



Action Sud

AVSF

---

**PROGRAMME D'APPUI AU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DE LA CASAMANCE**

---



**ETUDE EXPLORATOIRE DU MARCHÉ DES PRODUITS FORESTIERS NON LIGNEUX (PFNL)**

**RAPPORT FINAL**

## SOMMAIRE

Liste des tableaux : .....	3
INTRODUCTION .....	4
1.. Contexte et justification de l'étude .....	4
2.. Méthodologie d'approche .....	5
A.. CARACTERISATION TERRITORIALE .....	7
1.. Les zones de production des PFNL .....	7
2. . Le profil des principaux produits .....	7
B.. ANALYSE EXPLORATOIRE DES PRODUITS FORESTIERS NON LIGNEUX FRAIS .....	8
1.. Offre de produits frais .....	8
2. . La demande de produits forestiers frais : .....	14
2.1. La demande de produits forestiers frais: .....	14
2.2. Problèmes et contraintes spécifiques de la demande .....	14
C.. ANALYSE EXPLORATOIRE DES PRODUITS PFNL TRANSFORMES .....	15
I.. OFFRE DE PFNL TRANSFORMES .....	15
1.1.1. Production, commercialisation .....	15
1.1.2. La Consommation nationale .....	16
1.1.3. Prix des produits offerts .....	16
1.1.4. Préférences et motivations des consommateurs: .....	18
1.1.5. Problèmes et contraintes spécifiques à la transformation .....	18
D.. ORIENTATIONS STRATEGIQUES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE .....	21
1.. Opportunités de marchés .....	21
2.. Stratégies d'actions .....	22
E.. ANNEXES .....	25
Annexe 1 : Analyse des coûts de production sur certains fruits forestiers transformés .....	25
Annexes 2 : Approche méthodologique .....	28
Annexe 3 Acteurs .....	33

**Liste des tableaux :**

Tableau n° 1 : Noms scientifiques des essences

Tableau n° 2 : Evolution de la production contrôlée des pfnl frais

Tableau n° 3 : Destination des fruits forestiers frais (maad, buy, dakhar, ditakh)

Tableau n° 4 : Marchés et prix des produits transformés

Tableau n° 5 : Analyse contextuelle des acteurs de la filière des produits forestiers non ligneux (pfnl)

Tableau n°6 : Plan stratégique de développement de la filière

**Rentabilité de quelques produits des unités des unités artisanales**

Tableau n° 7.1 Rentabilité Sirop de Tamarin:

Tableau n° 7.2 : Rentabilité Sirop de Madd

Tableau n° 7.3 : Rentabilité Sirop de ditax

Tableau n° 7.4 : Rentabilité Jus de tamarin

Tableau n° 7.5 : Rentabilité Jus de madd

Tableau n° 7.6 : Rentabilité Jus de ditakh

Tableau n°8 : Quelques commerçants (actifs dans le commerce des fruits forestiers frais)

Tableau n° 9 : Quelques entreprises de transformation industrielles ou semi-industrielles (fournisseurs de produits transformés aux grandes surfaces de Dakar)

Tableau n°10 : Quelques clients des unités de transformation de Casamance

## INTRODUCTION

### *1.. Contexte et justification de l'étude*

#### ❖ **Contexte et problématique de l'étude**

Financé dans le cadre de la coopération Canado- Sénégalaise le Programme d'Appui au Développement économique de la Casamance (PADEC) a pour finalité de contribuer à la réduction de l'incidence de la pauvreté en Casamance en favorisant le développement des filières porteuses.

Le développement de ces filières porteuses devra permettre de renforcer la situation des petits producteurs en marge de l'économie de marché et d'améliorer concrètement et progressivement leurs revenus. Aussi le Programme travaille avec les structures d'appui étatiques ou privées pour leur donner des outils leur permettant d'offrir des services de qualités aux opérateurs et opératrices ciblés.

Dans la filière PFNL, les quatre sous- filières (madd, pain de singe, tamarin et de ditakh) sont retenues parce qu'elles offrent d'importantes opportunités économiques aux populations notamment dans le domaine de la transformation.

La transformation des PFNL constitue une réelle opportunité économique en termes de valeur ajoutée en général et de valorisation des fruits forestiers qui, en l'état frais ne sauraient accéder aux marchés porteurs. Toutes ces raisons ont motivée le PADEC à lancer cette étude pour asseoir des stratégies commerciales de développement des filières suivant une approche chaîne de valeur qui exige, entre autres éléments, une maîtrise des conditions du marché, des motivations d'achat des consommateurs et le processus nécessaire à la mise sur le marché d'un produit.

La finalité sera de développer des outils et des stratégies pour mieux appuyer cette filière afin de produire une plus value au niveau local.

Il faut souligner que des unités de transformation des PFNL foisonnent en Casamance naturelle depuis plus de 15 ans mais elles n'ont bénéficié à présent que de rares appuis de la part de pouvoirs publics et des projets et programmes ceci après une dizaine d'années de forte croissance.

Cet intérêt des entrepreneurs ou promoteurs pour la valorisation des produits locaux est combiné avec l'absence ou la méconnaissance du marché pour ceux-ci.

Ce contexte est marqué par une grande disponibilité de ces produits au niveau de la Casamance Naturelle.

Le but de cette étude est d'apporter des réponses stratégiques et opérationnelles relatives aux problèmes de marchés possibles pour ces produits transformés.

Cette mission a été confiée à un consortium de deux ONG intervenant en Casamance, AVSF (Agronomes Et Vétérinaires Sans frontières) et ASZ (Action Sud).

Au nom de ces deux structures, Mrs Bougoupé Coulibaly (Ingénieur Agronome) et Papa Ousseynou Sané (Agro-Economiste) ont piloté la présente étude.

## **2.. Méthodologie d'approche**

### **❖ Méthodologie de l'étude**

Des interviews et enquêtes ont été réalisées avec des agents représentant différents maillons de la filière notamment la production, la transformation, la distribution, services d'appui aux promoteurs, afin d'identifier les produits, cartographier les marchés, identifier les acteurs clés, les contraintes et les idées de solution.

Le travail de la mission a consisté à réaliser une étude de marché sur les fruits forestiers notamment sur quatre (04) sous- filières à fort enjeu de croissance et qui jouent un rôle important dans la sécurité alimentaire :

- Le buy ou fruit du baobab (*Adansonia digitata*) : il s'agit d'un produit très demandé pour ses fruits dont la pulpe est consommée comme boissons, pour ses feuilles qui entrent dans la préparation du couscous et de certaines sauces, et pour ses graines dont on extrait une huile très demandée par l'industrie cosmétique en Europe. La poudre de baobab est un nouvel aliment très recherché en Europe.
- Le maad (*Saba senegalensis*), qui porte un fruit très consommés en frais.
- Le ditax (*Detarium senegalensis*), qui donne un fruit très consommés en frais.
- Le tamarinier ou Dakhar (*Tamarindus indica*), qui donne un fruit très consommés en frais.

### **❖ Rappel de l'objectif de l'étude :**

L'étude visait à :

- Produire des données statistiques sur la production, l'importation et l'exportation des produits forestiers non ligneux à usage alimentaires,
- Elaborer une cartographie de la répartition de la production et des principaux acteurs des différents maillons de la filière pour l'ensemble du Sénégal,
- Identifier les opportunités commerciales offertes aux acteurs de la filière,
- Définir les exigences en matière d'hygiène, de qualité et de technologies,
- Construire les stratégies à développer pour accéder aux marchés porteurs en tenant compte des expériences réussies existantes et du niveau de la concurrence,
- Présenter les principaux débouchés au niveau national et à l'export,
- Proposer des voies de valorisation des circuits du marché dit conventionnel ainsi que les segments du marché du commerce équitable et Bio,
- Elaborer des propositions concrètes de stratégies d'appui des opérateurs et opératrices et ce dans une démarche chaîne de valeur.

-

❖ **Méthodologie et champ de l'étude ( la description détaillée de la méthodologie est présentée en annexe)**

L'étude a été menée à travers un processus basé sur une succession de phases combinant enquêtes formelles et interviews semi-structurées. Les informations de chacune des phases ont permis de construire le présent rapport.

L'étude a été réalisée à partir du développement de cinq questionnaires ciblant les principaux acteurs de la chaîne de valeurs et qui sont notamment :

- Un questionnaire producteur collecteur,
- Un questionnaire unité de transformation,
- Un questionnaire distributeurs,
- Un questionnaire commerçant intermédiaire,
- Un questionnaire consommateur,
- Le questionnaire concernant les producteurs collecteurs a été administré au niveau des trois régions de la Casamance Naturelle. Il s'agit notamment de Kolda (38, 89%), Sédhiou (19,44%) et Ziguinchor (41,67%). Il a permis de toucher 7 départements et 15 collectivités locales. Il a abouti à l'interview de 36 acteurs.
- Concernant les unités de transformation 26 questionnaires ont été administrés. 61,57% sont situées en Casamance naturelle et 38,4% dans le reste du Sénégal.
- Les distributeurs touchés par l'étude sont au nombre de 15 et sont situés dans six localités.
- Les commerçants et intermédiaires touchés par l'enquête sont au nombre de 154 pour tout le Sénégal notamment Bignona, Ziguinchor, Kolda, Diendé, Thies, Kaolack, Touba, Dakar.
- Les consommateurs ont été amenés à donner leurs avis. Ainsi, 71 consommateurs ont été interviewés dans 49 villes dont Bignona, Ziguinchor, Kolda, Sédhiou, Kaolack, Thies, Touba et Dakar

## A.. CARACTERISATION TERRITORIALE

### 1.. Les zones de production des PFNL

La zone d'intervention du PADEC est constituée de nombreuses formations forestières abritant d'importantes espèces végétales à usage multiple. Elles fournissent aux populations locales un ensemble de produits destinés à la satisfaction des besoins alimentaires. En plus de ces aspects alimentaires, ces forêts, à travers les autres produits qu'elle procure, (feuilles, racines, écorces, piquets divers, fourrage, gibier, résines et gommes) contribuent à la satisfaction d'autres besoins notamment d'habitation, de médecine traditionnelle, etc...

Les Produits Forestiers non Ligneux (PFNL) jouent un rôle important dans l'amélioration de revenus des populations et la création d'emplois.

### 2. . Le profil des principaux produits

Les principaux fruits forestiers concernés par cette étude proviennent des essences suivantes:

**Tableau n° 1 : Noms scientifiques des essences**

	Noms scientifiques de l'arbre
Buy	Adonsonia digitata
Dakhar	Tamarandus indica
Ditakh	Detarium senegalensis
Maad	Saba senegalensis

- Ditakh :

Le fruit se caractérise par sa pulpe verte et a une importante teneur en acide ascorbique environ 2g pour 100g de matières fraîches, et une faible teneur en eau. C'est un fruit très populaire et sa pulpe est largement consommée au Sénégal sous forme de jus, nectar, marmelade, sorbets, ou directement consommé frais. Par ailleurs, le fruit disposerait également de vertus thérapeutiques ; il est utilisé dans le traitement de la toux, des douleurs de reins.

- Madd :

- Cette liane aux feuilles vertes foncées, a des fleurs blanches très parfumées qui donnent des fruits comestibles, sucrés et acidulés.

- Il a des propriétés pharmacologiques : antiseptique, cicatrisante, anti-inflammatoire.

- Pain de singe :

Les baobabs sont des plantes forestières mais les paysans commencent à développer des plantations.

Un baobab produit en moyenne 200 kg de fruits mais la production en est très fluctuante voire même absente certaines années.

- Tamarin :

Le tamarinier porte des gousses pouvant contenir jusqu'à une dizaine de graines brunes qui sont enveloppées dans une abondante pulpe acide. Le fruit s'appelle le tamarin. La pulpe du fruit a une teneur exceptionnelle en calcium et contient aussi de nombreux autres éléments tels que le phosphore. Le composé principal responsable de l'arôme de la pulpe est l'acétyl-furanne. Le tamarin, est un fruit non climactérique, qui doit être impérativement cueilli lorsqu'il est parfaitement mûr. Après écosage, la pulpe peut être soit séchée au soleil être ensuite stockée plusieurs mois sans altération notable de sa qualité. Pratiquement toutes les parties de l'arbre sont valorisées notamment dans des préparations alimentaires ou pour leurs propriétés médicinales. Cependant, le fruit est la partie la plus largement exploitée (jus, boisson sucrée, condiment, confiserie). La transformation traditionnelle du tamarin pour la préparation de plats et de boissons est très répandue.

## **B.. ANALYSE EXPLORATOIRE DES PRODUITS FORESTIERS NON LIGNEUX FRAIS**

### **1.. Offre de produits frais**

#### **1.1. Production, commercialisation**

Au Sénégal, les fruits forestiers tels que le madd, le pain de singe proviennent en grande partie de la Casamance et de Kédougou. Cependant les marchés sont aussi inondés par les mêmes produits en provenance de la Guinée Bissau, de la Guinée Conakry ou parfois même du Mali. A Thies, le madd est importé en grande partie par les maliens. Le ditakh provient essentiellement de la Casamance et de Foundiougne. Les principaux produits forestiers non ligneux offerts sur le marché national sont constitués La région de Ziguinchor constitue la principale zone de production et d'exploitation des produits forestiers non ligneux notamment pour le madd, le pain de singe, ditakh et le tamarin. La région de Kolda vient en deuxième position particulièrement en ce qui concerne le madd.

Malgré un potentiel important, l'exploitation des PFNL connaît une baisse tendancielle depuis quelques années particulièrement en Casamance relativement au madd (-241%). Du coup les grands banabananas s'orientent de plus en plus vers Kédougou pour ce produit.

Ce phénomène pourrait constituer un axe de recherche pour l'ISRA et les Eaux et Forêts.

Tableau n° 2 : Evolution de la production contrôlée des pfnl frais

Fruits et Gousses (kg)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Variation
Tamarin	274 022	150 822	122 970	297 745	78 354	102 139	-168%
Pain de singe	3104955	2880023	2 695 014	2 406 209	3 037 787	2 143 277	-45%
Ditakh	393 528	872 877	607 832	402 342	777 273	285 671	-38%
Madd	2370349	1542334	1 240 562	958 706	940 519	694 544	-241%

Données statistiques au niveau national des PFNL

### Fruit du baobab



### Quelques normes pour les fruits forestiers bruts

- Fournir des fruits en coque non cassé, sans fissure, sans tige, et pas contaminé par des parasites.
- Fournir les fruits secs et murs.
- Fournir des fruits dont la taille est minimum 15 cm.
- Présenter des sacs de fruit de Adansonia digitata sans corps étrangers.
- Fournir des sacs de fruit de Adansonia digitata (baobab) bien remplis et bien cousus

### Si le fruit du baobab est décortiqué:



- Fournir les fruits secs et murs.
- Fournir les fruits pas contaminés par des parasites.
- Présenter des sacs de fruit sans corps étrangers.
- Fournir des sacs de fruit bien remplis et bien cousus
- Fournir des produits de qualité
- Bien bâché les produits au moment du chargement et pendant tout le trajet, peine le non retrait de la marchandise

### caractéristiques organoleptiques du buy décortiqué

- Aspect : Poudreux, farineux
- Couleur: Blanchâtre

### Ditakh



- Respecter le niveau de maturité
- Fournir des fruits en coque non cassé, sans fissure
- Mettre dans un conditionnement adéquats
- Respecter les principes d'hygiènes
- Absence de corps étrangers dans le produits

## Madd



- Respecter le niveau de maturité
- Fournir des fruits en coque sans blessure sur l'enveloppe pouvant servir de portes d'entrée à une contamination
- Mettre dans un conditionnement adéquats
- Respecter les principes d'hygiène
- Eviter un mad récolté en saison pluvieuse (le mad durant cette période devient amer)
- Absence de corps étrangers dans le produits

## Dakhar



- Respecter le niveau de maturité
- Couleur : brun rougeâtre
- Mettre dans un conditionnement adéquats
- Respecter les principes d'hygiènes
- Absence de corps étrangers dans le produits

### 1.2. Principaux acteurs impliqués dans l'offre de pfnl frais

L'offre de PFNL frais est assurée par divers acteurs intervenant à divers maillons. Chaque acteur joue une fonction spécifique et engrange des marges bénéficiaires variant d'un maillon à un autre selon les conditions du marché.

Ce sont notamment :

a. **Les producteurs/ collecteurs**

Ils habitent dans les terroirs villageois riverains des zones de peuplement des essences forestières. Ces producteurs assurent la collecte primaire des produits dont une grande partie est vendue aux commerçants (locaux ou nationaux) et aux unités de transformation.

b. **Les commerçants**

Ils sont en contact direct avec les producteurs. Ils achètent bords champs les produits, les regroupent pour les acheminer vers les points de vente.

c. **Les coxeurs**

Ils jouent le rôle de courtiers; ils assurent la collecte secondaire et de l'expédition des produits vers leur destination finale au profit généralement de commerçants nationaux moyennant une prime (ou mandat) calculée au tonnage (entre 7 à 15 K/kg ou au forfait).

**1.3. Principales destinations des PFNL frais**

Les destinations principales sont les marchés de Diaobé, Dakar (Tilène, Sandaga, marché au Poisson), Kolda, Touba, Bignona et Dinguiraye. Le camion est le principal moyen utilisé pour le convoyage des produits.

**Tableau n° 3 : Destination des fruits forestiers frais (maad, buy, dakhar, ditakh)**

	Points de vente	Type de produit				Total
		BOUYE	DAKHAR	DITAKH	MADD	
Zones	BAILA	1			1	2
	BIGNONA			2	8	10
	DAKAR	6	1	3	13	23
	DIAOBE	13	4		39	56
	DINGUIRAYE	4			6	10
	FATICK				1	1
	KAOLACK	1		2	6	9
	KOLDA	4			12	16
	SEDHIOU	3			1	4
	THIES	1			5	6
	TOBOR			1		1
	TOUBA	1			11	12
	ZIGUINCHOR				4	4
	<b>Total</b>		<b>34</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>107</b>

#### 1.4. Prix des produits offerts

Les prix payés sont très variables en fonction des maillons de la chaîne de distribution et du niveau général de l'offre et de la demande. Au niveau des zones de production les commerçants achètent les PFNL à des prix négociés relativement très faibles par rapport à ceux offerts aux points de destination. L'éventail des prix peut atteindre dans certains le seuil de 150 % selon les produits.

##### Dans les zones de production

Les prix observés dans les zones de production se comportent comme il suit:

- Bouye (pain de singe) : 90 à 110 F le Kg ;
- Madd : 70 à 100 F le Kg
- Tamarin : 220 à 500F/Kg ;
- Ditakh : 60 à 100 F/Kg ;

Pour les contrats d'approvisionnement les prix proposés sont :

- Baobab concassé : 190 à 250 F le kg
- Baobab en coque : 75 à 100 F le kg

### Les prix au niveau des marchés urbains

Les produits des PFNL frais se présentent ainsi au niveau des marchés urbains :

- Bouye (pain de singe) : 200 à 350 F/Kg ;
- Madd : 200 à 750 F le Kg
- Tamarin : 300 à 900 F/Kg ;
- Ditakh : 300 à 800 F/Kg ;

#### **1.5. La concurrence**

Le marché national des PFNL frais est approvisionné par la production nationale mais également par des produits en provenance des pays comme le Ghana, la République de Guinée , la Guinée Bissau, la Gambie, le Burkina Faso et le Mali. D'autres produits comme le ditakh sont offerts par le Togo et la Côte d'Ivoire.

Au plan international, les principaux fournisseurs sont la Thaïlande, l'Indonésie, l'Egypte, le Singapour, le Myanmar, le Soudan et l'Australie. De bonnes opportunités commerciales s'offrent au Sénégal en Afrique du Nord, au Proche et Moyen Orient où la demande n'a cessé de croître.

#### **1.6. Problèmes et contraintes spécifiques du marché de l'offre**

Les principaux problèmes affectant l'offre nationale de PFNL frais justifiant la baisse tendancielle de la production sont essentiellement:

- Les mauvaises pratiques de récolte des fruits forestiers consistant à couper les branches portant les fruits rendant ainsi préjudiciable la durabilité des produits;
- Une faible implication des populations notamment riveraines des forêts dans la gestion des ressources naturelles;
- La forte pression des populations sur les espèces forestières à des fins domestiques et de création de revenus particulièrement dans les zones paisibles de la Casamance ;
- Une mauvaise organisation des acteurs impliqués dans l'exploitation des PFNL.
- La non maîtrise du Code forestiers par les acteurs
- La persistance des feux de brousse dans des zones à forte production.
- Le non respect des exigences de la qualité des produits

## **2. . La demande de produits forestiers frais :**

### **2.1. La demande de produits forestiers frais:**

La demande nationale des PFNL frais est :

- d. Des ménages pour la satisfaction de leurs besoins de consommation
- e. Des unités de transformations artisanales et industrielles qui achètent des produits frais destinés à la transformation en vue de la production de produits finis
- f. Des commerçants revendeurs ;
- g. Des entreprises d'exportation spécialisées dans le traitement secondaire et le conditionnement des produits frais

Au plan international, c'est au niveau tamarin et fruit du baobab que la demande est forte particulièrement en Europe et en Amérique du Nord pour les besoins de transformation. On note aussi une demande non négligeable en Asie de l'Est, Asie du Sud, Afrique et au, Moyen Orient.

Le Tamarin connaît une demande très forte au niveau international. Sa culture est très développée dans les pays comme les Etats unis (second producteur mondial), le Brésil, le Costa Rica, Cuba, Guatemala, Mexique, Nicaragua, Porto Rico.

### **2.2. Problèmes et contraintes spécifiques de la demande**

La demande de produits devient de plus croissante par rapport à une offre qui semble marquer le pas depuis quelques années. . De plus, elle devient de plus exigeante en termes de qualité et d'hygiène particulièrement au niveau des entreprises d'exportation et de transformation. Des efforts importants devront être développés pour une amélioration significative et positive de la qualité de la production nationale. Une grande partie de la demande nationale est aujourd'hui satisfaite par les produits provenant des pays comme la Guinée Bissau, la République de Guinée et autres.

## **C.. ANALYSE EXPLORATOIRE DES PFNL TRANSFORMES**

Depuis quelques années, l'on assiste à un développement soutenu des activités de transformation des produits PFNL avec l'émergence de petites et micro entreprises installées le plus souvent dans les agglomérations urbaines.

L'environnement des entreprises de transformation reste favorable en raison des options prises par les pouvoirs publics dans ce domaine, de la présence de programmes spécifiques de partenaires au développement locaux et étrangers et de l'accompagnement par la recherche et par les organismes d'appui. Les activités de transformation de ces produits sont majoritairement investies par les femmes à travers des GIE ou individuellement.

### **I.. OFFRE DE PFNL TRANSFORMES**

#### **1.1. Offre nationale des principaux produits transformés**

##### **1.1.1. Production, commercialisation**

L'offre est composée des produits fabriqués à l'échelle nationale et de ceux importés

Au niveau national, l'offre est le fait de micro et petites entreprises individuelles et collectives à majorité artisanales. Les produits offerts par ces entités sont constitués de jus et sirops de bissap, bouye ou pain de singe, gingembre, mangue, tamarin, madd et ditakh. Le jus et le sirop sont conditionnés en bouteilles de plastique de 0,25 et 1 litre. Le sachet en plastique (épaisseur moyenne de 60µ est aussi très présent, en particulier dans le commerce de proximité pour la consommation individuelle ou lors des cérémonies. D'autres produits, comme les confitures, sont conditionnés en bocaux de 400 gr et les mangues séchées sont présentés en sachets de plastique (100Gr).

Les produits des unités artisanales sont moins visibles que ceux industriels. Ils sont le plus souvent fabriqués pour répondre à des demandes ponctuelles ou des besoins de participations à des manifestations commerciales. Leurs principales destinations sont les fast food, restaurants, boutiques des stations d'essence, etc.

Par contre, les entités industrielles (Baobab des Saveurs, Transfrulec, Esteval et Fruitales,), installées pour la plupart dans les grands centres urbains (Dakar, Thiès, Mbour, Kaolack), sont caractérisées par une très grande capacité de production et de diversification. Elles disposent de plusieurs lignes de production. Leurs produits sont plus élaborés et largement plus chers. Ils sont distribués à grande échelle par les supérettes, Select, les Leader Price, les casinos et certaines épiceries. Au niveau de Ziguinchor, on note la présence de deux grands distributeurs de produits transformés à savoir Sélect du Rond Point Jean Paul II et la supérette SARA distribuent les produits transformés. Contrairement aux unités artisanales, elles développent un très grand programme marketing pour la commercialisation de leurs produits.

A côtés de cette production nationale, on trouve une gamme variée de produits importés en provenance de pays européens, asiatiques, d'Amérique et d'Afrique ((France, Espagne, Danemark, Maroc, Egypte, Turquie, Chine, Afrique du Sud, Brésil). Ces produits sont plus élaborés et généralement plus compétitifs par rapport

à l'offre nationale. Plusieurs marques (jus, sirops, nectars, marmelades, confitures) sont répertoriées notamment Duval, Presséa, Sunquick, Orangina etc.

### **1.1.2. La Consommation nationale**

La consommation nationale des fruits forestiers transformés est très importante dans les ménages. Les fruits consommés sont les jus de madd, de bissap, de Buy. Les sirops de bissap, de tamarin, de ditakh et de la poudre de Buy sont fortement sollicités par les populations auprès des unités de transformation pendant les cérémonies familiales (baptêmes, mariages...). La poudre de Buy reste quant à elle, bien prisée pendant les fêtes de pâques parce qu'elle entre dans la préparation du traditionnel plat appelé „ngalakh“. La grande difficulté des consommateurs réside dans le fait que les fruits forestiers transformés ne soient pas disponibles dans le marché en tout temps et en toute saison

### **1.1.3. Prix des produits offerts**

Les produits sont vendus selon le marché visé à des prix différents.

#### Marché national

- Poudre de bouye à 1 500 FCFA/kg
- Sirop de dakhar, Sirop de ditax, de buye, de madd : 2 500 F CFA le litre
- Jus de dakhar, de ditax, de buye, de madd : 1 000 F CFA le litre
- Confiture de madd

#### Marché européen

- Poudre de bouye à 5 euros le kilo
- Sirop de dakhar, Sirop de ditax, Sirop de buye, Sirop de madd : 7 euros le litre
- Confiture de madd

**Tableau n° 4 : Marchés et prix des produits transformés**

Produits	Unité	Marchés des PFNL (produits transformés)					
		Ziguinchor		Kolda		Dakar	
		Unité de transformation (UT)	Rue	UT	Rue	UT	Rue
Jus de maad	Bouteille 1,5 l	1 000		1 000		1 000	
	Sachet	100		100		100	
Sirop de maad	Bouteille 1 l	2 000		2 250		2 000	
Poudre de buy	Sachet 1 kg			1000			
Jus de buy	Bouteille 1 litre	1 000		1 000		1 000	
Sirop de buy	Bouteille 1l	2 000		2 250		2 000	
Confiture de buy	bocal	500		500		500	
Sirop de ditakh	Bouteille 1l			2 250			
Jus de ditakh	sachet	100		100		100	
	Jus	1 000		1 000		1 000	
Sirop de tamarin	Bouteille 1l	2 000		2 250		2 000	
Jus de tamarin	Sachet	100		100		100	
	Bouteille 1l	1 000				1 000	

#### **1.1.4. Préférences et motivations des consommateurs:**

Les principales motivations d'achat des consommateurs se fondent sur les prix, la valeur nutritive et médicinale des produits mais également la qualité et l'hygiène.

La sécurité sanitaire est apparue véritablement comme une des principales préoccupations des acteurs des chaînes de valeurs particulièrement niveau de la consommation finale et de la chaîne de distribution.

Les acheteurs et consommateurs veulent des produits répondant aux normes de qualité dans son acception la plus large. A titre d'exemple, on citera les produits ci-après ;

- Buy : Hygiène, absence de sable, sans fibre, couleur blanche, produit sec
- Ditakh : Hygiène, couleur verte et sucrée
- Madd : Hygiène, couleur jaune et sucrée
- Tamarin : Hygiène, couleur brun rougeâtre.

Leur sensibilité à certains aspects de la sécurité sanitaire porte notamment sur les risques d'origine biologique et physique. Ces risques biologiques et physiques proviennent des différentes étapes du processus de production. En effet, les différentes manipulations peuvent entraîner des contaminations d'ordre microbiologique affectant la qualité du produit.

#### **1.1.5. Problèmes et contraintes spécifiques à la transformation**

Le développement des fruits forestiers transformés se heurtent à un certain nombre de contraintes.

Les produits transformés de façon générale ont une mauvaise image sur le marché en raison de leur mauvaise qualité entraînant une méfiance au niveau des distributeurs et des consommateurs.

Les techniques et technologies de transformation sont souvent inadaptées voire peu performantes à l'obtention d'un produit de forte qualité marchande homogène. De plus, l'emballage et les conditions de stockage sont inaptes à conserver la qualité. La grande majorité des unités ne présentent pas des garanties d'hygiène suffisantes.

Le processus de contrôle de qualité et d'application la réglementation sur les bonnes pratiques d'hygiène et de fabrication (certification HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point ou Analyse des Dangers et Points Critiques pour la maîtrise des risques) est quasi-inexistant. Ce qui fait que beaucoup d'unités peinent à disposer de l'autorisation de fabrication (FRA).

Au plan commercial, les actions commerciales de promotion et de développement des produits sont très faibles et quasi-inexistantes au niveau de nombreuses unités de transformation. D'où l'extrême sensibilité des produits locaux à la concurrence internationale à qualité égale.

Au plan organisationnel, les acteurs coopèrent insuffisamment dans le domaine de l'innovation du produit, de la technologie, de la commercialisation et de l'emballage (Tableau 5). Ils sont par ailleurs peu incités à investir dans la qualité et l'hygiène de production. D'où le caractère hétérogène de la qualité et les nombreuses méventes en dépit de l'existence d'une demande potentiellement importante.

**Tableau n° 5 : Analyse contextuelle des acteurs de la filiere des produits forestiers non ligneux (pfnl )**

Principaux Acteurs	Atouts et avantages comparatifs	Points faibles à critiques
Producteurs /Récolteurs	Détiennent un droit d'exploitation	Peu motivés pour commercialisation associative, Peu de connaissance sur les marchés Mauvaises pratiques de gestion des ressources, Baisse des quantités récoltées ou de la production (à vérifier)
Organisations de producteurs	Proximité avec zones de récolte	Faibles capacités organisationnelles et commerciales -Faible accès à l'information sur les marchés , -Faible capacité de stockage
Bana banas locaux	Engagement et esprit d'entreprise Maîtrise des marchés	Capacité financière limitée -Difficultés au niveau du transport
Banas banas (grands) allogènes	Expérience, Connaissance de la filière (acteurs et produits)	Pas de droit d'exploitation directe
Coxeurs	Relations informelles basées sur la connaissance mutuelle et l'expérience de travailler en ensemble	Relations informelles basées sur la connaissance mutuelle et l'expérience de travailler en ensemble
Revendeurs/ grossistes	Bonne connaissance des marchés urbains	Relation informelles avec les autres acteurs
Revendeurs détaillants	Connaissance des produits et des marchés	-Prise de gros risques de pertes de qualité du produit
Transformateurs Artisanax	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proximité avec les producteurs</li> <li>Un bon nombre existent dans la zone d'intervention du PADEC, Potentiel de croissance énorme (beaucoup d'opportunités de marchés)</li> </ul>	-cadres de travail non appropriés (contraintes d'infrastructures et équipement) -Faible maîtrise technique et technologique -Conditionnement inapproprié (produits peu attrayants) -Faible durée de conservation des produits, -Absence de FRA
Transformateurs Industriels	Produits de meilleure qualité Monopole du marché national	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faible capacité de distribution, prix élevés</li> <li>Difficultés d'approvisionnement en input de qualité</li> </ul>
Boutiquiers Epicerie et select	Spécialisés dans la distribution Connaissance de la clientèle	-Clientèle limitée (aisée)
Conducteurs de charriots- frigo	Facilité pour atteindre les consommateurs	Chariots « pousse pousses » non adaptés aux conditions de la circulation routière au niveau urbain
ONG/Projets/Services tech	Expertise technique et Moyens financiers	Ressources financières et activités limitées

## **D.. ORIENTATIONS STRATEGIQUES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE**

### **1.. Opportunités de marchés**

Malgré les contraintes identifiées, de nombreuses opportunités économiques s'offrent aux divers acteurs de la filière. La pénétration aux segments de marchés porteurs aussi bien national qu'international dépendra fortement de la capacité des unités à maîtriser la qualité des produits et également à s'organiser dans un contexte de libéralisme économique.

Dans cette perspective, il s'agira surtout de maîtriser l'ensemble des risques qui sont notamment des risques chimiques, biologiques et physiques. Dès lors, l'approche HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ou Analyse des Risques et Maîtrise des Points Critiques est une démarche recommandée. Cette démarche qualité a pour rôle de repérer, d'analyser les risques de contamination pour établir des mesures de contrôle et de maîtrise de la qualité sanitaire des denrées. Les laboratoires de l'ISRA (Institut Sénégalais de Recherche agricole), UCAD (Université Cheikh Anta Diop) et l'ITA (Institut de Technologie Alimentaire) pourraient être à contribution pour atteindre cet objectif. Les exigences en termes de qualité sanitaire et de traçabilité plaident en faveur d'une meilleure professionnalisation du secteur de la transformation

Cependant, s'ils désirent pénétrer les marchés porteurs et particulièrement spécifiques, il leur faudra améliorer significativement la valeur technique et commerciale de leurs produits et s'orienter progressivement vers la certification et la labellisation.

Dans le domaine de l'export des PFNL, Baobab des Saveurs et Baobab Fruit Company sont des exemples de sociétés à suivre. Ces deux sociétés certifiées Bio travaillent en parfaite collaboration avec des acteurs basés en Casamance. La certification entre dans la stratégie de conquête de marché durable au niveau des pays du nord. Beaucoup de certifications peuvent être utilisées. Il s'agit entre autres de Fairtrade Labelling Organisation (FLO), Forest Stewardship Council, le programme de reconnaissance des certifications forestières, Rainforest Alliance, UTZ Certified, Les mouvements d'agriculture Bio, Globalgap, Sustainable Forestry Initiatives, Social Accountability International (SA 8000, et 4 C Association. Au niveau international, la présence accordée aux produits bio atteste de l'appétit de plus en plus marqué des consommateurs pour ces produits.

Le marché national continuera à croître de façon régulière. De plus en plus, se développent des GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) de distribution .Ce phénomène est lié notamment à un nouveau mode de vie des sénégalais qui commence à s’approvisionner dans ces lieux que l’on retrouve pratiquement dans toutes les grandes villes du pays. Mais, si la qualité des produits offerts ne s’améliore pas, d’autres pays entreront bientôt sur ce marché avec une meilleure qualité de produits, et évinceront les transformateurs de la Casamance naturelle malgré leur avantage comparatif lié à la disponibilité de fruits forestiers dans beaucoup de terroirs.

La forte pression des produits importés sur l’offre nationale ne pourrait être jugulée que si les producteurs et les transformateurs s’impliquent résolument dans l’amélioration de leurs offres de produits.

Au plan international, particulièrement en Amérique du Nord et au niveau sous-régional, il existe également de bonnes perspectives commerciales particulièrement pour le buy, le madd, le dakhar, ditakh et le tamarin. Ces marchés pourraient être suffisamment exploités par les transformateurs sous réserve d’une bonne gestion de la qualité et des normes d’hygiène.

L’avenir des PFNL transformés dépendra dans une grande mesure de la capacité des opérateurs à collaborer avec “company matching” dont le rôle est de les mettre en relation avec des acheteurs et les GMS (Grande et Moyenne Surface) dans des conditions respectant les normes de qualité et sanitaires.

## **2.. Stratégies d’actions**

Au regard des résultats du diagnostic, le PADEC devrait opter pour les stratégies technico-commerciales visant à promouvoir et à développer de façon durable la filière.

Quelques unes de ces options sont proposées ci-après par les consultants.

### **1. Dans le domaine de la production**

- Identifier et préserver les espèces forestières les plus prometteuses à travers la promotion de pépinières communautaires et privées notamment pour le madd, le baobab, ditakh et tamarin
- Renforcer les capacités techniques des producteurs /récolteurs à la gestion durable de la qualité de leurs produits notamment aux techniques améliorées de récolte durable.

## **2. Dans le domaine de la transformation**

- Renforcer et ou mettre en place des unités modernes de transformation et de conditionnement (semi-industrielles ou industrielles) des PFNL répondant aux normes agro-alimentaires dans la zone d'intervention du PADEC ;
- Former les opérateurs et opératrices aux techniques post-récolte, les techniques améliorées de transformation et de conditionnement, le respect des normes de qualité et d'hygiène des produits transformés.

## **3. Dans le domaine de la commercialisation**

- Organiser et former les producteurs à la commercialisation associative, packaging agricole, les techniques de négociation et de contractualisation notamment avec les transformateurs et les exportateurs et commerçants
- Appuyer les transformateurs à la maîtrise des mécanismes de marchés, à la promotion et au développement commercial de leurs produits (madd, détacha, tamarin, gingembre, buy) par des participations aux manifestations commerciales, la labellisation, certification, etc.

## **4. Organisation**

- Encourager et soutenir l'émergence et l'épanouissement d'organisations professionnelles et interprofessionnelles fortes pour une gestion organisation durable de la filière PFNL par des actions de renforcement de capacités techniques et organisationnelle
- Favoriser les rencontres de concertation et d'échanges entre les acteurs des divers maillons de la filière;

## **5. Partenariat, recherche**

- Développer des partenariats, dans une démarche inclusive, avec l'ITA, les Universités et les laboratoires spécialisés pour améliorer la spécification des produits et leur conditionnement ainsi que les technologies de transformation.

**Tableau n° 6 : Plan stratégique de développement de la filière**

Maillons	Acteurs	Idées d'action	Stratégies d'appui à l'organisation de la filière PFNL
<b>Production</b>	Producteurs Récolteurs	Gestion durable des ressources	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier et cartographier les espèces plus prometteuses</li> <li>• Renforcement de capacités techniques et organisationnelles</li> <li>• Appui à la maîtrise des bonnes pratiques agricoles,</li> </ul>
<b>Transformation</b>	Unités artisanales Unités industrielles	Création de valeur ajoutée	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place ou renforcer des unités de traitement et de conditionnement performantes répondant aux normes agro-alimentaires</li> <li>• Appui à la maîtrise des mécanismes de gestion de la qualité et des technique de conditionnement</li> <li>• Appui à l'organisation du maillon de la transformation</li> <li>• Appui à la maîtrise des techniques post récolte, de transformation et de conditionnement</li> <li>• Promotion et développement du partenariat avec les structures de recherche (ITA, Laboratoires, Universit2s, etc)</li> <li>• Appui à la mise en place d'organisation de concertation de transformateurs fortes</li> </ul>
<b>Commercialisation</b>	Producteurs Commerçants Exportateurs Transformateurs	Accès aux marchés porteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appui à la promotion et au développement commercial des produits transformés (participation à des manifestations commerciales, labellisation et certification)</li> <li>• Appui à la maîtrise des mécanismes de marché et à la contractualisation</li> <li>• Appui à un système de commercialisation associatif durable et d'approvisionnement en emballages</li> </ul>

## E.. ANNEXES

### *Annexe 1 : Analyse des coûts de production sur certains fruits forestiers transformés*

Les analyse ci-dessous sont réalisées sur la base de témoignages des gérants d'unités de transformation.

Cette analyse concerne la transformation par les unités artisanales

#### **Rentabilité de quelques produits des unités des unités artisanales**

**Tableau n° 7.1 Rentabilité Sirop de Tamarin:**

<b>Désignation</b>	<b>Quantité</b>	<b>Prix Unitaire en F CFA</b>	<b>Montant Total en F CFA</b>
Tamarin	24 kg	900	21 600
Sucre	108 kg	700	75 600
Emballages	72 bouteilles	150	10 800
Etiquette	72	15	1 080
Eau	72 litres	0,5	36
Transport produit	Sac	Forfait	2 500
Gaz	Consommation	1 536	1 536
Coût de revient			113 152
Prix de revient par litre			1571,56
Prix de vente du litre			2 000
Marge brute			<b>428,44</b>

**Tableau n° 7.2 : Rentabilité Sirop de Madd**

Désignation	Quantité	Prix Unitaire en F CFA	Montant Total en F CFA
Madd	1 sac	5 000	5 000
Sucre	22,5 kg	700	15 750
Emballages	15 bouteilles	150	2 250
Etiquette	15	15	225
Eau	15 litres	0,5	7,5
Transport produit	sac	500	500
Gaz	Consommation	895	895
Coût de revient			24 627,50
Prix de revient par litre			1641,83
Prix de vente du litre			2 000
Marge brute			<b>358,17</b>

**Tableau n° 7.3 : Rentabilité Sirop de ditax**

Désignation	Quantité	Prix Unitaire en F CFA	Montant Total en F CFA
Ditax	1	3 000	3 000
Sucre	60 kg	700	42 000
Emballages	40 bouteilles	150	6 000
Etiquette	40	15	600
Eau	40 litres	0,5	20
Transport produit	sac	500	500
Gaz	Consommation	335	335
Coût de revient			52 455
Prix de revient par litre			1311,375
Prix de vente du litre			2 000
Marge brute			<b>689</b>

**Tableau n° 7.4 : Rentabilité Jus de tamarin**

Désignation	Quantité	Prix Unitaire en F CFA	Montant Total en F CFA
Tamarin	24kg	900	21 600
Sucre	73,92 kg	700	51 744
Emballages	336 bouteilles	150	50 400
Etiquette	336	15	5 040
Eau	336 litres	0,5	168
Transport produit	Sac	2 500	2 500
Gaz	Consommation	312,6	312,6
Coût de revient			131 765
Prix de revient par litre			392,16
Prix de vente du litre			1 000
Marge brute			<b>608</b>

**Tableau n° 7.5 : Rentabilité Jus de madd**

Désignation	Quantité	Prix Unitaire en F CFA	Montant Total en F CFA
Sac de madd	1 sac	5 000	5 000
Sucre	6 kg	700	4 200
Emballages	30 bouteilles	150	4 500
Etiquette	30	15	450
Eau	30 litres	0,5	15
Transport produit	sac	500	500
Gaz	Consommation	670	670
Coût de revient			15 335
Prix de revient par litre			511,17
Prix de vente du litre			1 000
Marge brute			489

**Tableau n° 7.6 : Rentabilité Jus de ditakh**

Désignation	Quantité	Prix Unitaire en F CFA	Montant Total en F CFA
Sac de ditax	1	3 000	3 000
Sucre	11 kg	700	7 700
Emballages	50 bouteilles	150	7 500
Etiquette	50	15	750
Eau	50 litres	0,5	25
Transport produit	sac	500	500
Gaz	Consommation	1 166,60	1 166,60
Coût de revient			20 641,60
Prix de revient par litre			412,83
Prix de vente du litre			1 000
Marge brute par litre			<b>587,17</b>

Les marges bénéficiaires des unités semblent globalement faibles au niveau des unités artisanales de transformation. La performance de celles-ci dépendra de la rapidité de rotation qui sera fonction elle aussi de la rapidité d'écoulement des produits.

Dans la filière PFNL ce sont les banabanas et les coxeurs qui tirent le plus de profits dans la chaîne au détriment des producteurs et transformateurs artisanaux. Les consultants chargés de la présente étude n'ont pas réussi à mettre de la lumière sur les marges bénéficiaires des transformateurs industriels .Il s'avère nécessaire d'approfondir le sujet en appuyant les promoteurs locaux dans l'élaboration de plans d'affaires pour la mise en place d'unités modernes (industrielles ou semi-industrielles) dans la zone d'intervention du PADEC.

Les producteurs pour s'en sortir devront mieux s'organiser pour une commercialisation collective avec statuts appropriés.

## ***Annexes 2 : Approche méthodologique***

### **1. Note méthodologique**

Différents acteurs interviennent sur le marché des fruits forestiers au Sénégal. Une analyse sommaire permet de repérer plusieurs acteurs qui s'activent au niveau de la chaîne de valeurs notamment:

- Au niveau de l'offre, nous avons en amont les collecteurs producteurs, les intermédiaire et les commerçants en aval.
- Au niveau de la demande, nous avons différents segments :
  - les commerçant en gros et de détail au niveau des marché urbains pour les produits en l'état.
  - Les transformateurs et les distributeurs

Des projets et programme appuient la filière PFNL en tentant de mettre en places un dispositif d'appui techniques et financiers

L'approche qui détermine cette étude s'articule autour d'un processus qui sera décrit dans la présente note méthodologique

L'étude sera un processus basé sur une succession de phase. Les informations de chacune des phases permettront de construire le rapport de l'étude.

#### **Phase 1 : Etude préliminaire**

Elle comprend les différentes étapes

- Prise de contact avec le PADEC :

Il s'agira de rencontrer l'équipe de l'Unité de Coordination du Programme (UCP) pour partager la méthodologie proposée et recueillir les attentes du PADEC sur les résultats attendus

- Recherche documentaire: Il s'agira d'exploiter toute la documentation disponible et de tirer des informations en lien avec la problématique de l'étude.

- Typologie des acteurs: Cette typologie sera faite(en tenant compte de la répartition géographique) et en partant de l'expérience des consultants et des constats faits sur le terrain. Une approche chaîne de valeur sera privilégié avec un parti pris pour les producteurs et les promoteurs / (trices).

- Acteurs à visiter : Dans chaque localité cible, le travail se fera avec différents acteurs les acteurs économiques aux différents maillons de la filière, les prestataires, les projets et programmes.

- L'élaboration de la « carte des flux » : Il s'agira de présenter sur un graphique les différentes destinations du produit.

- Confection des supports de collecte de données: A ce niveau, il s'agira d'élaborer les questionnaires et guides d'entretien. Aussi, en préparation aux focus groups qui seront réalisés dans les zones d'étude, un plan de séance sera élaboré et prendra en compte les spécificités de chaque acteur.

Le résultat attendu in fine dans cette phase est de réunir toute l'information disponible sur le domaine de l'étude. Cette revue bibliographique sera annexée au rapport de l'étude

## **Phase 2 : Etude quantitative IAU (Image, Attitude, Usage)**

De l'anglais UAI (Usage, Attitude, Image), l'enquête IAU est une enquête par sondage qui devra permettre de faire une analyse participative de la situation des acteurs, les contraintes et opportunités dans le secteur des principaux produits transformés de madd, pain de singe, tamarin et de ditakh. L'objectif sera de générer une image statistiquement significative du secteur.

Pour cela faire, quatre questionnaires seront élaborés et un test sera fait avant l'administration des questionnaires au niveau du terrain sur une base plus large

### **a) Enquêtes amont au niveau des zones de production**

**Questionnaire 1** : Analyse de la production, de la commercialisation et de la transformation de madd, pain de singe, tamarin et de ditakh: Il s'agira d'un diagnostic thématique sur des questions liées à la problématique de l'étude.

**Questionnaire 2** : Analyse de la perception des acteurs économiques (Transformatrices, distributeurs notamment)

### **b) Enquêtes amont**

**Questionnaire 3** : Identification et analyse du système de distribution

**Questionnaire 4** : Etude de la motivation des consommateurs au niveau des zones d'étude.

Phase 3 : Analyse de la demande au niveau national et international

### **Questionnaire 5**

**Il s'agira d'assurer une analyse de la demande au niveau national et international sur différents point de vue :**

- Évolution globale de la demande en volume et valeur.
- Segmentation de la demande (qui est les acheteurs ?)

- Comportement du consommateur (quand, pourquoi et comment consomment-ils le produit ?)

- Critères d'achat (habitudes d'achat : lieu, sensibilité aux promotions, prix, taille...)

Parallèlement, les consommateurs européens s'intéressent de plus en plus à l'impact social des produits qu'ils achètent. En effet, les étiquettes de certaines marques de la grande distribution comportent des messages allant bien au-delà de la qualité et de la sécurité sanitaire des produits vendus, en incluant des informations sur le commerce durable, bio, équitable ou éthique.

- Quelles opportunités pour les producteurs et transformateurs sénégalais ?

Phase 4 : Etude de l'offre au niveau national et international

**Questionnaire 6** : Analyse du marché mondial des principaux produits transformés de madd, pain de singe, tamarin et de ditakh et place du Sénégal sur les différents marchés

Le Sénégal a un potentiel de production important. Il s'agira de voir comme il se positionne sur différent créneau de marché notamment au niveau national, régional et international par rapport à différents aspects.

Ces aspects sont notamment liés :

- À la dimension logistique,
- À la qualité et la quantité des produits, les prix offerts par le Sénégal,
- A la concurrence, précisément les prix,
- A la présentation des produits,
- Au mode de vente,
- Au type de promotion,
- Aux résultats des ventes,
- Et à la satisfaction des clients

**Phase 5 : Identification des acteurs et leur positionnement stratégique**

Les acteurs intervenant dans les filières des principaux produits transformés de madd, pain de singe, tamarin et de ditakh dans les zones retenues se retrouveront au cours d'un focus-group facilité par un consultant. L'objectif sera d'analyser les interrelations entre les différents groupes qui sont :

- les producteurs
- Les commerçants
- Transformateurs
- Les distributeurs

- les facilitateurs : les structures d'appui telles que les services techniques de l'Etat, les ONG (Organisations Non Gouvernementales) et projets intervenant dans le secteur
- Les associations et organisations professionnelles.

**Phase 6 : Propositions d'une stratégie d'appui sur le plan marketing et organisationnel**

Il s'agira de partir de l'analyse des résultats en se basant sur les contraintes et opportunités révélées par l'interaction des différents acteurs :

- Un plan marketing définira les stratégies commerciales de promotion et de développement des principaux produits transformés de madd, pain de singe, tamarin et de ditakh.
- Un plan organisationnel des promoteurs et promotrices en direction des marchés ciblés est développé.

**Annexe 3 Acteurs**

**Tableau n°8 : Quelques commerçants (actifs dans le commerce des fruits forestiers frais)**

Contacts		Activité Principale	Type Produit	Nature Produit	Lieu collecte	Période collecte	Volume indicatif
Prénom Noms	Téléphone						
<b>Marché « syndicat » de TOUBA</b>							
Bara <b>FALL</b>	775555174	Bana bana	Madd	Brut	Guinée-Kédougou	Mai-Juin	20 T
Malick <b>NDOYE</b>	761416153	Coxeur	Madd	Brut	Bissau- Casamance	Mai-Aout	30T
Khadim <b>FALL</b>	775924470	Bana bana	Madd	Brut	Guinée Bissau	Mai-Juillet	20T
Akhma <b>DIENG</b>	766866304	Coxeur	Madd	Brut	Kédougou-Bissau	Mai-Aout	20T
Youssou <b>Sambou</b>	772306903	Bana bana	Bouy	Brut	Diana-Iles canaries	Jan-Avril	25 T
			Madd	Brut	Diana-Iles canaries	Mai-Juillet	12 T
Malick <b>NIANG</b>	774954580	Bana bana	Madd	Brut	Casamance-Bissau	Mai-Sept	60 T
Mamadou <b>NDOUR</b>	764804892	Coxeur	Madd	Brut	Kédougou-Bissau	Juin-Juillet	40 T
Ali <b>CISSE</b>	761316006	Banabana	Madd	Brut	Kédougou-Bissau	Mai-Aout	45 T
Pa <b>NDIAYE</b>	775450960	Banabana	Madd	Brut	CasamanceKédou	Mai-Juillet	20 T
Aladji <b>DIEYE</b>	771416153	Coxeur	Bouy	Concassé	Casamance-Kédoug	Nov-Mars	2 T
Mbousobé <b>GUEYE</b>	775102019	Coxeur	Madd	Brut	Kédougou-Bissau	Mai-Juillet	40 T
Modou <b>DIOP</b>	775786939	Bana bana	Madd	Brut	Casamance-Kédoug	Mai-Juin	10 T
Ousseynou <b>DIOP</b>	768834966	Bana bana	Bouy	Concassé	Casamance	Déc- Mars	30 T
<b>Marché « syndicat » de Kaolack</b>							
Omar <b>NIANG</b>	776523178	Coxeur	Bouy	Concassé	Kdg-Kolda-Sédhiou	Nov-Mars	10 T
			Madd	Brut	Mali-Conakry	Mai-Juillet	80T
Babacar	778023999	Bana bana	Ditakh	Brut	Gambie-Casamance	Aout-Sept	38 T

<b>NDIAYE</b>							
Yaya	77482516	Bana bana	Madd	Brut	Bignona	Mai-Aout	50 T
<b>MBALLO</b>							
Gora <b>NIANG</b>	776467177	Bana bana	Ditakh	Brut	Foundiougne	Aout-Sept	5 T
<b>Marché Same de THIES</b>							
			Bouy	Concassé	Tamba-Casamance	Nov-Avril	80 T
Hamady	773589191	Coxeur	Ditakh	Brut	Casamance	Aout-Oct	50 T
<b>DIEYE</b>			Madd	Brut	Mali-Casamance	Mai-Juillet	25 T
Lamarana	774028298	Coxeur	H-palme	Liquide	Bissau-Diaobé	Mars-Oct	60 000 L
<b>BARRY</b>					Sierra Léone		
			Madd	Brut	Casamance	Mai-Juin	10 T
Drissa	779108362	Bana bana	Madd	Brut	Mali	Mai-Juillet	40 T
<b>CAMARA</b>							

## 1.2.Structures d'appui et/ou de distribution

- **EXCAF TELECOM: Contacts(tel-33 865 68 06)**
- **Direction de la Promotion des Produits Agricoles:tel-33 889 57 57**

SARL YGO APPS

Route Aéroport, face Ecobank Yoff Immeuble Oméga Assurances

BP 64 685 DAKAR -FANN- SENEGAL

Tél. : +221 77 025 74 80 ou +221 77 025 74 81

[www.ygoapps.com](http://www.ygoapps.com)

[info@ygoapps.com](mailto:info@ygoapps.com)

La mission d'YGo Apps est de permettre aux micros entreprises et PME Africaines d'accéder aux outils de Gestion open source et aux Nouvelles Technologies de l'Information et la Communication (NTIC) pour mieux gérer leurs activités, et piloter leur croissance pour gagner en solidité et en pérennité.

Un Social Business pour optimiser l'informatique de gestion des Micro-Entreprises Africaines

**YGo Ethik** la plateforme de distribution dédiée à la promotion des produits de l'Agro industrie Africaine. Vous trouverez ici des produits 100% naturels, sans agents conservateurs, ni colorant, ni additif de quelques natures que ce soient.

**YGo Ehtik** distribue les produits d'Esteval , de fruitales, de la Vivrière des PME Sénégalaise très dynamique dans la transformation alimentaire

Boutique éthique en ligne

**Tableau n° 9 : Quelques entreprises de transformation industrielles ou semi-industrielles (fournisseurs de produits transformés aux grandes surfaces de Dakar)**

Raison Sociale: **UNISALI - SARL (UNITE INDUSTRIELLE SENEGALAISE AGRO ALIMENTAIRE)**

Activité : *FABRIQUE DE PDTS A BASE DE FRUITS ET LEGUMES*

Adresse : *BCCD- DAKAR*

Région : *DAKAR* Téléphone : *(221)821 69 96*

Raison Sociale: **SENJUS- SARL (SOCIETE SENEGALAISE DE JUS DE FRUITS)**

Activité : *FABRICATION DE JUS A BASE DE FRUITS ET LEGUMES*

Adresse : *BCCD- DAKAR*

Région : *DAKAR* Téléphone : *(221)832 10 62*

Raison Sociale : **MARIA DISTRIBUTION- GIE**

Activité : *CONSERVES DE FRUITS ET LEGUMES*

Adresse : *Villa N° 8851 Sacre Coeur III Dakar*

Région : *Dakar* Téléphone : *(221)827 39 75*

Raison Sociale : **SENFUILEG- SA (Sénégalaise de Fruits&Légume)**

Activité : *CONSERVES DE FRUITS ET LEGUMES*

Adresse : *Lot N°12 SODIDA Dakar*

Région : *Dakar* Téléphone : *(221)864 39 48* Fax : *(221)824 60 12*

Raison Sociale: **SIAGRO- SA (Ste Industrielle AGRO- alimentaire KIRENE)**

Activité : *Fabrication d'Eaux Minérales & Transformation et Conservation de Fruits*

Adresse : *24, rue Sandiniery DAKAR*

Région : *DAKAR* Téléphone : *(221) 849 56 66* Fax : *(221)849 56 65*

Raison Sociale: **MASTER- SARL (MASTER)**

Activité : *Transformation et Conservation de Fruits & Légumes*

Adresse : *Liberté 6 Extension face Stade Khar Yalla DAKAR*

Région : *DAKAR* Téléphone : *(221) 867 01 42*

Raison Sociale: **SEPAM- SA (STE D'EXPORT PRODUITS AGRICOLES MARECHERS)**

<p>Activité : <i>Transformation et Conservation de Fruits &amp; Légumes</i></p> <p>Adresse : <i>Keur Ndiaye LO Sangalkam - BP 133 DAKAR</i></p> <p>Région : <i>DAKAR</i> Téléphone : <i>(221) 836 50 90</i> Fax : <i>(221)836 05 61</i></p>
<p>Raison Sociale: <b>AFBARD (ASSOCIATION FEMMES BASSIRE RESIDENCE A DAKAR)</b></p> <p>Activité : <i>Transformation et Conservation de Fruits &amp; Légumes</i></p> <p>Adresse : <i>Sicap Amitié I Villa N°3068 DAKAR</i></p> <p>Région : <i>DAKAR</i> Téléphone : <i>(221) 826 05 73</i> Fax : <i>(221)824 35 61</i></p>
<p>Raison Sociale: <b>TOKY AGRI- SARL</b></p> <p>Activité : <i>Transformation et Conservation de Fruits &amp; Légumes</i></p> <p>Adresse : <i>Hlm Las Palmas Guédiawaye DAKAR</i></p> <p>Région : <i>DAKAR</i> Téléphone :</p>
<p>Raison Sociale: <b>ESTEVAL- GIE (ESTEVAL AGRO ALIMENTAIRE)</b></p> <p>Activité : <i>Transformation et Conservation de Fruits &amp; Légumes</i></p> <p>Adresse : <i>Sicap Liberté 4 N°5022 - BP 5421 DAKAR</i></p> <p>Région : <i>DAKAR</i> Téléphone : <i>(221) 646 01 88</i> Fax : <i>(221)824 60 34</i></p>
<p>Raison Sociale: <b>SITRAPRONAT (Sté Industrielle de Transformation des Produits Naturels)</b></p> <p>Activité : <i>Fabrication de jus de fruit</i></p> <p>Adresse : <i>ex Zone Franche Industrielle, Km 18, Route de Rufisque BP 2606 DAKAR</i></p> <p>Région : <i>DAKAR</i> Téléphone : Fax : <i>(221) 33 879.16.15</i></p>

**Tableau n°10 : Quelques clients des unités de transformation de Casamance**

Liste des des clients				
Nom	Adresse	Type de produits	Niveau de besoin	Telephone
Maria distribution	Dakar	Poudre de bouye	500 kg	
Madame Diao	Dakar	Sirop	40 litres	77 631 19 11
ChildrenFound	Kolda	Sirop	5 litres	
Maison d'Arrêt et Correction	Kolda	Sirop/jus	10 litres	
Conseil Regional	Kolda	Sirop/jus	15 litres	
Production	Dakar	Bouye en poudre	2 tonnes	
Mme diallo	Dakar	Bouye en poudre	200 kg	33 830 18 78
Yaya diedhiou	Sedhiou	Jus de bouye	25 sachets	77 556 09 27
Gueye	Sedhiou	Jus de bouye	75 sachets	
Malick gueye	Kaolack	Poudre de bouye	150 sachets	
Fatou diallo	Diaobe	Poudre en bouye	425 sachets	

			d'1/2kg	
Pascaline Bodian	Dakar	Jus de madd	375 litres	77 407 32 71
Khadidia Diédhiou	Dakar	Jus	50 sachets	77 611 78 60
Les seminaires	Velingara	Jus	200 sachets	
Hôtel Alizé	Cap skirring	Jus et nectar	180 litres par mois	
Sara	Ziguinchor	Jus et nectar	144 litres par mois	
Select shell	Ziguinchor	Jus et nectar	100litres par mois	