

Comité Permanent
Inter Etats de Lutte Contre
La Sécheresse dans le Sahel



Permanent Inter State
Committee For Drought
Control In The Sahel



PROCELOS
PROGRAMME REGIONAL DE PROMOTION DES CEREALES LOCALES AU SAHEL

LES OPERATEURS ECONOMIQUES SAHELIENS ET LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS CEREALIERS LOCAUX TRANSFORMES

Compte rendu de la rencontre de BAMAKO

Jean-Pierre OUEDRAOGO
Consultant / Animateur Régional PROCELOS

Comité Permanent
Inter Etats de Lutte Contre
La Sécheresse dans le Sahel



Permanent Inter State
Committee For Drought
Control In The Sahel

CILSS



LES OPERATEURS ECONOMIQUES SAHELIENS ET LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS CEREALIERS LOCAUX TRANSFORMES

Compte rendu de la rencontre de BAMAKO

Jean-Pierre OUEDRAOGO
Consultant / Animateur Régional PROCELOS

EDITORIAL

La rencontre régionale de Bamako organisée sur le thème Commercialisation des produits céréaliers transformés a constitué une étape importante de la phase intérimaire du projet Promotion des Céréales Locales au Sahel (PROCELOS).

Ce projet, lancé effectivement en février 1990, a été initié et suivi par le Secrétariat Exécutif du CILSS à travers la Direction des Projets et Programmes, en concertation avec les différents donateurs, à commencer par ceux qui ont financé cette phase à savoir les coopérations canadienne, française et néerlandaise ainsi que le Club du Sahel, partenaire du CILSS sur plusieurs projets.

Le succès enregistré par cette rencontre qui regroupait près d'une centaine d'opérateurs économiques ayant comme activités professionnelles communes la transformation et la valorisation des céréales locales, est le signe que ces opérateurs sont sensibles à la volonté du CILSS de soutenir la promotion de la consommation des céréales produites dans la région.

Le Secrétaire Exécutif du CILSS fort de la confiance des instances statutaires a lancé le projet Procelos dans trois pays du CILSS. Les enseignements tirés de cette phase intérimaire, particulièrement, les réactions favorables des Etats et des opérateurs, ont permis d'envisager une extension du Procelos à trois autres Etats, tout en approfondissant les acquis obtenus dans les trois premiers.

Le CILSS pour la suite du programme Procelos s'efforcera d'adopter une démarche conforme à la logique du secteur privé, une démarche dans laquelle se reconnaissent les transformateurs et les innovateurs en matière de valorisation de céréales locales.

Le CILSS envisage en outre durant cette deuxième phase, d'appliquer strictement un principe d'action qui a fait ses preuves par le passé et qui consiste à favoriser la circulation de l'information et la concertation des différents partenaires pour la recherche de solutions aux problèmes posés au secteur de la transformation.

Ainsi le CILSS dans les Etats travaillera de concert avec les services concernés, les bailleurs de fonds et les agences de coopération représentés ainsi qu'avec son partenaire habituel, le Club du Sahel.

Les différents travaux menés dans le Sahel concluent à la nécessité de soutenir un volet promotion de la consommation de céréales locales grâce à la mise à disposition des consommateurs, des produits céréaliers "modernes" répondant à leurs goût et besoins. Ce volet vient en parfaite complémentarité avec les efforts menés par ailleurs pour promouvoir la production céréalière, la sécurité alimentaire régionale, les échanges régionaux... dans d'autres projets gérés ou co-gérés par le CILSS.

Cette action du CILSS prend en compte le facteur temps, l'objectif étant à terme, de donner aux céréales locales une image de produit d'avenir, de produit moderne.

Ali Djalbord Diard
Secrétaire Exécutif du CILSS

CILSS

03 BP 7049 Ouagadougou 03 — Burkina Faso
(DIRECTION DES PROJETS ET PROGRAMMES)

INTRODUCTION : JUSTIFICATION DE LA RENCONTRE

LE CILSS ET LA PROMOTION DES CÉRÉALES LOCALES

Au stade actuel de la réflexion sur les politiques céréalières, il apparaît de plus en plus clairement que la seule action sur les prix (libéralisation) ne suffit point à assurer un débouché permanent aux céréales locales, condition indispensable pour un développement soutenu de la production au bénéfice d'une sécurité alimentaire régionale durable. Il convient donc d'envisager des actions complémentaires, destinées notamment à fluidifier les échanges entre régions d'un même Etat et entre Etats de la région ouest africaine et à promouvoir la consommation de céréales locales dans toutes les couches de la population, particulièrement la population vivant dans les zones urbaines.

Le Club du Sahel et le CILSS en véritables pionniers depuis 4 ans, ont entrepris des actions tendant à mieux connaître la réalité de la consommation de céréales locales au sahel et la tendance observée par l'évolution des modèles de consommation dans cette région.

Les études menées dans quatre pays sahéliens (Burkina, Gambie, Mali, Sénégal) ont débouché sur un certain nombre de constats et d'analyses qui ont été exposés à Thiès (Sénégal) (*), lors de la première rencontre régionale organisée sur le thème de la promotion des céréales locales. Ces résultats ont convaincu les différents participants, de la nécessité d'entreprendre une action pour améliorer l'environnement économique dans lequel travaillent les principaux acteurs de la promotion des céréales locales dans les pays sahéliens.

Le programme régional promotion des céréales locales au Sahel (PROCELOS) a donc été créé par le CILSS sur recommandation de ses instances statutaires avec pour objectifs principaux de mettre en place dans trois Etats du CILSS (Burkina, Mali, Sénégal), un réseau national en mesure de favoriser la circulation de l'information la plus complète possible entre acteurs de la valorisation des céréales locales et d'appuyer la recherche (dans la concertation), de solutions pour lever les contraintes au développement de cette branche.

La présente rencontre régionale, deuxième du genre, se situe dans le cadre de cette recherche de solutions; en effet le programme de la phase intérimaire du projet PROCELOS en cours, prévoyait l'organisation d'une **rencontre régionale thématique**, en rapport avec les préoccupations des "transformateurs" de céréales.

LE CHOIX DU THÈME

Le programme de cette phase intérimaire, adopté par le comité de pilotage (1) en sa séance du 4/10/89, avait préconisé une rencontre régionale sur un thème se rapportant à une des contraintes auxquelles les transformateurs sont confrontés. Compte tenu des nombreuses difficultés qui entravaient la diffusion des nouveaux produits à base de céréales locales le comité avait retenu comme thème de cette rencontre : "Les expériences de diffusion de nouveaux produits à base de céréales locales".

Après sept mois d'activité, l'animateur régional du Procelos devait préciser au comité de pilotage du 1/10/90 que les problèmes rencontrés par les nouveaux produits à base de céréales locales ne se limitaient pas à la diffusion de ces produits mais concernaient tous les aspects de la commercialisation, à savoir les problèmes d'approvisionnement, de stockage, de conservation, de distribution, de promotion. Bien souvent ces produits souffraient en fait du manque de stratégie marketing.

Les transformateurs n'ont pas suffisamment pris conscience du fait que même si le produit réalisé est à base de céréales locales il n'en demeure pas moins qu'il s'agit d'un **nouveau produit** pour le consommateur et qu'à ce titre il convienne de suivre une démarche marketing pour le lancer et le faire connaître aux consommateurs surtout urbains. En effet un sachet de semoule ou de brisure constitue un nouveau produit, différent de la marchandise "semoule" ou "brisure" que l'on trouve sur le la place du marché, également différent des mêmes aliments réalisés de façon domestique par la ménagère pour sa famille.

L'animateur régional a ensuite ajouté que le problème de la commercialisation au sens large du terme a été soulevé par de nombreux opérateurs lors des discussions organisées par les trois réseaux Procelos et lors des expositions ou des rencontres qui ont marqué la journée CILSS en 1989.

Le comité de pilotage après ces explications, a donc accepté de prendre en compte ces préoccupations en adoptant comme thème de la rencontre la **commercialisation des produits céréaliers transformés**.

Comme on peut le constater, l'objectif de cette rencontre thématique n'était pas de refaire un deuxième "Thiès", en ouvrant à nouveau de grandes discussions sur les problèmes liés à l'aspect technique de la transformation, et sur la politique macro économique des Etats face au secteur de la transformation. Ces débats ont été fort intéressants à Thiès et ont permis d'aboutir aux grandes lignes de ce qui constitue aujourd'hui le **Plan Global d'Action** du programme Procelos. La valorisation des céréales locales nécessite également d'autres formes d'actions qui ne se situent plus au niveau de la conception stricto sensu de politique, mais également de la mise en œuvre de politique, en s'intéressant au niveau micro et en ayant pour principe d'action la **concertation** entre acteurs et la prise en compte des **intérêts** des principaux intéressés .

En résumé on peut donc affirmer que l'objectif du comité de pilotage était d'attirer l'attention , d'apporter un éclairage sur la nature et la compréhension d'un problème donné, reconnu par les transformateurs comme un véritable goulot d'étranglement pour le développement de leurs activités et d'inviter les principaux intéressés à en discuter dans le cadre d'une rencontre internationale.

Ainsi apparaît la **complémentarité** entre la rencontre de Thiès et celle de Bamako: la deuxième rencontre a permis l'examen, les échanges et la recherche de solutions sur une des contraintes majeures identifiées lors de la première rencontre.

Cependant pour être complet il convient de relever que les questions macro économiques n'ont tout de même pas été occultées à Bamako; en effet sans constituer l'essentiel, elles ont occupé une place non négligeable dans cette rencontre, vu l'influence directe qu'elles ont sur l'environnement des opérateurs .

LE CHOIX DES PARTICIPANTS

Le choix des participants, compte tenu des arguments avancés ci-dessus a privilégié la venue à Bamako des opérateurs économiques directement concernés par la promotion des produits céréaliers transformés. Pour enrichir les échanges, il a également été fait appel à quelques opérateurs travaillant dans l'alimentation mais pas seulement dans les céréales et ayant des expériences intéressantes en matière de commercialisation, transposables au secteur céréale .

Au total près d'une trentaine d'opérateurs économiques venus du Burkina, de la Côte d'Ivoire, du Mali et du Sénégal ont pris une part active dans la réussite de cette rencontre aux côtés des représentants des services publics, des organisations non gouvernementales et des agences de coopération.

La limitation d'ordre budgétaire ne nous a pas permis d'inviter la totalité des participants pressentis pour cette rencontre. L'appui financier du **PRMC** (2) du Mali, a constitué un apport très appréciable, mais il n'était plus possible de lancer certaines invitations, au moment où il a été débloqué.

Trois opérateurs économiques convaincus de l'importance pour eux d'une telle manifestation, ont fait à leur frais le déplacement de Bamako pour participer à la rencontre et pouvoir échanger avec des propriétaires , et des directeurs d'unités ou d'entreprises évoluant dans le même secteur que le leur dans d'autres pays.

Toute la filière transformation de céréales était cependant représentée à cette deuxième rencontre régionale; les industriels, semi-industriels, artisans, préparatrices de plats cuisinés, ayant pour profession la transformation de mil, maïs, sorgho, riz ou fonio, en brisures, semoules, farines et plats, ont pu présenter leurs expériences et recueillir les avis de leurs "collègues" ainsi que ceux des chercheurs, chefs de services publics spécialisés, représentants d'organismes nationaux, internationaux, et représentants des agences d'aide.

Sur le plan de la **rentabilité**, les communications de la CMDT(4) (MALI) et de la SODEFITEX(5) (SENEGAL) font état d'une exploitation bénéficiaire avant amortissement pour l'une ou l'autre unité semi-industrielle. Ces résultats encourageants proviennent d'un ensemble de décisions coordonnées et réalistes relatives à l'exploitation de ces unités avec pour but de réaliser un bénéfice. Ils ne sont pas le seul fait de la stratégie commerciale. Les **capacités de gestion** des paysans gestionnaires ou des gérants recrutés (c'est le cas des unités CSA/PSA) conditionnent donc la rentabilité de ces mini minoteries. En effet les décisions prises en matière de commercialisation affectent le compte d'exploitation de l'unité au même titre que celles relatives au personnel, au crédit, à la tenue de la comptabilité ou encore aux investissements. Ce dernier élément est moins évoqué dans les communications probablement parce que les investissements sont réalisés la plupart du temps sous forme de subvention par les donateurs, promoteurs de ces unités. La prise en compte de l'amortissement des équipements est cependant indispensable pour la pérennisation de cette filière de transformation.

Quant aux unités industrielles, compte tenu de leur grande capacité de stockage et du niveau élevé de la rotation des stocks, elles ont choisi d'effectuer des achats en très grande quantité. Ce qui pose à leur niveau le problème de la conservation de la matière première et de la sécurisation d'un approvisionnement en grande quantité: comment trouver des fournisseurs en mesure de garantir la livraison de quantités importantes de céréales, correspondant à une qualité donnée ?

Outre le coût de la matière première, celui du circuit de distribution, notamment la **marge des distributeurs** influe sur le niveau du prix de vente aux consommateurs. Les grands moulins du Burkina éprouvent des difficultés à trouver des grossistes avec une marge de 13%, tandis que les moulins Sentenac ont pratiqué une marge de 25% pour inciter les grossistes à commander leurs produits et à pratiquer des prix de vente au détail facilitant l'écoulement. Les Grands Moulins du Mali quoique disposant de toute l'infrastructure nécessaire pour la transformation des céréales locales, refusent de produire tant que le rapport coût de la commercialisation et chiffre d'affaire ne sera pas attrayant.

LA PROMOTION COMMERCIALE

La promotion commerciale des produits céréaliers par les industriels est une réalité surtout de la part des Moulins Sentenac au Sénégal où pour les 2 dernières années respectivement 130 millions CFA et 88 millions CFA ont été investis dans la communication. Il convient de signaler que cette importante opération de sensibilisation de la population dans le cadre du "Consommer Sénégalais" et de promotion de nouveaux produits, a bénéficié de l'appui du Fonds Commun de Contrepartie des Aides Alimentaires. Les Grands Moulins du Burkina ont en ce qui les concerne procédé à l'organisation de quelques concours culinaires et des expositions ventes. Durant les 11 premiers mois de l'année 1990, les quantités totales vendues par ces structures s'élèvent à 602 tonnes pour les Moulins Sentenac et 316 tonnes (6) pour les Grands Moulins du Burkina. L'effet de la promotion commerciale vigoureuse menée, permet aujourd'hui d'envisager au Sénégal pour 1991 une production de 1 500 tonnes de produits transformés. Au Burkina, les Grands Moulins souhaiteraient effectuer une étude qui leur permette d'établir une stratégie sur des bases plus scientifiques; la probabilité de la signature d'un contrat avec l'ONG Cathwell pour la livraison de 350 tonnes de farine de

mais, renforce le crédit de l'opération transformation de céréales locales au sein de cette structure .

Les unités semi-industrielles et artisanales assurent elles-mêmes la distribution de leurs produits. Elles sont tenues de résoudre au jour le jour les problèmes de transport et de prospection de marchés tout en assurant la gestion quotidienne des unités en faisant face aux problèmes soulevés ci-dessus. Les paysans gestionnaires doivent de ce fait apprendre à vendre les céréales transformées, apprendre à jouer le rôle de commerçants. Les communications soulignent l'effort d'arbitrage qui est exigé du paysan qui tour à tour est vendeur de ses propres céréales à l'unité de transformation puis acheteur de ses céréales en tant que gestionnaire de l'unité et enfin revendeur du produit fini à des clients, en pratiquant des prix de gros , des ventes promotionnelles, en signant des contrats etc... Car contrairement au mil ou maïs stocké dans le grenier, par le paysan, les sachets de semoule ou de brisures de mil et maïs nécessitent une rotation élevée de stock.

La CMDT au Mali expérimente à ce sujet un système de commercialisation appelé CERECOM dont l'objectif est de parvenir à réaliser une collecte des produits commercialisés par l'ensemble des mini minoteries et de les revendre ensuite sur les grandes villes notamment Bamako. La Cerecom commercialise également des céréales brutes. Cette structure grâce à ces 7 agents commerciaux qui s'apparentent à de véritables coursiers, pourrait donc constituer à terme un débouché appréciable pour les unités semi-industrielles de la CMDT.

La promotion dans toutes ces unités semi-industrielles et artisanales, est surtout réalisée à travers les expositions, les séances de dégustation en présence des médias, les ventes promotionnelles lors des foires, la distribution d'échantillons, l'utilisation de crieurs publics, le crédit fournisseur etc... Les mini minoteries jugent la publicité, les spots trop onéreux eu égard à leur équilibre financier précaire. Certaines tentent de profiter au maximum de la publicité générique ou de marque réalisée par les unités industrielles ou financée par des organismes tel le Fonds Commun au Sénégal. Ainsi M.Thiam (7) nous affirme qu'il parvient à tirer profit de la publicité réalisée pour les produits des moulins Sentenac en attirant l'attention des consommateurs sur le fait que ses produits à lui sont identiques à ceux de Sentenac avec une différence cependant de taille que le consommateur est invité à tester, il s'agit de la qualité: en effet grâce à des opérations supplémentaires de nettoyage ou de mouture cette entreprise parvient à présenter des semoules et farines très appréciées des consommateurs. M. Thiam utilise pour qualifier ce phénomène le terme de "publicité virus": tout comme un virus qui s'introduirait dans le programme de campagne médiatique élaborée pour Sentenac et qui en modifierait certaines lignes au bénéfice des unités de plus petites tailles.

2.2 La recherche de solutions

A la lecture de ce qui précède on pourrait céder à un pessimisme facile concernant l'avenir de la transformation des céréales locales au sahel. En effet, la quantité de produits transformés de façon moderne demeure encore marginale au regard des millions de tonnes de céréales consommées chaque année dans les trois pays; en outre les unités dites modernes connaissent des difficultés relatives à la commercialisation et à la gestion qui grèvent leur rentabilité. Les mini-minoteries et unités industrielles bénéficient enfin le plus souvent de subventions pour leurs investissements voire leur exploitation.

Or l'examen des communications nous montre qu'il existe un dynamisme réel du côté d'un certain nombre d'entrepreneurs, résolument persuadés que l'évolution des modèles de consommation alimentaire en faveur d'une présentation "moderne" des céréales "traditionnelles" est irréversible surtout en zone urbaine.

L'expérience menée par les moulins Sentenac avec l'appui du Fonds Commun au Sénégal, sera un test en grandeur réelle dont les résultats pourront servir à d'autres unités industrielles. Les travaux effectués par le GIE(8) "Opération Mil" commis par le Fonds Commun pour suivre la commercialisation des produits céréaliers des moulins Sentenac nous indiquent qu'il est possible d'appréhender de façon scientifique les besoins et goûts des consommateurs au sahel. La mise en place d'un panel de consommateurs et d'un panel de distributeurs par le GIE ouvre la voie à la réalisation de sondages réguliers auprès des consommateurs et des distributeurs. Les résultats de ces sondages sont déjà analysés afin d'aboutir à la formulation de recommandations à prendre en compte par les techniciens de l'usine pour la modification des caractéristiques du produit fini à proposer aux consommateurs. Le GIE part du principe que le consommateur fût-il sahélien est sensible à la qualité et que les mil, maïs et sorgho devraient être transformés et distribués avec le même sérieux et le même soin que le blé.

Il convient de ce fait d'avoir une méthode et de faire preuve de rigueur dès la conception de l'idée de lancement d'un nouveau produit. Les sociétés SBAN(9) (Burkina) et Bon Foutou (Côte d'Ivoire) ont insisté sur la nécessité d'avoir une connaissance scientifique du marché avant de se lancer dans une nouvelle production. Les différentes étapes de l'étude de marché et du cheminement à suivre jusqu'au lancement du produit ont été bien relatées. La Sban a tenu à préciser qu'une étude de marché ne nécessitait pas forcément des millions de francs mais pouvait se limiter pour nombre d'entreprises à une ou quelques centaines de milliers de francs CFA.

Toujours dans le cadre de cette démarche moderne on peut citer l'expérience des Etablissements Rabo Moussa du Burkina (boulangeries) dont le budget publicitaire pour 89/90 était de l'ordre de 18 millions FCFA et qui a eu pour conséquence une augmentation du chiffre d'affaire de 90%. Les Ets Rabo Moussa ont imposé leur notoriété et l'image de leurs produits grâce à un recours massif à la publicité et au sponsoring.

Enfin une coopérative de boulangers (ISCOS) tente au Sénégal de reprendre l'idée du pamiblé (pain à base de mil 15% et de blé 85%); se basant sur les raisons de l'échec de la 1ère expérience, elle est sur le point de gagner son pari grâce à une révision complète de la stratégie marketing: celle-ci va consister cette fois à séduire les consommateurs de la "jet society" en comptant sur l'effet de démonstration pour gagner plus tard les quartiers populaires. Les premiers résultats enregistrés auprès des grands hôtels de Dakar sont très encourageants.

2.3 Les propositions

Autre signe de la vitalité et du dynamisme des transformateurs, de nombreuses propositions figurent dans les communications:

1. Pour résoudre le problème de la sécurisation de l'approvisionnement, certains gérants d'unités semi industrielles souhaiteraient la création d'une fédération de ces unités afin de résoudre en commun les problèmes d'approvisionnement avec par exemple

la mise en place d'une **centrale d'achat** et d'un **centre commun de stockage** de matières premières. Il est à remarquer que cette idée est reprise dans la communication du Commissariat à la Sécurité Alimentaire du Sénégal, qui au Sénégal se trouve être une des structures les mieux placées, pour jouer ces deux rôles au profit des opérateurs privés.

2. Pour résoudre le problème de la conservation dans les unités semi-industrielles et artisanales, les Grands Moulins du Mali proposent de vendre à ces unités des produits semi-finis sous la forme de **maïs déjà dégermé**, ce qui prolongerait substantiellement le délai de conservation des brisures, semoules et farines obtenues à partir du maïs dégermé.

3. L'expérience menée au niveau des unités de la Sodefitec sur la sécurisation de l'approvisionnement mériterait d'être suivie de près. Il s'agit des tentatives menées pour s'assurer par l'intermédiaire de **contrats**, la livraison par des groupements de producteurs, des céréales correspondant aux critères spécifiés (date, quantité, qualité, nature). L'expérience est menée dans 3 directions:

- L'octroi d'une avance de fonds durant la période de soudure aux associations de producteurs pour la collecte de produits de la récolte à venir : le succès très mitigé enregistré la dernière saison a conduit la Sodefitec à envisager la garantie du remboursement de l'avance sur les revenus du coton commercialisé par les mêmes groupements de producteurs.

- L'octroi d'une avance dans les mêmes conditions que ci-dessus à la seule différence que celle-ci se ferait en nature, sous forme d'herbicide par exemple.

- La réalisation d'un champs collectif exploité par le village et dont le produit serait destiné en priorité à l'approvisionnement de l'unité de transformation.

Ces axes de recherche sont d'autant plus intéressants que les expériences exposées par les sociétés comme Flex Faso, Miel du Burkina, Savana, et Bon Foutou ont longuement insisté sur le fait que la sécurisation de leur approvisionnement n'a été renforcée que par un **encadrement des producteurs** (de fruits, miel, légumes, ignames). Cet encadrement comprend à la fois l'appui à l'organisation des producteurs, la formation, la distribution de semences, la prise en charge de la collecte des produits ; une forme de collecte qui prévoit une prime à la qualité. La plupart de ses sociétés proposent également pour le réseau de distribution et surtout la force de vente, une démarche analogue, comprenant des séances de formation sur l'entreprise et sur les produits, un intéressement de cette **force de vente** sur le chiffre d'affaires et une **marge intéressante** pour les grossistes, demi-grossistes et détaillants. En effet ont-elles fait remarquer, le produit quelque soit sa qualité et la demande effective de la part des consommateurs, ne pourra réellement atteindre le consommateur que si la fonction distribution est complètement assurée.

Outre ces propositions, qui marquent une vitalité certaine de la branche transformation, l'examen des communications montre que ce secteur possède des **unités rentables**. Ce sont généralement des petites entreprises artisanales qui ont choisi de se placer sur des créneaux à haute valeur ajoutée. C'est le cas de Uodal (10) (fonio précuit), du kiosque de Ziguinchor (préparation de gâteaux à base de maïs nixtamalisé), de l'entreprise Beye (préparation de granulés et de cous-cous précuits à base de mil), de l'unité de préparation de plats cuisinés dirigée par Mme Ami Sow. Face aux difficultés ci-dessus relatées ces unités ont choisi de travailler sur des produits beaucoup plus

élaborés, dans des créneaux où la concurrence est moins vive et où l'effet des variations de prix de la matière première ne constitue plus une catastrophe pour l'équilibre financier de l'entreprise. En effet les consommateurs sont disposés à consacrer à l'acquisition de ces produits de deuxième transformation un prix plus élevé.

Comme pour appuyer cet axe prometteur les instituts de recherche ont en ce moment des programmes de mise au point de produits plus élaborés. L'Institut d'Economie Rurale au Mali travaille sur la mise au point du sorgho blanc précuit facile à préparer tandis que l'Institut de Technologie Alimentaire du Sénégal procède à des tests pour la diffusion de granulés et de cous-cous précuits qu'il a mis au point dans le cadre d'un programme de recherche.

Deux cas particuliers sont à relever avant de clore cet examen des communications: la communication de l'Office du Niger et la prestation des designers.

L'Office du Niger rencontre des difficultés dans la commercialisation du riz décortiqué par ses rizeries, résultant de la faible compétitivité de son produit face au riz importé ou au riz usiné par les décortiqueurs appartenant à des opérateurs privés ou à des associations villageoises encadrées par le projet Arpon (Office du Niger). L'existence d'un prix officiel d'achat du prix du riz paddy grève le coût du riz de l'Office face à celui des concurrents qui ne respectent pas ce prix. Les unités de transformation privées font preuve d'un dynamisme qui leur permet de placer sur Bamako du riz local supportant la concurrence du riz importé aussi bien sur le plan du prix que sur celui de la qualité..

Ce dernier constat devrait constituer un élément très important dans la réflexion menée sur la meilleure forme de lutte contre les importations massives de riz à des prix de dumping.

Les designers de la société Dàlt(11), ont illustré à travers une projection de diapositives présentant des dessins qu'ils avaient réalisés, la démarche conseillée pour le lancement d'un nouveau produit, en précisant au passage la contribution d'une discipline comme le design dans la conception, la mise en forme de l'idée de projet et la création de l'image d'un produit ou d'une entreprise.

III. LES CONCLUSIONS

3.1 Le rapport de synthèse

Le rapport de synthèse ci-après est issue de la confrontation des rapports des trois commissions constituées pour débattre des questions auxquelles les transformateurs doivent trouver des solutions, pour améliorer la commercialisation de leurs produits.

Les opérateurs sont tout à fait conscients de la nécessité de parvenir à des produits comparables en qualité à ceux réalisés de façon artisanale ou domestique, mais possédant en plus les avantages des produits importés: facilité de préparation, conditionnement moderne, délai de conservation prolongé, disponibilité permanente, stabilité des prix.

Les recommandations se veulent réalistes et pratiques; elles prennent en compte le facteur temps et ne cherchent pas à occulter la difficulté de la mise en oeuvre de certaines d'entre elles. Ainsi pour améliorer la qualité des produits finis la rencontre propose d'agir d'abord dans le sens de l'amélioration de la qualité de la matière première placée sur le marché: afin de parvenir à terme à la mise en place de **normes de qualité**, il est conseillé aux autorités et aux groupements de producteurs de favoriser dès à présent la matérialisation d'une **prime à la qualité**. Cette prime pourrait dès sa mise en application faire apparaître sur le marché une offre de céréales correspondant aux caractéristiques recherchées. Les associations de producteurs inciteraient leurs membres à miser sur la qualité, si celle-ci se traduit par une garantie d'écoulement à un prix plutôt supérieur. Or la formule des contrats peut constituer une des formes de cette garantie.

Toujours pour favoriser l'amélioration de la qualité des produits finis, la rencontre préconise la mise en place d'un **label de qualité**. Il ne s'agit pas pour les opérateurs économiques de chercher simplement à imiter des pratiques telles que la norme "NF" en France, mais de trouver un moyen non contraignant et non générateur de déséquilibre financier d'offrir aux consommateurs des produits de qualité. En effet un texte réglementaire pour contraindre les unités à respecter une certaine norme dans la fabrication serait voué à l'échec: il serait forcément contourné car pas rentable. Alors que la "labelisation" offre l'avantage de ne pas être contraignant dans la mesure où l'opérateur n'est pas obligé d'y avoir recours pour pouvoir vendre ses produits. Elle offre également l'avantage d'accroître le chiffre d'affaires : les études indiquent et les expériences confirment que les consommateurs urbains sont prêts à payer plus cher un produit dont la qualité leur est garantie.

Concernant la **politique macro-économique de l'Etat**, les opérateurs présents à Bamako ont pris en compte la libéralisation en cours et ont cependant attiré l'attention des Autorités sur les dangers que pourraient présenter une absence totale de protection des mil, maïs, sorgho, fonio et riz vis-à-vis des céréales non originaires de la région: les importations commerciales massives de riz ou de blé à des prix de dumping ainsi que la livraison d'aides alimentaires dont la quantité ne serait pas en rapport avec les besoins du pays ou encore la distribution non contrôlée à des prix sociaux ou même gratuitement de cette aide alimentaire (surtout dans le cas de distribution de riz ou de blé) pourraient compromettre toute action de promotion des céréales locales. En revanche, les participants ont plutôt invité les Autorités à favoriser les échanges de céréales locales entre pays de la région : la mise en place de normes de qualité contribuera ont-ils pensé,

ANNEXES

1 — LE RAPPORT DE SYNTHÈSE

2 — LES DISCOURS PRONONCÉS

ANNEXE 1

LE RAPPORT DE SYNTHESE*

* Ce rapport a été adopté par les participants à l'issue de la rencontre.

60. Mamadou BA	MDRHH/VRA/SENEGAL	23.33.58
61. Amadou DIALLO	DIR/INSAH/MALI	22.21.48
62. KOUTABA Michel	DPP/CILSS/Ouaga	33.36.64
63. Amadou BOUARE	CCA-ONG/Mali	22.36.87
		Fax 22.23.59
64. Mariko F. SIBY	UCODAL/MALI BP 1580	22.74.67
		ou 22.58.79
65. Adama KANTAO	DMA-DNGR B.P. 155	22.25.59
		ou 22.26.05
66. TRAORE A. SOW	RADIO TELE MALI	
67. Philippe VIVIER	AT/ECCEA/SENEGAL	23.52.39
68. SAMBALLA DIALLO	D.N.A./MALI	22.49.49
69. Massaer NDIR	CSA/PSA/SENEGAL	21.08.11
70. Papa Sanou BEYE	BP 461 Thiès/Sénégal	51.12.25
71. OUEDRAOGO Moussa	FEER/Animateur National	30.68.05/06
72. KOMBASRE Noel	Service Technologie Alim./Burkina	30.76.31
73. Mouhamadou DIOP	I.T.A. BP 2765 Dakar	32.82.95
74. YAMEOGO Georges	SOFTTEX/Burkina	98.22.03
75. JEGOU François	DALT/FRANCE	45.89.13.11
76. CISSE Abdoulaye	Ets RABO Moussa	33.56.46 ou
77. CAMARA Ibrahim	DEP/CILSS	30.10.40
78. BA Ibrahima	COORDONNATEUR/DIAPER/CILSS	33.66.92
79. Michel LESCANE	DIRECTEUR DE NUTRISET	35767370
80. Paul GINIES	MISSION REGIONALE FRANCAISE D'APPUI AU CILSS	31 05 77

ANNEXE 1.2

LISTE DES COMMUNICATIONS

- | | | |
|-----|--|----------------------------------|
| 1. | GRANDS MOULINS DU MALI | G. ACHCAR |
| 2. | TRANSFORMATION VILLAGEOISE DES CEREALES | A. SALCEDO
N'DIAYE, SODEFITEX |
| 3. | EXPERIENCE DE L'OPAM | |
| 4. | PRESENTATION DE LA SBAN | M.OUEDRAOGO
M. LESCANNE |
| 5. | TRANSFORMATION VILLAGEOISE DES CEREALES | B. GOITA.CMDT |
| 6. | EXPERIENCE FLEX FASO | D.KONTONGOMDE |
| 7. | ETABLISSEMENT RABO MOUSSA | A. CISSE |
| 8. | LA COMMERCIALISATION DU MIEL AU BURKINA | B.K. TRAORE |
| 9. | UNION DES FEMMES DU MALI | DIALLO A. DIAKITE |
| 10. | INSTITUT D'ECONOMIE RURALE | HAIDARA M. FOFANA |
| 11. | EXPERIENCE DES GMB | Z. SAWADOGO |
| 12. | CONTEXTE ET ELABORATION DES INTERVENTIONS
DE PROMOTION DES CEREALES LOCALES | DE WIT, K. ALTES |
| 13. | EXPERIENCES DE L'ITA | Mouhamadou DIOP |
| 14. | EXPERIENCES DE PRODUCTION DES FARINES
POUR BEBE | K. ALTES |
| 15. | LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS SAVANA | S. SANOU |
| 16. | BULLETIN CERECOM-INFO | |
| 17. | OFFICE DU NIGER | Mme SIDIBE JEANNETTE |
| 18. | EXPERIENCE DES ETABLISSEMENT BEYE | P.S. BEYE |
| 19. | L'EXPERIENCE ORIGINALE DU G.I.E. OPERATION MIL | P. GOUET |
| 20. | EXPERIENCE BONFOUTOU NESTLE | |
| 21. | COMMERCIALISATION DE PRODUITS
TRANSFORMES A BASE DE MAIS A ZIGUINCHOR | F. MULER |

- | | |
|---|--------------------|
| 22. EXPERIENCE DES MINI-MINOTERIES CSA/PSA | M. NDIR |
| 23. LA CONCEPTION D'UN PRODUIT-GROUPE DE RECHERCHE DALT | A.JEGOU P.WELINSKI |
| 24. OPERATEUR DE L'UNITE SEMI-INDUSTRIELLE DE THIES-SENEGAL | N.THIAM |
| 25. DMA/MALI | Adama KANTAO |
| 26. EXPERIENCE DE LA SOCIETE UCODAL | Mme MARIKO. |
| 27. TRANSFORMATION DU MIL AU SENEGAL | PH. VIVIER. |
| 28. SOFITEX | |

ANNEXE I-3

LISTE DES OPERATEURS ECONOMIQUES

1.3.1 ENTREPRISES DE TRANSFORMATION ET DE COMMERCIALISATION DE CEREALES LOCALES

A-Unités Industrielles

Moulins Sentenac	B P 451 DAKAR SENEGAL
Grands Moulins du Burkina	B P 64 Banfora Burkina Faso
Société burkinabè pour une alimentation nouvelle	01 B P 3884 Ouagadougou 01- Burkina Faso
Sonacor (Collecte et traitement - du riz)	s/c Ministère du Commerce et de l'Approvisionnement - du Peuple - Ouagadougou Burkina Faso -
Société Nutriset	B P 35 76770 Malaunay France
Office du Niger	Ségou Mali

B-Unités semi-industrielles

Mini minoteries CMDT	B P 01 Koutiala Mali
Unités semi-industrielles s/c Commissariat à la Sécurité alimentaire	Rue Parchappe x Salva Dakar Sénégal
Projet transformation villageoise de céréales s/c Sodefitec	B P 92 Tambacounda Sénégal
Unité semi-industrielle de M. Thiam	ILM Nunjalt N° 2616 Thiès Sénégal

C-Unités artisanales

Unités ISCOS (coopérative boulangère ouvrière)	23 BD Pinet Laprade B P 300 Dakar Sénégal
Etablissements Beye	B P 461 Thiès Sénégal

Pour parvenir aujourd'hui à fidéliser la clientèle aux produits céréaliers locaux, cela suppose une régulation de l'offre.

Celle-ci ne pourra être effective que si peuvent être facilités les échanges de céréales entre pays. Mais pour ce faire, il est nécessaire de disposer de normes de qualité reconnues et appliquées dans l'ensemble de la sous-région. Cette question mérite, je pense, d'être débattue pendant ces journées.

Enfin je voudrais pour finir encourager les participants à dépasser l'approche à court terme de la promotion des céréales locales. Certes se pose le problème de la dépendance en riz et en blé. Mais les études sur le comportement des consommateurs montrent que le mil, le sorgho ou le maïs ont peu de chance de reconquérir les marchés s'ils sont perçus comme des substituts au riz et au blé.

Il faut réfléchir à plus long terme et préparer dès aujourd'hui, l'alimentation des sahéliens des années 2000.

Il y a sans doute un effort d'imagination à faire pour trouver de nouveaux produits et surtout de nouveaux plats à base de céréales locales : des produits et plats modernes, de qualité ; des produits et plats d'avenir.

Au nom du Directeur du Club du Sahel, je vous renouvelle mes remerciements et vous apporte tout mon soutien et mes encouragements pour la pleine réussite de nos travaux.

Je vous remercie.

Discours d'ouverture du Ministre de l'agriculture à l'occasion de la rencontre PROCELOS du 13 au 15 décembre 1990

Messieurs les Représentants du CILSS et du Club du Sahel

Honorables invités

Mesdames, Messieurs

Depuis la grande sécheresse qui a frappé notre région à partir des années 70, les Etats Sahéliens ne cessent de s'organiser pour garantir la Sécurité Alimentaire de leurs populations.

Cette sécurité alimentaire depuis cette période a pu être assurée grâce à un apport de céréales d'origine non sahélienne.

Les études menées par le CILSS, en collaboration avec ses partenaires de la communauté internationale, tel le Club du Sahel, ont fait prendre, de plus en plus conscience d'une dimension dynamique et même prospective de la sécurité alimentaire.

En effet, avec un taux d'accroissement de la population de plus de 3% par an, celui des villes atteignant 7% et un taux d'actif vivant de l'Agriculture de l'ordre de 90% dans certains Etats, une sécurité alimentaire durable passe non seulement par un accroissement de la production, mais aussi par une organisation efficiente du marché et par une prise en compte de l'évolution des modèles alimentaires.

Cette évolution se faisant principalement dans les zones urbaines au profit du riz et du blé importé, il devient impérieux d'engager une véritable action de promotion des céréales locales.

Chaque Etat Sahélien a engagé à son niveau des actions de valorisation des céréales par la création d'unités de transformation, l'appui aux exportations, le soutien à des programmes de transfert et de stockage internes, l'adjudication de céréales locales à la farine de froment, la production de farine infantile etc... Certains Etats comme le Mali intègrent désormais le volet valorisation/transformation dans leurs programmes à moyen et long termes de développement du secteur agro-alimentaire. Le P.R.M.C prévoit de consacrer durant sa 3e phase une partie de ses ressources, au financement des actions de transformation.

Enfin, les Etats Sahéliens ont adopté une résolution, donnant mandat au CILSS de lancer au niveau régional un programme de promotion des céréales locales au Sahel (PROCELOS) pour venir en appui aux initiatives nationales

Les premiers résultats du programme (PROCELOS) sont encourageants car ils indiquent que le Sahélien, même citadin, ne rejette pas les Céréales Locales. Seulement ses références, son environnement, son mode de vie, son mode d'alimentation, surtout en ville ont connu une évolution qu'il convient de prendre en compte dans la présentation des produits alimentaires à base de céréales locales. Les produits céréaliers importés répondent généralement mieux aux exigences actuelles du consommateur urbain.

Permettez-moi à cet égard de me féliciter de la tenue d'une rencontre régionale regroupant les opérateurs économiques situés en première ligne dans cette action de reconquête des faveurs du consommateur. Ce n'est qu'en jouant parfaitement votre rôle de transformateur, d'innovateur et d'entrepreneur que le Sahel pourra disposer d'unités de production en mesure d'identifier et de répondre aux attentes des consommateurs.

Cette rencontre est une occasion pour vous de vous connaître, d'échanger vos expériences, de nouer des relations et de prendre conscience de l'importance de votre action pour la garantie à moyen et long termes de la Sécurité Alimentaire aux niveaux National et Régional.

Il me paraît également nécessaire que l'action de concertation engagée dans les réseaux nationaux PROCELOS puissent se poursuivre et gagner en efficacité afin de parvenir à proposer aux Autorités, des solutions pratiques pour la levée des contraintes qui nuisent au développement du secteur de la transformation.

Je voudrais au nom du Gouvernement Malien, remercier le Secrétaire Exécutif du CILSS d'avoir choisi Bamako pour abriter cette rencontre importante pour l'avenir des céréales sahéliennes.

Mes remerciements vont également aux donateurs, au premier rang les responsables du PRMC qui ont permis la tenue de cette 2^e rencontre régionale PROCELOS.

Je déclare ouverte la 2^e Rencontre Régionale de Promotion des Céréales Locales au Sahel.

Discours de clôture du représentant du Directeur du Club du Sahel

Monsieur le représentant du Ministre de l'Agriculture

Messieurs les représentants des Organisations Internationales

Messieurs les Opérateurs économiques et experts

Chers amis,

Nous voici au terme de cette seconde rencontre régionale du PROCELOS. Il est sans doute encore trop tôt pour déterminer ce que l'on en retiendra finalement.

La synthèse qui nous a été lu soulève de nombreuses questions : le rôle des commerçants, les problèmes de qualité, les stratégies marketing, la question des prix, de la régulation du marché, de l'appui au secteur privé, du rôle de l'Etat, etc, etc...

Cette multiplicité des thèmes de réflexion montre bien que la promotion des céréales locales ne se fera pas par quelques coups de baguette magique. Elle ne peut en tout cas pas être le fait seul des transformateurs.

Bien sûr, ceux-ci sont les acteurs principaux d'une meilleure valorisation des céréales locales.

Mais ils interviennent dans un environnement économique qui doit leur être plus favorable.

Nous avons fait le constat que les initiatives lancées depuis quelques années dans le Sahel pour promouvoir les mil, sorgho, maïs, fonio ou riz locaux n'ont encore qu'un impact limité sur la consommation et la réduction de la dépendance alimentaire.

Tant que des efforts importants ne seront pas menés pour assurer une réelle protection des produits locaux, pour assurer une meilleure régulation du marché, pour accroître la liberté de manoeuvre des opérateurs économiques, pour libéraliser les échanges régionaux, l'impact de leurs initiatives restera limité.

C'est sans doute la première conclusion à retenir de cette rencontre. _ Cela dit, les expériences qui nous ont été relatées montrent que la promotion des céréales locales n'est plus un voeu pieux.

Ces expériences rendent aujourd'hui plus crédible la véritable possibilité d'une reconquête des marchés pour le mil, le sorgho, ou le maïs.

Mais cette reconquête, et c'est là sans doute la seconde conclusion, ne doit plus se faire sur la base d'une diffusion de céréales locales comme produits de substituant aux céréales importées.

Le mil, le sorgho ou le maïs ont droit à être des produits à part entière, des produits d'avenir, de qualité et de modernité.

Ce que nous attendons à présent du programme PROCELOS, c'est qu'il contribue à préparer l'alimentation des sahéliens de demain, une alimentation diversifiée où les produits africains auront la place qui leur revient.

Concrètement vous avez indentifié des axes de travail pour le programme, en terme d'approfondissement des connaissances, d'études de solutions pratiques, de diffusion et d'échange d'information et de soutien à des actions d'intérêt régional.

Ces propositions devront être intégrées dans le programme de travail du PROCELOS pour les prochaines années.

M. GUILMETTE, Directeur du Club du Sahel informera dès la semaine prochaine, l'ensemble des agences de coopération réunies aux Pays Bas pour la réunion annuelle du Club du Sahel, des résultats de vos travaux.

Les propositions d'une quarantaine d'opérateurs économiques méritent d'être entendues.

Elles révèlent des problèmes concrets dont la résolution passe par une coordination des efforts. Permettez moi enfin de renouveler, au nom du Directeur du Club du Sahel, mes remerciements aux Autorités Maliennes pour leur active collaboration à l'organisation de cette rencontre.

Je tiens également à remercier l'ensemble des participants pour leur travail intensif, durant ces trois jours qui permet, je le crois sincèrement, d'avancer dans la recherche d'une meilleure sécurité alimentaire.

Pour finir, je voudrais vous demander de vous joindre à moi pour féliciter l'Animateur Régional PROCELOS, Jean Pierre OUEDRAOGO, les Relais Nationaux : Mme Mariame HAIDARA au Mali, Mme Fatou BA au Sénégal et M. Moussa OUEDRAOGO au Burkina, ainsi que le Comité d'Organisation pour leur compétence, leur volonté et leur dévouement.

Je vous remercie.

Discours de clôture du représentant Du secrétaire exécutif du CILSS

Monsieur le Représentant du Ministre de l'Agriculture,

Messieurs les Représentants des Organisations Internationales,

Messieurs les Opérateurs Economiques et Experts,

Honorables invités.

Alors qu'après Mindelo on se demandait où ils étaient, à Thiès, Promoteurs Privés, Sociétés d'Economie Mixte comme para publiques, Chercheurs Constructeurs et Fournisseurs étaient présents.

Heureuse évolution car se sont ces partenaires qui contribuent à résorber les excédents céréaliers, et donc à encourager la production.

Ce sont aussi eux qui proposent des gammes de produits transformés ou encore présentent un matériel ou une technologie. A Thiès la nécessité de mieux se connaître s'est avérée impérieuse.

Depuis, seul le bulletin PROCELOS a constitué un cadre d'échanges et a permis de façon limitée de faire savoir qui fait quoi en matière de transformation de céréales locales.

Aujourd'hui, à Bamako on s'interroge sur le comment faire et le mieux faire.

Trois jours durant vous avez, à travers vos communications, démontrer une fois de plus qu'il existe bien des acquis.

Une équation à plusieurs inconnues reste toute fois à résoudre.

En effet, malgré la volonté de mettre à la disposition des consommateurs des produits transformés acceptables de nombreux obstacles faisant frein à la valorisation des céréales locales subsistent et devraient être surmontés.

Il s'agit notamment de ceux liés à l'approvisionnement, à la conquête des marchés, à la présentation, à l'écoulement etc...

Les débats riches et fructueux qui ont été entamés vous ont permis de vivre les expériences réussies dans certaines filières par les uns et les autres, expériences qui serviront demain à surmonter bon nombres de problèmes que connaissent les acteurs de PROCELOS.

Néanmoins beaucoup reste encore à faire.

Il faut surtout répondre aux exigences des consommateurs.

C'est pourquoi le programme futur PROCELOS qui démarrera dans les prochains mois devra nécessairement prendre en compte les actions que vous avez identifiées comme prioritaires.

Mesdames et Messieurs, la conquête du marché , la réussite de PROCELOS commandent que vous soyez organisés.

Les Réseaux Nationaux mis en place devront constituer un cadre permanent de concertation.

Les solutions aux nombreux problèmes que vous avez identifiés ne peuvent être trouvées qu'à travers ses échanges.

Au niveau régional le CILSS mettra tout en oeuvre pour faciliter de telles rencontres.

Je voudrais encore une fois au nom du Secrétaire Exécutif, vous féliciter pour le sérieux qui a guidé vos travaux et pour la qualité de ces travaux.

Qu'il me soit également permis de réitérer toute ma reconnaissance à nos partenaires de la Communauté Internationale qui depuis 4 ans nous ont appuyé dans la mise en oeuvre de PROCELOS.

Je renouvelle particulièrement mes remerciements au P.R.M.C. qui a d'une manière constante toujours soutenu le réseau national et qui a facilité la tenue de la présente rencontre.

Vive la concertation inter sahélienne,
Vive la solidarité sahélienne,

Je vous remercie.

Discours de clôture du chef de cabinet Représentant le Ministre de l'agriculture

Messieurs les Représentants du CILSS et du Club du Sahel

Honorables invités,

Mesdames et Messieurs,

Les conclusions de vos travaux se distinguent par leurs caractères pratique et réaliste.

Elles découlent à n'en pas douter de la richesse des discussions et échanges que vous avez eus durant ces trois jours de travail. Le nombre de communications, l'intérêt soutenu que les participants ont montré tout au long des exposés sur l'expérience des différentes unités de transformation, constituent la preuve que le thème de votre rencontre régionale "commercialisation des produits céréaliers transformés" répondait à une réelle préoccupation des séminaristes.

Les communications ont montré que le secteur privé continue d'oeuvrer pour la réalisation d'actions rentables de transformation des céréales locales.

Vos échanges de vue ont permis de dégager une démarche commerciale propre à réduire les risques d'échec dans la conception et le lancement de nouveaux produits, dans la promotion de produits.

Je retiens entre autre de vos conclusions, qu'un des principes fondamentaux à respecter, pour réussir dans la transformation, consiste à prendre en compte les goûts et besoins des consommateurs avant toute action de valorisation des céréales locales.

Le consommateur doit donc être au départ et à la fin des actions de transformation des céréales locales.

Je me réjouis de constater que la logique de rentabilité économique de vos unités, peut se concilier avec la prise en compte de l'intérêt de nos populations.

Une promotion des produits céréaliers adaptée aux besoins des consommateurs peut donc contribuer de façon efficace à la garantie de la sécurité alimentaire à court et surtout à moyen terme dans nos pays.

Je voudrais inviter le CILSS à redoubler d'effort au plan national en catalysant les différentes initiatives grâce à l'effort d'information, de sensibilisation et de concertation et au plan régional, par la réalisation d'actions profitables à la valorisation des céréales locales dans la sous-région.

Mesdames et Messieurs, permettez-moi avant de terminer, de réitérer mes remerciements aux donateurs qui ont permis au programme PROCELOS d'entreprendre ses activités à savoir les Coopération Française, Néerlandaise et Canadienne et le PRMC.

Je déclare close la deuxième rencontre régionale du programme CILSS de Promotion des Céréales Locales au Sahel.

Je vous remercie.