

Consommation urbaine et intégration régionale dans les pays ACP

Nicolas Bricas

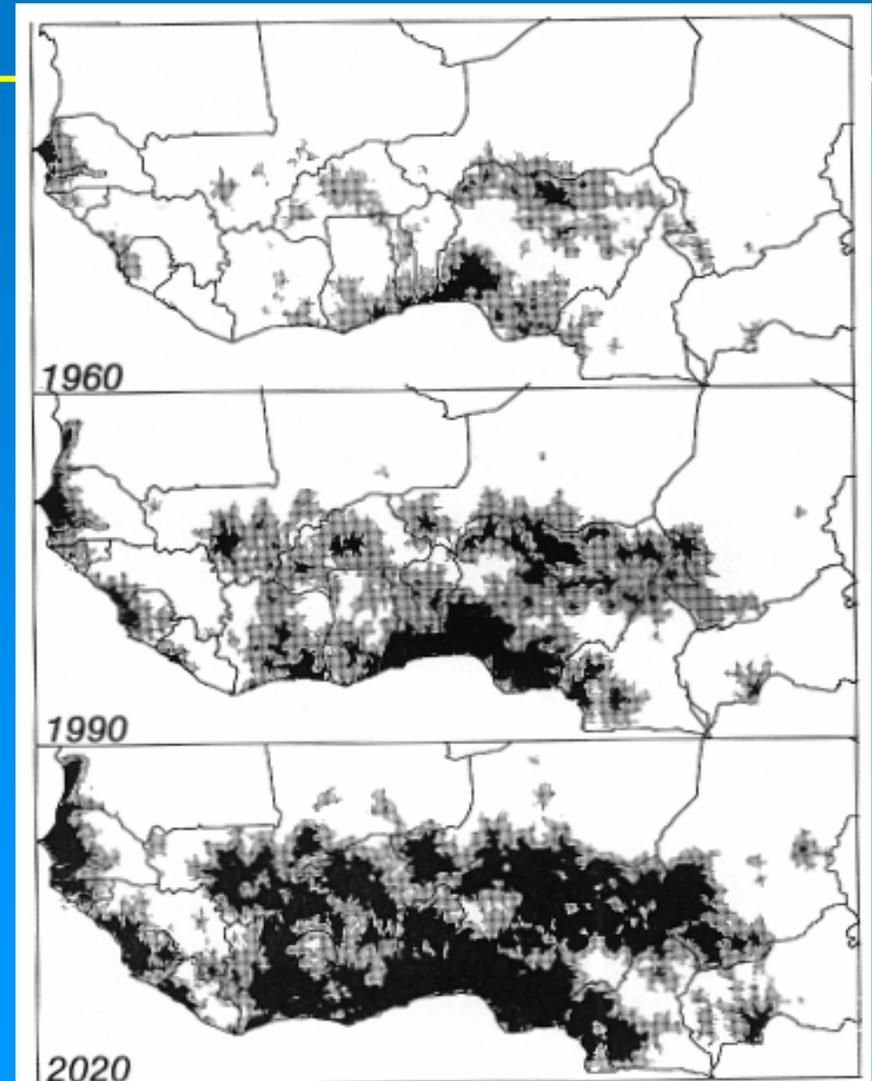
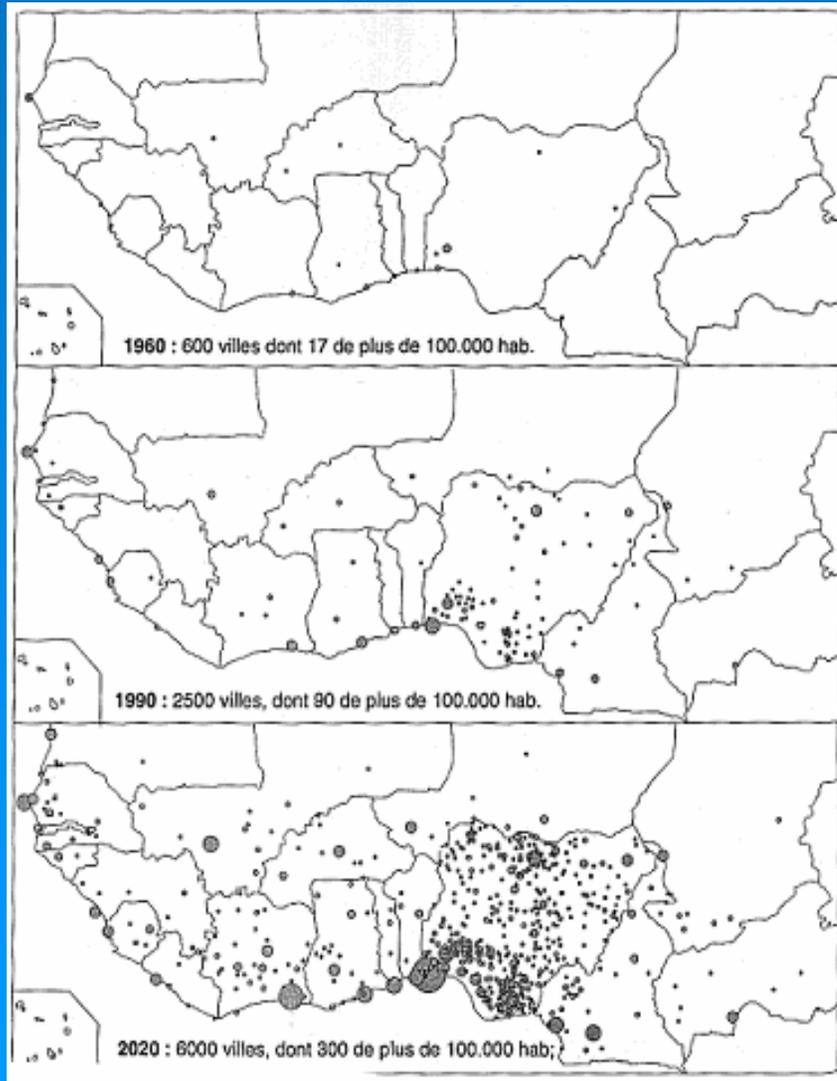
Cirad, UMR Moisa, Montpellier, France



Deux questions

- Quelles conséquences peut-on attendre d'une intégration régionale sur les marchés alimentaires urbains ?
- Quel peut être le rôle de la normalisation pour l'amélioration de la compétitivité des productions nationales sur les marchés domestiques ?

Urbanisation et tensions de marché



Évolution de la demande alimentaire urbaine

- La diversification est la tendance principale de l'évolution des marchés alimentaires urbains
 - produits amylicés de base : céréales/R&T (+ bananes)
 - produits finis : diversification des préparations culinaires
 - pratiques alimentaires : diversification des formes d'approvisionnement et des lieux de consommation
- La demande de qualité s'exprime fortement mais est limitée par un pouvoir d'achat faible et fractionné
- Le fort attachement des consommateurs récemment urbanisés à la typicité des produits « traditionnels » limite la standardisation de ceux-ci
- Il y a par contre plus de marge de manoeuvre pour les « nouveaux » produits

Évolution de l'offre alimentaire pour les marchés urbains

- Offre majoritairement issue du péri-urbain large et des micro et petites entreprises
- Les importations représentent 15 à 20% de l'apport calorique
- Les échanges régionaux contribuent à la diversification (manioc, igname, maïs, huile de palme rouge, bétail, poisson, condiments forestiers, etc.) mais de façon encore limitée
- Certaines zones se spécialisent dans des productions destinées aux marchés urbains régionaux (Sahel/viande, Savanes/igname, Nord-Cameroun/oignons, Afrique du Sud)

La circulation des produits au sein des espaces régionaux

- Les échanges très anciens réalisés au sein de réseaux commerciaux à relations personnalisées limitent le recours aux normes
- Les conditions de transport (infrastructures, taxations sauvages et insécurité) constituent des contraintes majeures pour les opérateurs
- Les réseaux de communication sont un outil stratégique pour la régulation des marchés
- Les taux de change déterminent en partie les échanges

Conclusion sur l'intégration régionale et les marchés urbains

- Faire d'avantage jouer à certains produits un rôle dans la diversification alimentaire :
 - Produits du manioc et de l'igname
 - Maïs, sorgho et mil
 - Huiles de palme, arachide et coton
 - Poisson
- Faciliter et réduire les coûts de la circulation et de la communication et anticiper la crise pétrolière
- Normaliser les produits à fort potentiel de conquête des marchés régionaux

Normalisation et compétitivité des productions nationales

- Produits nationaux largement commercialisés et transformés par des micro et petites entreprises
- Rôle important de la confiance interpersonnelle dans les échanges
- Marché fortement segmenté
- Importance très limitée de la grande distribution et des centrales d'achat même si le libre service gagne du terrain :
 - Kenya, pays avancé sur ce point = 21% du marché alimentaire (Neven & Reardon, 2004). Les supermarchés y seront dominants en 2011.
- Handicap des produits des MPEA = la qualité sanitaire

La normalisation de la qualité sanitaire pour les marchés domestiques

- Normes internationales (Codex) :
 - Largement élaborées sur des référentiels de pays industrialisés
 - Mal évaluées dans leurs effets de mise en application
 - Eloignées de la grande majorité des petites entreprises
 - Non appliquées donc non incitatives
- Normes nationales spécifiques
 - Peu étayées par des études épidémiologiques
 - Perçues comme normes au rabais pour les pauvres
 - Difficiles à négocier en l'absence de structures professionnelles représentant le secteur agroalimentaire

La normalisation de la qualité sanitaire pour les marchés domestiques

- Normes-objectifs et dérogations graduelles
- Négocier les normes avec les acteurs véritablement représentatifs de l'offre
- Caractéristiques des produits et cahiers des charges des process établis sur la base d'une meilleure connaissance des marges de manœuvre des entreprises

La normalisation des caractéristiques de produits pour les marchés régionaux

- Quelques produits à moindre « implication » des consommateurs peuvent gagner à une normalisation (grades : caractéristiques objectivables des produits)
- Suppose la construction de signes de qualité crédibles → institutions crédibles

Conclusion sur la normalisation

- Les coûts de mise en conformité risquent de marginaliser du marché un grand nombre de micro et petites entreprises (transformation et commerce)
- Risque d'un marché à deux vitesses : formel standardisé/informel hors contrôle
- Le rythme de sortie du secteur agricole peut-il être compensé par un rythme suffisant d'absorption par les autres secteurs?
- Une application graduelle de normes peut avoir un effet d'entraînement global

Merci de votre attention