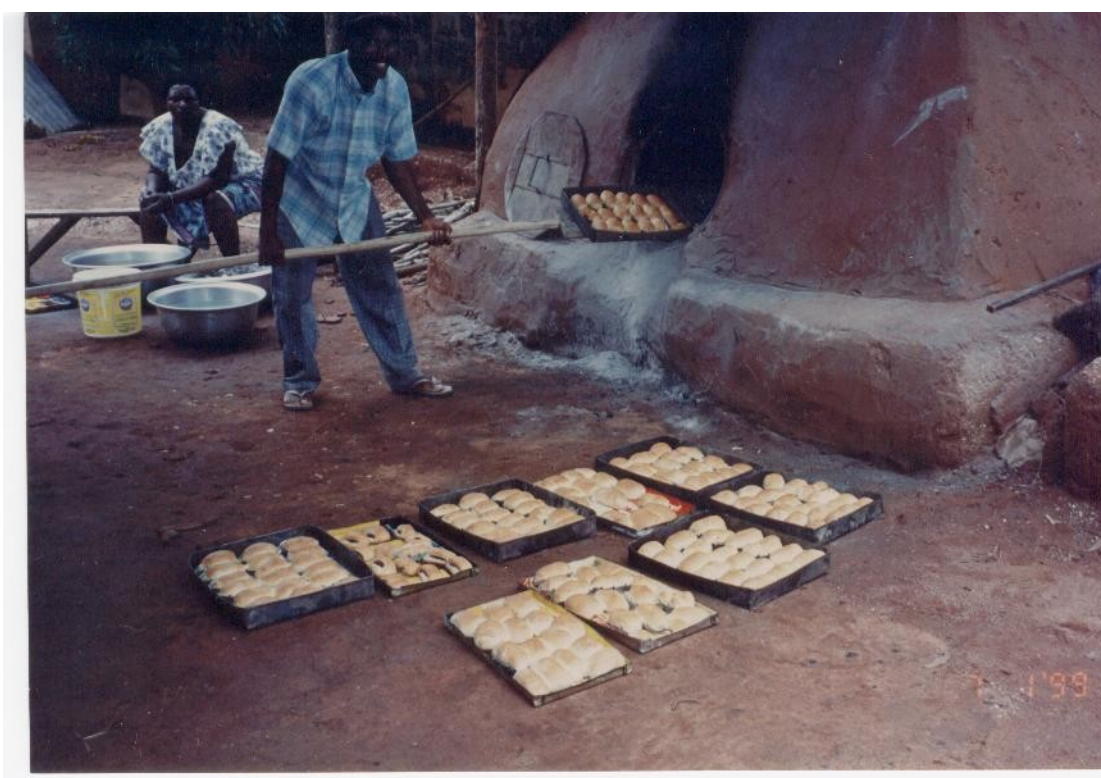


LE PROJET « BRO »

1995-2002

Côte d'Ivoire - Burkina Faso – Benin -Togo



SOMMAIRE

- I. Origines du projet**
- II. Côte d'Ivoire : naissance et première étape de la popularisation du Bro**
- III. Burkina Faso : l'introduction du Bro dans les coopératives**
- IV. Benin/Togo : des producteurs individuels dynamiques pour une production importante**
- V. Conclusions**

I. Origines du projet

Notre institution s'appuie sur une expérience de près de 30 ans de projets d'entrepreneuriat social et durable dans de nombreux pays du sud (Benin, Bolivie, Burkina Faso, Equateur, Inde, Côte d'Ivoire, Maroc, Vietnam) et sur un tissu d'organisations locales qui sont nos partenaires privilégiés. L'objectif global de nos actions, c'est avant tout de valoriser les ressources locales pour satisfaire les besoins essentiels des populations défavorisées. Aussi, dans tous les projets, notre démarche est d'une part de favoriser l'emploi grâce à la formation et le microcrédit, et d'autre part, d'organiser les communautés (self-help groups) pour qu'elles puissent assurer leur autonomie.

L'idée de valoriser des céréales dans toute l'Afrique occidentale, via l'entrepreneuriat des secteurs de la population les plus défavorisés, est donc étroitement liée à notre vision et à notre mission : la création d'emplois, basés sur les ressources locales et pour les populations locales. Cependant, elle remonte à des temps plus anciens que les années 1990. En effet, les premières expériences de « pains de farines composées » ont été impulsées par la FAO (Food and Agriculture Organization) dès 1964. Un tel projet de panification avait une visée noble : limiter la dépendance des pays d'Afrique noire vis-à-vis des pays producteurs de blé et trouver des débouchés aux céréales locales. Malgré l'ampleur des moyens mis en jeu (participation de plusieurs organismes de recherche et pays), les résultats n'ont pas été à la mesure des espoirs. Aucun succès véritable de commercialisation ne peut être signalé sauf le pamiblé au Sénégal avec une production à petite échelle. En outre, on en est toujours resté à un produit le plus proche possible en apparence de la baguette traditionnelle, ce qui limitait dès le départ la possibilité d'incorporation des céréales locales à un maximum de 15 %.

SOLIDARITÉ, consciente de ces limites mais sensibilisée aux problèmes de dépendance des pays d'Afrique occidentale, a voulu relancer le projet à la fin des années 90, au moment où les problématiques liées à la dépendance aux importations de blé devenaient de plus en plus tangibles en Afrique de l'ouest. C'est en Côte d'Ivoire (l'idée de panifier des céréales tropicales émane de ce pays) qu'une première phase expérimentale s'est déroulée de 1995 à 1997. Le projet BROCI (**bro-Côte-d'Ivoire**), suit une démarche qui s'écarte des circuits officiels et se base sur le dynamisme des femmes du milieu informel. La production et la commercialisation du *bro* sont calquées sur l'exemple de la boulangère artisanale qui produit le « pain ghana » ou « pain sucré » très connu en Afrique occidentale.

Voyons plus en détails comment a été implémenté le projet BROCI ainsi que ses « répliques » au Burkina Faso et au Bénin.

II. Côte d'Ivoire : naissance et première étape de la popularisation du Bro

Durée : 3 ans, de 1995 à 1998

Partenaires : CARITAS Côte d'Ivoire

Budget : 1 670 000 FF (255 000 € environ)

Bailleurs : Commission Européenne, INP ENSAT (Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie de Toulouse), Caisse française de développement de Côte d'Ivoire, Conseil Régional Midi-Pyrénées ("Midi-Pyrénées" Regional Council) et SOLIDARITÉ

Localisation : Abidjan, Korhogo

Principaux résultats et enseignements :

Il s'agissait de mettre au point une gamme variée de bros à partir du produit générique de céréales locales tel le mil et le maïs, de le faire connaître, de développer une unité expérimentale de « recherche-formation-production », de susciter la mise en place de petites unités de production gérées par des femmes défavorisées du secteur informel.

En moyenne, une fois la phase de production opérationnelle, entre 800 et 1000 Bros par jour était vendus. La gamme disponible était la suivante : mil sucré, maïs sucré, maïs salé, patate douce, banane, mil au thon, pizza nappée, pizza fourrée. Parmi eux, les plus vendus étaient le Bro mil sucré (1/3 de la production) et Bro banane (27 % des ventes).

Concernant la commercialisation, différents canaux ont été privilégiés. En effet, si la vente dans les kiosques et boulangeries traditionnelle a constitué la principale voie de commercialisation, ont également été introduites la vente ambulante et la distribution dans les écoles.



Afin d'encourager une large diffusion des produits, une des activités du projet a consisté à lancer une vaste campagne de communication. Basée sur le slogan « c'est plus malin, c'est très ivoirien, c'est bro », soutenue par le gouvernement ivoirien et la CE, cette campagne a bénéficié de l'implication active des medias :

- télévision (deux passages au JT et une émission spéciale Bro)
- radio (quatre passages locaux et trois sur RFI)
- plus d'une dizaine de reportages écrits dans les journaux.

Les diffusions radiotélévisées se sont étendues aux pays voisins (Burkina Faso, Mali, Niger, Cameroun, Benin, Togo), ce qui a permis de faire connaître le Bro dans ces pays d'Afrique subsaharienne qui produisent notamment du mil et du maïs, mais qui sont encore dépendants d'importations de produits alimentaires et surtout céréalières, dont le blé. Ainsi, quelques 350 demandes d'information et de formation sont parvenues à BROCI de la part d'organisations locales, de groupements paysans, d'universités, de centres de recherche et même de boulangers de ces pays.

De telles retombées ont encouragé SOLIDARITÉ à étendre son action aux pays voisins. Ainsi, le bilan global de ces trois années a été positif et prometteur pour l'expansion du Bro en Afrique.



III. Burkina Faso : l'introduction du Bro dans les coopératives

Durée : 4 ans, de 1999 à 2002

Partenaires : CARITAS Burkina Faso, FAARF (Fonds d'Appui aux Activités Rémunératrices des Femmes), PAG-LA-YIRI

Budget : 265 995 FF (environ 40 550 €)

Baillleurs : Conseil Régional MP (105 600 FF), SOLIDARITÉ.

Localisation : Ougadougou, province du Sourou et Bobo-Dioulasso

Résultats principaux et leçons :

Outre la vente individuelle et en kiosques, le Burkina Faso a vu le développement de la production de bros au sein de coopératives, parmi lesquelles, la coopérative féminine de Bobo-Dioulasso Cet ancien lycée technique reconverti en coopérative féminine, et géré par une congrégation, accueille des jeunes filles sans activité, les forme, et les aide à s'insérer dans une activité professionnelle. Du à la présence de filles formées aux méthodes bros au sein de l'établissement, la production s'est rapidement répandue, et les ventes ont très vite connu un franc succès.

En parallèle, a été initié le projet des « 1000 jeunes filles » dans deux centres de formation de la province du Sourou. Ces centres accueillant respectivement 500 jeunes filles par année scolaire ont vocation à former les apprenties à des activités génératrices de revenus diverses, afin qu'elles puissent s'installer ensuite dans leur village respectif. Parmi ces activités, une section « bros » a été introduite, la vente se faisant lors des cérémonies (remises de diplômes, fêtes religieuses..) et chaque dimanche matin auprès de la population locale.

Ces structures ont pour principal avantage le fait qu'elles soient deux lieux de formation de jeunes filles : cela pousse à la diffusion et à la promotion du bro, dans les villages, ainsi que dans les villes (la coopérative Hamdallaye est située au centre de Bobo-Dioulasso). En outre, elles ont très vite intégré le bro et fonctionnent de manière autonome, puisque ce n'est pas leur seule production. Ceci est un gage de la viabilité du projet.



IV. Bénin / Togo : des producteurs individuels dynamiques pour une production importante

Durée : 4 ans, de 1999 à 2002

Partenaires : APRETECTRA (Association des Personnes Rénovatrices des Technologies Traditionnelles)

Budget : 4 212 500 FCFA (environ 42 125 €)

Localisation : départements d'Ouémé, Plateaux, Atlantique, Couffo, Collines, Zou, Borgou et Atacora communautés d'Azovén, Comé, Cocotomey, Fidjrossè-Cotonou, Ouidah et Bohicon

Baillleurs : Conseil Régional MP (132 000 FF), SOLIDARITÉ.

Résultats principaux et leçons :

Bénéficiaires directs : 6 groupements de boulangères de 7 membres chacun et les membres de leurs familles respectives soit 210 personnes des communautés d'Azovén, Comé, Cocotomey, Fidjrossè-Cotonou, Ouidah et Bohicon

Bénéficiaires indirectes : 1 180 000 clients, consommateurs de BRO béninois

Objectifs généraux :

- installer 6 boulangeries semi-artisanales
- réaliser une production croissante sur 5 ans (de 451 800 à 2 075 400 bros de divers types)
- concevoir et mettre en œuvre une stratégie de promotion des bros

Le projet Bro s'est fait connaître au Bénin en 1999. En effet, une soixantaine de personnes de 5 pays d'Afrique francophone (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Togo, Sénégal) ont été réunies à Comé (département du Mono) pour une formation organisée par M. Victor Moreira (expert international en panification) et M. Jacques Berthelot (professeur à L'ENSAT), tous deux membres de SOLIDARITÉ, sur la production et la commercialisation des bros. A l'issue de la formation, une trentaine de femmes boulangères ont pu démarrer une production de bro au Bénin et au Togo. Une unité de production expérimentale a d'autre part été installée à Comé.

Au Bénin, la majorité de la production s'est faite de manière individuelle, et au sein du centre féminin de Berembéké.

Une étude de marché a été menée afin d'évaluer la diffusion du bro dans le pays. Les résultats de cette étude montrent qu'au niveau des consommateurs (étude réalisée sur un échantillon de 328 personnes à Cotonou, Porto Novo et Barakou), 82,3 % des enquêtés préfèrent le Bro au pain de blé traditionnel contre 12,2 % qui ont un avis contraire. Les 5,5 % restants sont sans opinion. Ces résultats, très encourageants s'expliquent par :

- le fait que la fabrication des bros encourage la production locale et l'autoconsommation (cette image d'un produit « local » est très appréciée des béninois)
- la capacité de réplétion du produit (les formations sont courtes, les techniques facilement diffusables et adaptables aux différents contextes locaux)
- le caractère très nourrissant du produit, compte tenu de sa forte teneur en céréales telles que le mil ou le sorgho.

Si l'engouement des consommateurs est indéniable, on note qu'au niveau des distributeurs, la connaissance du produit est restée limitée en fin de projet. En effet, seuls 5 % des distributeurs interrogés ont déclaré avoir connu le produit ; ceux -mêmes qui en ont entendu parler lors d'émissions télévisées, ou lors d'un débat télévisé organisé autour du produit par APRETECTRA et SOLIDARITÉ. Néanmoins, une fois le produit présenté, 67 % des enquêtés manifestent le désir de proposer le bro aux consommateurs contre 29 % qui hésitent à s'engager dans la distribution de ce produit.

Ainsi, contrairement au BROCI qui avait largement investi dans la promotion, le projet Bénin s'est peut être un peu trop focalisé sur l'encouragement de l'installation et de la production. Le bro, bien que culturellement accepté, y est donc encore peu connu.

Pour l'ensemble des projets, SOLIDARITÉ a encouragé de manière systématique la dimension « recherche appliquée ». De ce fait, des liens plus ou moins étroits, voire même des partenariats, ont été établis avec différents instituts de recherche en agronomie qui travaillent sur les questions de farines et panification de céréales tropicales. On peut citer parmi eux :

- l'ITRA (Institut Togolais de Recherche Agronomique) qui menait trois projets de recherche en panification au moment du projet, sur le manioc, le sorgho et l'igname
- le CERNA (Centre Régional de Nutrition et d'Alimentation Appliquées), organisme rattaché à l'Université Nationale du Bénin.



V. Conclusions

La réduction de la dépendance aux importations de blé en Afrique de l'Ouest et la contribution à la souveraineté alimentaire dans ces pays est capitale. La transformation, la panification et la promotion de céréales locales doivent y être encouragées.

Malgré ces quelques tentatives qui ont amené à des résultats très encourageants, les diverses difficultés rencontrées (crise en Côte d'Ivoire, organisation, matériels...) n'ont pas permis une expansion significative du Bro.

Les études menées par J. Berthelot, les leçons tirées des précédentes expériences et la conjoncture actuelle nous assurent qu'une nouvelle tentative d'introduction à haute échelle du Bro est parfaitement réalisable et prometteuse.