



## RETOURS SUR LE FORUM

### “Sahel, cap vers une agriculture familiale”

Comment assurer une valorisation des potentiels locaux

Quelles coalitions d’acteurs pour bâtir avec les communautés un avenir durable

### Le forum en résumé

#### 1. Chiffres clés

120 participants, 19 panélistes, 14 initiatives présentées par une vingtaine de parties prenantes venant de 6 pays, 11 sponsors, 2 organismes en soutien, 11 partenaires associés

#### 2. Le tiercé du jour

Il a été remis au cours de la Market Place une fiche d’appréciation à chaque participant. Nous avons donc, après avoir épluché leurs contenus, procédé à la classification des initiatives ayant retenu le plus votre attention.

Ce classement tient donc compte du projet ayant obtenu le plus de mentions « 5 », puis celui ayant obtenu le plus de « 4 » et enfin en dernier, le projet ayant obtenu le plus de « 3 ».

**Alertes précoces des producteurs sur le climat**, projet présenté par Richard Mone

**Yeesal AgriHub, 1er Hub agritech d’Afrique de l’Ouest**, projet présenté par Adalbert Diouf

**Les acacias, arbres d'or du Sahel**, projet présenté par Adama Zerbo, Youssouf Djonouma et Ange Mboneye.

Retrouvez tous les détails sur ces projets ainsi que les informations sur ceux et celles qui les ont présentés dans notre annexe.

Ces projets seront bien sûr à l'honneur de la prochaine édition des Africa Days de SOS SAHEL en 2019 ! Bravo à eux et aux autres projets faisant également course en tête (« Des farines locales contre la malnutrition », « Promotion de partenaires rizières » ou encore « Vos serviettes sauvent les Niayes »).

### 3. L'abécédaire du forum

Voici quelques mots clés qui sont revenus dans les échanges qu'a occasionnés ce forum.

- **Market Place :**

conviction, détermination, entrepreneuriat, filière, formation, infrastructures, innovation, investissement, offre/demande, partenaires, passage à l'échelle, persévérance, producteur, qualité, renforcement de capacités, structuration, trésorerie, valeur ajoutée

- **Comment assurer une valorisation des potentiels locaux :**

accessibilité, amélioration, classe moyenne, e-commerce, espaces de dialogues, innovation, mutualisation, partenariats, producteurs, produits locaux, qualité, recettes, réseaux de distribution, savoirs locaux, TIC, valorisation, volet social

- **Quelles coalitions d'acteurs pour bâtir avec les communautés un avenir durable :** accompagnement non financier, agriculture, capital, chaîne de valeurs, collaboration, contrat, durabilité, économie de marché, employabilité des jeunes, financements adaptés, fonds propres, investissements dans la durée, irrigation, marché accessible, mise à niveau, monde bancaire, partenariats, PPP, phase pilote, rencontres stratégiques, secteur financier local, sécurisation du foncier, vision long terme

### 4. Idées partagées / conseils dispensés

Que ce soit pendant le Market Place sur les fiches mises à disposition ou tout au long du forum au moyen des post-its déposés sur la carte du Sahel, ou par les échanges qui ont eu lieu pendant les ateliers, il est ressorti des idées fortes qui peuvent faire l'objet de réflexions et/ou d'actions à envisager, pour les bailleurs de fonds, comme pour les acteurs de terrain, producteurs et/ou ONG.

Voici donc quelques lignes d'actions concrètes tracées au gré des échanges de cette matinée tournée vers l'agriculture familiale au Sahel.

- Améliorer sans cesse la qualité des produits
- Analyser la chaîne de valeur, comprendre où se crée le plus de valeur ajoutée
- Créer et partager de la documentation pertinente sur les PME dans l'agriculture
- Contractualiser entre le producteur et le transformateur
- Créer des espaces de dialogues et d'échanges agriculteurs/bailleurs
- Développer une plateforme en ligne à disposition des acteurs de cette agriculture
- Exploiter les terroirs et les alliances pour créer la richesse
- Former des boulangers à utiliser les farines locales (sorgho, mil)
- Innover à partir de recettes traditionnelles pour valoriser les produits de base
- Investir dans le packaging en partenariat avec les producteurs européens
- Investir sur l'assurance agricole comme solution aux risques pris par les PME
- Mettre en place de nouveaux réseaux de distribution
- Nommer des ambassadeurs.drices pour faire connaître ses produits (followers)
- Participer à des évènements privés et publics pour promouvoir ses produits
- Partir des savoirs locaux
- Réorganiser et formaliser les chaînes de valeurs agricoles, mutualiser les efforts
- Repenser l'économie de marché pour les entreprises locales
- Susciter la création des mutuelles de santé communautaires par les coopératives
- Structurer les filières agricoles
- Trouver le business model adéquat prend du temps et doit être accompagné
- Utiliser les TIC et les nouvelles solutions de paiement
- Viser les classes sociales urbaines aisées amatrices de produits de qualité et sains

On ne pourrait aller plus loin dans ces actes sans remercier très chaleureusement les panélistes qui nous ont accompagnés pendant ce forum.

Un immense merci pour les panélistes de notre premier atelier : Bagoré Bathily, Franck Bavard, Adalbert Diouf, Youssouf Djonouma, Jean Marc Garreau, Valérie Ndiaye, Sylvie Sagbo, Philip Teverow.

Modéré par Leena Hoffman, ce panel aura permis de poser les problématiques et de réfléchir ensemble aux solutions concrètes existantes et à envisager pour relever les défis.

Une grande reconnaissance va également aux panélistes de notre deuxième atelier.

Modéré par Marie José Neveu Tafforeau, cet atelier a permis d'accueillir des représentants de cette coalition d'acteurs qui reste à renforcer. Grâce à Eric Campos, Stéphane Devaux, Olivier Furdelle, Laurence Hart ou Malick Ndiaye, nous nous sommes concentrés dans une première partie sur le financement autour des partenariats.

Une seconde partie a permis de se concentrer sur les initiatives techniques ou marketing pour créer des partenariats économiquement viables, avec les interventions de Djimé Adoum, Maxime Cumunel, Rémi Hémerlyck, Daniel Karbownik et Khatary Mbaye.

Vous pourrez retrouver dans les annexes les bios de chacune des personnalités ayant participé à ce forum.

Mais comme on le verra par la suite dans ces actes, outre les discussions lors des panels, le Market Place, notamment, a été aussi l'occasion d'échanges nombreux et de réflexions pertinentes de la part des participants/experts présents qui ont pu les consigner dans leurs fiches.

SOS SAHEL voulait que ce forum soit résolument participatif, non pas seulement pour évoquer une expression à la mode, mais aussi et surtout pour la vivre dans les faits.

S'il est une conclusion de cette journée dont nos équipes peuvent être satisfaites, il s'agirait pour nous de relever ce fort degré de participation qui enrichit nos réflexions et nous pousse à croire que ce forum aura pu être l'occasion pour chacun.e de partager et de capitaliser, au-delà des échanges qui ont pu avoir lieu.

Avant de rentrer dans le vif du sujet, rappelons-nous, comme a eu l'occasion de le dire Paul Clements-Hunt dans ses remarques introductives, que nonobstant un contexte extrêmement complexe et même urgent compte tenu de la situation de famine plus que menaçante dans la zone du Sahel, cette journée était sous le signe des solutions.

Comment l'agriculture familiale peut-elle participer à une meilleure sécurité alimentaire ? Comment peut-elle subsister elle-même dans un contexte concurrentiel et parfois même peu favorable ? Quelle est la place d'une ONG comme SOS SAHEL aux côtés des acteurs du secteur privé ? Comment améliorer les chaînes de valeur et pérenniser une agriculture durable pour que le Sahel puisse faire face aux menaces naturelles et/ou héritées d'un contexte institutionnel parfois difficile ? etc.

On pourrait ne pas s'arrêter et ne lister que des questions. Mais justement, comme notre keynote speaker a souhaité le statuer, ce forum était « solutions driven ».

Nos ateliers ont été ainsi tournés vers l'exposé et le partage de solutions pratiques issues d'acteurs de terrain (Market Place et Atelier 1) mais aussi celles auxquelles participent les bailleurs de fonds et les partenaires du secteur privé (Atelier 2).

À ce stade, nous souhaitons mentionner le fait que Laurent Leclerc (Auchan), qui a souhaité pour la deuxième année consécutive appuyer SOS SAHEL en sponsorisant ces Africa Days 2018, avait bien l'intention de figurer au sein des panélistes : une réunion prévue de longue date l'en a empêché. Ce n'est que partie remise car l'intérêt ne manque pas du côté d'Auchan pour soutenir cette agriculture.

Comme a pu le mentionner Laurence Hart (AFD), en marge des ateliers, la grande distribution a en effet un rôle majeur à jouer. Tout comme les « gros » bailleurs de fonds qui doivent trouver des modes opératoires adaptés aux besoins des acteurs de cette agriculture.

Mais ne rentrons pas encore au centre des débats et commençons notre visite par le Market Place. Ces actes ont été rédigés pour partager avec vous les éléments partagés en off notamment et qui viennent nourrir notre réflexion post-forum.

## **Market Place**

Avant de prendre connaissance des détails des fiches synthétiques des initiatives présentées lors de ce Market Place, qui sont rappelées en annexe, revenons quelques instants sur ce qui a été remarqué par les participants au cours de leur visite de chaque stand.

« Le Market Place a été très intéressant et innovant, les différentes solutions présentées peuvent être une voie de développement durable de l'agriculture paysanne dans le Sahel », a noté un participant.

« Des projets innovants répondant aux besoins des populations » a noté un autre visiteur.

On a pu lire également « des perspectives positives sur la sécurité alimentaire » ou encore « ces exemples favorisent le développement de l'agroalimentaire en Afrique ». Ou enfin, « interventions qui donnent une vision axée sur les solutions agricoles ». Cette dernière remarque est très importante pour les organisateurs, car si SOS SAHEL voulait évoquer cette agriculture familiale raisonnée durable, ils voulaient également éviter de se focaliser sur les problèmes, mais bien de donner des perspectives de solutions.

Ces réflexions sont rassurantes en quelque sorte pour les acteurs qui démontraient ainsi les solutions proposées pour une agriculture familiale durable et une sécurité alimentaire améliorée. Car au-delà des solutions évoquées, c'était aussi la volonté de SOS SAHEL que de présenter des

initiatives portées par des coalitions multi-acteurs, et de ne pas restreindre la réflexion aux actions menées par les équipes de SOS SAHEL.

L'esprit ainsi de cette journée était bien de montrer également que l'on peut faire ensemble et non plus à côté les uns des autres. Mutualiser les efforts, « travailler ensemble et mieux » comme a relevé un intervenant, c'est une des solutions pour cette agriculture d'aujourd'hui et de demain et ce forum en a été une illustration concrète.

Un participant concentre sa remarque sur l'impact sur les communautés, essentiel bien sûr dans le processus des projets exposés : « tous les domaines permettant de renforcer le pouvoir économique des communautés sont représentés dans les initiatives vues. » Tempérée par celle-ci « tous sont des projets innovants mais qui ont pratiquement les mêmes contraintes : connectivité, circuit de distribution, déploiement des programmes. »

« La problématique majeure rencontrée par les différentes entreprises présentes, ce n'est pas un problème d'intégration dans la chaîne de valeur mais c'est plutôt l'organisation de la chaîne de valeur qui rencontre des problèmes. Les PME et PMI doivent d'abord s'informer sur tous les acteurs intervenant dans la production d'un produit fini et développer des partenariats qui convergent vers l'ajout de plus de valeur ajoutée aux produits ». Cette réflexion est revenue souvent pendant les visites et les discussions. La chaîne de valeur est le maillon non pas faible mais essentiel au processus vertueux d'une agriculture familiale durable. Sans sa maîtrise, il n'y a pas de viabilité à long terme ».

Comme le remarque un autre visiteur, « il est crucial pour le secteur d'appui des PME d'analyser avec précision les chaînes de valeurs agricoles des régions concernées afin de comprendre à quel niveau de la chaîne (production, transformation, distribution etc.) se crée la majorité de la valeur ajoutée. Cela permettrait de cibler l'accompagnement des PME travaillant dans ces secteurs à forte valeur ajoutée et ainsi de diminuer les risques de financement de ces PME ».

Dans la suite de ces actes, nous avons choisi de vous faire revivre quelques moments forts des différentes interventions que nous avons pu écouter durant ces ateliers. Cela nous permet de restituer simplement les propos partagés sans les transformer. Voici donc des « morceaux choisis des deux ateliers » :

## **Panel 1 : Leviers et freins à la valorisation des potentiels locaux afin de dépasser les obstacles ?**

**Frank Bavard, directeur général adjoint des Grands Moulins de Dakar : David et Goliath, ou comment collaborer et innover ensemble pour développer de nouveaux marchés.**

Le « petit » - David - a comme avantages d'être moins cher, d'avoir moins de contraintes administratives et d'être plus présent pour prendre le temps de regarder le processus de

fabrication pour l'obtention d'un bon produit. David a le temps de donner à son produit une qualité supérieure.

L'objectif étant un produit exempt de toute imperfection et valorisé au mieux.

Il y a une classe sociale qui a de l'argent, cette classe veut accéder à un bon produit mais ne sait pas forcément où le trouver. Il y a donc 2 axes de travail, la qualité et la distribution.

En ce qui concerne les GMD. La farine de blé est la farine la moins chère sur la terre entière. Comme on ne peut rien faire contre, comment utiliser et valoriser alors au mieux les céréales locales ? Les producteurs existent et sont prêts.

Les GMD ont décidé d'accompagner et d'aider des boulangers locaux à intégrer cette production locale à hauteur de 10%. Cela représente 50 000 tonnes/an. Il s'agit de la farine de manioc. Cette farine, on peut, on doit, l'intégrer pour une amélioration de la qualité du pain. C'est une réelle volonté des GMD.

Les GMD ont la compétence pour réaliser le mélange des farines et fabriquer ce nouveau pain et veulent partager cette compétence. Il y a un business intéressant et important.

C'est une réelle opportunité de faire rencontrer David et Goliath pour un projet commun qui répond aux attentes de chacun.

Une des premières questions à se poser est : Quel est mon marché ? Les GMD ont peu de concurrents au Sénégal mais de gros à l'international.

La seconde concerne l'économie de marché. Tous les états africains subissent une économie de marché avec les compétiteurs du Nord. On parle là de la fameuse marge sur coût variable. C'est-à-dire, la valeur marginale des entreprises des pays développés suffit à concurrencer les pays de la zone Afrique.

Ainsi, quel est le rôle de l'état dans le développement de l'économie. Quelle est la bonne structure de gouvernance ?

Il faut faire éclore une nouvelle économie, une nouvelle force des états africains face à la Banque Mondiale.

**Philip Teverow, co-fondateur de YOLELE : professionnaliser la filière fonio ; le besoin d'amélioration est partout.**

Nous ne voulons pas retrouver les petits grains de sable dans le fonio produit fini. La qualité est donc à garantir et maintenir de façon constante car la demande est exigeante. L'augmentation des revenus des paysans se basera davantage sur la valorisation du produit. L'innovation, étant

donné le contexte de production, doit être simple : les nouvelles machines pour le décorticage sont très simples d'utilisation et accessibles.

L'enjeu réside également dans la communication autour du fonio, un produit encore peu connu et pourtant prisé notamment dans les marchés bio en Europe. Il s'agit d'autant plus d'un produit « sans gluten », un facteur ultra prisé à l'heure actuelle.

**Adalbert Diouf, coordinateur de Yeesal AgriHub : la plateforme constituée doit aider l'innovation qui est au cœur des stratégies à développer...**

... En rapprochant les hommes du monde rural. L'innovation ne peut se faire qu'à travers le dialogue et les échanges. Mettre en commun les problèmes et les solutions apportées permet d'accéder à des réponses concrètes pour être innovant. Les NTIC représentent un levier considérable et sont la base de ce hub dans sa forte capacité d'échange et de partage.

... En incitant les jeunes à s'intéresser à ce secteur d'activité trop isolé et stéréotypé. L'image du monde rural est à revoir. Il faut leur donner l'envie de s'investir sur l'un des maillons de la filière et ils sont nombreux.

... En rapprochant le milieu rural du milieu citadin, zone de forte consommation. Comme l'a déjà souligné Frank Bavard, il existe une classe sociale qui peut mettre le prix sur des produits de qualité mais elle ne sait pas où la trouver. Il faut communiquer. On parle de consommer local... Mais qu'y-a-t-il derrière ? Le besoin en communication est réel sur les produits locaux et constitue un levier puissant.

**Sylvie Sagbo Gommard, directrice adjointe de Lysa and Co : l'innovation est de nouveau le levier prioritaire conjuguée avec un apport de capital**

Il faut innover, il faut sortir des produits traditionnels ! Et préserver le goût de la recette maison avec des procédés de cuissons uniques, naturels et sains. Par exemple le beurre de cajou peut remplacer la crème fraîche dans le cadre d'un régime vegan.

L'accès à du capital est primordial. Teranga Capital leur permet cela.

**Bagoré Bathily, directeur la Laiterie du Berger, projet KOSAM : formation et accès au capital, les deux mamelles d'une agriculture durable**

Le manque de capital, c'est le frein à l'entrepreneuriat aujourd'hui. Bagoré s'est associé avec Danone et le Crédit Agricole, Le partage d'expérience est très fort avec ces partenaires.

Teranga Capital est également un partenaire clé qui amène le capital nécessaire à la croissance du projet.



Les acteurs du monde agricole ont besoin de formation. D'ici 2050, 750 000 000 d'emplois sont à créer en Afrique, nous avons besoin de standards techniques et économiques pour passer l'échelle.

**Jean-Marc Garreau, Directeur des Programmes de SOS SAHEL : le levier est avant tout social**

En matière de formation les aspects techniques sont importants mais ils ne sont pas essentiels car ils évoluent très vite. Les formations sont un accompagnement qui doit partir des savoirs locaux. Pour renforcer les producteurs et les filières, il ne faut pas se focaliser que sur les aspects techniques, il faut partir des capacités locales et compléter les besoins (identifier ses problèmes, mise en relation avec les bons interlocuteurs, savoir nouer des alliances...)

**Valérie Ndiaye, Directrice d'Esteval : le levier c'est la production**

Il faut produire ! Il y a beaucoup de carences en micronutriments dans l'alimentation et pourtant ils existent. Tous les secteurs d'activités concourent à produire. Toutes les écoles l'enseignent depuis peu.

Il faut ensuite trouver et comprendre comment vendre les produits et travailler au niveau des réseaux de distribution.

**Youssef Tahirou Djonouma, Directeur d'Afrimex : la formation est capitale**

Les aspects de formation sont très importants. Dans le contexte de la gomme arabique au Tchad, il faut que les producteurs soient formés pour obtenir une gomme de qualité et augmenter la production. Il existe également un autre enjeu: le financement de la filière qui nécessite anticipation pour garantir l'engagement des cueilleurs et la production.

**Panel 2 : « Quels partenariats pour une structuration des filières locales durables ? »**

**Eric Campos, CEO de la Fondation Grameen Crédit Agricole : une stratégie d'alliances et de territoires**

Il faut travailler sur toute la filière : La production, la transformation, la consommation/distribution et ne pas investir dans des outils fermés. Il s'agit d'avoir une stratégie longue constituée d'Alliances et faire rencontrer la production et le marché.

Egalement, il faut développer les rencontres stratégiques avec les banquiers.

## **Stéphane Devaux, Coordinateur de la coopération régionale Afrique de l'Ouest, Union Européenne : le manque d'investissement face aux besoins est réel**

L'économie alimentaire recouvre 66% des emplois. Il existe toute une série d'activités qui vont au-delà de la production agricole. Aujourd'hui, nous faisons face à la fois à une population qui se nourrit davantage, augmentant donc les besoins et favorisant alors l'émergence de nouveaux métiers.

Mais le manque d'investissement est réel.

Les 3 piliers de l'intervention au niveau de l'UE sont :

- Un guichet unique, pour intervenir sur différents niveaux.
- Un volet pour l'assistance technique
- Un volet pour l'amélioration du climat des affaires

L'UE soutient la politique publique d'un certain nombre des états d'Afrique sur différents terrains pour promouvoir l'économie et assurer un appui aux acteurs économiques et aux ONG.

## **Laurence Hart, Directrice régionale de l'AFD : des instruments multiples pour des enjeux diversifiés**

L'AFD est un grand bailleur, qui travaille avec l'Etat et octroie un mix de prêts et de dons.

Toute intervention est multiple, il y a beaucoup d'instruments à disposition de l'institution :

- Intervention avec le secteur privé
- Intervention via le bureau de mise à niveau pour les petits fonds de dotations. C'est un appui direct comme par exemple un appui aux GIE.
- Intervention via l'accompagnement du secteur financier local
- Intervention auprès des ONG
- Intervention via les programmes régionaux
- Adaptation via le Fond Vert Climat

Les enjeux sont l'accès et la sécurisation du foncier, la mécanisation du secteur agricole, l'accès au marché et l'accès à la formation.

Il y a également le programme 3PRD. C'est en quelque sorte un PPP qui s'ignore. Il s'agit de mobiliser du foncier pour des exploitations de 5 à 50 Ha et de financer des infrastructures hydro agricoles et les pistes pour accéder aux périmètres.

Dans le PRD, le bénéficiaire participe un peu au financement et c'est un projet innovant.

Enfin, le Fonds Fiduciaire d'Urgence, en partenariat avec l'UE, pour dynamiser l'employabilité des jeunes et développer des centres de formation professionnelle pour passer d'une agriculture de subsistance à une agriculture à plus grande échelle.

**Malick Ndiaye, Directeur Général du CNCAS : le principal problème est le manque de fonds propres des PME –PMI. Le capital risque est absent de la banque qui ne peut pas prendre le risque de financer certains projets. Il faut innover**

Dans le même temps, une difficulté pour le monde bancaire est l'environnement informel dans lequel s'inscrivent les entreprises qui est souvent très présent et qui rend le financement des activités plus risqué du point de vue des banques.

Les Banques Centrales d'Afrique de l'ouest développent alors un nouveau dispositif pour mettre plus de ressources à disposition des PME-PMI et un accompagnement non financier (formation, conseil, centre de gestion). Une vigilance toute particulière est accordée à la maîtrise des risques.

L'approche chaîne de valeur permet de mieux connaître le client et d'adapter l'appui. Par exemple l'appui d'une PME sénégalaise dans la surveillance des magasins de riz, le suivi des stocks, l'utilisation des technologies. Le crédit annuel au producteur permettra aussi d'enchaîner plus facilement 2 cultures qu'un crédit culture qui retarde toujours l'arrivée de la 2<sup>ème</sup> culture (délai du décaissement).

**Olivier Furdelle, Directeur de Teranga Capital : un appui innovant au plus proche du projet. Teranga se positionne comme le « copilote »**

C'est donc un financement sur du long terme par du capital basé sur un partenariat avec le promoteur. L'objectif pour Teranga est de renforcer une filière, de faire monter en compétences un projet. Il n'y a pas de caution, pas de garanties, ce qui impose d'être très sélectif dans le choix des partenaires. Les projets peuvent aller jusque 10 ans et souvent le modèle d'intervention c'est le renforcement des fonds propres sur 5 ans. En 2017, sur 120 dossiers reçus, 5 investissements ont été approuvés. Il est impératif d'avoir une phase pilote à petite échelle pour montrer la rentabilité, comme le projet Lysa and Co par exemple. Ils agissent sur différents secteurs d'activités.

**Rémi Hemeryck, Délégué Général de SOS SAHEL : les alliances entre les associations locales et les entreprises sont déterminantes**

Le projet ACACIA au Tchad est un bel exemple. La gomme arabique, fait vivre 300 000 familles tchadiennes et de nombreux agro-pasteurs au niveau de la bande Sahélienne qui va de Dakar à Djibouti. L'enjeu d'assurer la durabilité de la ressource est donc crucial pour maintenir des revenus et préserver l'environnement. Sur ce programme, SOS SAHEL a fait alliance avec NEXIRA, premier

importateur de gomme arabique, Danone et Firmenich ainsi qu'avec la Grande Muraille Verte. Ensemble nous pouvons entreprendre un travail de long terme.

**Daniel Karbownik, Directeur Général du Pullman Dakar Teranga : il est de notre responsabilité de s'approvisionner localement**

Le programme Planet 21 est un programme de RSE mis en place par le groupe ACCOR pour soutenir les agriculteurs familiaux et planter des arbres. Mais notre hôtel n'en reste pas là. Il cherche à s'approvisionner localement. L'exigence qualité est partout, de la production à la distribution en passant par la transformation. L'un des freins est la difficulté d'obtention de certificats de qualité de la part des producteurs.

**Dr Djime Adoum, Secrétaire Exécutif du CILSS : il faut passer à l'échelle**

Le CILSS travaille à développer l'irrigation dans 6 pays. 7 millions de personnes sont sous pression sur le plan de la sécurité alimentaire cette année au Sahel, du fait du mauvais climat. Le fonio et la gomme sont d'énormes opportunités. En fait, nous savons à 80 % ce que nous devons faire. Maintenant il faut passer à l'échelle. Le programme 2iS financé par la Banque mondiale a pour objectif d'irriguer 1 million d'ha. De 5 % de terres irriguées, nous voulons passer à 10 %.

**Khatary Mbaye, Coordinateur national du programme SGP/GEF : on adapte l'octroi des fonds**

Le Fonds pour l'Environnement Mondial finance des gros projets internationaux et des projets moyens. Pour les communautés, les organisations de femmes, il a créé une ligne spéciale appelée microfinancement (50 000 US\$) qui finance des projets de 2 ans. 135 pays en sont bénéficiaires.

Les subventions sont accordées à des projets qui émanent directement des associations de femmes. Les projets peuvent recouvrir différents volets : environnemental, transformation, renforcement de capacités, agriculture biologique, adaptation aux changements climatiques, appui aux activités génératrices de revenus. Chacune des activités peut devenir un projet. Chaque projet a un partenaire. L'idée étant de transformer une AGR en entreprise de plus grosse taille. Ainsi le partenariat permet le passage à l'échelle et l'accès au marché.

**Maxime Cumunel, Adjoint au Directeur de la Fondation FARM : la démarche doit être contractuelle**

Il s'agit dans un premier temps de créer un contrat entre les différents acteurs de la chaîne de valeurs puis d'instaurer une relation de confiance pour une relation durable. Cette confiance est

nécessaire et passe par un contrat sans clauses déséquilibrées entre les parties. Le contrat devient un élément de stabilisation et de prévision.

## Retours critiques et constructifs : auto-évaluation et remarques des participants

“Nous avons perdu un peu la notion du **temps**”, comme le soulignent quelques participants. « Temps limité pour en apprendre davantage sur chaque solution ». En effet, le temps nous était compté et c’est un élément dont nous tiendrons définitivement compte l’année prochaine.

“Le **nombre d’initiatives présentées** était un peu trop important et ne laissait pas le temps au visiteur d’assimiler toutes les informations proposées.” Il est vrai que 14 exemples méritaient un temps supplémentaire de digestion pour les participants.

Si le Market Place a été apprécié par la plupart des participants, « le concept de Market Place est très intéressant », a-t-on pu lire à plusieurs reprises dans les fiches d’appréciation, il a été relevé également l’intérêt des bâches mais également « l’accent insuffisant sur le **business/modèle économique** ». En effet, cette remarque est enrichissante et SOS SAHEL en tiendra compte dans ses prochaines présentations des initiatives qu’elle porte avec ses partenaires.

« Je trouve le forum parfait ! Le Market Place donne une réelle appréciation de ce que fait SOS SAHEL en Afrique. Il faudrait davantage **communiquer et partager** plus vastement ces expériences. » A bon entendeur... merci pour ce conseil judicieux que nous allons suivre à la lettre.

## Annexe

On trouvera dans les pages qui suivent un rappel du booklet qui a été remis aux participants ainsi qu’aux panélistes lors du forum.

Ainsi, chaque exemple illustré au sein du Market Place est représenté par une page synthétique, présentant les différents modèles d’intervention, en faveur d’une expansion de l’agriculture familiale au Sahel.

Vous trouverez également les termes de référence, socle sur lequel nous avons basé la réflexion qui a été proposée le 4 mai aux participants, grâce à la participation des panélistes et de nos deux modératrices.

Enfin, vous pourrez prendre connaissance de la liste des personnalités qui se sont rendues à notre forum, sans oublier bien sur nos sponsors, et la présentation de chacun.e des panélistes, sans lesquels cet évènement n’aurait pu avoir lieu.

## Mentions Spéciales

Nous tenons à remercier tout spécialement les partenaires et sponsors qui ont bien voulu nous accompagner dans cette aventure. Les Africa Days de SOS SAHEL fêtaient leur deuxième édition, ce ne sera pas la dernière.

Un grand merci à tous ceux et celles qui, par leurs suggestions apposées sur la carte du Sahel lors du forum ou par le simple fait d'avoir rempli le formulaire au cours de leurs visites des différents exemples présentés au sein du Market Place, ont participé aux actes de ce forum.

Sans oublier bien sûr Delphine Lompret (PADEM) et Sébastien Dekeister (Vanoers Sénégal) qui ont activement contribué à l'écriture de ces actes, ainsi que François Cherpion (Tolsa), Marina Abboud (Ada Microfinance) ou le Dr Rodrigue Magloire EYEMA, qui, spontanément nous ont confié leurs impressions et suggestions après ce forum. Ada Microfinance ayant même proposé des axes de réflexion qui ont été évoqués pendant les panels.

Encore une fois, cela aura été un vrai grand plaisir pour les équipes de SOS SAHEL de pouvoir organiser un événement résolument participatif, la capitalisation, élément essentiel de ce type de manifestations, n'en est que plus partagée, nous espérons que vous aurez pu le constater notamment à la lecture de ces actes.

Une mention spéciale également aux organisateurs de cet événement, nos équipes bien sûr, venues de tous les pays d'intervention de SOS SAHEL, elles ont permis aux participants d'appréhender les exemples démontrés au sein du Market Place. Enfin, nous ne pouvons oublier Faircom New York (Ségolène Xavier) et Efiscens (Irène Serot Almeras) qui étaient impliqués dès le début des Africa Days de SOS SAHEL en 2017.

Il nous reste à vous dire tout simplement : Un grand MERCI et à l'année prochaine !

On vous souhaite encore plus nombreux et cette fois-ci, promis, on prendra plus de temps.

[www.sossahel.org](http://www.sossahel.org)