 160 magasins au total qui sont dans une bonne dynamique de réalisation. Depuis 2019, plusieurs nouveaux magasins Auchan ont été ouverts dans diverses localités du pays, notamment dans les régions de Dakar et Thiès. A part Casino qui est détenteur d'une part de marché significative, les deux grands groupes qui sont en train de concentrer le marché de la grande distribution au Sénégal sont Auchan (qui s'est emparé de Citydia) et CFAO Retail qui englobe Carrefour Market et Supeco.

Depuis son lancement au Sénégal, en 2019, CFAO Retail a également tissé un réseau de partenaires agricoles et agro-industriels afin de proposer une offre alimentaire de produits frais 100% sénégalais, sous l'hypothèse de partenariats solides avec des producteurs locaux qui donnent le meilleur d'eux-mêmes pour garantir des produits avec un bon rapport qualité/prix. L'enseigne Supeco, particulièrement adaptée aux économies émergentes, est un des piliers du CFAO Retail en Afrique qui a été créée en 2009 par le Groupe Carrefour. Ainsi, en plus de Carrefour Market Piscine Olympique et Carrefour Market Thiès, le groupe a ouvert trois surfaces à Dakar, en 2019. Il s'agit d'El Mansour (865 m²), Grand Yoff (600 m²) et Golf (1000 m²) qui ont permis de créer 60 emplois directs et près de 100 emplois indirects. Laurent Gouault, Directeur Général de CFAO Retail Sénégal, a déclaré que CFAO Retail se porte garant du respect des normes d'hygiène et de la qualité des produits vendus, dont 90% sont actuellement achetés auprès de fournisseurs sénégalais, à l'image du partenariat noué avec Patisen, dès le démarrage de l'implantation de CFAO Retail au Sénégal. Dès l'année 2019, 170 contrats d'approvisionnement ont été signés avec des producteurs et fournisseurs sénégalais.

L'e-commerce est également en forte croissance. Auchan a récemment lancé un site de e-commerce pour les habitants de Dakar. Afrimarket est maintenant devenu le distributeur exclusif d'Auchan sur Internet. Il existe d'autres plateformes comme Jumia ou même cdiscount.sn, mais les propositions de produits frais sont encore très faibles.

La résistance des nationaux : Elydia, EDK et Senchan

L'enseigne locale Senchan a été lancée en octobre 2020, suivant le concept de distribution Made in Sénégal. Le groupe Senchan a ouvert, en cette année 2021, son quatrième supermarché dans la cité

³ Cité par David Eloy, 2019 dans ALTERMONDES.

religieuse de Touba. L'ambition du groupe est d'ouvrir 17 supermarchés et un hypermarché à Touba, avant d'entamer son expansion dans les autres villes du pays. Le groupe Elydia, quant à lui, dispose déjà d'un supermarché 100 % sénégalais dans la ville de Touba. Il s'est engagé à mettre en avant les produits locaux de grande consommation : viande, poisson, fruits de mer, légumes et fruits issus du terroir. Sans oublier les supermarchés Low Price du groupe EDK, fondés par un Sénégalais, et qui se sont inscrits dans une dynamique de concurrence sans complexe avec les multinationales. L'enseigne est présente dans toutes les capitales régionales et totalise, en 2021, 29 supermarchés sur toute l'étendue du territoire. EDK s'est également positionné comme distributeur des produits locaux et il a lancé des négociations avec un vaste réseau d'agriculteurs et d'entrepreneurs locaux pour les aider dans la distribution.

Le système de commerce traditionnel continue de dominer le secteur de la distribution

Cependant, aussi bien pour la Côte d'Ivoire que pour le Sénégal, les achats des ménages auprès de la grande distribution restent limités parce qu'ils tournent encore autour de 10%, actuellement. Une forte amélioration de ce pourcentage est possible dans le court terme, du fait de l'augmentation de la population urbaine, de la prise de conscience progressive des atouts qualitatifs, fiscaux, sur l'emploi et la commercialisation des produits locaux. Néanmoins, pour Clélie Nallet (2018), chercheur au programme Afrique subsaharienne de l'Institut Français des Relations Internationales (IFRI), cette percée des multinationales de la grande distribution, constatée en Afrique subsaharienne, est pour autant loin d'entraîner la disparition des lieux de consommation classiques tels que les marchés, les boutiques de proximité, la vente de rue, etc.

Dans le maillon de la chaîne de distribution, les petits commerçants des boutiques de quartier occupent une place importante. En effet, ils proposent des produits accessibles à la grande majorité de la population dont les revenus sont faibles. Ces petits commerçants s'activent au cœur des quartiers populaires. Ils y proposent majoritairement la vente en détail et en micro détail des produits de grande consommation alimentaire : café, sucre, riz, huile, beurre, etc. De superficie assez petite (10 à 40 m² environ), avec peu de personnel (1 à 2), ce type de point de vente a un assortiment étroit et peu profond et un faible chiffre d'affaires (Diallo et Seck, 2014).

A côté de ces petits commerciaux, il existe des marchés traditionnels qui sont présents aussi bien en zone rurale qu'urbaine : marchés permanents, marchés hebdomadaires, micromarchés, etc. Les marchands ambulants sont également, jusqu'à une période récente, des acteurs importants dans le paysage commercial du Sénégal. La formule des supérettes a été la première étape de la modernisation, à partir des années 1990, en prélude à l'émergence et la fortification actuelle de la grande distribution. Les superettes couvrent divers domaines de distribution : épicerie, boisson, boucherie/ charcuterie, produits laitiers, fruits et légumes, droguerie et entretien. Les superettes sont exploitées en majorité sous forme de commerce indépendant isolé. L'enseigne Pridoux est une franchise du groupe de distribution sénégalais CCBM (Comptoir Commercial Bara Mboup) qui s'inscrit dans les réseaux de superettes.

Diallo et Seck (2014) mentionnent également les boutiques de station-service qui ont été développées au Sénégal par les enseignes pétrolières présentes au Sénégal comme Total, Shell, Elton et Oil Libya. Mobil a été le premier à introduire ce concept au Sénégal, en 1995. Il s'agit d'espaces commerciaux variant entre 10m² à 200m² de superficie, et qui offrent une variété de produits allant des produits alimentaires, en grande majorité, à des produits de droguerie, en passant par des produits cosmétiques. Les produits vendus proviennent de fournisseurs locaux agréés, mais également d'importateurs locaux. Cette formule est celle appliquée par EDK.

L'écoulement des produits horticoles des Niayes est organisé à travers un réseau de commerçants à petite et moyenne échelle appelés bana-banas et de petits grossistes qui achètent les produits à la source. Ces commerçants les acheminent ensuite vers les plus grands marchés urbains de Dakar, dont les cinq plus importants sont le marché de Rufisque, Gueule Tapée (Cambérène), le marché de Thiaroye, le marché de Castor et le marché Tilène (Médina). Ces grands marchés approvisionnent, les petits détaillants (boutiques des rues), les épiceries, les restaurants et autres supérettes fréquentes dans tous les quartiers de Dakar. Ils sont aussi la source d'approvisionnement de certaines petites industries alimentaires. Malgré le développement fulgurant de la grande distribution à Dakar, les populations dakaroises consacrent une bonne partie de leurs revenus aux achats auprès de ces grands marchés. La part de marché des grands distributeurs demeure encore très faible dans la région de Dakar par rapport au dynamisme d'activités maintenu dans ces grands marchés traditionnels.

4. Résultats des enquêtes et investigations concernant les produits des Niayes

Des enquêtes ont été effectuées durant les dix derniers jours du mois de septembre auprès des commerçants et transporteurs des quatre grands marchés de la région de Dakar (Rufisque, Gueule Tapée, Castor, Thiaroye et Tilène). Nous avons également interrogé 5 responsables de grands magasins à Dakar et Thiès (Carrefour Market Piscine Olympique, Carrefour Market Thiès, Hypermarché Exclusive VDN, Auchan Thiès, Supeco grand Dakar EL Mansour).

4.1. Situation dans la grande distribution et attente des horticulteurs des Niayes

Avec une classe moyenne qui fait plus de 30% de la population en Afrique, soit pas moins de 2 000 000 de consommateurs dans la région de Dakar, la grande distribution est un secteur en plein essor au Sénégal. Les chiffres indiquent que 60% des consommations alimentaires peuvent passer par cette grande distribution, mais ce potentiel reste faiblement valorisé comme le montre le tableau suivant.

Tableau 10 : Potentiel de la grande distribution

Taille du marché	Niveau actuel de valorisation	Potentiel additionnel à valoriser
La grande distribution cible un potentiel de 60% des consommations alimentaires porté par un taux d'urbanisation d'environ 45% au Sénégal.	Seul 10% transite encore par la grande distribution (chiffre constaté en moyenne en Afrique de l'ouest)	Un reliquat de 50% des consommations alimentaires urbaines à intégrer dans la grande distribution dans le court et le moyen terme.

Sources : chiffres recueillis après des opérateurs

Il importe de signaler d'emblée que la Covid-19 a perturbé les dynamiques et les habitudes de consommation des Sénégalais. Ces derniers ont ainsi été poussés à réajuster leurs habitudes de consommation avec une plus grande rigueur vis-à-vis de leurs revenus qui ont également drastiquement baissé en général, depuis l'année 2020. La pandémie et ses conséquences auront ainsi conscientisé les Sénégalais sur l'impératif d'une introspection mentale et de plus de discipline sur le plan alimentaire. Donc, même si la consommation va progressivement reprendre au fur à mesure que les effets de la pandémie vont s'estomper, ce sera suivant un rythme dorénavant bien rationalisé. Globalement cette baisse de la consommation a également été une source importante de déperdition des stocks et de pertes pour les horticulteurs.

Les enquêtes de Van Hoyweghen, Fabry, Feyaerts, Wade et Maertens (2020), réalisées en pleine période de crise et d'incertitudes, ont d'ailleurs montré que

plus de 10 % des Sénégalais ont consommé moins de repas par jour, depuis le début de la crise. Les régimes alimentaires des Sénégalais ont ainsi changé : 42% ont réduit leur consommation de légumes et 47% leur consommation de fruits, dont 14% qui ont déclaré avoir réduit leur consommation de fruits dans une large mesure. La probabilité pour les consommateurs de trouver des fruits et légumes sur les marchés locaux s'était dégradée de 10% depuis la déclaration de l'Etat d'urgence. De même que la probabilité des petits agriculteurs de vendre leurs produits sur les marchés de proximité a diminué de 58% en milieu rural et 30% en milieu urbain. Il a aussi été constaté que sur les marchés ruraux, le commerce des fruits et légumes est plus fréquent à la sortie des exploitations, tandis que les consommateurs urbains ont augmenté leurs achats dans les grandes surfaces.

Finalement, la problématique de la commercialisation des produits horticoles doit tenir compte de ces mutations consuméristes qui doivent s'accommoder

d'autres contraintes concernant l'accès aux rayons de la grande distribution. Les objectifs affichés par les grands distributeurs (notamment Auchan et CFAO Retail), vis-à-vis de la production horticole, sont très prometteurs. Pour les fruits et légumes et l'ensemble des produits frais (œuf, viande, poisson, etc.), les productions locales sont clairement ciblées. Encore faut-il que ces producteurs puissent répondre à la demande, en remplissant un cahier des charges lié généralement aux enjeux de quantité, de qualité et de régularité de l'approvisionnement. Il importe d'ajouter que, généralement, les grands distributeurs ont une stratégie de commande basée sur des appels d'offre auprès des producteurs déjà répertoriés, selon un cahier des charges validé au sein de l'enseigne. Mais répondre à ces appels d'offre demande aux producteurs des capacités logistiques ou une réelle volonté de regroupement pour limiter les frais de transport.

En gros, les avis recueillis auprès des experts montrent qu'ils reconnaissent unanimement que les grands distributeurs offrent des opportunités intéressantes aux producteurs locaux, notamment

à travers des contrats pluriannuels qui leur permettraient de commercialiser leurs produits. Ce potentiel de partenariats est une forte incitation pour amener les entrepreneurs locaux à monter en gamme et en qualité. Ces opportunités sont toutefois mieux accessibles pour les producteurs susceptibles de répondre directement à la demande locale de la grande distribution. Il y a plusieurs contraintes et normes à respecter concernant les volumes, la qualité et la régularité. Devant ces contraintes les acteurs interrogés à l'Association des Unions Maraîchères des Niayes (AUMN) admettent tous que les associations de producteurs sont des cadres appropriés de résilience face à ces importants défis. Mais il arrive souvent que les initiatives individuelles marchent auprès des grands distributeurs. C'est ce qui a contribué à la prolifération des agrobusiness qui sont généralement plus habitués aux standards de qualité à l'export. Ils se sont beaucoup lancés, ces dernières années, dans la production de pommes de terre et d'oignons pour répondre à la demande des grands distributeurs, à travers des productions régulières, bien normées et étalées sur toute l'année.

Grande distribution des produits horticoles : Situation chez Auchan et CFA Retail

Chez Auchan, une trentaine de magasins doit être livrée tous les jours ou tous les deux jours. Environ 60 % des produits commercialisés dans les magasins Auchan au Sénégal sont des produits locaux. Le reste provient de l'import. Plus d'une trentaine de magasins doivent être approvisionnés tous les jours ou tous les deux jours. Les équipes dirigeantes d'Auchan Sénégal avancent que 100 % de la viande, du poulet, de l'huile, du poisson, et 90 % des légumes vendus dans leurs magasins sont achetés à des exploitants sénégalais. Une dynamique que l'enseigne souhaite encore renforcer pour faire face aux ruptures de stocks auxquelles elle est parfois confrontée, malgré une certaine maîtrise obtenue dans le temps de la chaîne d'approvisionnement locale. Toutefois, parmi ces produits commercialisés par Auchan, les produits horticoles représentent une partie, certes non négligeable, mais qui reste encore faible. Le groupe Auchan entend ainsi travailler davantage avec des producteurs locaux qui s'engagent sur la qualité ; afin de tenir compte de la satisfaction des clients qui s'intéressent de plus en plus à des produits dont il faut garantir la provenance, le bon goût, les bonnes méthodes de production et la protection de l'environnement.

Les responsables du Groupe CFAO Retail (Supeco/Carrefour Market), quant à eux, reconnaissent que les défis quantitatifs, qualitatifs et de régularité demeurent compliqués pour bon nombre de producteurs locaux, particulièrement ceux en dehors des circuits d'exportation qui n'ont donc pas l'habitude de travailler sous cahier des charges ou sous contrat. Ils sont tout de même conscients de la nécessité de consentir des efforts d'accompagnement des fournisseurs à l'accès à leurs rayons. Selon le Directeur des opérations, les ouvertures de magasin vont certainement se poursuivre et les opportunités d'approvisionnement, y compris à l'intérieur des pays, vont se multiplier. Il faut cependant souligner que les producteurs et fournisseurs potentiels doivent donner un signal fort de conformité aux normes et éviter de laisser une mauvaise réputation. Les responsables de magasin Auchan rencontrés regrettent le manque de sérieux de certains fournisseurs qui, « après une ou deux commandes, disparaissent ». Le défaut de réapprovisionnement ponctuel cause d'importants préjudices aux petits producteurs. Cela oblige les grands distributeurs à davantage préférer les agrobusiness qui sont mieux outillés à respecter la régularité dans l'approvisionnement et le respect des délais de livraison.

Tableau 11 : Analyse SWOT de la situation des produits horticoles dans la grande distribution

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Les projets des grands distributeurs ciblent 60% des consommations des ménages en produits alimentaires. • Les horticulteurs sont de plus en plus convaincus de la grande opportunité que constitue la grande distribution malgré les oppositions nationalistes. • Décret 2018-1888 du 3 octobre 2018 règlementant les commerces de grande distribution au Sénégal. • Existence d'organisations professionnelles actives et capacités non-négligeables de négociations des acteurs horticoles locaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de statistiques fiables sur les quantités produites et réticences chez tous les distributeurs à répondre aux enquêtes sur leur véritable apport dans la commercialisation des produits horticoles locaux. • Défaillance de la régulation sur la gestion de l'offre de produits horticoles et le respect des normes d'importation et de commercialisation pour les agrobusiness (en protection des petits producteurs). • La difficulté pour les petits producteurs d'honorer les engagements contractuels face aux contraintes liées au respect des normes de qualité, de quantité et de régularité.
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Loi n° 2019-04 du 01er février 2019 qui a mis en place un dispositif législatif réglementaire et institutionnel relatif au contenu local. • Les actions de terrain salutaires de l'ASPRODEB, bras armé du CNCR, ainsi que celles du PDRIARS (voir sigles et abréviations). • Gel des importations chaque année de 7 à 9 mois pour l'oignon, la pomme de terre, la tomate et la carotte. • Le potentiel de contractualisation entre petits producteurs et agrobusiness et entre les producteurs et les grands distributeurs. • L'existence d'associations consoméristes et d'autres forces de résistance au mécanisme de la grande distribution, et qui renforce le pouvoir et l'influence des clients. • Plus de 50% des importateurs rentabilisent mieux avec les produits locaux, ce qui laisse de grandes marges de substitution du local à l'importé, au niveau de la grande distribution. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faibles qualités et forte périssabilité des produits locaux et préférence des Sénégalais pour les substituts importés. • Le gel des importations peut, par moment, attiser la spéculation chez les petits producteurs avec un risque élevé de désintéressement des importateurs et des grands distributeurs vis-à-vis de ces produits locaux. • Production de plus en plus abondante des agrobusiness dont les récoltes, censées être écoulée via l'exportation, est de plus en plus écoulée sur les marchés locaux. • Risque important d'un paradoxe de l'abondance avec ses conséquences en termes d'inventus et de tarifs non rémunérateurs pour les petits producteurs.

Il existe d'importants regroupements de producteurs dont les actions conjuguées peuvent réellement contribuer, dans le court terme et le moyen terme, à améliorer la situation des produits horticoles dans la grande distribution. On peut citer entre autres organismes, l'Association des Unions Maraîchères des Niayes (AUMN), l'Union des groupements de

producteurs maraichers des Niayes (UGPM), l'Union Nationale de Producteurs Semenciers du Sénégal (UNPSS) ou la Confédération Nationale pour le Développement Rural (CNDR).

Dans l'immédiat, le régulateur (ARM) et le planificateur (DCI et DHORT) doivent résoudre le principal problème

qui peut torpiller la commercialisation des produits locaux. En effet, les sociétés d'exportation vendent principalement et directement aux importateurs étrangers. Mais ces dernières années, lorsque les prix sur le marché intérieur sont favorables en raison des interdictions d'importation saisonnières, elles vendent également aux petits commerçants et aux supermarchés locaux. La régulation doit être plus ferme :

1. sur la régulation des flux de production des principaux produits, pour éviter la surproduction qui porte plus préjudice aux petits producteurs locaux ;
2. sur les proportions d'écoulement des produits d'agrobusiness dans le marché local. Des normes existent certes, mais elles sont régulièrement violées par les agrobusiness.

4.2. Résultats des enquêtes auprès des grands marchés de Dakar : Rufisque, Castor, Thiaroye, Gueule Tapée et Tilène

Les enquêtes sur les modes d'approvisionnement des grands marchés de Dakar ont été menées au niveau de cinq (05) marchés, à savoir Castor, Thiaroye, Gueule Tapée, Tilène et Rufisque. Ces enquêtes s'inscrivent ainsi dans le cadre global du projet COPSA qui porte sur la riposte à la COVID-19 par la protection sociale et le renforcement des systèmes alimentaires locaux. Les enquêtes se sont déroulées en deux phases : la première du 22/09/2021 au 30/09/2021 et la deuxième 13/10/2021 au 15/10/2021. L'outil de collecte est partagé en annexe de ce document. Une lecture globale et transversale des résultats de l'enquête permet de tirer les enseignements primordiaux contenus dans le tableau suivant.

Tableau 12 : Aperçu global de la chaîne d'approvisionnement en produits horticoles

Maillon de distribution	Généralités	Incidences Covid-19
Approvisionnement	<p>Provenance des produits maraîchers : Niayes (environ 80%), Diaobé, Touba, importation (Maroc, France, Belgique, Hollande, Espagne, etc.)</p> <p>Manque de collaboration, de coordination avec les producteurs, et répercussion en termes de rareté des contrats d'approvisionnement.</p> <p>En période de surproduction, les maraîchers viennent trouver les grossistes dans le marché alors qu'en période de rareté, c'est l'inverse.</p> <p>Le transport des produits maraîchers entre les Niayes et les marchés de Thiaroye est assuré par des camions (30 tonnes « simple », camionnettes, frigorifiques,...).</p> <p>La durée du trajet est estimée en moyenne à 2h 30 minutes pour le marché Thiaroye et Castor et une à deux heures de plus vers les autres marchés.</p>	<p>Baisse des quantités réceptionnées notamment pour l'oignon et la pomme de terre qui sont les produits les plus affectés dans les Niayes.</p> <p>Excepté Thiaroye, 45% des commerçants ont déclaré avoir eu des difficultés d'approvisionnement.</p> <p>Excepté Thiaroye où aucun commerçant ne s'attend à des ruptures de produits, plusieurs autres commerçants redoutent des risques de rupture dans le court terme (surtout pomme de terre et oignon), en cas de nouvelles restrictions.</p> <p>Les restrictions sur le transport ne concernaient pas le transport de marchandises : les commerçants n'ont pas changé de système d'approvisionnement et ont gardé les relations avec leurs fournisseurs.</p>

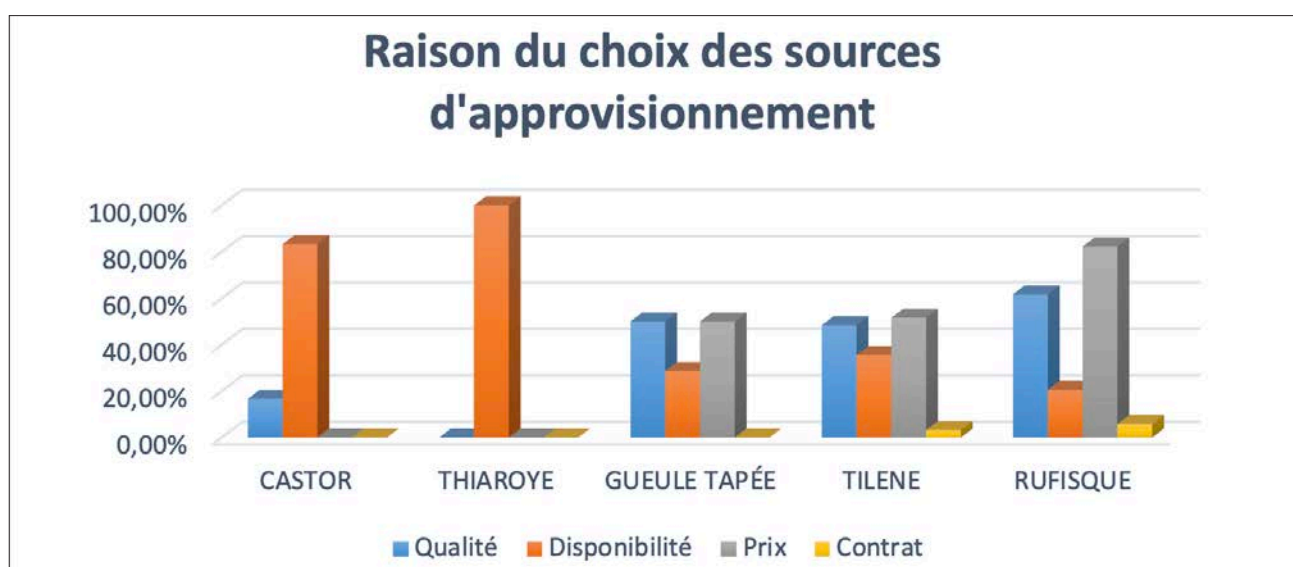
Maillon de distribution	Généralités	Incidences Covid-19
Commercialisation	<p>La commercialisation constitue le maillon le plus important et elle regroupe le plus d'acteurs de la chaîne de valeur.</p> <p>Les commerçants appartiennent généralement à une chaîne de distribution et sont donc dépendants.</p> <p>Plus de 50% des commerçants sont dans un commerce direct vis-à-vis des producteurs alors les autres sont dans un circuit indirect avec des intermédiaires.</p> <p>Types de conditionnement : sacs marqués, caisses marquées ou vente en vrac sous contrainte d'aération.</p>	<p>Problèmes d'écoulement dus aux restrictions d'activités économiques et de la peur de contracter le virus qui a fait que les clients se faisaient rares.</p> <p>Conséquence : baisse des prix, mais aussi pourrissement d'une quantité importante de produits horticoles, entre 2020 et 2021 (surtout l'oignon).</p> <p>L'assistance Covid-19 reçue par quelques rares commerçants était un léger allègement fiscal.</p>

Sur les 153 commerçants enquêtés, seuls deux ont déclaré avoir reçu une assistance pour faciliter l'approvisionnement durant la période de crise de la Covid-19. Cet indicateur permet de jauger désormais les importants ajustements à apporter par l'autorité publique pour un accès équitable à l'importante mouvance d'assistance dévoilée par l'Etat depuis le début de la crise.

Les commerçants rencontrés à Castor et à Thiaroye sont quasi-totalement affiliés à une chaîne de distribution. Ce qui n'est pas le cas pour l'écrasante majorité des

commerçants interrogés à Rufisque, Tilène et Gueule Tapée. Globalement, les commerçants utilisent le circuit direct (sans intermédiaire) et le circuit indirect (avec intermédiaire). Mais à part Castor où 40% des commerçants seulement utilisent le circuit indirect, les enquêtes ont montré que 100% des commerçants de Thiaroye, Gueule Tapée, Tilène et Rufisque utilisent ce circuit indirect. Thiaroye est le seul marché où tous les commerçants n'utilisent que le circuit indirect.

Graphique 1 : Sources d'approvisionnement



Au marché Castor 33,33% des enquêtés sont plutôt intéressés par la quantité des produits. Comme on le voit dans le tableau ci-dessus, les commerçants du marché Thiaroye sont à 100% intéressés par la disponibilité des produits, sans s'intéresser

réellement à leur qualité. Exceptionnellement pour le marché Tilène les difficultés d'approvisionnement se sont légèrement réduites durant la crise Covid-19.

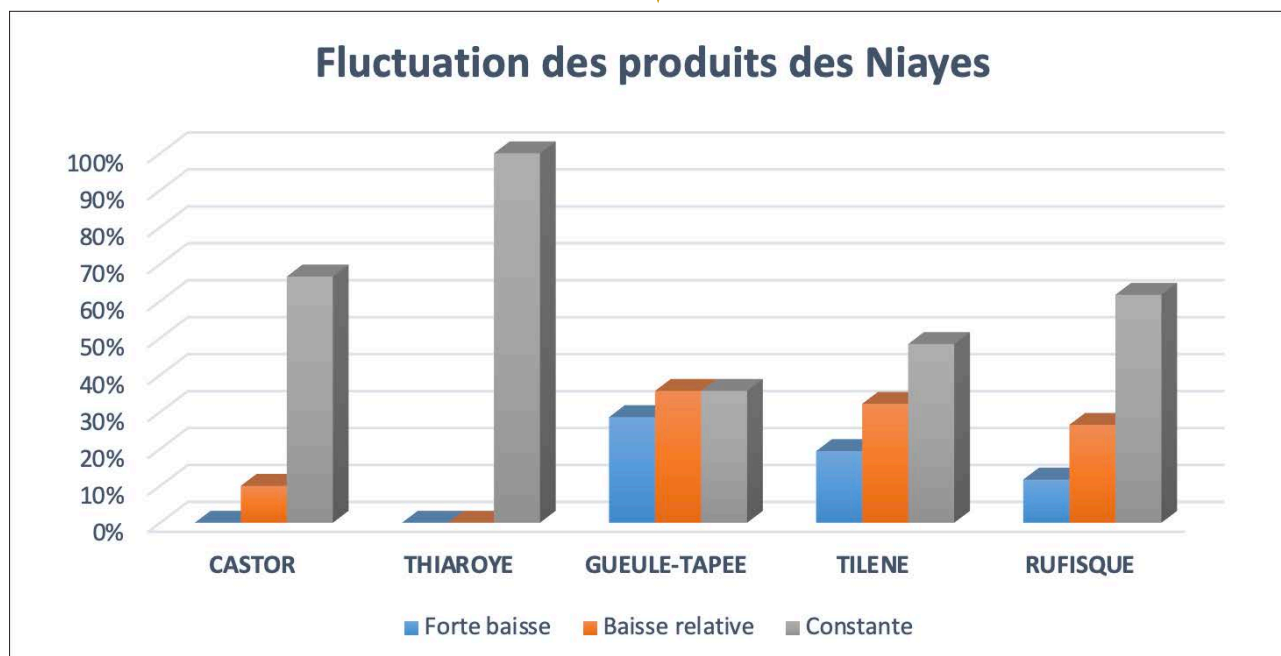
Tableau 13 : Difficultés d'approvisionnement auprès des petits producteurs des Niayes

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Avant Covid-19					
OUI	23,33%	//	60,7%	80,6%	58,8%
NON	76,66%	100%	39,3%	19,4%	41,2%
Durant Covid-19					
OUI	36,66%	100%	85,7%	77,4%	88,2%
NON	63,33%	//	14,3	22,6%	11,8%

Le graphique 2 ci-dessous donne la réponse à la question de savoir si les quantités de produits en provenance des Niayes, réceptionnées à cette période de l'année, ont fluctué ou pas (jusqu'en fin septembre

2021). Il montre que les fluctuations sont plus faibles à Castor et Thiaroye.

Graphique 2 : Fluctuation des produits en provenance des Niayes



Il faut ajouter qu'au marché Castor 23,33% des commerçants interrogés ont déclaré une hausse relative des quantités réceptionnées durant la Covid-19. Cette hausse est probablement liée aux

capacités de stock de Senegindia à Diamniadio et aux autres magasins réquisitionnés dans cette localité par l'Etat, sur demande de l'ARM adressée le 2 avril 2020.

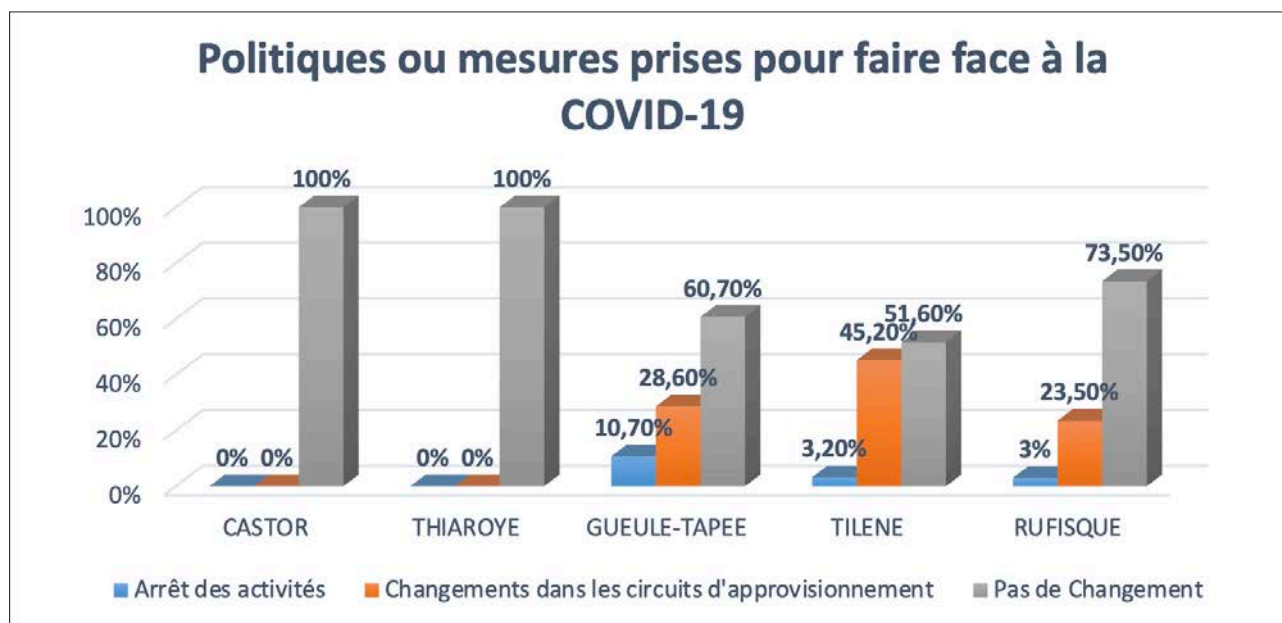
Tableau 14 : Baisse des quantités et des prix en période de Covid-19

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Baisse des quantités dues à la Covid-19 ?					
OUI	33,33%	//	64%	45%	38%
NON	66,66%	100%	0%	6,5%	0%
Hausse constatée des prix au producteur durant la Covid-19 ?					
OUI	16,66%	//	28,6%	29%	29,4%
NON	83,33%	100%	71,4%	71%	70,6%

Excepté le marché de Thiaroye qui a une plus grande proximité avec les Niayes, la Covid-19 a eu un réel impact sur les quantités (baisse chez près de la moitié des personnes interrogées) et sur les prix (hausse constatée par le tiers des commerçants

interrogés environ). Il faut remarquer que la hausse des prix n'est pas ressentie chez l'écrasante majorité des commerçants.

Figure 3 : Politiques ou mesures prises par les commerçants



L'écrasante majorité des commerçants n'ont pas changé leurs systèmes d'approvisionnement et seuls 5 commerçants sur 153 enquêtés avaient momentanément arrêté leurs activités.

Les commerçants ont dû adopter des stratégies appropriées d'adaptation. La même observation a été faite concernant la filière mangue (IPAR, 2021).

Tableau 15 : Difficultés d'approvisionnement dans le court et le moyen terme

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Dans le court terme (≤ 6 mois)					
OUI	10%	0%	14,3%	41,9%	44,1%
NON	90%	100%	85,7%	58,1%	55,9%
Dans le moyen terme (> 6 mois)					
OUI	6,66%	0%	60,7%	64,5%	61,8%
NON	83,33%	100%	39,3%	35,5%	38,2%

Sauf pour le marché de Thiaroye, la plupart des autres commerçants interrogés pensent qu'il peut advenir, dans le court terme et dans le moyen terme, des difficultés d'approvisionnement, mais cela est lié à la Covid-19 et des risques de nouvelles restrictions qu'elle fait redouter. Durant la période de Covid-19,

plus de 75% des commerçants interrogés à Gueule Tapée, Tilène et Rufisque ont changé de fournisseurs de leurs principaux produits. A Castor et à Thiaroye, aucun commerçant n'a changé de fournisseurs de ses principaux produits.

Tableau 16 : Risque de changement de fournisseur ?

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Dans le court terme (≤ 6 mois)					
OUI	3,33%	0%	39,3%	22,6%	5,9%
NON	86,66%	100%	60,7%	77,4%	94,1%
Dans le moyen terme (> 6 mois)					
OUI	0%	0%	85,7%	58%	79,4%
NON	100%	100%	14,3%	42%	20,6%

Il en est de même pour le changement de fournisseur qui n'est globalement pas envisagé par les commerçants de Castor et de Thiaroye, ni dans le court terme, ni dans le moyen terme. C'est au niveau des marchés de Gueule Tapée (85,7%), Tilène

(58%) et de Rufisque (79,4%) où les commerçants ont réellement admis ce risque.

Tableau 17 : Commerçants risquant de changer leurs fournisseurs des Niayes

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Dans le court terme (≤ 6 mois)	3,33%	0%	39,3%	35,5%	8,8%
Dans le moyen terme (> 6 mois)	0%	0%	85,7%	54,8%	79,4%

Il y a ainsi un fort risque dans le long terme que les commerçants réduisent drastiquement les produits des Niayes qu'ils commercialisent. Cela risque

également de favoriser de plus en plus d'importations avec des effets négatifs sur la dynamique d'import/substitution.

5. Conclusion

Au sortir de cette étude on peut d'emblée admettre que, sur le plan alimentaire et de l'approvisionnement des marchés, les perturbations ont été nombreuses depuis l'année 2020, mais elles n'ont pas généré une catastrophe alimentaire majeure, même si le bradage et les pertes de récolte dues au rétrécissement de la demande et aux problèmes infrastructurels ont beaucoup amoindri les revenus agricoles des petits producteurs. A Dakar, il y a eu plus de peur que de mal, malgré les importantes déconvenues constatées après les premières mesures de restriction édictées en mars 2020. Ces mesures ont momentanément généré, de mars à juin 2020, des tensions sur les marchés alimentaires et une baisse notable des capacités à s'approvisionner en produits alimentaires, aussi bien pour les consommateurs que les distributeurs. La Covid-19 a eu un triple impact sur les systèmes alimentaires locaux :

1. Les consommateurs ont dû allier optimisation des revenus et changement des habitudes alimentaires pour être plus résilients à la crise. Les niveaux de consommation vont rester limités dans les toutes prochaines années. Les données secondaires montrent que plusieurs Sénégalais ont dû réajuster à la baisse leur consommation alimentaire et que la sortie de crise ne va pas mener automatiquement au réajustement à la hausse pour atteindre des niveaux de consommation des années précédant la crise du Covid-19 ;
2. Les systèmes d'approvisionnement sont momentanément perturbés par l'incertitude et les aléas liés à une pandémie dont l'humanité n'est pas encore totalement venue à bout. Il subsiste une certaine crispation en amont et en aval des filières de production alimentaire, du fait des séquelles laissées par les fortes tensions alimentaires de 2020 ;
3. Un apprentissage et une accumulation d'expériences se sont réellement produits aux niveaux des producteurs et des distributeurs de produits alimentaires. Mais ces connaissances vont prendre du temps à être réellement matérialisées dans les mécanismes de réalisation et de reprogrammation globale des

chaînes de production et d'approvisionnement des marchés et des autres distributeurs en produits alimentaires.

Les enquêtes déroulées auprès de 153 commerçants des grands marchés de Dakar (Castor, Thiaroye, Gueule Tapée, Tilène et Rufisque) et les investigations faites auprès de 5 gestionnaires de grandes surfaces (Auchan, Supeco et Carrefour Market) ont permis de corroborer certaines tendances inquiétantes. Environ 56% des commerçants enquêtés ont déclaré n'avoir pas eu de difficultés d'approvisionnement, mais ils sont 78% à déplorer ces difficultés durant la pandémie de la Covid-19. Plus de 22% des commerçants interrogés redoutent des difficultés d'approvisionnement dans le court terme et ils sont 40% à redouter ces difficultés dans le long terme. Il s'y ajoute qu'environ 36% des commerçants ont signalé des baisses de quantité et 21% ont également constaté une hausse des prix. Toutefois, l'écrasante majorité des commerçants n'ont pas changé leurs systèmes d'approvisionnement et seuls 5 commerçants sur 153 enquêtés avaient momentanément arrêté leurs activités.

Globalement les chaînes d'approvisionnement de ces marchés en termes de produits maraîchers des Niayes ne souffrent pas de problèmes majeurs. Mais ils ne sont pas en état d'absorber à temps les importantes quantités de produits horticoles dont la plupart est très périssable et nécessite un stockage et une conservation qui ne sont généralement pas à la portée des petits producteurs. La grande distribution est, malgré les efforts d'encadrement de l'Etat sénégalais (Loi sur le contenu local et décret pour la grande distribution), dans une configuration qui favorise les agrobusiness qui sont détenteurs d'une logistique mieux adaptée aux contraintes de quantité, de qualité et de régularité de l'approvisionnement liées à l'accès aux rayons des grands distributeurs. Dans les normes, les agrobusiness ont, suivant les circulaires de l'ARM, un accès limité au marché local, mais ces mesures de régulation ne sont généralement pas respectées.

Les commerçants des grands marchés de Dakar interrogés soutiennent, pour leur part, qu'il devient de plus en plus coûteux et contraignant de commercialiser les produits horticoles des Niayes. Ils risquent

de s'adonner davantage à la commercialisation des produits des agrobusiness et des substituts importés, avec tout le lot de préjudices que cela va occasionner pour les petits producteurs des Niayes. C'est une question d'ordre social, dès lors où ces petites exploitations horticoles sont la seule source

de revenus pour la majorité des ménages au niveau des Niayes. Par conséquent, un système alimentaire inclusif et équitable, basé sur la protection des petits producteurs locaux, tel est le leitmotiv qui doit guider un nouveau plan d'actions.



6. Bibliographie

- Diallo M. F., Seck A. M., 2014, « Le secteur de la grande distribution au Sénégal : analyse et recommandations », Document de travail, projet d'ouvrage.
- Eloy D., 2019, « Grande distribution : le rouleau compresseur ? », ALTERMONDES.
- IPAR, 2021, « la filière mangue face à la Covid-19 au Sénégal », (<http://ipar.sn/Etude-sur-la-chaine-de-valeur-mangue-face-a-COVID-19-au-Senegal.html>).
- IPAR, 2020, « Riposte à la COVID-19 par la protection sociale et le renforcement des systèmes alimentaires locaux : Le cas des Niayes au Sénégal ». Plaquette Projet COPSA.
- Mbaye I. 2020. « Crise covid-19 : une prise en compte de la réalité économique et sociale dans la riposte ». https://www.dakaractu.com/Crise-covid-19-une-prise-en-compte-de-la-realite-economique-et-sociale-dans-la-riposte-Par-Docteur-Ibra-MBAYE_a186890.html.
- Mbaye A., et Ndiaye E. M., 2020, « La filière oignon face aux effets de la pandémie Covid-19
- Constats et enseignements », IPAR.
- Nallet C., 2018, « De nouveaux lieux de consommation pour de nouvelles classes moyennes ? Les centres commerciaux à Abidjan », Notes de l'Ifri, Ifri, avril 2018.
- Seck A., Ba C. O., Ndiaye E. M., 2021, « Réunion du Bureau élargi du Collège des producteurs : relevé des conclusions », IPOS/ IPAR.
- Supeco, 2020, « Le déploiement de Supeco en Afrique subsaharienne », Dossier de presse. CFAO Retail, Octobre.
- Tafforeau M-J. N., Diagne D., 2018, « Essor des supermarchés en Afrique : risque ou opportunité pour la production locale ? » Grain de sel N° 75, juillet 2017- août 2018.
- Van Hoyweghen K., Fabry A., Feyaerts H., Wade I., Maertens M., 2021, "The resilience of horticultural supply chains to the Covid-19 pandemic: Insights from Senegal", Working Paper
- <https://www.jeuneafrique.com/909421/economie/au-senegal-auchan-developpe-ses-filieres-locales-dapprovisionnement/>
- <https://www.scribd.com/document/465697463/SECTEUR-DE-LA-GRANDE-DISTRIBUTION-AU-SENEGAL>
- <http://www.big.gouv.sn/index.php/decret-reglementant-les-commerces-de-grande-distribution-au-senegal/>



Annexe 1.

Autres tableaux issus des résultats d'enquête

Raisons du choix de la (des) source(s) d'approvisionnement

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Qualité	16,66%	//	50%	48,4%	61,7%
Disponibilité	50%	100%	28,6%	35,5%	20,6%
Prix	//	//	50%	51,6%	82,3%
Contrat	//	//	0%	3,2%	5,8%

Tableau 15 : Fluctuation des produits des Niayes chez les commerçants

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Forte baisse	0%	0%	28,6%	19,4%	11,7%
Baisse relative	10%	0%	35,7%	32,2%	26,5%
Constante	66,66%	100%	35,7%	48,4%	61,7%

Tableau 17 : Politiques ou mesures prises pour faire face à la Covid-19

	Marché CASTOR	Marché de THIAROYE	Marché GUEULE-TAPEE	Marché TILENE	Marché RUFISQUE
Arrêt des activités	//	0%	10,7%	3,2%	3%
Changements dans les circuits d'approvisionnement	//	0%	28,6%	45,2%	23,5%
Pas de Changement	100%	100%	60,7%	51,6%	73,5%

Annexe 2.

Questionnaire

Cette enquête a pour objectif d'analyser les effets de la pandémie de la Covid-19 sur les modes d'approvisionnement de la grande distribution et des grands marchés de Dakar, ainsi que le lien avec les petits producteurs des Niayes.

SECTION A : IDENTIFICATION DE L'UNITE

A1. Date de l'entretien (jj/mm). ____ ____ / ____ ____ 2021	
A2. Nom de l'unité :	
A3. Adresse de l'unité :	
A4. Nom de l'enquêteur :	
A5. Nom et Prénoms du répondant :	
A6. Sexe du répondant : 1=Homme ; 2=Femme	__
A7 : Fonction du répondant :	
A8. Contacts du répondant :	
A81. Tél. du répondant __ __ __ __ __ __ __ __ __ __	
A82. Email du répondant :	

SECTION B : CARACTERISTIQUES DU COMMERCE

B1. Origine/provenances des produits ciblés par l'étude :	
B2. Existence de contrat avec les fournisseurs (distributeurs/producteurs) : 1=Oui ; 2=Non	__
B3. Type de contrat avec les fournisseurs (distributeurs/producteurs) :	
B4. Raisons du choix de la (des) source(s) d'approvisionnement :	
1=Quantité ; 2=Qualité ; 3=Disponibilité ; 4=Prix ; 5=Contrat ; 6=Faible marge de profit	__
B5. Fréquence d'approvisionnement (livraison) :	
B6 : Transport :	
B61. Moyen :	
B62. Durée :	
B63. Distance :	

B64. Type de conditionnement des produits :	
B7. Labels et appellations référant à la provenance (traçabilité, identification de l'origine, qualité, frais, transformés) :	
B8. Niveau d'affiliation : 1=Indépendant ; 2=Affilié à une chaîne de distribution :	__
B9. Prise en compte de la saisonnalité dans l'approvisionnement (rupture, local, importé) :	

SECTION C : MODES D'APPROVISIONNEMENT AVANT LA COVID-19

C1. Quelles sont les principales provenances de vos produits alimentaires commercialisés :	
a. Importations	__
b. Zone des Niayes	__
c. Hors zone des Niayes	__
d. Autoproduction	__
e. Autres (à préciser)	__
C2. Quels sont les types de produits que vous commercialisez et qui viennent de la zone des Niayes ?	
a. Produits	__
b. Produits	__
c. Produits	__
d. Autres (à préciser) :	__
C3. Etes-vous confronté à des difficultés d'approvisionnement auprès des petits producteurs des Niayes ? 1=Oui ; 2=Non	__
C4. Si OUI, listez les difficultés :	
a.	
b.	
C5. Quel est le circuit d'approvisionnement que vous utilisez le plus souvent avec les petits producteurs des Niayes ? :	
a. Circuit direct (les fournisseurs livrent les magasins)	__
b. Circuit indirect (les fournisseurs livrent les centres de distribution qui livrent les magasins)	__

SECTION D : MODES D'APPROVISIONNEMENT DURANT LA COVID-19

D1. Avez-vous pu vous approvisionner correctement durant la Covid-19 ?	
1=Oui ; 2=Non	__
D2. Si Non, pourquoi ?	
D3. Les quantités des produits en provenance des Niayes réceptionnés à cette période de l'année ont-elles fluctué ? 1 = Forte baisse 2 = baisse relative 3 = Constante 4 = Forte hausse 5 = hausse relative	__
D4. En cas de baisse, quels sont les produits les plus affectés ? Produit 1 : Produit 2 : Produit 4 : Produit 5 :	__ __ __ __
D5. Cette baisse est-elle due à la Covid-19 ? 1=Oui ; 2=Non	__
D6. Si Non, précisez :	
D7. Les prix au producteur des produits en provenance ont-ils augmenté durant la Covid-19 ? 1=Oui ; 2=Non	__
D8. Si OUI, quels sont les produits dont les prix au producteur ont le plus augmenté ? Produit 1 : Produit 2 : Produit 3 : Produit 4 : Produit 5 :	__ __ __ __ __

D9. Avez-vous arrêté des contrats de fournisseurs des Niayes ? 1=Oui ; 2=Non	__
D10. Avez-vous changé de fournisseurs de vos principaux produits ? 1=Oui ; 2=Non	__
D11. Votre entreprise a-t-elle reçu une assistance Covid-19 pour faciliter l'approvisionnement ? 1=Oui ; 2=Non	__
D12. Si OUI, quelle est la nature de cette assistance ?	
a. Soutien transport/logistique	__
b. Subvention	__
c. Allègement fiscal	__
d. Différé de paiement à la banque	__
e. Autres (à préciser)	__

SECTION E : POLITIQUE D'ADAPTATION ET PERSPECTIVES

E1 : Dans votre système d'approvisionnement, quelles sont les politiques/mesures prises pour faire face à la Covid-19 ? 1 = Arrêt des activités 2 = Changements dans les circuits d'approvisionnement 3 = Pas de changement 4 = Autre (à préciser)	__
E2 : Pensez-vous rencontrer des difficultés d'approvisionnement dans le court terme (≤ 6 mois) avec les petits producteurs des Niayes ? : 1=Oui ; 2=Non	__
Si OUI, listez les types de difficultés attendues :	
E3 : Pensez-vous rencontrer des difficultés d'approvisionnement dans le moyen terme (> 6 mois) avec les petits producteurs des Niayes ? : 1=Oui ; 2=Non	__
E4. Si OUI, listez les types de difficultés attendues :	
E5. Pensez-vous changer de fournisseurs dans le court terme (≤ 6 mois) ? 1=Oui ; 2=Non	__

E6. Si OUI, les Fournisseurs des Niayes seront-ils concernés ? 1=Oui ; 2=Non	__
E7. Pensez-vous changer de fournisseurs dans le moyen terme (> 6 mois) ? 1=Oui ; 2=Non	__
E8. Si OUI, les Fournisseurs des Niayes seront-ils concernés ? 1=Oui ; 2=Non	__

Pour plus d'informations sur l'IPAR, visiter le Site Web: <http://www.ipar.sn>







Initiative Prospective Agricole et Rurale

Kër Jacques Faye
Lot 445, Ngor - Dakar
BP 16788 Dakar Fann, Sénégal
Tél. : (221) 33 869 00 79
www.ipar.sn