

# L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur

Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages  
d'Afrique de l'Ouest, du Cameroun et du Tchad

Nicolas Bricas, Claude Tchamda, Florence Mouton (Coordinateurs)

---



# Synthèse

Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Florence Mouton

Dans l'optique de renseigner les situations de sécurité alimentaire, de nombreux efforts ont été fournis ces dernières années pour améliorer les statistiques de production et de prix alimentaires, notamment des céréales, compte tenu de leur importance dans la ration calorique. Moins d'efforts ont été consacrés, en revanche, à la mesure de la consommation et à la compréhension des pratiques et représentations alimentaires. Pourtant, tous les pays mènent des enquêtes nationales sur la consommation des ménages (ENCM) afin de construire des indicateurs macroéconomiques. Les données des instituts nationaux de statistique constituent une ressource précieuse pour l'élaboration et le suivi de politiques alimentaires.

Pour montrer l'intérêt de leur valorisation, le CIRAD et AFRISTAT, en collaboration avec l'AFD<sup>[1]</sup>, ont entrepris d'analyser les données de trente-six ENCM conduites dans les pays d'Afrique de l'Ouest, au Cameroun et au Tchad, entre 2001 et 2011, sur un total de près de 230 000 ménages. Les bases de données ont été constituées soit par les Instituts nationaux de statistique (INS) qui ont collaboré à la recherche, soit par la Banque mondiale. Un important travail de codification a été réalisé pour harmoniser les nomenclatures des aliments consommés et pouvoir identifier leur origine locale ou importée, artisanale ou industrielle.

Toutefois, ces enquêtes n'ayant pas été menées la même année, avec le même objectif et les mêmes méthodes de recueil et de traitement des données, leur comparaison est difficile – que ce soit entre pays ou à intervalle de deux années pour un même pays. La juxtaposition des résultats de ces enquêtes permet cependant de définir les grands traits de la consommation alimentaire. Par *consommation* est entendue la somme de l'autoproduction alimentaire des ménages, les dons et transferts non marchands reçus par le ménage et ses achats. La définition du milieu urbain est propre à chaque pays et n'est pas harmonisée entre pays.

---

[1] Cette étude a été soutenue par l'Agence Française de Développement (AFD), la Banque africaine de développement (BAD) et la Commission européenne au travers du projet FP7/2007-2011, n° 290693 FOODSECURE. Elle a mobilisé les INS du Bénin, du Cameroun, de la Côte d'Ivoire, du Mali, de la Mauritanie, du Niger, du Sénégal, du Tchad et du Togo.

## Le marché est devenu dominant dans la consommation alimentaire y compris en zones rurales

À l'échelle nationale, les achats se situent entre les deux tiers et plus de 90 % de la consommation alimentaire, selon les pays. La part du marché dans la consommation est très importante en ville : elle dépasse 80 % de la valeur de la consommation dans les villes secondaires et 90 % dans les villes principales. Plus surprenante est la part désormais dominante des approvisionnements marchands dans la consommation alimentaire des ruraux. L'autoproduction représente désormais moins de la moitié de la valeur économique de ce qui est consommé. On est donc loin d'une situation ancienne où l'alimentation des ruraux était essentiellement assurée par leur production. Ainsi, le système alimentaire est désormais largement monétarisé, ce qui signifie que les ménages, y compris les ruraux, sont devenus, pour leur sécurité alimentaire, très largement dépendants des prix, et pas seulement de leurs niveaux de production agricole, ce qui peut s'expliquer par deux raisons : (i) le milieu rural ne se réduit pas à des familles d'agriculteurs. Il inclut la population de bourgs, voire de petites villes (au Nigeria, la population rurale vit dans des agglomérations pouvant aller jusqu'à 20 000 habitants). Ces populations vivant d'activités non agricoles (artisanat agroalimentaire, artisanat de construction, réparation, commerce, transport, éducation santé, services, etc.) ont donc recours au marché pour s'approvisionner ; (ii) les agriculteurs vendent une partie de leur production, que celle-ci soit destinée au marché international ou au marché intérieur. Nombre de ruraux bénéficient, de plus, de transferts monétaires de la part de membres de leurs famille émigrés en ville ou à l'étranger (Losch *et al.*, 2012). Avec ces revenus et ces transferts, les ruraux achètent la majeure partie, en valeur, de leur nourriture.

Cet important recours des ruraux au marché pour leur consommation alimentaire les rend désormais largement sensibles aux variations des prix des aliments. Ainsi, les hausses de prix à la consommation – si celles-ci sont supérieures aux hausses de prix à la production – ont une incidence forte sur leur sécurité alimentaire, compte tenu de la faiblesse de leur pouvoir d'achat (comparée à celle des urbains). Avec le rôle croissant du marché et des prix, les problématiques de sécurité alimentaire des urbains et des ruraux tendent à se rapprocher.

## Le marché alimentaire intérieur toujours plus important en valeur que les exportations agricoles

En valeur économique, les marchés alimentaires intérieurs sont, pour tous les pays (y compris les gros exportateurs de produits agricoles comme la Côte d'Ivoire ou le Cameroun), nettement plus importants que les marchés à l'exportation. Un tel résultat signifie que, pour les producteurs agricoles de la région, les débouchés commerciaux que représentent potentiellement les marchés intérieurs de leur pays sont nettement supérieurs à ceux des marchés internationaux.

Le marché alimentaire intérieur n'est plus seulement urbain. Le marché rural est désormais loin d'être négligeable et pèse pour près de la moitié dans le marché alimentaire national. Il faut donc s'affranchir d'une autre ancienne représentation qui considérait que le marché

alimentaire intérieur était essentiellement urbain et que l'enjeu, pour les agricultures locales, était d'abord de reconquérir ce marché. Il est désormais nécessaire de porter plus d'attention aux marchés ruraux, tant comme enjeu pour les agriculteurs qui y écoulent leur production que pour les consommateurs qui s'y approvisionnent. Le marché intérieur, urbain comme rural, est donc le principal moteur de développement agricole.

## La question alimentaire ne peut plus se limiter aux céréales qui représentent moins de la moitié en valeur de la consommation alimentaire

Les valeurs économiques des consommations des produits alimentaires destinés à un usage domestique peuvent être regroupées en trois grands postes :

- le premier est constitué des produits de base amyliacés (riches en amidon) et fournissant une part importante de l'énergie : céréales (mil, sorgho, maïs, riz, blé, fonio) et racines, tubercules et bananes (manioc, igname, patate douce, pomme de terre, taro et *macabo*, plantains). À l'échelle nationale, ces produits représentent environ 40 à 50 % de la valeur économique de la consommation alimentaire ;
- le deuxième est constitué des produits animaux : viandes, poissons et produits aquatiques, produits laitiers et œufs. Ils représentent environ 15 à 30 %, selon les pays, de la consommation ;
- le troisième est constitué des autres produits, qui comprennent les produits de sauce (légumes, huiles, légumineuses, noix), les produits sucrés (sucre, fruits et boissons non alcoolisées) et les plats préparés achetés à l'extérieur mais consommés à domicile. Ils représentent entre 30 et 40 % de la consommation.

Alors que les débats sur la sécurité alimentaire sont souvent focalisés sur les seules céréales, ces produits représentent cependant moins de la moitié de la consommation alimentaire, si l'on considère les consommations urbaines et rurales. Du point de vue nutritionnel, les céréales apportent toutefois près des deux tiers de l'apport calorique. L'autre grosse partie que constituent les produits animaux et les autres produits représente un enjeu important pour le développement agricole. En effet, pour les agriculteurs, les débouchés que constitue leur consommation sont plus importants que ceux des céréales, compte tenu de la part croissante du marché dans le système alimentaire. De plus, l'enjeu nutritionnel de ces autres produits est crucial dans un contexte où la malnutrition protéino-énergétique, se rencontrant surtout en situations de crises et de conflits, est désormais plus rare. Les principaux enjeux nutritionnels sont aujourd'hui la réduction des malnutritions chroniques causées par les carences en micronutriments (anémie ferriprive, carences en vitamine A, en zinc, en iode). Nombre de ces produits apportent en effet des nutriments essentiels comme le fer, la vitamine A, les fibres, etc., qui continuent de manquer dans les régimes alimentaires, même si ceux-ci apportent suffisamment, voire trop de calories. Les nouvelles pathologies nutritionnelles de pléthore (obésité, diabète, maladies cardiovasculaires) sont d'ailleurs devenues un problème de santé publique,

en particulier en ville : dans la région étudiée, la prévalence du surpoids en moyenne pondérée par la population de chaque pays était de 26,8 % et celle de l'obésité de 6,7 % en 2008, selon les chiffres de l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Cette nouvelle situation remet en cause la vision d'une nutrition réduite à la seule question des apports énergétiques.

### Secteur agroalimentaire : l'importance des micro-activités

La classification des aliments consommés, selon leur degré de transformation et le type d'entreprises qui les produisent, permet d'évaluer la structure du secteur agroalimentaire. Ce point de vue original révèle l'importance du secteur des microentreprises et des petites et moyennes entreprises (PME), majoritairement tenues par les femmes, qui intervient dans la commercialisation, la transformation, la distribution et la restauration. Peu reconnu par les pouvoirs publics, ce secteur fournit au moins le quart de la valeur de la consommation à l'échelle des pays, et près de 30 % du marché alimentaire urbain. Il valorise surtout des produits locaux qu'il adapte aux modes de vie urbaine et au pouvoir d'achat limité et fractionné d'une importante partie de la population. Il contribue à construire une culture alimentaire valorisant à la fois les traditions rurales et inventant des identités spécifiquement urbaines. Mais il est surtout un important pourvoyeur d'emplois, tant en milieu rural qu'en milieu urbain.

### Une hétérogénéité des modèles de consommation de viandes

La consommation de produits animaux, et celle de viandes en particulier, sont d'importants marqueurs géographiques et socioculturels dans la région étudiée. Le bœuf domine dans la région sahélienne. Les viandes sont plus diversifiées, au profit de la volaille et de la viande sauvage, en zone forestière. Le poisson y est d'ailleurs également plus consommé. La viande sauvage fait l'objet d'un commerce important, même en zone rurale. Les achats y représentent entre le tiers et les quatre cinquièmes de la consommation. Avec l'urbanisation et l'augmentation du pouvoir d'achat, la consommation de bœuf et de volaille augmente, particulièrement en zone forestière pour cette dernière, celle de viande sauvage diminue.

### Conclusion

Le système alimentaire de l'Afrique de l'Ouest s'est modifié ces dernières décennies, certainement plus rapidement que les représentations de nombre d'observateurs... Le marché domine dans les approvisionnements des ménages. Il est, en valeur, désormais nettement plus important que les débouchés offerts par les marchés internationaux. Il se diversifie, comme l'alimentation, avec un poids décroissant des questions d'apport énergétique, et l'augmentation de nouvelles préoccupations nutritionnelles qui réduisent l'enjeu des céréales et augmentent celui des autres aliments. Un tel constat milite pour un réinvestissement de la recherche et des statistiques dans la connaissance et la compréhension de la consommation et des pratiques et représentations

alimentaires. L'enjeu est à la fois nutritionnel et économique, lié au développement des activités d'intermédiation entre producteurs et consommateurs (transformation, commerce, etc.). Ce développement s'effectue dans un contexte de grande méconnaissance du marché : si les données des ENCM constituent un gisement d'informations utiles aux politiques alimentaires, elles demeurent trop peu exploitées. Mais l'enjeu des changements alimentaires est également social et culturel. En effet, l'alimentation est un support fondamental de l'interaction sociale et de l'identité, et l'enjeu de son évolution ne se limite pas à la satisfaction des besoins biologiques : il concerne plus largement la construction même de la société. Rendre compte des changements rapides à l'œuvre dans ce domaine nécessite donc une approche pluridisciplinaire de l'alimentation.

### Référence bibliographique

Losch B., S. Fréguin-Gresh et E.T. White (2012), *Structural Transformation and Rural Change Revisited. Challenges for Late Developing Countries in a Globalizing World*, Banque mondiale, Washington, D.C. et Agence Française de Développement, Paris.