



**HAL**  
open science

## Le secteur agroalimentaire : un point de vue par la consommation

Nicolas Bricas, Pauline Martin, Claude Tchamda

► **To cite this version:**

Nicolas Bricas, Pauline Martin, Claude Tchamda. Le secteur agroalimentaire : un point de vue par la consommation. Nicolas Bricas; Claude Tchamda; Florence Mouton. L'Afrique à la conquête de son marché alimentaire intérieur. Enseignements de dix ans d'enquêtes auprès des ménages d'Afrique de l'Ouest, au Cameroun et du Tchad, Agence Française de Développement, pp.75-85, 2016. hal-01995427

**HAL Id: hal-01995427**

**<https://hal.science/hal-01995427>**

Submitted on 29 Jan 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# 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)

---



# Sommaire

<b>Préface</b> .....	<b>7</b>
<i>Marie-Cécile Thirion et Florence Mouton</i>	
<b>Remerciements</b> .....	<b>11</b>
<b>Synthèse</b> .....	<b>13</b>
<i>Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Florence Mouton</i>	
<b>Introduction</b> .....	<b>19</b>
<i>Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Florence Mouton</i>	
<b>1. Méthodologie</b> .....	<b>23</b>
<i>Nicolas Bricas et Claude Tchamda</i>	
1.1. Organisation de l'étude .....	23
1.2. Partenaires de l'étude .....	24
1.3. Bases de données utilisées .....	25
1.4. Concepts et vocabulaire utilisés .....	26
1.5. Précautions dans l'usage des données .....	29
<b>2. Les structures de la consommation alimentaire</b> .....	<b>31</b>
<i>Nicolas Bricas, Claude Tchamda et Pauline Martin</i>	
Introduction .....	31
2.1. L'importance du marché dans la consommation alimentaire .....	31
2.2. Les structures de la consommation alimentaire des pays .....	37
2.3. Les effets du revenu sur la consommation .....	53
2.4. Les effets du mode de vie urbain .....	57
Conclusion .....	58
Références bibliographiques .....	60

<b>3. La structure de la consommation et du marché alimentaires en milieu rural</b> .....	<b>63</b>
<i>Maimouna Ba et Nicolas Bricas</i>	
Introduction .....	63
3.1. Les amylacés de base représentent seulement la moitié de la consommation alimentaire en valeur économique .....	64
3.2. L'approvisionnement alimentaire des ruraux se fait largement par le biais du marché .....	66
3.3. Autoproduction et achats de produits de base amylacés .....	68
3.4. Le marché rural des produits animaux et autres aliments .....	71
Conclusion .....	72
Références bibliographiques .....	73
<b>4. Le secteur agroalimentaire : un point de vue par la consommation</b> .....	<b>75</b>
<i>Nicolas Bricas, Pauline Martin et Claude Tchamda</i>	
Introduction .....	75
4.1. Les produits transformés représentent la moitié de la consommation .....	75
4.2. La part des produits transformés augmente avec l'urbanisation .....	77
4.3. Les différences liées au pouvoir d'achat .....	79
4.4. Les effets des modes de vie urbains .....	83
Conclusion .....	84
Références bibliographiques .....	85
<b>5. La consommation de viandes</b> .....	<b>87</b>
<i>Pauline Martin, Nicolas Bricas, Muriel Figuié</i>	
Introduction .....	87
5.1. La structure de la consommation de viandes .....	87
5.2. Les différences de consommation de viandes entre ruraux et urbains .....	90
5.3. Le marché de la viande .....	93
5.4. Les effets du revenu sur la consommation de viandes en milieu urbain .....	95
Conclusion .....	97
Références bibliographiques .....	98

---

<b>6. L'évolution de la consommation alimentaire au Cameroun de 2001 à 2007</b> .....	<b>99</b>
<i>Eric Jazet Kengap, Pierre Djou, Claude Tchamda, Pauline Martin, Nicolas Bricas</i>	
Introduction .....	99
6.1. Méthodologie des enquêtes utilisées .....	99
6.2. Les structures de la consommation alimentaire .....	101
6.3. Les produits locaux restent majoritaires mais leur part s'érode .....	110
6.4. Un usage croissant de produits transformés .....	111
Conclusion .....	113
<b>Conclusion générale</b> .....	<b>115</b>
<b>Annexe 1. Caractéristiques des enquêtes sur la consommation des ménages</b> ..	<b>118</b>
<b>Annexe 2. Nomenclature et codage des aliments utilisés pour l'analyse des données</b> .....	<b>121</b>
<b>Liste des sigles et abréviations</b> .....	<b>129</b>

## 4. Le secteur agroalimentaire : un point de vue par la consommation

*Nicolas Bricas, Pauline Martin et Claude Tchamda*

### Introduction

L'importance croissante du recours au marché dans la consommation alimentaire se traduit par une circulation des produits sur une plus longue distance et par le besoin de pouvoir conserver les aliments pour les stocker. Conjugué à une urbanisation des modes de vie qui modifie souvent les rapports à la cuisine domestique, ce phénomène favorise le développement du secteur de la transformation agroalimentaire. Or, une partie de ce secteur est le fait de micro et petites entreprises relevant du secteur dit « informel » et donc mal identifié dans ses capacités productives. On en connaît très mal l'importance.

Le recours aux enquêtes de consommation est un moyen d'appréhender la part relative des différents types d'entreprises agroalimentaires dans le marché. La nomenclature des aliments consommés utilisée lors des enquêtes peut être suffisamment détaillée pour permettre de classer les aliments selon le type de transformation qu'ils ont subie au moment de leur acquisition. Sur la base d'une connaissance fine de l'offre alimentaire sur les principaux lieux d'approvisionnement, on peut distinguer les produits transformés par le secteur des micro et petites entreprises artisanales des produits issus des entreprises industrielles<sup>[18]</sup>.

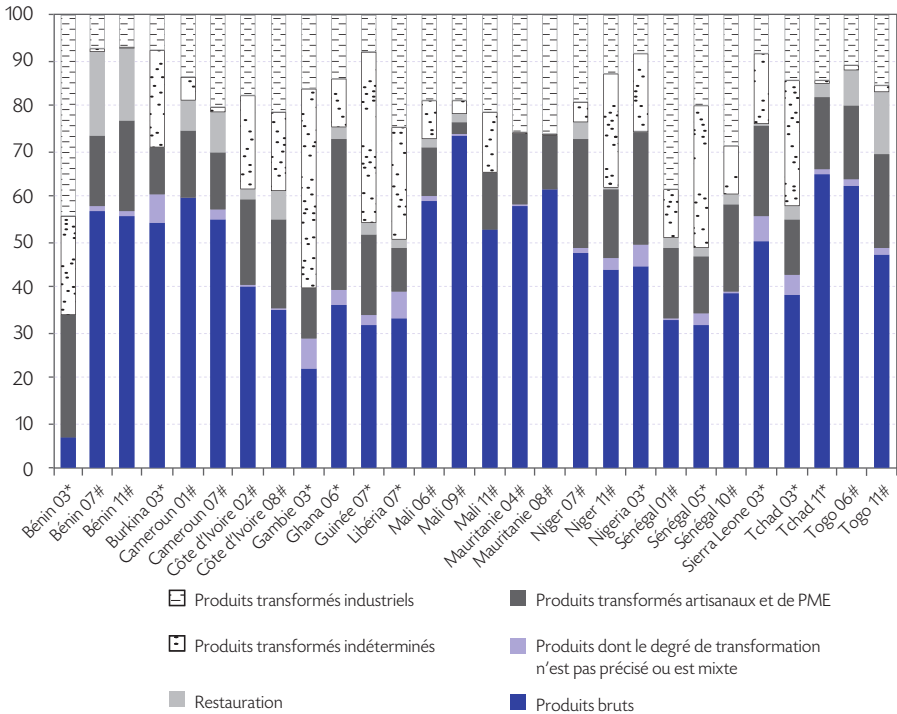
### 4.1. Les produits transformés représentent la moitié de la consommation

La répartition de la valeur économique des consommations selon le type de transformation des produits utilisés par les ménages est présentée dans le graphique 31.

---

[18] Voir le chapitre 1, « Méthodologie », du présent ouvrage pour la typologie des aliments transformés utilisés.

**Graphique 31. Structure des consommations nationales selon le type de transformation (en %)<sup>[19]</sup>**



Note : \* correspond aux données traitées par les INS. # correspond aux données traitées par la Banque mondiale. Voir l'encadré du chapitre 1, « Méthodologie », pour les précautions d'interprétation des graphiques.

Source : ENCM.

Une petite moitié des produits consommés sur la région étudiée sont des produits bruts. En moyenne sur l'ensemble de la région étudiée (cf. graphique 31), ils représentent 45 % de la valeur des consommations. Ce chiffre varie cependant de 20 à 70 % selon les pays. Il est élevé dans les pays à forte proportion de ruraux qui autoproduisent leurs céréales. Il est plus faible dans les pays plus urbanisés et plus consommateurs de riz importé, et donc déjà transformé. Cette importance de l'usage de produits bruts par les consommateurs témoigne d'abord de leur faible pouvoir d'achat. Il limite le recours à des produits incorporant de la valeur ajoutée

[19] Un même pays peut être illustré par plusieurs enquêtes menées à quelques années d'intervalle. Les méthodologies d'enquête et de traitement étant souvent différentes d'une enquête à l'autre, il est hasardeux de comparer ces enquêtes pour en tirer des conclusions sur les évolutions. Ces données sont plutôt présentées comme autant de résultats d'enquêtes indépendantes qui permettent de multiplier les points de vue sur la région étudiée.

sous forme de services : la transformation des produits permet en effet de les conserver plus longtemps (produits séchés, salés, fumés, fermentés), d'en extraire les fractions utiles (produits décortiqués, huiles extraites de graines) et de réduire les tâches culinaires en proposant des produits plus commodes d'usage. Le recours aux produits bruts témoigne également de l'attachement des consommateurs, et en particulier des ménagères, à pouvoir évaluer la qualité de la matière première par sa fraîcheur. La construction de la confiance envers des fournisseurs de produits transformés est un processus difficile (Cheyens et Bricas, 2003) et conduit à privilégier l'usage de produits dont on peut soi-même contrôler la qualité au cours de sa transformation ou sa cuisine.

Les produits transformés de façon artisanale et par les PME agroalimentaires forment le deuxième poste d'approvisionnement avec une moyenne de 21 % des consommations à l'échelle de la région étudiée. La restauration est relativement faible aux échelles nationales (2 %). Les produits transformés industriels constituent 13 % des consommations. Enfin 15 % des produits sont transformés sans que l'on connaisse le type de transformation. Ce chiffre tient notamment à l'origine du riz, largement consommé dans la région, mais dont l'origine n'est souvent pas précisée dans les enquêtes. Le riz importé est transformé industriellement alors que le riz local est transformé plutôt artisanalement, sauf dans certains pays équipés de rizeries industrielles. Au total donc, la part des produits transformés représente 51 % de la consommation.

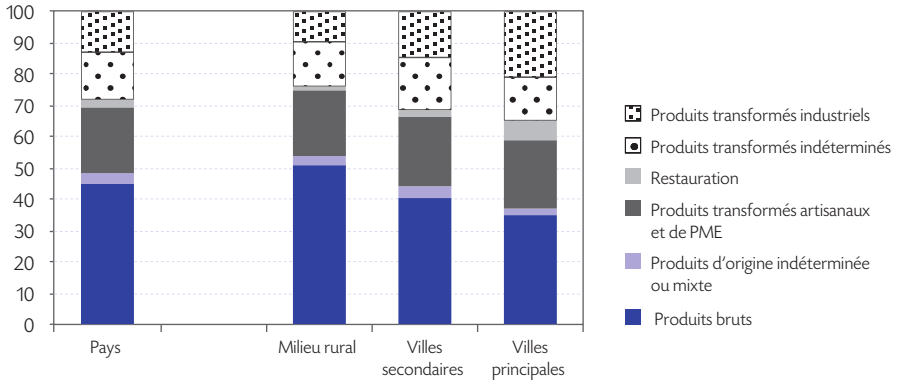
Enfin 3 % des produits consommés ont un degré de transformation indéterminé ou mixte ce qui ne permet pas de les classer parmi les catégories précédentes.

#### **4.2. La part des produits transformés augmente avec l'urbanisation**

Dans tous les pays de la région étudiée, on constate une plus grande part des produits transformés dans la consommation des ménages urbains, comparée à celle des ménages ruraux qui autoproduisent et transforment eux-mêmes encore une partie de leurs aliments. Pour illustrer cette tendance générale, le graphique 32 présente les différences de structure de la consommation des aliments selon leur type de transformation en fonction du milieu de résidence et en moyenne pondérée par la population de la région étudiée.



**Graphique 32. Part des produits selon leur degré de transformation (en %) pour les zones urbaines, rurale et nationale**



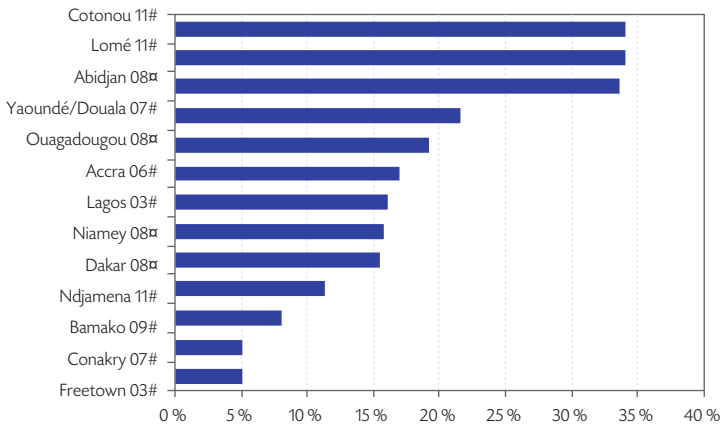
Source : ENCM.

Dans les villes principales, la part des produits bruts ne représente plus qu'un tiers de la consommation (35 %). La part des produits industriels augmente nettement puisqu'elle fait un peu plus que doubler (10 % en milieu rural à 21 % dans les villes principales), du fait en particulier de l'importance de la consommation de riz et de blé industriels importés. La part des produits artisanaux et issus des PME (22 %) est comparable à celle des ruraux (21 %) mais la restauration est nettement plus importante (6 % dans les villes principales contre 2 % en milieu rural). Au total, le secteur artisanal représente donc en moyenne pour la région au moins 23 % de la valeur de la consommation nationale et au moins 28 % dans les grandes villes. Ces chiffres sont des *minima* puisqu'une partie des produits transformés d'origine indéterminée ou mixte relève sans doute de cette catégorie artisanale.

L'importance de la restauration est très différente d'un pays à l'autre comme on peut l'observer sur le graphique 33.

La restauration atteint le tiers de la consommation à Cotonou, Lomé et Abidjan et plus du cinquième à Yaoundé et Douala. Elle dépasse les 15 % à Ouagadougou, Accra, Lagos, Niamey et Dakar. On peut faire l'hypothèse que ces différences tiennent d'une part à la taille et à la configuration de la ville ainsi qu'à l'organisation du temps de travail des entreprises et services formels. Ces éléments déterminent les temps de transport lors de la pause méridienne et peuvent contribuer au développement d'une offre de restauration populaire pour les travailleurs qui ne peuvent rentrer à leur domicile à la mi-journée. Mais cette importance de la restauration a sans doute un déterminant culturel comme cela a été montré dans le cas de l'Inde (Roncaglia, 2013).

**Graphique 33. Part de la restauration dans la consommation alimentaire des grandes villes**



Source : ENCM.

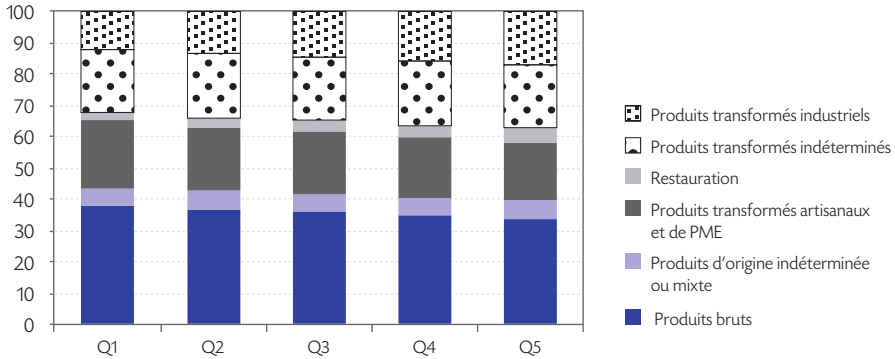
La modification de la structure de la consommation liée à l'urbanisation est liée à deux facteurs. D'une part, le pouvoir d'achat des citadins et donc leur pouvoir d'accès aux services qu'offrent les produits transformés sont en moyenne nettement supérieurs à ceux des ruraux. D'autre part, les modes de vie urbains compliquent la possibilité de continuer à transformer au niveau domestique tous les produits que l'on utilisait au village. Ce sont ces deux facteurs qui sont analysés dans les paragraphes qui suivent.

### 4.3. Les différences liées au pouvoir d'achat

Le graphique 34 présente les différences de structure de la consommation des aliments selon leur type de transformation en fonction des quintiles de revenu et en moyenne pondérée par la population urbaine de la région étudiée.

Les mêmes tendances peuvent être observées lorsque le revenu des ménages augmente ou lorsque l'on compare le milieu rural et le milieu urbain. La part des produits industriels augmente nettement : de 12 % pour le quintile le plus pauvre à 17 % pour le quintile le plus riche. La part des produits artisanaux et issus des PME diminue (22 % pour le Q1 à 19 % pour le Q2). La restauration augmente également. Un tel constat peut-il être interprété comme une occidentalisation de l'alimentation telle que les tenants de la transition alimentaire et nutritionnelle qualifient l'accroissement de la consommation de produits animaux et de graisse qu'ils observent partout dans le monde avec l'urbanisation (Popkin, 1999 ; Delpeuch et Maire, 2004) ? Le tableau 5 présente l'évolution des indices de consommation par tête de quelques

**Graphique 34. Degré de transformation des aliments selon les quintiles de richesse urbains (en %)**



Source : ENCM.

produits amyacés pour lesquels il existe une concurrence directe entre produits artisanaux typiques de la culture alimentaire du pays et produits industriels. Ces indices sont présentés selon le quintile de revenu des ménages urbains. L'indice 100 correspond au premier quintile, autrement dit aux 20 % de l'échantillon interrogé les plus pauvres. Les produits importés sont dans des cases grisées.

Ces quelques exemples montrent clairement que même si les dépenses par tête pour les produits artisanaux augmentent avec le revenu, cette augmentation se fait à un rythme moindre que celle des produits industriels importés. Autrement dit, les élasticités-revenu des produits artisanaux sont positives mais moindres que celles des produits industriels importés.

Un tel constat semble signifier une orientation de la consommation vers des produits industriels importés comme le riz, le pain, les pâtes alimentaires. Il est sans doute trop rapide de conclure pour autant qu'il s'agit là d'une occidentalisation de l'alimentation en milieu urbain aisé. D'une part le riz ne peut être considéré comme un marqueur de la culture occidentale. Il est essentiellement importé d'Asie même s'il existe des importations des Etats-Unis. D'autre part, on pourrait évoquer une occidentalisation de l'alimentation si ces produits industriels étaient utilisés de façon similaire à ceux de la cuisine occidentale. Ce type d'enquête ne renseigne en rien sur les préparations culinaires, mais une analyse des consommations selon le revenu de quelques produits spécifiques des cultures alimentaires peut renseigner sur les tendances d'évolution. Le tableau 6 fournit les indices de consommation de tels produits selon les quintiles de revenus. Ces données ne concernent là encore que le milieu urbain.

**Tableau 5. Indice de consommation par tête de quelques produits amyliacés artisanaux et industriels en fonction du quintile de revenu en milieu urbain**

		% /total dép. alim.	Indices (Q1 = 100)			
			Q2	Q3	Q4	Q5
Bénin 03*	<i>Gari</i> (semoule de manioc précuite)	3,3	158	240	303	378
	Pain de blé importé	4,0	249	462	848	1723
	Riz	7,5	203	265	365	570
Cameroun 07*	<i>Bibolo</i> et <i>Miondo</i> (Bâtons de manioc fermenté et précuit)	0,8	333	536	833	1407
	Pain de blé en baguette	4,8	345	624	928	1392
	Riz (très largement importé)	4,8	170	199	213	231
	Spaghetti de blé importé	0,6	516	828	1606	3318
Côte d'Ivoire 02*	<i>Attikié</i> (couscous de manioc fermenté et précuit)	2,7	176	208	267	389
	Pain de blé importé	4,2	172	261	422	686
Guinée 07*	Riz blanc importé	15,7	136	154	170	201
	Riz local <i>barabara</i>	4,7	158	183	249	325
Niger 07*	Riz importé	18,7	180	249	308	311
	Farine de maïs local	5,6	198	182	214	236
Nigeria 03*	<i>Amala</i> , <i>Gari</i> , <i>Tuwo</i> , <i>Fufu</i> + sauce (plats de maïs, manioc, igname)	0,9	176	278	471	898
	<i>Gari</i> (semoule de manioc grillé)	3,7	122	149	182	261
	Riz importé	7,3	273	321	602	1257
	<i>Akara</i> (beignets de haricot niebé)	1,8	236	328	371	348
Sénégal 01*	Brisures de riz importé	10,3	121	139	151	172
	Farines, semoules et couscous de mil artisanaux	1,0	105	143	153	210

Source : ENCM.

**Tableau 6. Indice de consommation par tête de produits artisanaux et industriels spécifiques en fonction du quintile de revenu en milieu urbain**

		% /total dép. alim.	Indices (Q1 = 100)			
			Q2	Q3	Q4	Q5
Burkina 03*	<i>Soumbala</i> (condiment de graines de néré fermentées)	1,3	137	155	188	208
	Bouillon cube industriel	2,6	136	176	226	270
Cameroun 07*	Huile de palme rouge (non raffinée)	2,9	179	208	206	164
	Huiles raffinées industrielles	3,0	173	219	334	509
Côte d'Ivoire 02*	Huile de palme rouge artisanale	0,6	120	166	199	255
	Huile raffinée industrielle	2,3	156	220	287	409
Guinée 07*	<i>Soumbara</i> (condiment de graines de néré fermentées)	0,3	123	129	157	207
	Bouillon cube industriel	1,5	137	151	188	229
	<i>Bissap</i> (Boisson à base de calices d' <i>Ibiscus</i> séchés)	0,3	595	991	2 341	4 173
	Sodas industriels	0,9	486	1 147	2 635	6 629
Nigeria 03*	Huile de palme rouge artisanale	4,1	271	408	536	780
	Huiles végétales industrielles	0,4	101	53	212	1 094
Togo 06*	Poisson fumé artisanal	5,7	171	237	309	514
	Poisson frais	2,5	226	344	498	812

Source : ENCM.

Les tendances observées pour les produits de base amylicés se retrouvent pour les produits plus typiques de sauce mais de façon moins prononcée. L'augmentation de la consommation des produits industriels avec l'augmentation du revenu reste plus rapide que celle des produits artisanaux concurrents. Toutefois, ces derniers voient leur consommation s'accroître avec le revenu alors que l'on observe des baisses de consommation de certains produits bruts. Il n'y a donc pas d'abandon des produits typiques de la culture alimentaire locale. Les villes sont des espaces d'adoption d'innovations alimentaires, issues des régions rurales d'origine des populations mais souvent adaptées aux conditions de vie et aux matières premières disponibles en ville. Cela a par exemple été observé pour l'*attiéké* au Bénin, produit originaire de la lagune d'Abidjan en Côte d'Ivoire, qui se diffuse désormais dans toute l'Afrique de l'Ouest et du Centre (Sotomey *et al.*, 2001). Les villes sont aussi des espaces d'adoption de cuisines exogènes, non seulement européennes, mais aussi méditerranéennes (par exemple *chawarma* diffusé par la communauté libanaise) ou asiatique (par exemple *nems* diffusés par la communauté d'Asie du Sud-Est). Elles sont enfin et surtout des espaces d'innovations culinaires à partir de multiples influences, innovations qui deviennent des supports des cultures urbaines (Bricas, 2008). On peut citer ainsi le cas du *thiebou-djën* (riz au poisson initialement originaire de Saint-Louis du Sénégal puis surtout de Dakar), du *babenda* de Ouagadougou (mélange de feuilles pilées et de céréales concassées), de la *garba* d'Abidjan (plat à base d'*attiéké*, de poisson et de condiments) ou de l'*amala* de Lagos (pâte de

cossettes d'igname), autant de mets qui sont devenus très populaires en milieu urbain et tendent aujourd'hui à se diffuser en dehors de leurs zones d'origine sous des formes « modernisées ».

#### 4.4. Les effets des modes de vie urbains

Les bases de données par ménage des enquêtes utilisées n'étant pas accessibles, il n'est pas possible de calculer des régressions qui permettraient d'identifier l'importance du mode de vie urbain ajusté par le revenu. Cet effet « mode de vie » peut cependant être approché en calculant, à partir des données moyennes des quintiles de revenu, une élasticité-revenu entre deux quintiles. Elle correspond à la croissance relative de la consommation du bien étudié par rapport à la croissance du revenu entre les deux quintiles considérés. Avec cette élasticité, il est alors possible de calculer quelle serait la consommation d'un citadin ayant le même revenu qu'un rural. Le tableau 7 présente la variation de la consommation d'un citadin par rapport à un rural de même niveau de revenu.

**Tableau 7. Détail des consommations d'un urbain à même niveau de revenu qu'un rural selon le type de transformation des produits**

Pays	% Brut	% Produits transformés artisanaux et de PME	% Restauration	% Transformés indéterminés	% Transformés industriels	% Indéterminé ou mixte
Bénin 03*	-14	-6		7	0	
Burkina Faso 03*	-33	15		59	1	-42
Cameroun 07*	15	-22	8	2	9	40
Côte d'Ivoire 02*	-46	-26	68	-9	18	-77
Gambie 03*	9	49		3	-16	-30
Ghana 06*	-23	-19	53	8	8	-30
Guinée 07*	-29	-17	149	-7	24	-62
Libéria 07*	-19	-28	102	-64	51	-22
Mali 06*	-28	-6	20	32	4	-18
Mauritanie 04*	-24	68	93	-50	-13	7
Niger 07*	-53	-11	101	-7	95	-47
Sénégal 01*	-18	12	90	32	-20	22
Sierra Leone 03*	-31	0	-61	-17	23	-34
Tchad 03*	-40	12	33	10	-19	24
Togo 06*	-19	-19	13	-9	16	-22
Moyenne pondérée	-27	-7	40	5	15	-27

Source : ENCM.

Même si l'on observe des différences significatives selon les pays, on constate que le mode de vie urbain amplifie les tendances observées avec l'augmentation du pouvoir d'achat. La consommation des produits artisanaux diminue au profit des produits industriels. L'huile végétale, le sucre, le lait concentré, la poudre de lait, le concentré de tomate sont plus utilisés par les citadins que les ruraux à même niveau de revenu. Une exception importante retient l'attention : il s'agit de la restauration. Le recours des ménages urbains à ce mode de consommation est 40 % supérieur à celui des ruraux de même niveau de revenu.

## Conclusion

Avec l'extension géographique du marché aux zones rurales et l'urbanisation, le marché des produits transformés se développe. Le secteur agroalimentaire est encore mal connu. Nombre de débats et d'attention portent plus sur la production agricole que sur l'aval des filières. Pourtant, la configuration que prennent les secteurs de la distribution et de la transformation influence considérablement la production agricole. Les entreprises en aval des filières conditionnent l'évolution de la qualité des matières premières en fonction de leurs contraintes techniques et logistiques. Les volumes qu'elles traitent selon leur degré de centralisation favorisent ou non la concentration de l'offre en matière première.

L'industrialisation agroalimentaire en Afrique s'est initialement faite pour transformer des matières premières locales pour les marchés à l'exportation : huileries d'arachide et de palme, sucreries, conserveries de poisson, etc. Elle s'est ensuite faite pour transformer des matières premières importées pour le marché intérieur : minoteries de blé, brasseries et usines de sodas, usines de produits laitiers à base de poudre, etc. La transformation des produits locaux pour le marché intérieur s'est progressivement structurée à partir de micro-activités marchandes, généralement assurées par des femmes, à partir de leurs savoir-faire domestiques. Depuis les années 1980 des PME ont émergé à partir des investissements d'une classe moyenne émergente. Mais qu'elles soient micro-activités individuelles ou PME avec salariés, ces entreprises sont peu visibles dans le paysage économique. Relevant du secteur informel, elles échappent le plus souvent à la comptabilité publique.

Les données des enquêtes de consommation permettent d'en assurer une certaine visibilité. Avec près du quart de la valeur de la consommation à l'échelle des pays et près de 30 % du marché alimentaire urbain, le secteur artisanal et des PME représente un secteur économique considérable. Il valorise surtout des produits locaux qu'il adapte aux modes de vie urbains 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.

Ce secteur des produits artisanaux apparaît cependant menacé par l'urbanisation, à la fois du fait de l'augmentation du pouvoir d'achat et des modes de vie urbains qui orientent la demande d'abord vers des produits industriels. Pour autant le secteur artisanal ne doit sans doute pas être négligé dans les politiques alimentaires. D'abord parce qu'il est très créateur d'emplois,

notamment pour les femmes, et en tout cas largement plus que le secteur industriel très mécanisé. Ensuite parce qu'il assure la connexion entre l'offre agricole et la demande urbaine et rurale et joue de ce fait un effet d'entraînement sur la production agricole locale. C'est grâce à ce secteur des micro et petites entreprises que les cultures vivrières sont devenues des cultures alimentaires commerciales. Enfin, ce secteur assure massivement l'alimentation des populations les plus pauvres et donc les plus vulnérables du point de vue de la sécurité alimentaire. De ce triple point de vue, ce secteur, partie immergée de l'iceberg dispose d'un important potentiel pour contribuer à la sécurité alimentaire et, d'une façon plus générale, à la lutte contre la pauvreté (Broutin et Bricas, 2006). Il est encore peu pris en compte dans les politiques alimentaires ou les interventions des agences de coopération. Celles-ci privilégient plus souvent les grands projets industriels pour le marché des classes moyennes ou riches qui semble effectivement émerger. La question reste de savoir si ce développement industriel permettra, par effet d'entraînement, le maintien et le développement des emplois, de la diversité des produits, du rôle de connexion entre villes et campagnes qu'assure aujourd'hui le secteur artisanal.

## Références bibliographiques

- Bricas N. (2008), « La pluralité des références identitaires des styles alimentaires urbains en Afrique », In : Chiffolleau Y., F. Dreyfus et J.-M. Touzard (Eds), *Les nouvelles figures des marchés agroalimentaires. Apports croisés de l'économie, de la sociologie et de la gestion*, UMR innovation et UMR Moisa, Montpellier, pp. 149-159.
- Broutin C. et N. Bricas (2006), *Agroalimentaire et lutte contre la pauvreté en Afrique subsaharienne ; le rôle des micro et petites entreprises*, Ed. du Gret, Paris, 128 p.
- Cheyns E. et N. Bricas (2003), *La Construction sociale de la qualité des produits alimentaires ; le cas du soubala, des céréales et des viandes sur le marché de Ouagadougou au Burkina*, Série Alimentation, savoir-faire et innovations en agroalimentaire en Afrique de l'Ouest, CIRAD, Montpellier, 82 p.
- Delpuech F. et B. M. Maire (2004), « La transition nutritionnelle, l'alimentation et les villes dans les pays en développement », *Cahiers Agricultures*, 13(1), pp. 23-30.
- Popkin B. M. (1999), "Urbanization, Lifestyle Changes and the Nutrition Transition", *World Development*, 27(11), pp. 1905-1916.
- Roncaglia S. (2013), "Feeding the City : Work and Food Culture of the Mumbai Dabbawalas", *Open Book Publishers*, Cambridge.
- Sotomey M., E. Ategbo, E. C. Mitchikpe, M.-L. Gutierrez et M.-C. Nago (2001), *Innovations et diffusion de produits alimentaires en Afrique : l'attiéké au Bénin*, Série Alisa, CIRAD, Montpellier.