

COMISSÃO DA CEDEAO

ECOWAS COMMISSION



COMMISSION DE LA CEDEAO

Offensive pour la promotion des chaînes de valeur du lait local en Afrique de l'Ouest: dite « Offensive lait »

Dr Bio Goura SOULE
AT/DADR

Soule.bio.ecowas@gmail.com

“ ...*CEDEAO DES PEUPLES* ... ”



Plan de la présentation

- Le lait dans l'économie agro-alimentaire de l'Afrique de l'Ouest
- Le lait dans les politiques agricoles et commerciales en Afrique de l'Ouest
- Les orientations de l'OFFENSIVE

Le lait dans l'économie agricole et alimentaire de l'Afrique de l'Ouest

- Un potentiel important : un cheptel de près de 346 millions de têtes (Kagoné, 2019) dont
 - 73,7 millions de bovins
 - 110,3 millions d'ovins
 - 157,1 millions de caprins
 - 4,6 millions de camelins

Le lait dans l'économie agricole et alimentaire de l'Afrique de l'Ouest

Une production laitière mal connue, mais insuffisante pour couvrir les besoins de la région,

- Une production théorique de 4 à 5 milliards de litres par an,
- Une consommation qui tourne autour de 6,5 milliards de litres par an,
- Une couverture moyenne de 75 %

Le lait dans l'économie agricole et alimentaire de l'Afrique de l'Ouest

• Une contribution à la résilience des populations

- Des revenus substantiels aux actifs des chaînes de valeur,
- Une contribution à la sécurité alimentaire et nutritionnelle,
- Une contribution à la densification des économies des pays : implantation d'unités de transformation pourvoyeuses d'emplois

Le lait dans l'économie agricole et alimentaire de l'Afrique de l'Ouest

- Mais de nombreuses contraintes
 - Une forte saisonnalité de l'offre,
 - Une faible productivité des races locales,
 - Une collecte aux fins de transformation très faible
- **Forte dépendance de la région des importations du marché international**

Le lait dans les politiques régionales

- Un intérêt de plus en plus marqué dans les politiques agricoles
 - Plusieurs pays disposent désormais de politique ou de stratégie de promotion de la filière lait local
 - L'ECOWAP en fait un produit stratégique (sécurité et souveraineté alimentaires de la région) = réduire la dépendance de la région.
 - La PAU s'est dotée d'une stratégie de lait
 - Etc.

Le lait dans les politiques régionales

- Une politique commerciale « trop » **précautionneuse**:
 - **la poudre de lait, l'huile de boeure sont considérées comme des biens de 1ère nécessité et des matières premières et taxés à 5% de DD**
 - Lait UHT, Yaourts, beurres, fromages : biens de consommation finale, taxés à 20 %
 - *Aucun produit laitier ne figure dans la cinquième bande (produit stratégique pour le développement de la région) taxé à 35%*

Les orientations de l'OFFENSIVE

- **Trois enjeux :**
 - **Economique** : emploi, revenu pour les actifs des chaines de valeur, industrialisation,
 - **Social**: structuration des rapports dans les ménages et entre les acteurs,
 - **Alimentaire et nutritionnel**

Les orientations de l'OFFENSIVE

Trois défis majeurs

- (i) augmenter significativement la production domestique,
- (ii) être en capacité de collecter la majeure partie du lait local, la transformer en des produits objets de la demande des acteurs
- Améliorer la cohérence des politiques publiques

Les orientations de l'OFFENSIVE

– Objectif général

- « contribuer à la promotion des produits stratégiques pour la sécurité et la souveraineté alimentaires »

Les orientations de l'OFFENSIVE

– Objectif spécifique

Accompagner toutes les initiatives et stratégies de développement des chaînes de valeur du lait local, afin de :

- Augmenter de façon substantielle la production locale du lait frais en améliorant la productivité du cheptel ;
- Améliorer l'approvisionnement de l'industrie laitière régionale au moyen de la collecte d'au moins 25 % de la production régionale de lait local à l'horizon 2030 ;
- Promouvoir un environnement incitatif au développement des chaînes de valeur du lait local

Les orientations de l'OFFENSIVE

- Acquis
 - Un cadrage des orientations est disponible
 - Les études techniques ont été réalisées
- Prochaine étape
 - Validation des études de faisabilité (Juillet 2019)
 - Formulation et validation de la stratégie (Sept –Oct 2019)

Merci pour votre attention



ECOWAP

“ ...CEDEAO DES PEUPLES ...”

