ECOWAS COMMISSION
COMMISSION DE LA CEDEAO
COMISSÃO DA CEDEAO

Programme Agroécologie en Afrique de l'Ouest

NOTE THEMATIQUE 3 | Mai 2025

Dynamiques des marchés des produits agroécologiques

Introduction

L'accès aux marchés représente l'un des principaux défis auxquels sont confrontés les producteurs/productrices engagés dans l'agroécologie. Bien que ce soit une problématique qui concerne bon nombre de produits agricoles locaux, elle est encore plus aiguë pour les produits agroécologiques.

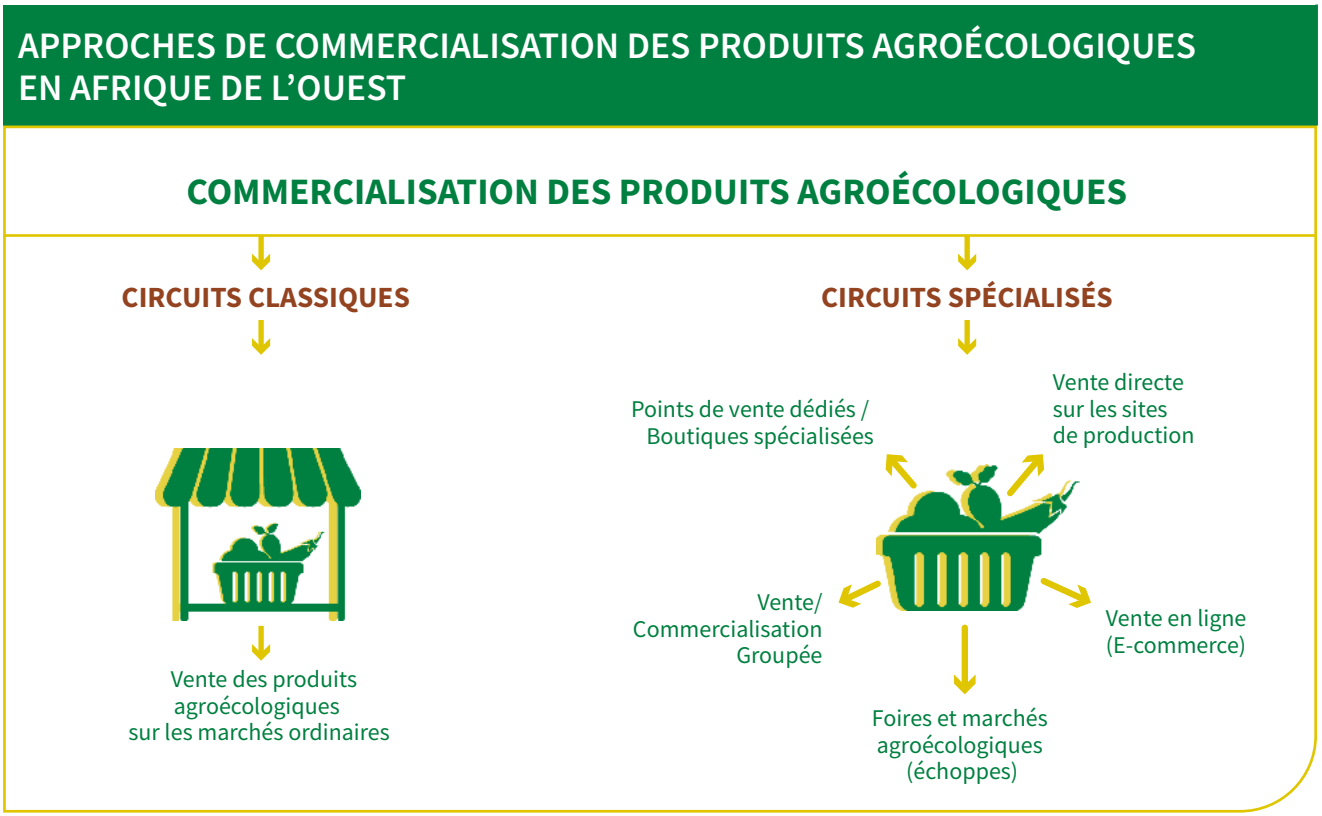
La production suivant les pratiques agroécologiques peut se traduire, selon les cas, par plus de travail, davantage de coûts (investissements et intrants spécifiques) ou de plus faibles rendements. La reconnaissance de leur qualité par le marché, et donc l'obtention de prix supérieurs à ceux des autres produits agricoles, est donc souvent essentielle pour rendre leur production suffisamment rémunératrice et attractive pour les agriculteurs. Cette reconnaissance de la qualité des produits agroécologiques est moins essentielle lorsque l'agroécologie se traduit par ailleurs par une augmentation significative des rendements agricoles (situations où l'agroécologie permet par exemple d'améliorer la fertilité des sols), même si l'existence de prix rémunérateurs et stables est toujours importante pour les agriculteurs.

Cette note est l'une des sept (07) notes thématiques issues de la capitalisation du Programme Agroécologie en Afrique de l'Ouest (PAE) de la CEDEAO. Elle vise à documenter les initiatives mises en place pour améliorer l'accès aux marchés pour les produits agroécologiques. L'analyse s'appuie sur la revue de divers travaux relatifs aux expériences soutenues par le PAE, des entretiens généraux avec des acteurs clés de l'agroécologie au niveau régional, des études de cas dans six (06) pays de la région (Bénin, Côte d'Ivoire, Ghana, Nigeria, Sénégal, Togo) et les conclusions d'un atelier régional de mise en discussion des résultats provisoires.

› Au Togo, des boutiques dédiées à la vente de produits agroécologiques installées par l'ONG RAFIA dans le cadre du Projet IDPA-S.

Synthèse des expériences

Deux (02) principales approches peuvent être distinguées en matière de mise en marché des produits agroécologiques en Afrique de l'Ouest.



La première, qui peut être qualifiée de classique, repose sur la commercialisation à travers des marchés ordinaires ou locaux, qui ne sont pas spécifiquement dédiés aux produits agroécologiques. Il s'agit donc de l'écoulement de produits agroécologiques à travers des marchés ordinaires. Ces marchés, généralement en plein air, permettent aux commerçants, y compris les producteurs, de vendre directement leurs produits aux consommateurs ou à des intermédiaires. Cette approche, la plus répandue dans la région, voit les producteurs agroécologiques proposer leurs produits aux côtés de ceux issus de l'agriculture conventionnelle. Les acteurs reconnaissent que, malgré la promotion croissante des pratiques agroécologiques, les débouchés spécifiques pour les produits agroécologiques demeurent encore limités..

La seconde approche repose sur le développement de circuits de commercialisation spécialisés, permettant une meilleure valorisation des produits agroécologiques. Elle vise à favoriser une différenciation entre les produits agroécologiques et les produits conventionnels, et à garantir une rémunération plus juste aux producteurs. Cette approche regroupe:

- **L'ORGANISATION DE POINTS DE VENTE ET DE MARCHÉS SPÉCIFIQUES AUTOUR DE PRODUITS AGROÉCOLOGIQUES.** Elle émerge dans les pays de la région comme un mode pour structurer des circuits spécialisés et renforcer la visibilité des produits agroécologiques. À travers ces initiatives, des points de vente et boutiques dédiées sont mis en place pour écouler des produits agroécologiques, y compris des transformés. Ces points de vente spécifiques sont parfois aménagés dans certains marchés ordinaires, en vue de faciliter la commercialisation des produits agroécologiques dans de meilleures conditions. Des marchés spécifiques aux produits agroécologiques avec une périodicité prédéfinie sont également initiés

pour rapprocher producteurs et consommateurs. Ces marchés offrent un espace de vente où des producteurs proposent une large gamme de produits issus de l'agriculture biologique et agroécologique. Il faut noter que ce type de marché est similaire aux foires et événements promotionnels organisés pour les produits agroécologiques, qui constituent également un modèle répandu de commercialisation de ces produits dans les pays de la région.

- **LA COMMERCIALISATION GROUPÉE DE PRODUITS AGROÉCOLOGIQUES**. Elle consiste à regrouper les productions de plusieurs producteurs pour les vendre collectivement, permettant ainsi de mieux négocier les prix, de réduire les coûts de transaction, d'améliorer l'accès aux marchés et de renforcer la visibilité des produits agroécologiques. Cette approche implique différents acteurs, notamment les groupes de producteurs (OP, coopératives, etc.), les agrégateurs, et les acheteurs grossistes. C'est une approche particulièrement prisée par des acteurs comme les hôtels et restaurants, dont l'intérêt pour les produits agroécologiques est de plus en plus croissant.
- **LE E-COMMERCE DÉDIÉ AUX PRODUITS AGROÉCOLOGIQUES.** Ce mode de commercialisation se développe de plus en plus dans la région et s'appuie sur des outils/applications numériques. Des canaux de communication tels que WhatsApp sont utilisés pour partager aux potentiels consommateurs des informations sur les produits disponibles, les prochaines ventes et les modalités de commande, etc. Les clients peuvent passer commande selon leurs besoins. Un système de livraison des produits est également disponible dans le cadre de ce mode.
- **LA VENTE DIRECTE SUR LES SITES DE PRODUCTION.** Ce mode de vente ou achat direct sur les sites de production est souvent retrouvé dans les filières maraichères. Ce mode attire des commerçants qui s'approvisionnent directement auprès des producteurs, mais aussi certains consommateurs finaux soucieux de la qualité des produits. En privilégiant l'achat sur site, ces deux (02) catégories d'acheteurs (commerçants/revendeurs et consommateurs finaux) visent des prix plus accessibles grâce à la réduction des intermédiaires. De plus, les consommateurs cherchent à s'assurer de l'authenticité des produits agroécologiques et à se prémunir contre les fraudes fréquentes sur les marchés classiques, où des produits conventionnels sont parfois vendus comme biologiques ou agroécologiques.

Enseignements et conclusion

Effets positifs, négatifs / insuffisance d'effets

Les effets, tant positifs que négatifs (tableau 1), varient en fonction des modèles de mise en marché des produits agroécologiques. Dans le cadre de la commercialisation via les circuits classiques, notamment les marchés ordinaires, un problème majeur réside dans le manque de reconnaissance spécifique des produits agroécologiques, souvent confondus avec les produits conventionnels. Contrairement aux produits biologiques, qui bénéficient d'une reconnaissance relativement plus large, les produits agroécologiques sont encore moins connus dans les différents pays de la région. Dans les situations où l'agroécologie ne se traduit pas par une augmentation sensible des rendements et volumes de production agricole, cette absence de distinction sur les marchés constitue l'un des principaux freins à la mise en œuvre de pratiques agroécologiques. Sans différenciation claire, les produits agroécologiques se retrouvent en concurrence directe avec des produits conventionnels souvent moins coûteux, et les producteurs peinent à bénéficier de prix rémunérateurs.

Toutefois, il convient de noter que ces marchés classiques offrent aux producteurs l'avantage d'accéder à une clientèle diversifiée (tableau 1). Bien que ces marchés locaux ne disposent pas de mécanismes spécifiques pour différencier les produits agroécologiques des produits conventionnels, les premiers peuvent être valorisés en raison de leur qualité perçue supérieure, notamment en termes de goût et de conservation. Cette perception positive attire les consommateurs soucieux de leur alimentation.

En ce qui concerne les circuits spécifiques de commercialisation, tels que les boutiques spécialisées, les foires dédiées et les ventes groupées, ils présentent l'avantage d'offrir aux produits agroécologiques des prix plus rémunérateurs que ceux des marchés classiques. Ces circuits spécialisés jouent également un rôle important dans la sensibilisation du public aux produits agroécologiques, le partage d'expériences entre

acteurs, et le renforcement des capacités des producteurs. Ils offrent des espaces d'échange où producteurs et consommateurs peuvent dialoguer sur les pratiques et les produits agroécologiques. Ils permettent également aux familles de mieux connaître ces produits à travers des dégustations et, dans certains cas, facilitent l'accès des agriculteurs à des semences. Dans le cadre des ventes groupées, certains acheteurs (agrégateurs) mettent également en place des mécanismes de renforcement des capacités pour les producteurs, dans le but de les accompagner dans la maitrise et la mise en application effective des pratiques garantissant des produits de qualité répondant à des spécifications précises. En dépit de ces effets positifs, il faut noter que la mise en place de ces circuits spécifiques présente différentes contraintes. C'est le cas notamment de l'absence d'infrastructures adaptées, le manque de reconnaissance institutionnelle et la difficulté à fidéliser une clientèle spécifique [voir tableau ci-dessous]. À cela s'ajoutent les besoins en financement pour les investissements initiaux, tels que la mise en place des points de vente dédiés, ainsi que le fonds de roulement nécessaire pour les opérations de suivi des producteurs, la collecte et l'entretien des produits notamment dans le cadre des ventes groupées.

› Au Togo, la transformation utilisée comme levier pour améliorer la mise en marché des produits agroécologiques.

AVANTAGES ET CONTRAINTES DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGROÉCOLOGIQUES

	✚ AVANTAGES	▬ CONTRAINTES
CIRCUITS CLASSIQUES	› Accès à une clientèle diversifiée. › Possibilité de valorisation des produits agroécologiques par leur qualité perçue (goût, conservation) même sans distinction officielle.	› Manque de reconnaissance spécifique des produits agroécologiques, confondus avec les produits conventionnels. › Concurrence directe avec des produits conventionnels moins coûteux. › Difficulté d'obtenir des prix rémunérateurs pour les produits agroécologiques. › Risque d'abandon des pratiques agroécologiques en l'absence de différenciation claire sur le marché.
CIRCUITS SPÉCIALISÉES	› Accès à des prix plus rémunérateurs. › Sensibilisation du public. › Interaction et partage d'expériences entre acteurs (producteurs, consommateurs, etc.). › Renforcement des capacités des producteurs grâce à des mécanismes d'accompagnement (par les agrégateurs, notamment). › Accès des producteurs à des semences et partage de connaissances sur les pratiques. › Meilleure conservation des produits permettant des stratégies de vente différée.	› Absence d'infrastructures adaptées pour la commercialisation (points de vente dédiés, infrastructures de stockage). › Manque de reconnaissance institutionnelle des produits agroécologiques. › Difficulté à fidéliser une clientèle spécifique. › Besoins en financement élevés (investissements initiaux, suivi des producteurs, collecte, entretien des produits). › Risques de retard de paiement des producteurs et de leurs organisations après exécution des contrats (cas des ventes groupées)

Les initiatives agroécologiques favorisent également des effets positifs pour les femmes et les jeunes. En effet, l'intégration des femmes dans les initiatives agroécologiques contribue à leur autonomisation économique et à leur reconnaissance sociale. Le segment de la commercialisation constitue l'un des principaux domaines où les femmes sont fortement présentes dans les initiatives agroécologiques. Elles en sont les principales actrices, que ce soit à travers les marchés classiques ou les circuits spécialisés dédiés aux produits agroécologiques. Les femmes sont également les principales actrices rencontrées dans les initiatives de transformation des produits agroécologiques. Cette présence des femmes sur ces maillons leur permet d'accroître leurs revenus, contribuant ainsi significativement à leur autonomisation économique et sociale. En effet, l'augmentation des revenus aide les femmes à diversifier leurs activités génératrices de revenus et renforce leur reconnaissance au sein de leurs familles.

En ce qui concerne les jeunes, les initiatives de commercialisation des produits agroécologiques offrent diverses opportunités d'emploi, notamment dans les systèmes de livraison (comme les paniers familiaux), les circuits numériques, et la collecte d'informations sur les prix et la disponibilité des produits pour des modèles de commercialisation groupée. La transformation des produits agroécologiques représente également une voie d'insertion professionnelle permettant aux jeunes de valoriser ces produits et d'en accroître la demande sur le marché.

Conditions de mise en œuvre et de succès

La mise en œuvre efficace des modèles de commercialisation des produits agroécologiques repose sur plusieurs conditions essentielles.

- **RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES PRODUCTEURS**: en amont à la commercialisation, il faut des produits de qualité. L'accompagnement des producteurs à travers des formations et un appui technique est crucial pour contribuer au respect des normes agroécologiques et des engagements commerciaux. Le suivi est également important pour favoriser la mise en pratique effective des pratiques agroécologiques par les producteurs. Il vise à encourager également la fidélité de ces producteurs aux pratiques agroécologiques.
- **DIFFÉRENCIATION PAR LA TRANSFORMATION:** la réussite des initiatives de mise en marché des produits agroécologiques repose également sur la transformation des produits. Celle-ci permet de les différencier clairement des produits bruts, souvent dépourvus de signalétique. Les produits transformés, quant à eux, peuvent arborer des labels, certifications et mentions spécifiques à l'agroécologie, ce qui facilite leur identification et renforce leur attractivité sur le marché. Cette différenciation visuelle, notamment grâce au packaging, au marketing et à l'étiquetage, valorise l'approche agroécologique et contribue à une meilleure reconnaissance et valorisation économique des produits.
- **RESPECT DES ENGAGEMENTS CONTRACTUELS DANS LE CADRE DES VENTES GROUPÉES ET MARCHÉS INSTITUTIONNELS**: le succès des ventes groupées et achats institutionnels repose sur le respect des contrats et des cahiers des charges établis. Le non-respect des engagements, notamment lorsque des opportunités de vente plus lucratives se présentent sur le court terme en dehors des circuits contractuels, fragilise les relations d'affaires et limite la structuration du marché. Certaines expériences soulignent l'importance de la capacité de collecte et de regroupement des produits, notamment dans le cadre des ventes groupées et des marchés institutionnels. L'organisation des producteurs en groupements ou coopératives vise à renforcer leur pouvoir de négociation des prix.
- **TRANSPARENCE DANS LA FIXATION DU PRIX:** il s'agit d'une condition essentielle pour une meilleure mise en marché des produits. En effet, la transparence dans la fixation des prix est essentielle pour instaurer la confiance entre les différents acteurs (producteurs, commerçants, consommateurs, etc.). Elle permet à ces acteurs de comparer les prix et de prendre des décisions éclairées, tout en incitant chaque partie à proposer des prix compétitifs. Il est également essentiel d'assurer une transparence totale dans la répartition des revenus afin que les producteurs comprennent clairement le mécanisme de distribution et soient assurés que leur travail est rémunéré de manière équitable.
- **UN DISPOSITIF DE PAIEMENT RAPIDE ET SÉCURISÉ AUX PRODUCTEURS:** des mécanismes de paiement rapide et sécurisé sont essentiels pour pallier les retards de paiement fréquents dans les modèles de vente groupée et les marchés institutionnels. Ces retards compromettent la capacité des producteurs à répondre à leurs besoins, malgré la vente de leurs productions, et découragent leur participation à ces dispositifs. L'utilisation d'outils numériques, tels que le paiement électronique, peut aider à résoudre ce problème.
- **DES SYSTÈMES DE CERTIFICATION POUR LES PRODUITS AGROÉCOLOGIQUES:** la certification des produits agroécologiques est essentielle pour renforcer leur visibilité et crédibilité, assurant ainsi des débouchés stables aux producteurs. Elle rassure les consommateurs sur la qualité des produits et permet de créer un marché distinct, rémunérateur pour les producteurs. Bien que des dynamiques existent dans plusieurs pays pour mettre en place des systèmes de certification des produits agroécologiques, souvent en s'inspirant des certifications appliquées aux produits biologiques, il convient de noter

que l'une des principales difficultés réside dans la nature même de l'agroécologie. Le caractère évolutif de l'agroécologie, où les agriculteurs améliorent progressivement leurs pratiques, rend complexe la définition de critères standardisés pour une certification uniforme et reconnue.

Conditions de durabilité

Pour garantir la durabilité des initiatives de commercialisation des produits agroécologiques plusieurs leviers doivent être activés. Il s'agit entre autres:

- **DU RENFORCEMENT DE LA COMMUNICATION ET DE LA SENSIBILISATION** autour des produits agroécologiques. Il est important de mieux faire connaître ces produits et d'expliquer leur intérêt, tant pour la santé des consommateurs que pour l'environnement. Une bonne communication peut contribuer à valoriser l'image des produits agroécologiques et à élargir leur marché.
- **DE LA PRISE EN COMPTE DE LA QUESTION DU POUVOIR D'ACHAT DES CONSOMMATEURS:** bien qu'une partie de la population soit prête à payer un prix plus élevé pour des produits de qualité, la majorité des consommateurs demeure très sensible au prix, principalement en raison de leur pouvoir d'achat limité. Cette réalité représente une contrainte majeure pour la diffusion des produits agroécologiques, qui sont souvent plus chers que les produits conventionnels. Dès lors, l'implication des États dans l'accompagnement des producteurs avec des subventions en soutien à la production agroécologique, pour garantir des prix abordables pour les consommateurs pourrait jouer un rôle déterminant dans cette dynamique.
- **DE LA PROMOTION DES MÉCANISMES D'AGRÉGATION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE:** l'augmentation de la part de marché des producteurs agroécologiques pourrait également s'appuyer sur la mise en place d'un mécanisme d'agrégation de l'offre et de la demande. Ce mécanisme aurait pour objectif de regrouper les producteurs afin d'augmenter leur pouvoir de négociation face aux acheteurs, notamment dans le cadre de ventes groupées. Une telle approche permettrait de rationaliser l'approvisionnement et de mieux répondre à la demande, tout en réduisant les coûts de transaction, comme la recherche d'informations sur les prix ou les marchés, ainsi que les coûts liés aux aspects logistiques.

Conditions de mise à l'échelle

Différentes conditions sont indispensables pour la mise à l'échelle des initiatives de commercialisation des produits agroécologiques. Dans un premier temps, il y a la question

› Au Sénégal, la Ferme les 4 Chemins organise~~nt~~ des marchés dédiés aux produits agroécologiques.

des mécanismes de certification des produits. La certification permet de créer un marché distinct et de rémunérer les producteurs en leur ouvrant de nouvelles opportunités commerciales à une échelle plus large. Il existe aujourd'hui dans la région, plusieurs types de certification pour les produits agroécologiques et biologiques. Parmi ceux-ci, le Système Participatif de Garantie (SPG) se distingue comme étant le plus adapté aux réalités des producteurs qui rencontrent souvent des difficultés à accéder à des certifications plus coûteuses et complexes. Il est essentiel de faciliter l'accès des producteurs aux certifications.

La mise à l'échelle des initiatives de commercialisation des produits agroécologiques nécessite également l'implication d'une diversité d'acteurs, y compris les collectivités locales, qui pourraient jouer un rôle clé dans l'émergence et la consolidation de marchés spécifiques autour des produits agroécologiques, en soutenant la création d'infrastructures adaptées et en facilitant l'accès des producteurs à ces marchés. Dans cette dynamique, il est essentiel d'inscrire la commercialisation des produits agroécologiques dans une approche des chaînes de valeur ajoutée (CVA). En exploitant les opportunités existantes au sein des chaînes de valeur, les producteurs engagés dans les pratiques agroécologiques peuvent non seulement répondre à la demande de produits frais (non transformés), mais aussi conquérir de nouveaux segments de marché, notamment dans des domaines comme la transformation des produits. Il est également important de promouvoir des plateformes d'innovation pour explorer de nouvelles modalités de mise en marché, ainsi que de faciliter le partage d'expériences entre les acteurs du secteur. Cela favorisera l'émergence de solutions innovantes et renforcera les synergies entre les différents acteurs impliqués, facilitant ainsi la mise à l'échelle de ces initiatives agroécologiques.

Recommandations relatives aux politiques publiques

Pour améliorer la mise en œuvre par les pouvoirs publics nationaux, locaux et régionaux, des dynamiques de mise en marché des produits agroécologiques, les recommandations suivantes peuvent être formulées.

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES ACTEURS ET STRUCTURATION

- Renforcer les capacités des producteurs et de leurs organisations à travers l'organisation des formations sur les pratiques agroécologiques, les stratégies de mise en marché, ainsi que sur la gestion de la qualité et de la traçabilité.
- Soutenir les organisations de producteurs sur les aspects de commercialisation : la mise en place et la promotion de coopératives contribueraient à faciliter la commercialisation des produits agroécologiques par la négociation de meilleures conditions commerciales pour les producteurs.

MEILLEURE COMPRÉHENSION DES MARCHÉS

- Promouvoir les initiatives de recherche en vue d'améliorer la connaissance et la compréhension du marché des produits agroécologiques. Ces initiatives permettront entre autres d'identifier les segments de consommateurs potentiels (hôtels, restaurants, supermarchés, particuliers etc.) et d'évaluer la demande en produits agroécologiques, y compris les volumes requis et les préférences spécifiques de chacun de ces segments. Elles permettront également d'étudier les mécanismes nécessaires pour assurer la traçabilité des produits, garantissant ainsi la crédibilité et la confiance des consommateurs.
- Promouvoir le développement des points de vente et espaces dédiés à la commercialisation des produits agroécologiques. Ceci pourrait prendre en compte l'établissement des zones spécifiques aux produits agroécologiques dans les marchés locaux, régionaux et urbains, incluant des étals réservés ou des marchés hebdomadaires spécifiques. Il pourrait aussi être envisagé de développer des plateformes numériques reliant directement les producteurs agroécologiques aux consommateurs et acheteurs institutionnels (hôtels, écoles, entreprises).

MÉCANISMES DE CERTIFICATION ET SENSIBILISATION

- Mettre en place et/ou renforcer des systèmes de certification. Il s'agit d'une part, de promouvoir les systèmes de certification soutenus par des normes de production et des processus de contrôles réguliers et, d'autre part, de communiquer sur ces systèmes pour sensibiliser le public à la valeur des produits agroécologiques.
- Initier des campagnes d'information et de sensibilisation à l'endroit des consommateurs sur les avantages des produits agroécologiques pour la santé, l'environnement et l'économie locale ; organiser des événements tels que des foires agricoles, des dégustations ou des ateliers éducatifs pour promouvoir les produits agroécologiques

MESURES POLITIQUES COMPLÉMENTAIRES

- Renforcer le soutien politique et institutionnel autour de la promotion et la mise en marché des produits agroécologiques. La politique nationale peut favoriser les produits agroécologiques, notamment à travers des incitations fiscales ou des subventions pour les producteurs engagés dans ces pratiques. Il importe également d'impliquer les collectivités locales pour qu'elles soutiennent les marchés dédiés aux produits agroécologiques.
- Faciliter l'intégration des produits agroécologiques dans les menus scolaires. Il s'agit d'encourager les porteurs des initiatives d'alimentation scolaires à inclure des produits agroécologiques en offrant des subventions ou des incitations pour l'achat de ces produits, tout en sensibilisant les élèves et le personnel éducatif aux bienfaits de l'agroécologie.

Pour approfondir le sujet, on pourra consulter le rapport thématique « *Dynamiques des marchés des produits agroécologiques* » de l'étude de capitalisation transversale du PAE.

CONTACTS

araa@araa.org

https://www.araa.org

https://ecowap.ecowas.int

@araaraaf / @ecowas.agriculture

@ARAA_CEDEAO / @ecowas_agric

PARTENAIRES FINANCIERS

PARTENAIRES TECHNIQUES

Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'Union européenne et de l'Agence française de développement. Son contenu relève de la seule responsabilité de la CEDEAO et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne et de l'Agence française de développement.

Ce document a été rédigé en collaboration avec GRET, LARES et INTER-RESEAUX.

Graphisme : https://www.marmelade.be

En Côte d'Ivoire, la vente groupée développée pour l'écoulement des produits agroécologiques