



Note pratique

Interventions en faveur des marchés
d'exportation des espèces négligées
et sous-utilisées

Agriculture sensible aux enjeux nutritionnels – Note n 4



Les **notes pratiques** proposent des outils qui servent à concevoir des projets en recourant aux meilleures pratiques observées sur le terrain. Elles aident les équipes à mettre en œuvre des recommandations spécifiques relatives aux politiques opérationnelles, aux exigences standards des projets et aux outils de financement du FIDA. Les notes pratiques sont des documents évolutifs qui seront régulièrement mis à jour en fonction de l'expérience acquise et des retours d'information. Pour tout commentaire ou toute suggestion, veuillez prendre contact avec les auteurs.

Auteurs

Équipe du FIDA chargée de la nutrition et Bioversity International

Remerciements

La présente note est le fruit d'une collaboration menée sous l'égide de Bioversity International et de l'équipe du FIDA chargée de la nutrition. Elle a été rédigée par Klaas Koolman et a bénéficié des contributions et des conseils rédactionnels de Stefano Padulosi et d'Antonella Cordone. Nadezda Amaya, Hugo Lamers, Nina Lauridsen, Gaia Lochetti, Dunja Mijatović, Gennifer Meldrum, Charlie Mbosso et Rose Robitaille ont contribué à l'introduction.

Le présent document a été élaboré dans le cadre du projet de don du FIDA baptisé « Appui stratégique à l'intégration des enjeux nutritionnels dans les investissements du FIDA », financé par le Gouvernement canadien et exécuté par Bioversity International au cours de la période 2017-2018.

Contact

Antonella Cordone
Spécialiste technique principale, nutrition et inclusion sociale
Division environnement, climat, genre et inclusion sociale
Courriel: a.cordone@ifad.org

Mars 2021

Table des matières

SIGLES ET ACRONYMES	II
1. INTRODUCTION	1
<i>Le FIDA et les espèces négligées ou sous-utilisées</i>	<i>4</i>
<i>À propos de la présente note</i>	<i>5</i>
<i>Avantages potentiels liés à l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées vers les marchés internationaux</i>	<i>5</i>
<i>Différences entre les exportations de produits de base et les exportations d'espèces négligées et sous-utilisées</i>	<i>7</i>
2. NOTE PRATIQUE.....	9
<i>Caractéristiques typiques des filières des espèces négligées et sous-utilisées et incidences en matière d'exportation</i>	<i>9</i>
Production.....	9
Transformation.....	9
Logistique aux différents échelons des filières.....	10
<i>Axes d'intervention en vue d'accroître la production d'espèces négligées et sous-utilisées destinée aux marchés d'exportation</i>	<i>11</i>
Quantité	11
Qualité.....	12
<i>Renforcement des capacités aux fins de l'amélioration de la qualité</i>	<i>12</i>
Exigences de qualité	12
Certifications internationales	13
<i>Comment relier les espèces négligées et sous-utilisées aux marchés d'exportation?</i>	<i>14</i>
Barrières économiques	15
Barrières physiques	15
Barrières informationnelles.....	16
<i>Mise en relation entre producteurs et acheteurs.....</i>	<i>17</i>
<i>Stratégie visant à accroître la demande d'espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation</i>	<i>20</i>
Avantages potentiels.....	21
Groupes cibles	22
Pertinence du produit cible	22
3. PRINCIPAUX OBSTACLES A L'EXPORTATION DES ESPECES NEGLIGEEES OU SOUS-UTILISEES	26
<i>Barrières à l'entrée sur le marché</i>	<i>26</i>
<i>Comment promouvoir les exportations d'espèces négligées et sous-utilisées lorsque l'on manque de données?</i>	<i>27</i>
Étude documentaire.....	27
Test consommateurs.....	28
<i>Éviter les impacts négatifs</i>	<i>28</i>
Érosion des prix	28
Problèmes de qualité dus à des facteurs externes.....	29
Évolution des tendances du marché	29
Modifications législatives	29
Découvertes scientifiques défavorables.....	30
4. EXEMPLES D'EXPORTATIONS D'ESPECES NEGLIGEEES ET SOUS-UTILISEES REUSSIES	31
<i>Açaí (Euterpe oleracea).....</i>	<i>31</i>
<i>Fruit du jacquier (Artocarpus heterophyllus)</i>	<i>31</i>
<i>Guayusa (Ilex guayusa)</i>	<i>32</i>
5. FEMMES, POPULATIONS AUTOCHTONES ET JEUNES.....	32
6. ORIENTATIONS EN MATIERE DE CONCEPTION ET D'EXECUTION DES PROJETS.....	34
<i>Évaluation de la situation actuelle du marché (processus de vérification)</i>	<i>35</i>
<i>Conception d'un projet ordinaire</i>	<i>36</i>
<i>Élaboration d'un plan de projet (guide détaillé)</i>	<i>37</i>

LECTURES COMPLÉMENTAIRES.....	38
BIBLIOGRAPHIE.....	39

Sigles et acronymes

FIDA	Fonds international de développement agricole
HACCP	Analyse des risques aux points critiques
ISO	Organisation internationale de normalisation
ONG	organisation non gouvernementale
SIPPO	Programme suisse de promotion des importations
USDA	Ministère américain de l'agriculture

1. Introduction

La biodiversité agricole est un atout stratégique dans la lutte contre les effets des changements climatiques, la pauvreté et l'insécurité alimentaire et nutritionnelle. Il y aurait environ 5 000 espèces de cultures vivrières (Kew Royal Botanic Gardens, 2016), mais les systèmes alimentaires mondiaux se concentrent de plus en plus sur trois cultures seulement – le riz, le maïs et le blé – qui représentent ensemble plus de 50% de l'apport calorique de source végétale des humains et couvrent 40% des terres arables de la planète (FAOSTAT, 2013)¹. La modernisation des pratiques agraires, l'uniformisation des marchés agricoles et l'évolution des modes de vie contribuent à la perte de diversité des cultures dans les systèmes de production et d'alimentation. La diversité des espèces végétales sauvages utilisées pour l'alimentation est également menacée en raison de la dégradation des habitats naturels. Il en résulte de multiples répercussions sur les moyens d'existence des populations, d'autant que les changements climatiques affectent de plus en plus les cultures, que les actifs des agriculteurs diminuent et que les choix des consommateurs en matière de régimes alimentaires sains et nutritifs s'amenuisent.

Les espèces négligées et sous-utilisées désignent les cultures qui ne font pas l'objet d'activités de recherche-développement. On entend par « négligées » le fait que les investissements dans la recherche sur ces espèces sont faibles par rapport aux principales cultures de base, et par « sous-utilisées » le fait que leur potentiel en matière de moyens d'existence est inexploité. Les espèces négligées et sous-utilisées englobent les plantes sauvages, partiellement ou totalement domestiquées de divers groupes d'aliments (céréales, légumes, légumineuses, racines et tubercules, fruits, épices) et de différentes formes de croissance (cultures de plein champ, arbres, arbustes, vignes, etc.). Elles font partie intégrante des cultures et des traditions alimentaires locales et sont de plus en plus au centre des initiatives visant à revitaliser la cuisine locale et à valoriser les caractéristiques du « terroir ».

Les zones les plus riches en espèces négligées et sous-utilisées se trouvent dans les régions où vivent les peuples autochtones, qui sont en général des zones reculées où l'agriculture est très peu normalisée et où les pratiques agroécologiques prédominent. Nombre de ces régions présentent des conditions agricoles défavorables, raison pour laquelle les espèces négligées et sous-utilisées sont au cœur des pratiques agricoles traditionnelles et de la gestion des risques connexes, du fait notamment de leur maturation précoce, de leurs faibles besoins en eau et de leur capacité à pousser sur des sols pauvres. Les femmes autochtones, en particulier, sont souvent les gardiennes et les principales détentrices des savoirs relatifs à ces espèces étant donné l'importance de ces dernières en matière de nutrition et de moyens d'existence. Cependant, malgré leur utilité pour les communautés locales du monde entier, les espèces négligées et sous-utilisées n'ont pas été prises en compte dans le cadre de la Révolution verte et n'ont bénéficié que de très peu d'investissements dans la recherche-développement. Peu d'attention a été accordée à l'amélioration de leurs rendements et à la résolution des problèmes liés à leur culture, leur transformation et leur commercialisation. Cette tendance doit être inversée, car l'investissement dans ces cultures représente une opportunité stratégique d'ouvrir de multiples possibilités de moyens d'existence, notamment au profit des groupes marginalisés en milieu rural comme en milieu urbain.

Une approche globale des filières en vue de la valorisation des espèces négligées et sous-utilisées a été élaborée et expérimentée grâce à des dons du Fonds international de développement agricole (FIDA) en faveur de la recherche. Cette approche prévoit des interventions pluridisciplinaires et participatives à différentes étapes de la filière en vue de supprimer les obstacles à l'utilisation des espèces négligées et sous-utilisées afin de renforcer la résilience, d'améliorer la nutrition et de créer des revenus (figure 1). L'approche globale des filières est décrite dans le cadre opérationnel « Soutenir une agriculture axée sur la nutrition grâce aux espèces négligées et sous-utilisées », conçu pour aider les directeurs de pays, les chargés de programme de pays et les bureaux de pays du FIDA à intégrer les questions relatives aux espèces négligées et sous-utilisées et aux peuples autochtones dans les programmes d'investissement en faveur d'une agriculture sensible aux enjeux nutritionnels, conformément au Plan d'action 2016-2018 pour

¹ FAOSTAT. « Production, bilan alimentaire et utilisation des terres », <http://www.fao.org/faostat/fr/?#home>, consulté le 18 mai 2018.

l'intégration de l'agriculture sensible aux enjeux nutritionnels au FIDA².

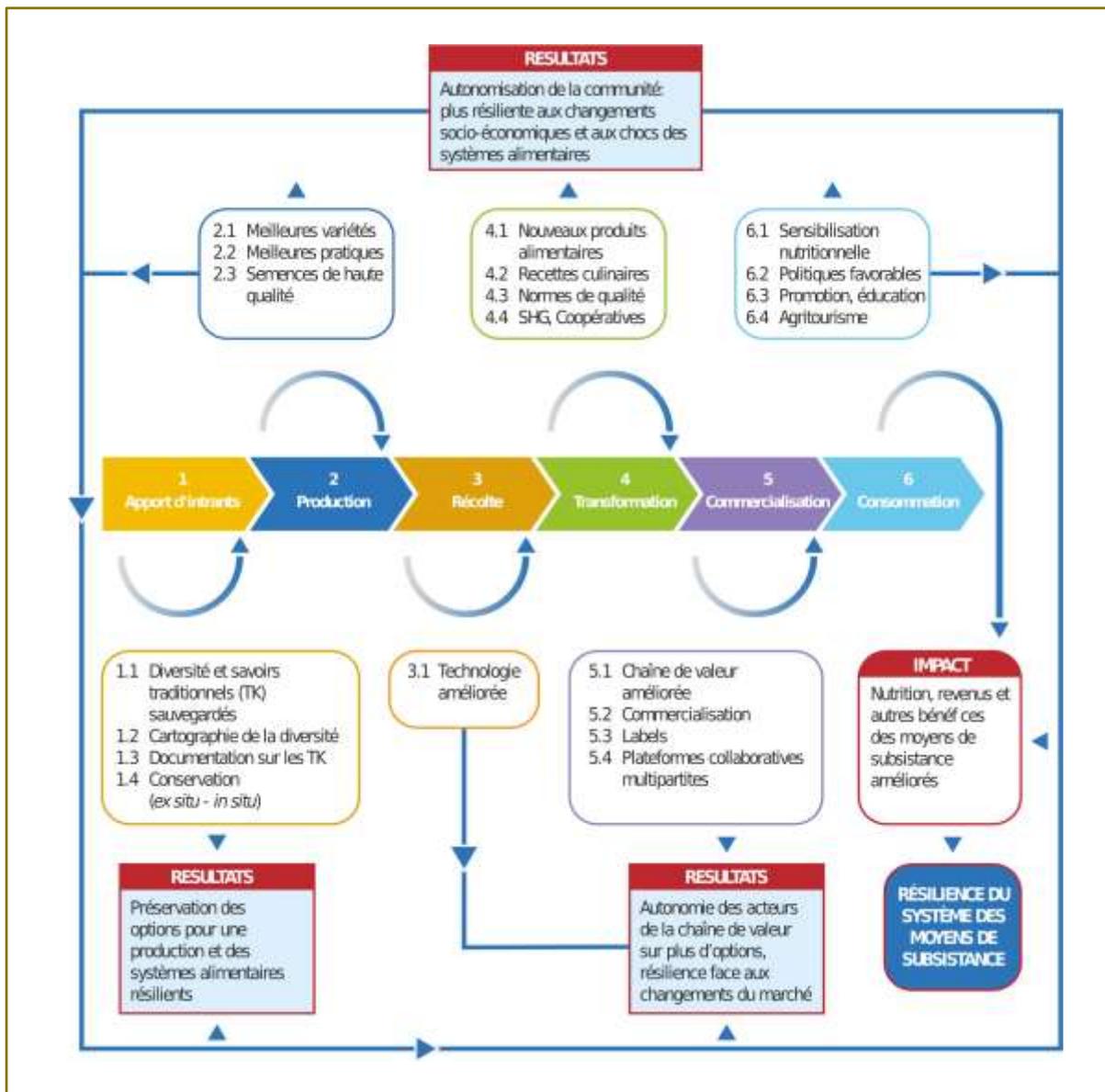
Une définition du terme « agriculture sensible aux enjeux nutritionnels » figure dans l'encadré 1.

La présente note pratique fait partie d'une série de cinq notes portant sur les espèces négligées et sous-utilisées, qui se fondent sur les enseignements tirés, s'appuient sur des données probantes et sur l'expérience acquise dans le cadre de divers projets de recherche pour le développement (y compris ceux financés par le FIDA). Elles contiennent des recommandations relatives aux méthodes, approches et outils pratiques susceptibles d'améliorer l'utilisation et l'intégration des espèces négligées et sous-utilisées dans la conception et l'exécution des projets financés par le FIDA. L'accent est mis sur la conception de projets favorisant l'autonomisation des peuples autochtones, des femmes et des jeunes. Les cinq notes pratiques de la série sont les suivantes:

1. Sélectionner les cultures pour améliorer la qualité de l'alimentation et renforcer la résilience
2. Étude des besoins du marché et des possibilités nouvelles dans les filières d'espèces négligées et sous-utilisées
3. Promouvoir les espèces négligées et sous-utilisées dans l'intérêt des marchés nationaux
4. Interventions en faveur des marchés d'exportation des espèces négligées et sous-utilisées
5. Inscrire les espèces négligées et sous-utilisées dans les politiques nationales pour mieux répondre aux enjeux nutritionnels

² Voir <https://webapps.ifad.org/members/eb/116/docs/french/EB-2015-116-INF-5.pdf>.

Figure 1. Approche globale des filières



Source: Padulosi et al., *Sustainability*, vol. 6, 2014, p. 1283-1312, <https://bit.ly/2FfCpt>.

Le cadre opérationnel relatif aux espèces négligées et sous-utilisées complète les publications récentes du cadre opérationnel du FIDA intitulé « Chaînes de valeur et enjeu nutritionnel: Guide pour la conception de projets »³. Les espèces négligées et sous-utilisées sont susceptibles de se démarquer à l'étape de la sélection des produits de base (étape n° 2) décrite dans ce guide, en raison de leur grand potentiel d'amélioration de la nutrition. La note pratique n° 1 décrit les approches et les méthodes visant à intégrer les espèces négligées et sous-utilisées dans les processus de sélection des cultures. Ces espèces sont en effet souvent méconnues et laissées de côté. L'analyse de la situation nutritionnelle (étape n° 1) est une étape clé de l'identification des espèces négligées et sous-utilisées à fort potentiel. L'analyse des filières (étape n° 3) est une étape essentielle du cadre régissant les filières intégrant les enjeux nutritionnels, qui

³ I. De la Peña et J. Garrett. « Chaînes de valeur et enjeu nutritionnel: Guide pour la conception de projets », vol. I et II, FIDA, 2018, https://www.ifad.org/documents/38714170/41228204/NSVC_1_f.pdf/f327f9ca-b2ff-4cae-8942-5c157e519a02?t=1563974637000 et https://www.ifad.org/documents/38714170/41228204/NSVC_2_f.pdf/e7d436ce-1123-dfa6-4d21-66f11dc98514?t=1563974641000.

visé à identifier les difficultés et les possibilités aux fins de la conception des interventions (étape n° 4). En raison des particularités des filières des espèces négligées et sous-utilisées par rapport à celles des produits agricoles de base, des approches et méthodes particulières relatives à l'analyse de ces filières sont décrites dans la note pratique n° 2, et les approches en matière de développement des marchés intérieurs et d'exportation axées sur les espèces négligées et sous-utilisées sont exposées dans les notes pratiques n°s 3 et 4, respectivement. Le cadre régissant les filières intégrant les enjeux nutritionnels est appuyé par un environnement favorisant le développement et l'intégration des différentes étapes de la filière. Dans la note pratique n° 5 sont examinées les approches visant à créer un environnement favorable aux espèces négligées et sous-utilisées.

Encadré 1. Définition de l'agriculture sensible aux enjeux nutritionnels

L'agriculture sensible aux enjeux nutritionnels est une approche du développement agricole qui place les aliments à haute valeur nutritionnelle, les régimes alimentaires diversifiés et l'enrichissement des aliments au cœur de la lutte contre la malnutrition et les carences en micronutriments. Cette approche souligne les multiples bienfaits d'une alimentation variée, l'importance de la qualité nutritionnelle des aliments, ainsi que le rôle social du secteur de l'alimentation et de l'agriculture à l'égard de l'amélioration des moyens d'existence en milieu rural [Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), 2014].

Le FIDA et les espèces négligées et sous-utilisées

Le FIDA appuie depuis longtemps des projets de recherche visant à promouvoir les espèces négligées et sous-utilisées. Ces projets portent en particulier sur le renforcement des filières des espèces négligées et sous-utilisées en faveur des petits exploitants et d'une meilleure nutrition. Dans ce contexte, il importe de définir des lignes directrices visant à faciliter une intégration plus systématique des espèces négligées et sous-utilisées. Il est indiqué dans le Cadre stratégique du FIDA 2016-2025, au titre de l'objectif stratégique n° 3: Renforcer la viabilité environnementale et accroître la résilience aux changements climatiques des activités économiques des populations rurales pauvres, que les interventions des projets du FIDA doivent être axées sur la lutte contre la perte d'habitat et de biodiversité. Il est en outre indiqué qu'« il sera nécessaire d'accorder une attention particulière à la viabilité environnementale et à la résilience face aux changements climatiques dans l'agriculture tout en favorisant la réduction des gaz à effet de serre générés par l'agriculture et les filières agroalimentaires et en exploitant les synergies sous-utilisées qui existent entre adaptation et atténuation ». (FIDA, 2016). Les espèces négligées et sous-utilisées peuvent contribuer à favoriser la réalisation de ces objectifs de manière directe, en soutenant le renforcement des mesures d'adaptation et d'atténuation, et de manière indirecte, en créant des synergies inexploitées entre différents domaines et secteurs de la société, compte tenu de leurs multiples contributions aux moyens d'existence des populations. Le FIDA pourrait contribuer grandement à améliorer les résultats et l'impact de nombreux projets axés sur l'agrobiodiversité qu'il exécute ou prévoit d'exécuter à l'avenir. De plus, comme indiqué dans le cadre opérationnel relatif aux espèces négligées et sous-utilisées (Padulosi et al., 2019), le FIDA peut contribuer à l'élaboration de politiques nationales et locales qui reconnaissent la valeur et l'importance des espèces négligées et sous-utilisées en vue d'améliorer la résilience des systèmes de production.

Nous souhaitons, grâce à cette note pratique, promouvoir une utilisation plus large des espèces négligées et sous-utilisées afin d'améliorer les moyens d'existence et d'encourager leur intégration dans la plupart des projets du FIDA, étant donné les nombreux potentiels de ces espèces en matière de nutrition, d'adaptation aux changements climatiques, de développement de l'économie rurale et d'autonomisation des populations vulnérables. L'amélioration de leur utilisation contribuera également à mieux préserver la biodiversité, élément fondamental de la pérennité des systèmes alimentaires locaux.

À propos de la présente note

La présente note porte sur la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées à l'exportation et complète la note pratique n° 2, qui traite de la commercialisation sur le marché intérieur (au niveau local ou au niveau des districts ou du pays). Bien que, en raison de leur nature, les espèces négligées et sous-utilisées soient principalement vendues sur les marchés intérieurs, de nouvelles possibilités d'exportation se font jour, compte tenu de l'intérêt croissant des consommateurs au niveau régional ou mondial pour les nouveaux aliments exotiques, nutritifs, sains, empreints d'une riche culture et stimulants. Ces possibilités peuvent être exploitées, grâce aux prêts du FIDA, en vue d'augmenter les revenus des producteurs locaux d'espèces négligées et sous-utilisées, y compris les groupes marginalisés. Dans cette optique, les questions, méthodes et approches liées à l'accès aux marchés d'exportation doivent être bien comprises, ce qui est l'objet de la présente note. La note commence par une vue d'ensemble des avantages potentiels de l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées et par une description de certaines caractéristiques de ces cultures pouvant être exploitées pour pénétrer les marchés d'exportation. Elle expose ensuite les points d'entrée possibles pour accroître à la fois l'offre et la demande. Les questions clés (à savoir les obstacles à l'entrée sur le marché, le manque de données et les moyens d'éviter les impacts négatifs) sont également abordées, ainsi que certaines études de cas d'exportations réussies d'espèces négligées et sous-utilisées. Comme dans d'autres notes, le lecteur trouvera également une section portant sur les femmes, les populations autochtones et les jeunes, ainsi que sur les moyens de promouvoir leur participation aux filières, l'accent étant mis sur les exportations. La note se conclut par quelques conseils visant à tenir compte de la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation dans les projets financés par des prêts du FIDA.

Avantages potentiels liés à l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées vers les marchés internationaux

Type d'impact et groupes bénéficiaires

Avant d'examiner les avantages de la commercialisation et de l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées vers les marchés internationaux, il est utile de passer en revue les effets *bénéfiques* que la promotion de l'utilisation des espèces négligées et sous-utilisées est susceptible d'avoir sur les populations. Ces effets peuvent être analysés à la fois sous l'angle des avantages et des bénéficiaires.

Le premier se réfère au **type** d'impact que l'utilisation accrue des espèces négligées et sous-utilisées peut avoir. À cet égard, les effets bénéfiques peuvent être classés en trois catégories:

1. les bienfaits économiques;
2. les bienfaits sociaux;
3. les bienfaits écologiques.

Le second concerne **le ou les groupes cibles qui tireront profit de l'utilisation accrue des espèces négligées et sous-utilisées**. Il peut s'agir de membres de la communauté, de ménages entiers ou d'acteurs engagés dans les filières des cultures cibles (par exemple, les agriculteurs, les transformateurs, les transporteurs, les fabricants, les détaillants, etc.), ainsi que les défenseurs de l'environnement, les organisations non gouvernementales (ONG), les organisations communautaires, les autorités locales, etc. Il convient ici de mentionner tout particulièrement les groupes vulnérables, notamment les femmes, les peuples autochtones et les jeunes. Tous ces groupes peuvent ensuite être subdivisés en bénéficiaires publics et privés.

L'examen des effets en ce qui concerne les types d'avantages et les bénéficiaires, peut se baser sur la matrice suivante (figure 2) qui résume les principaux avantages découlant de la promotion de l'utilisation des espèces négligées et sous-utilisées.

Figure 2. Matrice des impacts

	Impact économique	Bienfaits sociaux	Bienfaits écologiques
Privé	Création de revenus au profit d'un certain nombre de parties prenantes engagées dans les filières, notamment les petits exploitants, les fabricants de produits transformés, les grossistes, etc.	Amélioration de la sécurité alimentaire et nutritionnelle et de la santé, grâce à des cultures nutritives, abondantes et diversifiées; Autonomisation des groupes marginalisés	Systèmes de production plus sains; plus grande protection des agriculteurs contre les mauvaises récoltes, grâce à l'utilisation d'espèces négligées et sous-utilisées plus résistantes et mieux adaptées.
Public	Création de revenus au profit de diverses entités publiques, sous forme de taxes ou d'autres prélèvements liés à la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées.	Amélioration de la visibilité et de l'estime de soi des communautés dans lesquelles les espèces négligées et sous-utilisées sont produites; Renforcement de la résilience de la production et des systèmes alimentaires.	Augmentation de la diversité génétique dans les champs contribuant à des agroécosystèmes plus résilients au niveau du paysage.
Privé / Public		L'utilisation accrue des espèces négligées ou sous-utilisées contribue à préserver les cultures et l'identité des populations dont les existences sont étroitement liées à ces espèces ou produits.	

Commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées

Un des éléments essentiels de la mise en valeur des espèces négligées et sous-utilisées est leur commercialisation. On entend par commercialisation le fait de mettre en vente un produit sur le marché; dans ce contexte, le marché est défini comme un système composé d'éléments caractéristiques tels que les vendeurs, les acheteurs, les détaillants, les consommateurs, etc.

La commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées peut se faire à deux niveaux, à savoir sur les marchés nationaux (au niveau de la communauté, du district, de la région ou du pays) et sur les marchés internationaux. Cette note pratique se concentre sur la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées à l'exportation. La note pratique n° 2 qui l'accompagne porte, quant à elle, sur les marchés nationaux des espèces négligées et sous-utilisées.

Pourquoi exporter les espèces négligées et sous-utilisées?

La réponse est simple: pour créer plus de revenus tirés de l'exploitation des espèces négligées et sous-utilisées (sous leurs formes brutes ou transformées) grâce à une demande plus importante. À cette fin, il est essentiel de commercialiser les espèces négligées et sous-utilisées sur le marché international et de stimuler une demande suffisante. Une augmentation de la demande entraîne une augmentation de la production, qui se traduit par un accroissement des bienfaits économiques en faveur de tous les acteurs des filières. Généralement, si les communautés locales peuvent retirer des avantages écologiques, sociaux et économiques de la promotion de l'utilisation des espèces négligées et sous-utilisées au niveau local ou régional, c'est la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées sur le marché international qui procure des avantages aux groupes plus larges de la population. Dans cette perspective, il nous faut bien connaître les avantages et les inconvénients d'une commercialisation internationale, ce que cette note pratique vise à exposer.

Différences entre les exportations de produits de base et les exportations d'espèces négligées et sous-utilisées

Avant d'examiner les différences entre les cultures de base et les espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation, il convient de définir ces deux catégories.

Dans le contexte de cette note pratique, les cultures de base désignent les produits agricoles:

- cultivés partout dans le monde (ou dans différentes régions du monde);
- commercialisés au niveau mondial (ou au moins dans certaines régions du monde);
- pour lesquels il existe une demande mondiale (ou au moins une demande dans certaines régions du monde);
- fongibles (les unités individuelles du produit sont fondamentalement interchangeables), par exemple une tonne de riz est plus ou moins égale à n'importe quelle autre tonne de riz (à quelques exceptions près), de sorte qu'il importe peu aux acheteurs de savoir d'où vient le produit et comment il est produit;
- dont les filières sont bien établies et opérationnelles;
- qui font l'objet de recherches approfondies et pour lesquels les connaissances scientifiques sont bien établies.

Les produits agricoles de base sont par exemple le blé, le maïs, le café et le cacao. S'il existe également un certain marché d'exportation pour des cafés, du cacao ou d'autres produits de spécialité provenant de zones, de régions ou de terroirs spécifiques, qui sont vendus en petites quantités par l'intermédiaire de petites filières, la majeure partie des produits issus des cultures de base n'est pas liée aux systèmes de production locaux.

Les espèces négligées et sous-utilisées présentent au contraire les caractéristiques suivantes:

- Elles sont produites uniquement au niveau local, principalement pour subvenir aux besoins des populations au niveau des ménages, des collectivités ou des districts.
- Elles sont propres à une région, à une culture ou à un groupe autochtone.
- Elles ne sont pas fongibles (c'est-à-dire que les unités individuelles du produit sont difficilement interchangeables), par exemple la poudre de pulpe de baobab (*Adansonia digitata*) d'Afrique de l'Est n'est pas interchangeable avec la poudre de pulpe de baobab d'Afrique de l'Ouest, du fait de leur différence de goût.
- Leurs filières ne sont pas bien établies et ne fonctionnent pas correctement (elles sont souvent inexistantes).
- Elles ne font pas ou pas suffisamment l'objet de recherches et les connaissances à leur sujet sont le plus souvent limitées aux groupes d'utilisateurs locaux.
- Leur utilisation est limitée et dépend étroitement de la perception que l'on a de leur potentiel économique⁴.
- Elles englobent les espèces sauvages et cultivées.

Étant donné que les espèces négligées et sous-utilisées comprennent à la fois des espèces sauvages et cultivées, nous devons également faire la distinction entre ces deux sous-groupes. Si les caractéristiques susmentionnées concernent aussi bien les espèces négligées et sous-utilisées cultivées que les espèces négligées et sous-utilisées sauvages, il convient de préciser que, s'agissant des dernières, la qualité ne peut généralement pas être contrôlée et évaluée comme dans le cas des espèces cultivées. Ainsi, les espèces négligées et sous-utilisées issues de récoltes sauvages [par exemple, les feuilles de Moringa (*Moringa oleifera*)] doivent habituellement faire l'objet d'un contrôle qualité plus poussé avant d'être exportées. En outre, les acheteurs sur les marchés internationaux ont souvent tendance à penser que les produits issus de récoltes sauvages sont de moins bonne qualité que les produits cultivés. Mais cette façon de penser pourrait changer du tout au tout, comme dans le cas des plantes médicinales sauvages, dont les propriétés curatives sont réputées être fortement liées à l'habitat naturel où elles ont poussé.

Généralement, l'exportation de produits de base est facilitée par des chaînes d'approvisionnement bien établies et qui fonctionnent bien, alors que dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées, les chaînes d'approvisionnement sont inadéquates. Les informations sont transparentes et abondantes en ce qui concerne les marchés des produits de base, alors que dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées, les informations sont limitées et les acteurs du marché n'y ont pas accès. En résumé, les principales différences entre l'exportation de produits de base et l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées sont liées à des obstacles physiques (logistique de la filière) et informationnels (manque d'informations sur la disponibilité, la demande, les acteurs, etc.).

⁴ G. Gruère, A. Giuliani et M. Smale. « Marketing Underutilized Plant Species for the Benefit of the Poor: A Conceptual Framework », document de discussion n° 154, Institut international de recherche sur les politiques alimentaires, 2006, p. 3.

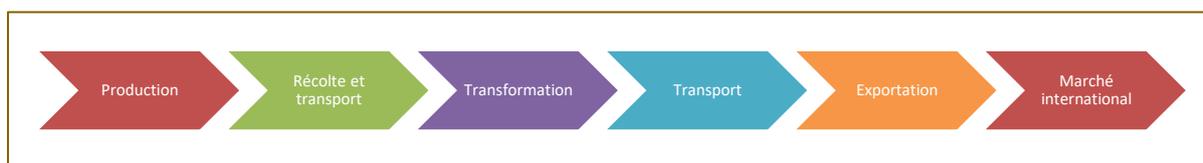
2. Note pratique

Caractéristiques typiques des filières des espèces négligées et sous-utilisées et incidences en matière d'exportation

Il est tout d'abord important de souligner qu'il n'existe pas de filière type des espèces négligées et sous-utilisées et que celles-ci peuvent varier en fonction des espèces concernées. Les espèces cultivées sont produites dans des zones dédiées et leur filière peut donc différer de celle des espèces sauvages.

Les différences entre les filières d'exportation de produits de base et celles des espèces négligées et sous-utilisées peuvent être mises en lumière en examinant les étapes d'une filière type, à savoir:

Figure 3. Filière simplifiée



En premier lieu, comme indiqué précédemment, les filières des produits de base sont généralement bien établies et reposent sur les connaissances actuelles, une recherche poussée et les dernières avancées technologiques en matière de culture, de transformation, de stockage, de transport et d'autres opérations. Elles sont efficaces et axées sur le marché. Les filières des espèces négligées et sous-utilisées, en revanche, présentent un certain nombre de lacunes qui limitent leur efficacité. Elles sont souvent mal organisées, ne bénéficient pas de moyens de transport standard ou de bonnes routes pour accéder aux marchés, et leurs acteurs – producteurs, transformateurs, grossistes et exportateurs – sont mal reliés entre eux, voire ignorent l'existence des autres acteurs. Ces conditions sont autant de contraintes majeures pour la réussite de la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation. D'autres différences importantes aux diverses étapes des filières concernent la production, la transformation et la logistique.

Production

Dans la plupart des cas, les espèces négligées et sous-utilisées sont produites de manière informelle et à petite échelle, c'est-à-dire non pas dans un cadre professionnel et évolutif, mais plutôt au niveau individuel, familial ou communautaire. Souvent, elles ne sont pas cultivées sur de grandes étendues. De nombreuses espèces négligées et sous-utilisées (légumes à feuilles, fruits, épices ou plantes médicinales) sont également récoltées directement à l'état sauvage à des fins de consommation domestique, de troc ou d'échange sur les marchés locaux. Les cultures de produits de base, au contraire, sont cultivées et commercialisées et constituent la principale source de revenus des agriculteurs et des autres acteurs de la filière. Des pratiques agricoles avancées, très efficaces et ne nécessitant pas de travaux pénibles sont appliquées dans le cas des cultures de produits de base, ce qui n'est pas le cas pour les espèces négligées et sous-utilisées, pour lesquelles il n'existe pas d'infrastructures de stockage appropriées comme celles généralement utilisées pour les produits de base.

Transformation

L'étape qui suit la production et la récolte est la transformation. Dans le cas des cultures de base, les technologies de transformation et les infrastructures sont bien établies, alors que dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées, les connaissances, les technologies et les infrastructures nécessaires à la transformation sont généralement limitées. Ainsi, dans la plupart des cas, des investissements dans des technologies et des installations de transformation adéquates sont essentiels pour introduire ces espèces sur le marché; et ils sont particulièrement nécessaires si l'on veut exporter. En outre, étant donné que beaucoup d'espèces négligées et sous-utilisées ne peuvent être exportées en raison de leur courte durée de conservation, il est également indispensable d'utiliser des technologies de transformation efficaces.

De fait, beaucoup de ces espèces sont délaissées par les marchés précisément en raison de leur très courte période de conservation avant détérioration. D'un autre côté, les énormes progrès des nouvelles technologies, qui ont favorisé le développement des cultures de base, pourraient, grâce à des mesures d'adaptation technique mineures, contribuer à prolonger la durée de conservation de nombreuses espèces négligées et sous-utilisées.

Ce domaine de recherche pratique devrait être pris en compte dans le cadre de l'étude des possibilités d'exportation de ces espèces.

Logistique aux différents échelons des filières

L'étape suivant la récolte et la transformation est le transport des produits finaux aux points de collecte, aux entrepôts des grossistes ou aux ports, d'où ils sont expédiés vers des marchés plus éloignés ou vers les magasins des détaillants. Cette étape est souvent problématique. Dans le cas des produits de base, les dispositions logistiques fonctionnent bien. Dans celui des espèces négligées et sous-utilisées, il n'y a pas de logistique ou celle-ci est défaillante. Les produits de base proviennent de zones de culture vastes et spécialisées, bien reliées à des systèmes de communication fiables. Les espèces négligées et sous-utilisées, au contraire, sont généralement cultivées dans des zones reculées et difficiles d'accès, à petite échelle, sur de petites parcelles de terre, en tant que cultures intercalaires ou dans des arrière-cours, de sorte qu'il est difficile de les transporter efficacement.

La commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés internationaux ne pourra réussir qu'en établissant une solide logistique de livraison (en temps voulu et de manière à préserver la qualité des produits).

Le tableau suivant présente les principales caractéristiques des filières mondiales ainsi que les différences entre les filières des produits de base et les filières des espèces négligées et sous-utilisées. Il est important de noter que les filières des produits de base sont soutenues par des capitaux (industriels ou commerciaux), ce qui n'est pas le cas des filières des espèces négligées et sous-utilisées.

Tableau 1. Principales caractéristiques des filières mondiales de produits de base et des filières des espèces négligées et sous-utilisées (d'après Gereffi, 1999, modifié)⁵

Principales caractéristiques	Filières des produits de base		Filières des espèces négligées et sous-utilisées
	Impulsées par les producteurs	Impulsées par les consommateurs	
Moteurs des filières mondiales de produits de base	Capital industriel	Capital commercial	Aucun ou très peu de capital
Compétences de base	Recherche-développement, production	Conception, commercialisation	Culture
Barrières à l'entrée	Économies d'échelle	Économies de gamme	Économies de gamme
Secteur économique	Biens de consommation durables, biens intermédiaires, biens d'équipement	Biens de consommation non durables, secteur agricole, secteur de la santé	Secteur agricole, principalement
Industries typiques	Automobiles, ordinateurs, avions, etc.	Vêtements, chaussures, jouets, denrées alimentaires et aliments pour animaux, produits médicinaux	Alimentation humaine et animale, et produits de médecine traditionnelle, principalement
Propriétaires des entreprises manufacturières	Entreprises transnationales	Entreprises locales, principalement dans les pays en développement	Entreprises locales, principalement dans les pays en développement
Principaux liens de réseau	Investissements	Transactions commerciales	Transactions commerciales
Structure de réseau prédominante	Verticale	Horizontale	Horizontale

⁵ G. Gereffi. « A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries », Duke University, Durham (États-Unis d'Amérique), 1999, p. 9.

Axes d'intervention en vue d'accroître la production d'espèces négligées et sous-utilisées destinée aux marchés d'exportation

Les espèces négligées et sous-utilisées, par définition, sont sous-utilisées, et leur valeur actuelle (y compris leur valeur économique) n'est pas totalement exploitée. L'amélioration de leur utilisation grâce à une commercialisation plus efficace, y compris au niveau international, pourrait être une voie intéressante à explorer. Avant d'aborder la question de leur commercialisation, il convient d'examiner correctement la question de leur approvisionnement. À cet égard, les deux facteurs principaux qui limitent souvent l'offre d'espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation sont la quantité et la qualité des produits.

Quantité

Si l'on veut augmenter la quantité d'espèces négligées et sous-utilisées destinée aux marchés d'exportation, il faut renforcer la capacité de production de celles-ci en vue d'assurer un approvisionnement durable permettant de répondre à une demande plus importante. Dans les paragraphes suivants sont décrits les éléments qui entrent en jeu dans l'augmentation de l'offre pour bien comprendre comment aborder cette question le plus efficacement possible.

Dans la documentation relative aux espèces négligées et sous-utilisées, trois éléments importants liés à l'augmentation de l'offre sont généralement mentionnés, à savoir: 1) l'écart entre la valeur potentielle réelle ou perçue de leur utilisation et leur valeur économique⁶; 2) l'abondance locale⁷ des produits par opposition à une demande mondiale limitée; 3) le manque de connaissances scientifiques.

La valeur de l'utilisation peut quant à elle être décrite dans ses deux dimensions publique et privée. La valeur publique représente la contribution des espèces négligées et sous-utilisées à l'agrobiodiversité et aux services écosystémiques, à la vie culturelle et traditionnelle et à la nutrition de toute la population. La valeur privée repose sur la contribution des espèces négligées et sous-utilisées à la création de revenus pour les producteurs ou les collecteurs et les autres acteurs de la filière, à l'atténuation des pertes de récoltes et des chocs de production, et sur les avantages qu'en retirent les populations en matière de diversification des régimes alimentaires, de fourniture de produits médicinaux et de culture. Le présent document met l'accent sur la valeur privée des espèces négligées et sous-utilisées, qui est un facteur clé de la réussite de leur commercialisation sur les marchés internationaux.

Bien souvent, le manque d'intérêt pour la culture et la production d'espèces négligées et sous-utilisées s'explique par la tendance à privilégier d'autres cultures en raison de leur valeur marchande plus élevée, censée assurer de meilleurs revenus. Il en résulte une valeur privée comparable plus faible des espèces négligées et sous-utilisées par rapport aux produits de base ou à d'autres cultures mieux établies. En outre, les cultures établies font très souvent l'objet d'aides publiques (par exemple, des subventions pour l'achat d'intrants agricoles ou des programmes de passation de marchés qui garantissent la vente des récoltes aux autorités), ce qui améliore le fonctionnement de leurs chaînes d'approvisionnement et de commercialisation⁸.

La question clé à ce stade serait donc la suivante: quelles mesures incitatives pourraient être mises en place pour encourager les producteurs à augmenter l'offre d'espèces négligées et sous-utilisées au lieu de se concentrer sur d'autres cultures?

La réponse est simple: le seul levier qui incitera les acteurs de la filière à augmenter la production d'espèces négligées et sous-utilisées (pour répondre à la demande intérieure ou internationale) est une augmentation de la valeur privée de la production d'espèces négligées et sous-utilisées grâce à l'accroissement de leur rentabilité. Mais il faut pour cela que la demande du marché augmente durablement. Les interventions sur le marché, telles que les subventions ou d'autres formes d'appui,

⁶ G. Gruère, A. Giuliani et M. Smale. 2006, p. 5.

⁷ Dans ce contexte, on entend par abondance locale le fait que ces espèces sont collectées ou produites dans des zones géographiquement restreintes permettant un approvisionnement suffisant pour répondre aux seuls besoins locaux.

⁸ G. Gruère, A. Giuliani et M. Smale. 2006, p. 5.

pourraient certainement augmenter la rentabilité et donc la motivation à produire des espèces négligées et sous-utilisées, mais il y a un risque que ces interventions soient de courte durée, non durables et menées en tant qu'aide au développement, plutôt qu'en tant que contribution à un développement durable du marché.

Ainsi, si l'on veut accroître la rentabilité, la demande des espèces négligées et sous-utilisées doit augmenter, tout comme les prix du marché, dans la mesure du possible. Là encore, cette évolution devra résulter des mécanismes de l'offre et de la demande du marché libre, et ne pas être provoquée par des interventions publiques.

Qualité

La qualité est l'autre élément important à prendre en compte en matière d'exportation des espèces négligées et sous-utilisées. Malheureusement, dans de nombreux cas, la qualité des espèces négligées et sous-utilisées n'est pas conforme aux normes internationales. Le manque de connaissances et de compétences en matière de production d'espèces négligées et sous-utilisées conforme aux normes de qualité internationales se traduit souvent par une faible productivité et des produits de mauvaise qualité. Ainsi, outre la quantité de l'offre, la qualité de celle-ci doit également être prise en compte adéquatement en vue d'exporter les espèces négligées et sous-utilisées de manière efficace.

Le manque de connaissances et de compétences relatives à la production d'espèces négligées et sous-utilisées de bonne qualité en vue de leur exportation peut être comblé en renforçant les capacités. À cet égard, il convient de souligner que le renforcement des capacités, tel qu'il est recommandé dans le cadre opérationnel relatif aux espèces négligées et sous-utilisées, est un domaine dans lequel la participation de tiers (ONG, agences gouvernementales ou institutions internationales comme le FIDA) serait très stratégique, étant donné que les producteurs locaux sont trop souvent dans l'incapacité de mettre en œuvre ces activités par manque d'expertise, de moyens financiers ou simplement de capacités organisationnelles. Avant de lancer un programme de renforcement des capacités, il est cependant nécessaire de s'assurer que la demande du marché est suffisante ou, au moins, que les espèces négligées et sous-utilisées faisant l'objet d'un renforcement des capacités seront vendues avec succès sur le marché. Comment, alors, évaluer la demande ou prévoir l'évolution de la commercialisation des exportations d'espèces négligées et sous-utilisées? Une analyse de marché spécifique permet d'y répondre. Étant donné que la présente note pratique s'adresse principalement aux acteurs des projets du FIDA susceptibles d'être intéressés par la promotion des exportations d'espèces négligées et sous-utilisées, il est fortement recommandé de procéder à une analyse de la demande sur le marché international et à une évaluation de la qualité actuelle de ces produits. Ce n'est qu'après la confirmation de l'existence d'une certaine demande du marché pour l'exportation et après avoir établi une description précise de la qualité des produits que des mesures de renforcement de la qualité pourront être raisonnablement envisagées et poursuivies.

Renforcement des capacités aux fins de l'amélioration de la qualité

La question du renforcement des capacités en vue de l'amélioration de la qualité pour cibler les marchés d'exportation concerne deux domaines, à savoir: a) les exigences de qualité, b) les certifications internationales⁹.

Exigences de qualité

La première étape en vue d'améliorer la qualité des espèces négligées et sous-utilisées est la réalisation d'une analyse des écarts entre la qualité actuelle des espèces négligées et sous-utilisées produites et les exigences de qualité du ou des marchés d'exportation potentiels envisagés. Il est pour cela nécessaire de connaître les exigences de qualité du ou des marchés cibles. Étant donné que les espèces négligées et sous-utilisées englobent une grande variété d'espèces et que les marchés cibles potentiels peuvent être nombreux, la présente note pratique n'indique pas un ensemble précis d'exigences de qualité, mais

⁹ Pour un exposé plus complet des activités de renforcement des capacités au FIDA, veuillez consulter le document intitulé « Capacity Development Plan for Supporting Mainstreaming Nutrition », dans lequel figurent également un certain nombre de références aux espèces négligées ou sous-utilisées.

recense plutôt certains sites Web utiles dans lesquels sont présentées les caractéristiques typiques de qualité des produits agricoles. Ainsi, en ce qui concerne l'Union européenne, les exigences de qualité se trouvent sur le site Web de son service d'assistance officiel¹⁰; des informations supplémentaires sont également communiquées par des organismes de promotion issus de pays européens, tels que le Centre néerlandais pour la promotion des importations en provenance des pays en développement¹¹. Le Ministère américain de l'agriculture (USDA) a également fait une synthèse des règles d'importation de l'Union européenne, consultable en ligne¹². Une analyse de cette documentation permettra d'identifier les problèmes de qualité des espèces négligées et sous-utilisées et d'élaborer un plan pour les résoudre grâce à des interventions de renforcement des capacités (infrastructures ou ressources humaines).

D'après notre expérience, les exigences de qualité communes, qui sont généralement appliquées sur les marchés d'exportation de produits agricoles, sont les suivantes:

- codes des denrées alimentaires et des aliments pour animaux propres à chaque pays, tels que le code allemand des denrées alimentaires et des aliments pour animaux¹³;
- réglementation européenne sur l'agriculture biologique (si l'on souhaite exporter des produits biologiques): voir le règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques;
- règlements locaux concernant les valeurs de mycotoxines, les valeurs de contamination, les métaux lourds et les paramètres microbiologiques;
- règlements relatifs aux traitements (pas d'irradiation, pas de fumigation, pas de sulfites).

Il convient enfin de préciser que, même si les producteurs d'espèces négligées et sous-utilisées ne sont pas en mesure de satisfaire à toutes les exigences de qualité dès le départ, il leur est recommandé de faire en sorte de se conformer à la majorité de celles-ci (si ce n'est à toutes) à moyen terme; un tel processus peut aussi être facilité par un plan d'action stratégique décrivant précisément le calendrier, les coûts, le budget disponible et les ressources humaines prévus pour chaque intervention.

Certifications internationales

Les certifications sont essentielles pour garantir aux acheteurs que la production (ou la cueillette sauvage) d'espèces négligées et sous-utilisées répond aux normes de qualité. Elles sont indispensables pour permettre aux acheteurs d'évaluer la qualité du produit et ainsi réduire les risques liés aux achats. Les normes de qualité les plus demandées par les acheteurs sur les marchés internationaux sont les suivantes:

- certification HACCP (Analyse des risques aux points critiques) aux étapes de la production et de la transformation;
- certification ISO 9001 (générale);
- certification ISO 14001 (écologie);
- certification ISO 22000 (sécurité des aliments);
- certification Global G.A.P. (bonnes pratiques agricoles mondiales)¹⁴;
- certifications biologiques telles que EU-organic (conformément au règlement 834/2007), USDA organic (pour le marché américain) ou JAS (Normes japonaises d'agriculture biologique).

¹⁰ Voir <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/trade-regime-and-general-product-safety>, consulté le 23 novembre 2018.

¹¹ Voir <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/buyer-requirements/>, consulté le 23 novembre 2018.

¹² Voir <https://www.usda-eu.org/trade-with-the-eu/eu-import-rules/>, consulté le 23 novembre 2018.

¹³ Voir <https://www.gesetze-im-internet.de/lfgb/>, consulté le 23 novembre 2018.

¹⁴ Voir <https://www.globalgap.org/fr/index.html>, consulté le 23 novembre 2018.

- autres certifications de qualité telles qu'IFS (International Featured Standards) et BRC (British Retail Consortium)

De toutes les certifications susmentionnées, Global G.A.P. peut être considérée comme la plus importante, une sorte de sésame pour accéder au marché international.

Comme indiqué dans la section précédente, les producteurs d'espèces négligées et sous-utilisées souhaitant exporter leurs produits doivent se conformer aux exigences de qualité de base, notamment en matière de gestion efficace des contaminants et de contrôle strict des paramètres microbiologiques et des valeurs de pesticides. Il est fortement recommandé de démontrer le respect de ces paramètres au moyen d'analyses adéquates effectuées par des laboratoires accrédités¹⁵. Une fois que ces exigences sont remplies, il est possible de faire une première tentative d'exportation de la variété d'espèces négligées et sous-utilisées retenue vers les marchés internationaux.

Ce n'est qu'une fois que le niveau de conformité à ces exigences de qualité de base aura été atteint et fera l'objet d'un contrôle permanent que les producteurs pourront envisager d'obtenir d'autres certifications. Les certifications étant des processus coûteux, leur financement peut poser des difficultés. À cet égard, des organisations comme les ONG ou des programmes de développement rural (tels que ceux appuyés par le FIDA) peuvent jouer un rôle stratégique en aidant les producteurs à obtenir des certifications de qualité internationales, ce qui serait particulièrement utile dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées exploitées par des peuples autochtones, des associations de femmes ou des jeunes.

Comment relier les espèces négligées et sous-utilisées aux marchés d'exportation?

Avant même d'aborder les questions de qualité et de certifications, un certain nombre de conditions préalables de base devront être examinées par les acteurs de la filière intéressés par l'exportation des produits issus des espèces négligées et sous-utilisées.

Le meilleur moyen d'examiner ces conditions préalables pourrait être, pour les producteurs, de se poser la question fondamentale de savoir pourquoi les espèces négligées et sous-utilisées n'ont pas encore été commercialisées à plus grande échelle. Dans cette perspective, un certain nombre de situations, telles que celles énumérées ci-dessous, peuvent aider les acteurs à répondre à cette question fondamentale:

- **Barrière économique**
 - Peu ou pas d'incitation économique: les producteurs gagnent davantage en se concentrant sur la production d'autres cultures ou ne réalisent pas de marge sur la vente du produit et ont plus d'intérêt à l'utiliser pour leur consommation personnelle.
 - Manque de ressources financières: les producteurs ont les moyens de vendre leurs produits sur un marché plus large, mais des obstacles financiers les en empêchent (dans le cas par exemple où les investissements initiaux dans les infrastructures et les équipements de production et de transformation seraient trop élevés).
- **Barrière physique**
 - Les caractéristiques des produits sont défavorables: par exemple, ils se détériorent rapidement et ne peuvent donc pas être transportés.
 - Absence d'infrastructure: les produits ne peuvent pas être transportés en raison du manque d'infrastructure (par exemple pour accéder au réseau routier ou aux ports).
- **Barrière informationnelle**

¹⁵ Il est à noter que les acheteurs internationaux exigeront que les analyses aient été effectuées par des laboratoires reconnus et accrédités.

- Manque d'information: les produits n'atteignent pas les marchés parce que les acteurs du marché (producteurs/récolteurs, acheteurs, grossistes) ne se connaissent pas ou n'ont pas une idée claire des caractéristiques, qualités, prix et quantités des produits issus des espèces négligées et sous-utilisées.
- Manque de contacts: les producteurs, récolteurs et vendeurs des pays d'origine n'entrent pas en contact avec les acheteurs potentiels des marchés internationaux.

L'examen de ces différents exemples aidera les producteurs à mieux comprendre les obstacles existants qui pourraient être sous-estimés ou négligés. Les paragraphes qui suivent contiennent des suggestions sur la manière de surmonter les obstacles les plus importants, à savoir les obstacles économiques, physiques et informationnels.

Barrières économiques

Dans ce contexte, deux types d'interventions peuvent être menées pour surmonter les deux principaux obstacles économiques:

- ➔ Augmentation de la production d'espèces négligées et sous-utilisées en encourageant leur culture et leur transformation (parallèlement à une augmentation de la demande totale, qui entraînera une hausse du prix du produit). Les producteurs pourraient ainsi bénéficier d'une marge plus élevée, ce qui les inciterait à produire ces espèces.
- ➔ Facilitation de la production grâce à un appui financier dès lors que le manque de ressources financières constitue un obstacle¹⁶.

Les deux types d'interventions doivent être pris en compte aux fins de l'établissement d'un lien entre les espèces négligées et sous-utilisées et les marchés d'exportation, et il est recommandé aux producteurs de réaliser une évaluation appropriée afin de choisir la meilleure solution parmi les deux options.

Barrières physiques

Comme pour la commercialisation de tout type de produit agricole, les espèces négligées et sous-utilisées (sous forme brute ou transformée) doivent atteindre physiquement les marchés cibles, c'est-à-dire qu'elles doivent être transportées. Si cette opération peut être assez simple dans le cas d'une commercialisation locale, elle pose en revanche de grandes difficultés lorsqu'on s'attaque aux marchés d'exportation.

Généralement, les espèces négligées et sous-utilisées sont cultivées dans des zones rurales et éloignées, dans de petits champs situés le plus souvent dans des pays en développement. Si les cultures de base peuvent être facilement chargées dans des camions ou des bateaux et transportées vers un réseau bien desservi d'installations de stockage ou de traitement des produits, les producteurs d'espèces négligées et sous-utilisées n'ont généralement pas accès à des moyens de transport ni à des installations de stockage. En outre, de nombreuses espèces négligées et sous-utilisées peuvent provenir de récoltes sauvages qui ont lieu dans des zones reculées, où il n'existe aucun moyen ou itinéraire de transport fiable. Un exemple d'une telle situation est celui de la filière du baobab (*Adansonia digitata*) au Mali et au Bénin¹⁷. Dans les zones rurales de ces pays, où les baobabs poussent naturellement, les feuilles et les fruits de ces arbres sont cueillis et livrés aux collecteurs des grandes villes, qui les vendent ensuite aux grossistes¹⁸.

La cueillette et le ramassage des produits du baobab sont des travaux manuels, réalisés par les familles locales ou les petits exploitants agricoles, qui sont souvent des autochtones, des femmes et des jeunes.

¹⁶ Il arrive que des producteurs délaissent un produit parce qu'ils manquent tout simplement d'installations ou d'équipements et ne sont pas en mesure d'investir dans ceux-ci. En tel cas, un financement initial (un prêt, par exemple) peut faciliter la production. Il ne faut cependant pas confondre cela avec le subventionnement des produits en vue d'augmenter leur rentabilité et donc la quantité produite (surveillance du marché). De même, les dons, qui ne nécessitent pas d'être remboursés, peuvent faire illusion, car ils n'incitent pas les producteurs à mettre en place un modèle commercial rentable.

¹⁷ E. De Caluwé. « Market chain analysis of baobab (*Adansonia digitata* L.) and tamarind (*Tamarindus indica* L.) products in Mali and Benin », thèse de doctorat, Faculté d'ingénierie des biosciences, Université de Gand, Gand, Belgique, 2011, p. 107-112.

¹⁸ *Ibid.*

Un autre exemple est la filière du câprier (*Capparis spinosa*) en Syrie. Les récolteurs, principalement des enfants et des femmes, récoltent les bourgeons de câpriers et les remettent à un « récolteur en chef », qui met à disposition des locaux et des bacs de collecte, et définit les prix d'achat¹⁹. Les câpres sont ensuite vendues à des commerçants privés locaux, qui les revendent à leur tour à des acheteurs étrangers (grossistes)²⁰. La première étape de cette filière – la collecte et le rassemblement encadré par le récolteur en chef – est effectuée manuellement. Les câpres apportées à pied par les récolteurs à un lieu de collecte sont ensuite acheminées par camion jusqu'aux négociants locaux.

De simples observations comme celles-ci soulignent aussi le fait que les acteurs des filières des espèces négligées et sous-utilisées doivent prêter une grande attention aux détails à toutes les étapes, à commencer bien souvent par les premières, qui dans la plupart des cas ont lieu dans des zones rurales éloignées, où les moyens de transport et de communication sont insuffisants.

Barrières informationnelles

Toutes les interventions visant à surmonter les obstacles physiques et économiques susmentionnés seront inutiles si les acteurs du marché ne disposent pas des informations nécessaires pour réaliser une transaction commerciale efficace. Dans l'optique d'une commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées à l'exportation, les informations à l'intention des acteurs de la filière doivent être transparentes, notamment en ce qui concerne:

1. la demande;
2. l'offre;
3. les caractéristiques et la qualité des produits;
4. le moment de l'approvisionnement (par exemple, les saisons de récolte).

On trouvera ci-dessous les raisons des lacunes en matière d'information et des conseils sur la manière de les combler:

1) Demande

Il se peut qu'une demande pour un certain produit existe, mais que les producteurs/récolteurs susceptibles de cultiver/récolter le produit l'ignorent. Cette situation est souvent rencontrée dans les zones rurales très reculées, où l'accès aux informations concernant la demande sur les marchés d'exportation est limité, en particulier dans le cas des populations autochtones, des femmes et des jeunes. Compte tenu des difficultés rencontrées généralement pour accéder à ce type d'informations, il est conseillé de solliciter l'aide d'organismes tiers, comme les ONG, les acteurs spécialisés du secteur privé ou les organismes publics. Il est important de souligner que les produits de base bénéficient d'un système bien articulé d'informations commerciales, fournies également en ligne, ce qui n'est pas du tout le cas des espèces négligées et sous-utilisées, pour lesquelles il n'existe aucun système d'information sur le marché aux niveaux local, national et international, permettant de guider un minimum les entrepreneurs désireux de développer leurs filières ou leurs marchés.

2) Offre

De même que les producteurs ont besoin de connaître la demande concernant une certaine espèce négligée et sous-utilisée sur le marché international, les acheteurs potentiels ont également besoin de connaître l'offre correspondante. Cette tâche est tout aussi difficile, et les acheteurs préfèrent le plus souvent s'approvisionner en espèces négligées et sous-utilisées sur le marché « anonyme » plutôt que de se concentrer sur une zone d'approvisionnement précise, pour se faire une meilleure idée de l'offre en la matière. Les bourgeons de câpriers, par exemple, sont largement cultivés et récoltés traditionnellement dans toute la région méditerranéenne depuis des siècles (l'Italie étant l'un des pays où la culture et la

¹⁹ A. Giuliani, N. Abdulkarim et M. Buerli. « Linking Biodiversity Products to Markets to improve the Livelihoods of the Resource Poor: Case Study on the Market Chain of Capers in Syria », Institut international des ressources phytogénétiques, Rome, p. 3.

²⁰ *Ibid.*

commercialisation de ce produit ont atteint les plus hauts niveaux d'organisation). Ce n'est que relativement récemment (il y a une vingtaine d'années) que la filière a atteint un stade de développement raisonnable en Syrie²¹, ce qui suppose d'informer les acheteurs du marché international de l'offre d'un tel produit en provenance de ce pays si l'on veut qu'ils en achètent et commencent à étendre leurs sources d'approvisionnement aux producteurs locaux.

3) Caractéristiques et qualité des produits

Les acheteurs potentiels d'un produit sur les marchés d'exportation ont besoin de connaître:

- ses caractéristiques générales;
- ses qualités particulières.

Les caractéristiques générales sont propres à une espèce en particulier. Elles constituent le caractère unique d'une espèce négligée et sous-utilisée par rapport à d'autres espèces ou produits (teneur en vitamines, en minéraux, en acides aminés et en substances végétales secondaires telles que les polyphénols, etc.). Par exemple, la maca (*Lepidium meyenii*) a longtemps été un aliment local des communautés andines dont la diffusion géographique se limitait à la région de Junín au Pérou²². Ces dix dernières années, cependant, les informations sur les bienfaits de la maca en matière de santé se sont diffusées dans le monde entier, notamment grâce à Internet, et les acheteurs des marchés internationaux ont commencé à s'y intéresser. La popularité de la maca a été favorisée par certaines découvertes scientifiques étayant les connaissances traditionnelles concernant les bienfaits des racines de cette plante en matière de santé reproductive²³.

Les informations sur la qualité d'un produit donnent des précisions concernant soit la qualité du produit ou du lot en question, soit la qualité attribuée au producteur, à la région ou au fabricant. Il existe par exemple différentes variétés de racines de maca (de couleur jaune, rouge ou noire), susceptibles d'attirer différents consommateurs. La maca est en outre commercialisée sur le marché international sous forme de poudre brute, de poudre gélatinisée, de poudre traitée en vue de limiter la contamination microbologique, de poudre d'extrait au ratio 10:1 ou 30:1, de composé hydrosoluble, etc.²⁴. Tout comme les caractéristiques générales d'un produit, cette information sur la qualité doit être accessible aux acheteurs potentiels sur les marchés d'exportation.

4) Calendrier d'approvisionnement

Enfin, les acheteurs sur les marchés internationaux, tels que les grossistes en ingrédients naturels, doivent savoir si un produit issu des espèces négligées et sous-utilisées est soumis à des limites d'approvisionnement, en raison d'une saison de récolte réduite, entre autres. Cette information influencera leur stratégie d'achat (par exemple, les grossistes pourraient souhaiter stocker de plus grandes quantités au moment de la récolte, lorsque le produit est disponible, en vue de les vendre hors saison).

Ces stratégies d'achat particulières doivent être prises en compte par les producteurs et les transformateurs dans les pays d'origine, afin de garantir un approvisionnement suffisant en produits.

Mise en relation entre producteurs et acheteurs

En dernier lieu, une fois les obstacles susmentionnés surmontés, il faut identifier et démarcher les acheteurs cibles. En matière de commerce international, notamment dans le domaine des produits agricoles et en particulier dans le cas des produits de niche, il y a un manque d'information des deux côtés.

²¹ A. Giuliani, N. Abdulkarim, M. Buerli. 2005, p. 3.

²² M. Hermann et J. Heller (dir.). « Andean roots and tubers: Ahipa, arracacha, maca and yacon. Promoting the conservation and use of underutilized and neglected crops », vol. 21, Institut de recherche sur la génétique végétale et les plantes cultivées, Gatersleben (Allemagne)/Institut international des ressources phytogénétiques, Rome (Italie), 1997.

²³ G. F. Gonzales. « Ethnobiology and Ethnopharmacology of *Lepidium meyenii* (Maca), a Plant from the Peruvian Highlands », *Evid Based Complement Alternat Med*, vol. 2012, 2011, article 193496.

²⁴ Nature's Ingredients, Liste de produits 2018, NATURE'S INGREDIENTS GmbH, Neckarsulm (Allemagne).

Ce manque d'information est source d'insécurité et de risque. Le fait de combler le déficit d'information des deux côtés permettra d'assurer la mise en relation, décrite ci-dessous.

Les producteurs et les vendeurs d'espèces négligées et sous-utilisées des pays en développement n'ont pas d'expérience de la vente sur les marchés internationaux et n'ont aucune ou très peu d'expérience des relations avec les clients internationaux. Les producteurs sans expérience des marchés internationaux manquent d'informations et de pratique en matière de négociation commerciale dans un tel contexte, ainsi que de connaissances des prix et des normes de qualité et d'autres normes exigées. Ces lacunes dissuadent les producteurs et les vendeurs de se tourner vers les marchés internationaux et se traduisent par la perception d'un risque en matière d'exportation.

De leur côté, les acheteurs des marchés internationaux ignorent parfois l'existence même d'un produit. Ils manquent d'informations sur les caractéristiques et la qualité du produit et, surtout, sur la fiabilité et la crédibilité du ou des producteurs. Il en résulte la perception d'un risque lié à l'approvisionnement sur ces nouveaux marchés.

Une des solutions à ce problème est la mise en relation entre fournisseurs et acheteurs. La mise en relation internationale entre fournisseurs et acheteurs aide les deux parties à surmonter les problèmes susmentionnés et à limiter les risques liés aux négociations dans le cas de producteurs locaux peu habitués au commerce international.

Cette démarche prend notamment les formes suivantes:

- a) les foires internationales;
- b) les foires locales;
- c) les missions d'achat;
- d) les partenariats public-privé.

a) Foires internationales

Les foires internationales sont la meilleure occasion de faire connaître des produits à un public international. Elles permettent de rencontrer en une seule fois un grand nombre d'acheteurs potentiels, ce qui réduit les frais de déplacement et de transaction. Ces événements sont une excellente occasion de faire des affaires, d'évaluer la situation actuelle du marché et de la concurrence et de nouer des relations personnelles²⁵. Les foires internationales jouent un rôle stratégique en matière d'exportation des espèces négligées et sous-utilisées vers les marchés internationaux. Dans le même temps, elles posent des difficultés à la plupart des producteurs des pays en développement qui ne sont pas suffisamment préparés pour assister à ces grands rassemblements, présenter leurs produits et établir des contacts avec des acheteurs potentiels. C'est pourquoi les organismes de promotion des exportations, les bureaux du commerce extérieur des pays d'origine et les organismes de promotion des importations des marchés cibles proposent d'aider les petits et moyens producteurs des pays en développement à participer aux foires commerciales internationales. Les producteurs locaux d'espèces négligées et sous-utilisées auraient donc tout intérêt à solliciter l'aide de ces organismes; un investissement qui mérite d'être envisagé, non pas au tout début de leur activité, mais en tant qu'objectif à moyen terme.

²⁵ K. Koolman. « Foreign trade fair participation, A Guide to successful trade fair participation for small and medium-sized exporters from developing countries », Import Promotion Desk, Bonn, 2016, p. 5, <https://www.importpromotiondesk.de/en/media-centre/publications/>, consulté le 24 novembre 2018.

b) Foires locales

Les foires locales, en comparaison avec les foires internationales, représentent une meilleure occasion de mettre en avant le potentiel de production de certains produits d'une région, d'une industrie ou d'un secteur dans un pays en particulier. Un bon exemple de foire locale, axée sur un secteur précis, est la foire agricole nationale en Argentine, « La Rural »²⁶, qui a pour objet de présenter toutes les capacités agricoles de l'Argentine aux acteurs du secteur agroalimentaire. À la différence des foires commerciales internationales, les foires locales attirent surtout un public local. En général, les acheteurs des marchés internationaux se rendent aux foires locales uniquement s'ils sont déjà actifs dans la région concernée, s'ils y ont des contacts ou s'ils participent à des missions d'achat organisées par des organismes étrangers de promotion des importations tels que le Centre néerlandais pour la promotion des importations en provenance des pays en développement, le bureau allemand de promotion des importations (Import Promotion Desk) ou le Programme suisse de promotion des importations (SIPPO). Il existe un autre type de foire agricole encore plus spécialisée: les foires de l'agrobiodiversité, telles que celle dédiée aux céréales andines qui est organisée en Bolivie. Ces foires de l'agrobiodiversité sont spécialisées dans les différentes variétés d'espèces négligées et sous-utilisées et visent à promouvoir la culture de différentes espèces et à préserver ainsi l'agrobiodiversité²⁷.

Les foires locales jouent également un rôle important en tant que moyen de préparer les producteurs locaux d'espèces négligées et sous-utilisées à accéder aux marchés internationaux. Au cours de celles-ci, les exportateurs potentiels d'espèces négligées et sous-utilisées peuvent se faire connaître et bénéficier d'une formation initiale sur des sujets tels que la logistique des foires commerciales, la conception des stands, le matériel de communication, la logistique des échantillons de produits, la recherche de clients, la conclusion de marchés et la documentation. Les producteurs participants, exportateurs potentiels, peuvent ainsi être mieux préparés à passer à l'étape suivante qui est la participation à des foires internationales.

c) Missions d'achat

Les missions d'achat sont menées par des importateurs, des fabricants et des grossistes d'un même secteur en vue d'acheter et de commander des marchandises provenant d'un certain marché, d'un certain pays ou d'une certaine région. Les missions d'achat sont parfois organisées par les bureaux de promotion des importations ou du commerce des pays (par exemple, Import Promotion Desk, Centre néerlandais pour la promotion des importations en provenance des pays en développement, SIPPO), les associations industrielles ou les importateurs eux-mêmes. Les missions d'achat permettent aux importateurs de réduire leurs coûts de transaction. Elles leur donnent la possibilité de rencontrer plusieurs exportateurs/producteurs en même temps. Le plus souvent, les producteurs participants ont été présélectionnés par l'organisme concerné et répondent aux normes de qualité et d'approvisionnement requises par les acheteurs.

Les producteurs locaux/exportateurs qui souhaitent participer aux missions d'achat doivent être mis en relation avec les organisateurs de ces missions. Le plus souvent, les chambres de commerce extérieur des pays d'origine sont informées des missions d'achat prévues et constituent donc des points d'entrée importants pour établir de tels liens.

d) Partenariats public-privé

Les partenariats public-privé sont un moyen de promouvoir les investissements du secteur privé dans les filières agricoles, bien que l'on manque encore de données probantes sur l'efficacité de ces partenariats pour attirer les investissements privés dans les filières agricoles peu performantes et sur l'impact de ces

²⁶ Voir <http://www.larural.com.ar/>, consulté le 24 novembre 2018.

²⁷ S. Padulosi et al. « A Holistic Approach to Enhance the Use of Neglected and Underutilized Species: The Case of Andean Grains in Bolivia and Peru », 2014, *Sustainability*, vol. 6, p. 1283-1312, DOI:10.3390/su6031283, p. 1293-1294.

interventions sur les petits producteurs²⁸. Ils sont des mécanismes de collaboration entre des acteurs du secteur privé de pays développés (acheteurs) et de pays en développement (dans ce cas, les producteurs d'espèces négligées et sous-utilisées) et un acteur du secteur public en tant que tierce partie.

Les partenariats public-privé peuvent viser le développement de nouveaux produits issus des espèces négligées et sous-utilisées, l'installation des infrastructures nécessaires, l'amélioration de la qualité ou l'obtention de certifications internationales en vue d'exporter vers les marchés internationaux. Un exemple de partenariats public-privé réussi est la formation des producteurs de beurre de Karité (*Vitellaria paradoxa*) du Mali, menée par la marque allemande de cosmétiques biologiques Börlind et appuyée par le Ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement²⁹. Une liste des organismes nationaux de promotion des importations pouvant être contactés pour obtenir des informations sur les marchés d'exportation figure dans l'encadré 2.

Encadré 2. Liste des organismes de promotion des importations

La liste suivante des bureaux et organismes nationaux de promotion des importations constitue un premier point d'entrée pour les producteurs d'espèces négligées et sous-utilisées en vue de faciliter leur accès aux informations sur les marchés d'exportation et d'établir éventuellement des premiers contacts avec les clients:

- Autriche – Handelsverband www.handelsverband.at
- Belgique – Trade for Development Centre (TDC) www.befair.be
- Canada – Service des délégués commerciaux du Canada (Ministère des affaires étrangères et du commerce international) www.tradecommissioner.gc.ca
- Pays-Bas – Centre pour la promotion des importations en provenance des pays en développement www.cbi.eu
- Allemagne – Import Promotion Desk www.importpromotiondesk.com
- International Trade Centre (ITC) www.intracen.org
- Suisse – Swiss Import Promotion Desk (SIPPO) www.sippo.ch
- Trade Promotion Organisations Network (TPO Network) <http://www.intracen.org/itc/trade-support/the-tpo-network-world-conference-and-awards/>
- États-Unis d'Amérique – US Department of Commerce International Trade Administration www.trade.gov

Stratégie visant à accroître la demande d'espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation

La demande de biens sur les marchés dépend de la volonté et de la capacité des acheteurs à acquérir un produit à un prix donné. Pour les cultures de base, cinq facteurs déterminent la demande:

1. le prix du produit;
2. le revenu des consommateurs;
3. le prix des produits concurrents;
4. les préférences des consommateurs;
5. les prévisions quant à l'évolution à venir du prix d'un certain produit.

²⁸ « Certified karité butter from Mali », dir.: Agence allemande de coopération internationale, Registered Offices: Bonn and Eschborn, Germany Sector project on Cooperation with the Private Sector/ Corporate Responsibility for Development, 2015, <https://www.developp.de/en/projects-and-success-stories-developpde-success-stories/sequa-boerlind-mali/>, consulté le 24 novembre 2018.

Normalement, en partant du principe que les facteurs n^{os} 2 à 5 restent stables, le facteur prix permet de moduler la demande et l'offre. Des prix bas se traduisent par une demande élevée des consommateurs et une offre faible, tandis que des prix élevés se traduisent par une offre élevée et une demande faible. Cependant, appliquer cette logique à l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées n'est pas réaliste, étant donné qu'aucun producteur/exportateur d'espèces négligées et sous-utilisées ne sera en mesure d'influencer le cours des produits de manière à en contrôler les prix. Jouer sur les prix pour stimuler la demande ne fonctionne pas dans le cas des marchés d'exportation des espèces négligées et sous-utilisées!

Avant de chercher à stimuler la demande d'une espèce négligée et sous-utilisée sur un marché donné, nous recommandons de commencer par sélectionner stratégiquement le marché cible potentiel. L'examen des facteurs énumérés ci-dessus peut y contribuer. Les exportateurs d'espèces négligées et sous-utilisées doivent donc sélectionner leur marché d'exportation potentiel en fonction des éléments suivants:

- **Revenu des consommateurs**→ privilégier les marchés cibles des pays à revenu élevé par rapport aux marchés des pays à faible revenu.
- **Prix des produits concurrents**→ privilégier les marchés dans lesquels il n'y a pas ou peu de produits concurrents ou dans lesquels les prix des produits concurrents sont élevés.
- **Préférence des consommateurs**→ privilégier les marchés dans lesquels les consommateurs sont susceptibles et désireux d'essayer de nouveaux produits (comme les espèces négligées et sous-utilisées)

Une fois qu'un marché cible pour l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées a été sélectionné et que les relations commerciales avec les acheteurs de ce marché ont été établies, la demande pour certaines espèces négligées et sous-utilisées peut être stimulée. Parmi les cinq facteurs susmentionnés, un seul peut être efficacement influencé par les exportateurs, les ONG ou d'autres acteurs, à savoir **la préférence des consommateurs**. C'est aussi le principal facteur à prendre en compte pour commercialiser avec succès les espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés internationaux. En son absence, il sera impossible et inutile de vendre les espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés. Comment, alors, influencer les préférences des consommateurs pour un certain produit (ce qui est difficile en soi) et comment le faire sur les marchés d'exportation (ce qui est encore plus difficile)? La réponse à cette question suppose de déterminer, avant toute commercialisation sur les marchés étrangers, quels sont les avantages que les consommateurs peuvent tirer des produits issus des espèces négligées et sous-utilisées³⁰. Dans cette optique, il convient d'examiner les éléments suivants:

- a) avantages potentiels;
- b) groupes cibles;
- c) pertinence du produit cible.

Voici une brève description de ces éléments.

Avantages potentiels

Les avantages peuvent être définis en fonction de la hiérarchie des besoins. Ils peuvent être physiologiques, tels que les bienfaits nutritionnels et les bénéfiques pour la santé, ou intangibles, tels que ceux associés aux besoins humains situés plus loin dans la hiérarchie des besoins, comme l'expression personnelle, la reconnaissance ou la poursuite d'aspirations altruistes. Certains avantages n'intéressent pas tous les consommateurs, d'où la nécessité d'identifier les groupes cibles.

³⁰ K. Koolman. « Marketing neglected and Underutilised Species. Success factors of a market and consumer-oriented approach », Berlin (Allemagne), 2014.

Groupes cibles

Les avantages diffèrent selon les personnes. Certains consommateurs peuvent accorder plus de valeur que d'autres à une caractéristique particulière d'une espèce négligée et sous-utilisée. Certains consommateurs peuvent ne pas accorder d'importance à une caractéristique d'une certaine espèce négligée et sous-utilisée, comme dans le cas des produits issus du moringa (*Moringa oleifera*). Les produits obtenus à partir de feuilles de moringa, tels que la poudre de feuilles de moringa ou le thé de moringa, ont récemment suscité un intérêt considérable dans des pays comme les États-Unis ou plusieurs autres pays d'Europe. Cependant, tout le monde n'aime pas ou n'utilise pas les produits à base de moringa: pour certaines personnes, les vertus nutritionnelles et médicinales supposées sont insignifiantes, pour d'autres, le goût des produits peut constituer un obstacle. Cet exemple souligne le fait que les avantages potentiels d'un produit doivent toujours être analysés dans le contexte d'un ou de plusieurs groupes cibles donnés et qu'il est essentiel de s'assurer qu'un des avantages intéresse ce ou ces groupes.

Pertinence du produit cible

La pertinence, en tant que facteur sous-jacent de la préférence, est l'un des plus puissants moteurs de la consommation. Les consommateurs seront prêts à dépenser de l'argent pour un certain produit ou même à préférer un produit à un autre si sa pertinence est plus élevée. Contrairement à l'approche commerciale courante, où l'on utilise des facteurs démographiques tels que l'âge, le sexe, la profession, et l'éducation pour décrire un groupe cible, la pertinence est indépendante des facteurs démographiques. La pertinence découle des intérêts personnels, des situations individuelles, des difficultés, des groupes de pairs, des environnements, des tendances, du bouche-à-oreille et d'autres facteurs, tels que la période de la vie dans laquelle se trouve un consommateur. La pertinence doit être connue ou mise en avant si l'on veut commercialiser efficacement les espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation.

Des études de marché et des essais, décrits dans les paragraphes suivants, peuvent être réalisés par les exportateurs et les fournisseurs afin de déterminer quelles caractéristiques des espèces négligées et sous-utilisées peuvent être des atouts.

Maturité du marché

Le niveau de maturité du marché cible est un autre déterminant de la diffusion d'une espèce négligée et sous-utilisée sur un marché d'exportation. Du point de vue d'un vendeur, le niveau de maturité du marché se mesure en fonction du potentiel de génération de revenus supplémentaires au fil du temps. Plus un marché est à un stade précoce, plus les possibilités d'augmenter les ventes au fil du temps sont élevées. Les marchés qui en sont à un stade plus avancé, dans lesquels la plupart des consommateurs ont déjà leurs préférences pour certains produits, il sera plus difficile de faire progresser les ventes. Dans le cas de l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées, il sera important de déterminer au préalable si le marché cible est dans une phase de croissance, durant laquelle les consommateurs sont encore très intéressés par l'essai de nouveaux produits.

Il convient toutefois d'ajouter que les marchés matures, où une espèce négligée et sous-utilisée particulière est déjà commercialisée, peuvent également présenter des avantages, puisque le nombre de consommateurs qui connaissent déjà le produit est plus élevé que sur les marchés en phase de démarrage. Il sera alors plus facile de faire connaître une espèce négligée et sous-utilisée aux acheteurs dans ce cas que dans celui des marchés naissants. Dans le même temps, étant donné que la concurrence sera plus forte que sur les marchés naissants, davantage devra être fait en matière de communication pour commercialiser une espèce négligée et sous-utilisée spécifique. Les marchés naissants, en revanche, offrent des perspectives d'augmentation considérable des ventes au fil du temps, ainsi que la possibilité de se positionner en tant que fournisseur principal d'un nouveau produit issu des espèces négligées et sous-utilisées.

En général, les marchés naissants présentent davantage de possibilités et de potentiel en matière de commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées, d'autant plus que les parts de marché ne sont pas encore entre les mains d'un nombre restreint d'acteurs, mais sont encore réparties entre de nombreux

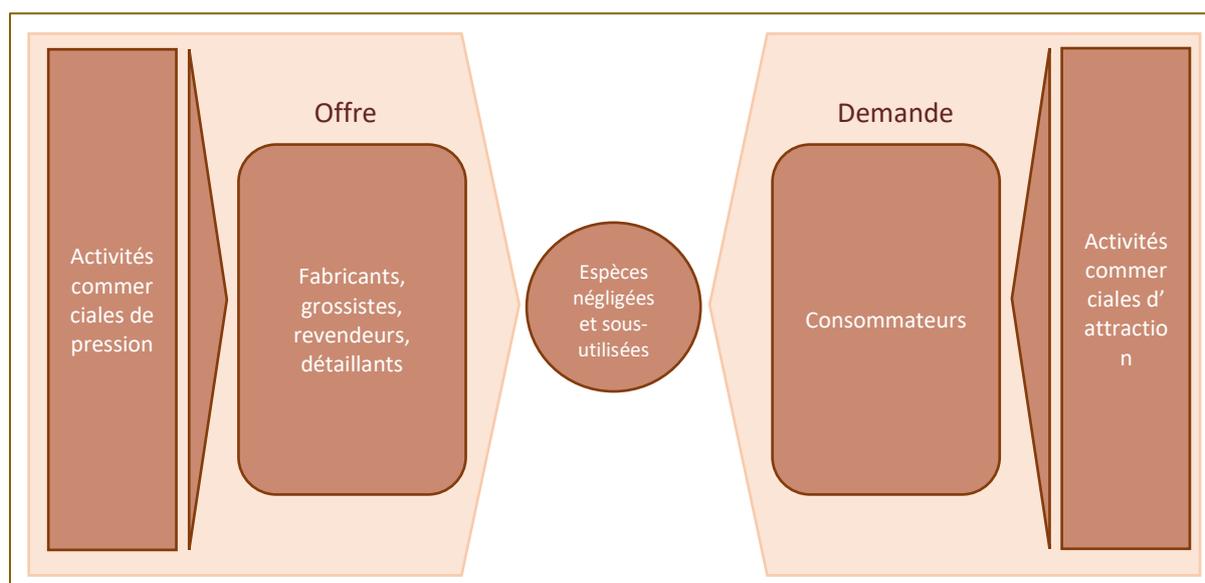
petits intervenants. Plus les marchés deviennent matures, plus le nombre d'acteurs qui détiennent les parts de marché se réduit.

Augmenter la demande en influençant les préférences des consommateurs

Comme nous l'avons déjà dit, la préférence des consommateurs est **le seul facteur déterminant** de la demande sur lequel les exportateurs d'espèces négligées et sous-utilisées peuvent véritablement agir. Cette préférence détermine quel produit agricole ou quelle espèce négligée et sous-utilisée sera achetée et peut être introduit sur le marché³¹³². Les préférences des consommateurs sont principalement déterminées par la pertinence des produits pour les consommateurs. Pour être pertinent, un produit doit être connu du consommateur. En général, les espèces négligées et sous-utilisées ne sont pas bien connues des consommateurs.

L'introduction d'espèces négligées et sous-utilisées sur un nouveau marché peut être facilitée par la mise en œuvre d'une stratégie commerciale de pression et d'attraction, comme décrite dans la figure 4.

Figure 4. Stratégie commerciale de pression et d'attraction



La stratégie de pression est axée sur les fabricants, les grossistes, les revendeurs, les détaillants et autres intermédiaires de la chaîne d'approvisionnement, et a pour objectif de promouvoir une espèce négligée et sous-utilisée en tant que produit ou ingrédient d'un produit existant ou nouveau. Une fois que les fabricants adoptent une de ces espèces en tant que composante d'un produit ou en tant que produit fini, celle-ci devient alors visible sur le marché.

La stratégie d'attraction cible les consommateurs finaux de manière à créer une demande sur le marché. L'hypothèse sous-jacente est qu'une fois que les consommateurs connaissent un produit et ses bienfaits, ils le recherchent activement sur le marché et agissent comme une force d'attraction.

Cette approche est basée sur le célèbre modèle AIDA (figure 5). Le modèle AIDA décrit les étapes par lesquelles passe un consommateur entre le moment où il prend connaissance d'un produit et celui où il décide de l'acheter.

³¹ S. Baldermann et al. « Are Neglected Plants the Food for the Future? », *Critical Reviews in Plant Sciences*, vol. 35, n° 2, 2016, p. 106-119, DOI: 10.1080/07352689.2016.1201399.

³² M. Schreiner, M. Korn, M. Stenger, L. Holzgreve et M. Altmann. « Current understanding and use of quality characteristics of horticulture products », *Scientia Horticulturae*, 2013, vol. 163, p. 63-69.

Figure 5. Modèle AIDA



Idéalement, les stratégies commerciales de pression et d'attraction sont menées conjointement afin de stimuler l'offre et la demande. Lorsque les consommateurs atteignent la phase « action » du modèle AIDA, ils doivent pouvoir trouver le produit sur le marché. Voilà pourquoi il importe de coordonner les stratégies de pression et d'attraction. Il ne sert à rien de promouvoir un produit si l'offre est inexistante. En revanche, si le produit est disponible sur le marché, mais qu'aucun consommateur ne le connaît ou n'est prêt à l'acheter, les fabricants et les détaillants finiront par abandonner la production. Le tableau 2 résume certaines caractéristiques clés des stratégies commerciales de pression et d'attraction liées aux groupes cibles, au type de messages, à la communication, au point de contact et à l'approbation finale d'un produit courant, qui sont pertinentes également dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées.

Tableau 2. Principales caractéristiques des stratégies commerciales de pression et d'attraction

Caractéristiques	Stratégie de pression	Stratégie d'attraction
Groupes cibles	Fabricants, grossistes, détaillants	Consommateurs
Messages principaux	Avantages du produit, caractéristiques et particularités en tant qu'ingrédient, qualité, prix	Bienfaits pour le consommateur, facilité d'utilisation, recettes, guides pratiques
Moyens de communication	Foires, réunions, appels téléphoniques, publipostage, représentants commerciaux	Communication de masse, médias sociaux, influenceurs, blogueurs, relations publiques
Point de contact (consommateur)	Point de vente	Domicile, espaces publics, bouche-à-oreille
Promotion	Mise en avant des recherches scientifiques, des qualités de fabrication supérieures, des valeurs nutritionnelles élevées	Influenceurs, célébrités, chefs cuisiniers

Campagnes publicitaires

Un des moyens de stimuler la demande est de faire la promotion du produit auprès des consommateurs. C'est le point de départ d'introduction de tout produit. D'après le modèle AIDA susmentionné, il faut d'abord attirer l'attention des consommateurs sur l'existence d'un produit pour susciter leur intérêt. Auparavant, les campagnes de publicité étaient menées essentiellement grâce aux moyens de communication de masse tels que la télévision, la radio, les journaux et les magazines, les panneaux d'affichage et le parrainage sportif. Ces campagnes sont non seulement très coûteuses, mais aussi peu efficaces. En effet, ces modes de communication ne permettent pas de cibler les destinataires ou de les atteindre en nombre suffisant.

Grâce à Internet et aux médias sociaux, le ciblage des campagnes publicitaires est désormais bien plus facile. Les réseaux sociaux permettent de cibler un public bien défini. Les blogueurs et les influenceurs ont des publics très particuliers, ce qui facilite le ciblage. Les contenus numériques peuvent désormais être partagés et diffusés en quelques secondes. Les campagnes de publicité peuvent ainsi devenir « virales » en peu de temps. Voici quelques interventions possibles en vue de commercialiser les espèces négligées et sous-utilisées sur de nouveaux marchés:

- créer un contenu numérique intéressant un groupe cible en particulier (premiers utilisateurs);
- rejoindre des groupes et des discussions en ligne pour générer de l'intérêt à propos d'une espèce négligée et sous-utilisée ;

- participer à des forums, blogs et pages de commentaires qui traitent des espèces négligées et sous-utilisées;
- créer des contenus susceptibles de devenir viraux pour inciter les utilisateurs à les partager et à les diffuser;
- créer des recettes et des idées de plats à base d'espèces négligées et sous-utilisées pour promouvoir leur utilisation;
- collaborer avec des magazines en ligne, des blogueurs et des influenceurs en vue de faire connaître les bienfaits des espèces négligées et sous-utilisées;
- mener des actions commerciales dans la vie réelle et inciter les utilisateurs à les partager en ligne.

Il est conseillé aux exportateurs d'espèces négligées et sous-utilisées de collaborer avec des experts en communication spécialisés dans les différentes cibles afin d'élaborer une campagne efficace. Il est déconseillé de se lancer dans l'élaboration et la réalisation d'une campagne de sensibilisation sans avoir une bonne connaissance des outils existants et de leur fonctionnement. Il est également très important d'identifier clairement tous les groupes cibles et d'adapter les messages en fonction de leurs attentes. Les spécialistes de la communication identifieront les cibles en se fondant sur les informations issues de l'étude de marché.

3. Principaux obstacles à l'exportation des espèces négligées et sous-utilisées

Barrières à l'entrée sur le marché

Les barrières à l'entrée sur le marché en matière de commerce international peuvent être élevées et, dans certains cas, trop difficiles à surmonter. Il existe des barrières commerciales tarifaires et non tarifaires. Les obstacles non tarifaires au commerce désignent toutes les mesures, autres que les tarifs douaniers, qui réglementent les importations ou les exportations. Un exemple bien connu de telles barrières est le règlement de l'Union européenne relatif aux nouveaux aliments³³. Il vise à réglementer l'importation dans l'Union européenne de produits alimentaires qui n'y ont pas été commercialisés avant 1997. On entend par « nouveaux aliments » les aliments mis au point récemment et innovants, les aliments produits à l'aide de nouvelles technologies et de nouveaux processus de production, ainsi que les aliments qui sont ou ont été traditionnellement consommés en dehors de l'Union européenne³⁴.

Si ce règlement concerne principalement les produits issus des biotechnologies, les produits génétiquement modifiés ou ceux fabriqués à l'aide de nanotechnologies et vise à protéger la sécurité des aliments des consommateurs européens, il s'applique également aux produits agricoles traditionnels tels que les espèces négligées et sous-utilisées. Il convient de noter que de nombreuses espèces négligées et sous-utilisées, dans leur pays d'origine, sont consommées depuis longtemps sans problème et ne présentent donc aucun risque. Cependant, en application du règlement européen, leur commercialisation au sein de l'Union européenne pourrait être interdite. Il est intéressant de noter que les experts en biocommerce ont affirmé que le règlement de l'Union européenne, dans sa forme actuelle, était en contradiction directe avec les objectifs d'organisations internationales telles que la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Crops for the Future, Bioversity International et d'autres organismes qui encouragent les petits agriculteurs et les communautés des pays en développement à « tirer parti de leur riche patrimoine végétal pour améliorer leur situation économique »³⁵.

Au vu des règles en vigueur, la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation (en particulier l'Union européenne) ne pourra réussir qu'en tenant compte des obstacles non tarifaires au commerce (et notamment du règlement européen relatif aux nouveaux aliments). Il convient donc de s'assurer de la conformité d'un produit à ce règlement avant d'entreprendre toute autre démarche visant à commercialiser une espèce négligée et sous-utilisée sur le marché européen.

En plus du règlement relatif aux nouveaux aliments, les exigences de qualité doivent également être prises en compte. Ces exigences de qualité ont été mentionnées dans un paragraphe précédent. Toute espèce négligée et sous-utilisée destinée à l'exportation doit faire l'objet de contrôles de qualité afin de déterminer son niveau de qualité général. Le non-respect des réglementations en matière d'alimentation peut avoir pour conséquence l'interdiction d'importation.

En plus des exigences de qualité, il peut y avoir des exigences en matière de certifications. Ainsi, un produit importé sous l'appellation « biologique » au sein de l'Union européenne doit être conforme au règlement européen relatif à la production biologique (règlement CE n° 834/2007). Des règlements similaires applicables aux produits biologiques existent pour tous les grands marchés tels que les États-Unis d'Amérique, le Japon et bien d'autres.

³³ Règlement (UE) 2015/2283 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2015 relatif aux nouveaux aliments, modifiant le règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant le règlement (CE) n° 258/97 du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 1852/2001 de la Commission, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32015R2283>, consulté le 24 novembre 2018.

³⁴ Voir https://ec.europa.eu/food/food/novel-food_fr, consulté le 25 novembre 2018.

³⁵ « The EU Novel Food Regulation. Impact on the Potential Export of Exotic Traditional Foods to the EU: Suggestions for Revision », document de travail établi par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement et le Centre néerlandais pour la promotion des importations en provenance des pays en développement, novembre 2005.

Comment promouvoir les exportations d'espèces négligées et sous-utilisées lorsque l'on manque de données?

Les exportateurs, tels que les producteurs, les grossistes (des pays d'origine) ou les exportateurs qui souhaitent promouvoir l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés internationaux font généralement face à un manque de données sur le marché cible. De plus, les exportateurs d'espèces négligées et sous-utilisées des pays en développement ont rarement les moyens de financer une étude de marché approfondie pour combler ce type de lacunes. Dans ce cas, il est recommandé de réaliser les études suivantes:

- a) étude documentaire;
- b) test consommateurs.

Étude documentaire

Les études documentaires permettent aux exportateurs d'espèces négligées et sous-utilisées d'obtenir des informations sur le marché sans avoir à investir ou en investissant très peu. L'étude documentaire doit porter sur les aspects suivants:

- taille du marché, croissance du marché;
- statistiques relatives aux exportations et aux importations
 - en ce qui concerne les produits similaires, le cas échéant
 - en ce qui concerne les exportations du même pays d'origine;
- tendances concernant les produits;
- analyse de la concurrence;
- analyse des prix;
- acheteurs potentiels.

La plupart des informations susmentionnées peuvent être trouvées dans les rapports et les bases de données d'organismes, à savoir:

- les chambres de commerce extérieur sur les marchés cibles;
- les organismes de promotion des importations (secteur privé);
- les bureaux de promotion des importations (généralement gouvernementaux) tels que les fédérations et associations industrielles (par exemple, les fédérations de l'industrie alimentaire et des boissons, l'association du commerce des fruits et autres);
- les organismes de promotion du commerce et des investissements (par exemple, l'organisme Germany Trade & Invest);
- les associations étrangères de détaillants.

Les données provenant de ces organismes permettent généralement de se faire une bonne idée d'un marché cible potentiel. En outre, ces organismes sont bien informés et coopèrent en vue d'aider les producteurs à trouver des solutions ou de répondre à des questions précises. Il est donc fortement recommandé de se tourner vers eux pour bien comprendre le marché dans lequel il est prévu de commercialiser l'espèce négligée et sous-utilisée cible.

Test consommateurs

L'étude documentaire est un bon moyen d'obtenir des informations quantitatives et générales sur un marché cible potentiel. Elle offre un premier aperçu et peut être un point de départ pour l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées vers les marchés internationaux. Cela étant, dans la plupart des cas, les consommateurs des marchés cibles ne connaissent pas les espèces négligées et sous-utilisées et les produits qui en sont issus. Cette situation représente un obstacle pour les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées, qui n'ont donc pas ou très peu d'informations sur la perception qu'ont les consommateurs de ce type d'espèce sur les marchés cibles.

Aussi, les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées auraient intérêt à mener des études de marché sur le terrain pour évaluer dans quelle mesure les consommateurs s'intéressent à ces produits. Une technique couramment appliquée dans les études de marché est le test consommateur. Ces tests sont couramment utilisés pour déterminer si un produit sera accepté sur une cible donnée. Ils peuvent être réalisés à petite échelle en testant un nouvel ingrédient ou un nouveau concept de produit auprès d'un certain groupe de consommateurs, appelé groupe de discussion. Les groupes de discussion se composent généralement de 8 à 12 consommateurs qui peuvent être sélectionnés sur la base d'intérêts communs, d'attitudes, de données démographiques ou d'autres caractéristiques. Pour constituer ces groupes, les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées peuvent faire appel à des entreprises locales d'études de marché. Étant donné que ces études nécessitent un certain niveau de financement, il serait utile que les organismes qui souhaitent appuyer les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées des pays en développement, y compris le FIDA, envisagent de leur allouer des fonds dès le début de leur intervention.

Éviter les impacts négatifs

Certains facteurs externes qui ne peuvent pas être contrôlés, ou sur lesquels on ne peut que difficilement agir, peuvent compromettre la commercialisation des exportations d'espèces négligées et sous-utilisées.

Ces facteurs peuvent notamment être les suivants:

- a) érosion des prix;
- b) problèmes de qualité dus à des facteurs externes;
- c) évolution des tendances du marché;
- d) modifications législatives;
- e) découvertes scientifiques défavorables.

En général, les impacts négatifs ne peuvent pas être contrôlés ou évités. Les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées doivent donc prévoir une stratégie de gestion des risques propre à atténuer les impacts négatifs pouvant résulter de ces facteurs externes imprévisibles.

Érosion des prix

L'érosion des prix résulte d'une baisse de la demande (alors que l'offre est stable) ou d'une augmentation de l'offre (alors que la demande est stable). Dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées, il est plus probable que les prix s'érodent en raison d'une augmentation de l'offre. La plupart des espèces négligées et sous-utilisées, une fois qu'elles ont été introduites sur un marché international, font face à une demande accrue en raison d'une augmentation de leur popularité. Cette situation s'observe dans le cas des « superaliments », comme la maca, le quinoa ou la chia. Les modèles commerciaux des exportateurs qui misent sur des prix stables ou supérieurs à un certain niveau risquent de s'effondrer dès que les prix s'érodent. Dans de telles situations, la plupart des petits fournisseurs sont évincés du marché. Ces situations doivent être prises en compte lors de l'élaboration d'une stratégie d'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées, notamment pour protéger contre les chocs les producteurs vulnérables comme les femmes, les peuples autochtones et les jeunes.

Afin d'éviter l'érosion des prix, il est recommandé d'acquérir une bonne compréhension des mécanismes de limitation de l'offre³⁶. Par exemple, un bon mécanisme de limitation de l'offre peut être le fait de définir des particularités et des caractéristiques d'un produit issu des espèces négligées et sous-utilisées qui le rendent plus « authentique » par rapport à d'autres produits similaires. Dans le même ordre d'idées, il est aussi important de décrire plus précisément les processus de production afin de montrer aux consommateurs que le produit issu des espèces négligées et sous-utilisées est réalisé selon un processus de production unique ou qu'il provient d'une certaine région, ce qui le distingue des autres produits concurrents et interdit sa production en masse par d'autres producteurs. En particulier, les labels régionaux sont un moyen efficace de limiter l'offre et d'éviter ainsi l'érosion des prix, dans la mesure où les producteurs d'autres régions ne pourront pas commercialiser la même espèce négligée et sous-utilisée sous le même label³⁷. Cela permet de limiter l'offre sur le marché et de maintenir les prix stables. Les mesures de lutte contre l'érosion des prix profitent tout particulièrement aux populations autochtones, aux femmes et aux jeunes, qui se trouvent le plus souvent au début de la filière et n'ont pas beaucoup d'influence sur les prix du marché.

Problèmes de qualité dus à des facteurs externes

La détérioration de la qualité due à des facteurs externes tels que les intempéries ou les parasites est difficile à maîtriser totalement. Cela étant, des problèmes de qualité des produits mis sur le marché peuvent nuire gravement à l'entreprise qui les commercialise. Si les produits proposés sont toujours de qualité inférieure, les consommateurs peuvent avoir l'impression qu'une certaine espèce négligée et sous-utilisée est intrinsèquement de qualité inférieure ou qu'elle présente inévitablement des problèmes de qualité. Par exemple, l'offre et la demande de poudre de moringa ont augmenté en Europe au cours des deux dernières années. Dans le même temps, les incidents liés à des lots défectueux ou de qualité inférieure ont augmenté, ce qui a conduit les autorités concernées à procéder à davantage d'échantillonnages aléatoires de contrôle de qualité sur ce produit que par le passé. À ce sujet, il convient de souligner qu'une gestion rigoureuse de la qualité des produits dans le pays d'origine peut prévenir l'exportation accidentelle de lots défectueux ou de qualité inférieure vers les marchés internationaux et préserver ainsi l'activité de nombreux acteurs de la filière. Il est donc utile de souligner l'importance d'adopter de bonnes pratiques agricoles et de renforcer les capacités de gestion de la qualité en vue de l'exportation, notamment au niveau de l'approvisionnement.

Évolution des tendances du marché

Les tendances des marchés agricoles évoluent régulièrement et ce phénomène ne peut être évité. Si une forte augmentation de la demande du marché pour une espèce négligée et sous-utilisée semble positive, permettant aux producteurs d'améliorer leurs moyens d'existence, celle-ci pourrait s'essouffler au bout d'un certain temps, faisant chuter l'activité et conduisant les producteurs à une situation de surcapacité de production. Une telle situation poserait un risque grave. Dès que la demande pour une certaine espèce négligée et sous-utilisée diminue ou que les prix du marché baissent à un point tel que la production n'est plus rentable, ce sont surtout les petits producteurs, les populations autochtones, les femmes et les jeunes qui sont les plus touchés. Une stratégie sûre visant à amortir ces chocs consisterait à diversifier le portefeuille des espèces négligées et sous-utilisées à exporter. Sur ce point, les populations autochtones, les femmes et les jeunes sont les acteurs de la filière qui auront le plus besoin d'aide pour diversifier leur portefeuille de produits.

Modifications législatives

La réussite de l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées vers les marchés internationaux dépend de la loi et des règlements. Ces textes sont publics et accessibles, ce qui facilite leur consultation. Les exportateurs et les producteurs d'espèces négligées et sous-utilisées peuvent ainsi les examiner avant

³⁶ G. Gruère, A. Giuliani et M. Smale. 2006, p. 30.

³⁷ Les labels régionaux indiquent les caractéristiques d'un certain produit provenant d'une région donnée et constituent ainsi un élément de différenciation fort ou, dans certains cas, un facteur limitatif. Par exemple, le vinaigre balsamique traditionnel de Modène AOP (Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP), doit être produit selon des processus de production précis et dans une région donnée.

d'exporter l'espèce cible sur les marchés internationaux. Les lois sont des cadres relativement stables, par rapport à d'autres facteurs externes. Les lois et les règlements ne changent pas du jour au lendemain. Leur modification peut toutefois constituer un obstacle majeur si elle n'est pas favorable aux exportations des espèces négligées et sous-utilisées. Les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées doivent donc suivre de près les évolutions législatives et réglementaires.

Découvertes scientifiques défavorables

Les études scientifiques sur les espèces négligées et sous-utilisées sont insuffisantes, contrairement à celles qui portent sur les cultures de base. Les résultats des études (par exemple en ce qui concerne les bienfaits nutritionnels des espèces négligées et sous-utilisées) pourraient grandement contribuer à susciter l'intérêt des consommateurs en dehors du pays d'origine, et donc à promouvoir l'exportation de ces produits. S'ils suscitent des inquiétudes, ces résultats peuvent entraver la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées. Au contraire, s'ils sont positifs, ils peuvent inciter à modifier les règlements qui compromettent la diffusion d'espèces négligées et sous-utilisées bénéfiques.

Les organisations concernées, telles que la Commission européenne, peuvent consulter des organismes spécialisés, comme l'Autorité européenne de sécurité des aliments, pour évaluer la sécurité d'un produit. L'Union européenne a ainsi demandé à l'Autorité européenne de sécurité des aliments de réévaluer la sécurité de la consommation du jus de Noni (*Morinda citrifolia*), dont l'utilisation en tant que nouvel ingrédient alimentaire dans les boissons aux fruits pasteurisées a été autorisée dans l'Union européenne en 2003, en application du règlement relatif aux nouveaux aliments³⁸. La sécurité du jus de noni a été confirmée et sa commercialisation a donc été maintenue. Dans certains cas, cependant, de nouvelles découvertes scientifiques peuvent entraîner une réévaluation défavorable.

Il est impossible pour les exportateurs et les fournisseurs d'espèces négligées et sous-utilisées d'être totalement protégés contre ces facteurs externes. Une stratégie de protection contre ces risques peut cependant être de diversifier le portefeuille de produits en vue de faire face aux conséquences négatives d'un changement de réglementation dû à de nouvelles découvertes scientifiques. De toute évidence, les grossistes, les exportateurs et les fournisseurs peuvent plus facilement diversifier leur portefeuille de produits que les producteurs individuels, les petits exploitants et les agriculteurs. Les populations autochtones, les femmes et les jeunes ont particulièrement besoin d'appui et les interventions en la matière sont donc essentielles.

³⁸ « L'EFSA réévalue la sécurité du jus de noni », <https://www.efsa.europa.eu/fr/news/efsa-re-assesses-safety-noni-juice>, consulté le 20 novembre 2018.

4. Exemples d'exportations d'espèces négligées et sous-utilisées réussies

Açaí (*Euterpe oleracea*)

L'açaí, un fruit originaire de la région amazonienne, est un bon exemple de réussite en matière de commercialisation internationale d'espèces négligées et sous-utilisées. La pulpe fraîche des petits fruits de ce palmier est consommée dans la région amazonienne par les peuples autochtones et les populations locales, principalement au Brésil. Très nutritifs, ces fruits sont un élément important du régime alimentaire local dans certaines régions. La pulpe des fruits frais se détériorant rapidement, son transport et donc sa consommation dans d'autres lieux que celui d'origine étaient jusqu'à présent très difficiles. La situation a toutefois changé il y a quelques années. Si la consommation d'açaí a augmenté depuis les années 1980, ce n'est que dans les années 2000 que la demande internationale s'est accrue. L'açaí, qui était un aliment de base rural dans les années 1970, est depuis 2010 un aliment en vogue dans le monde entier³⁹.

Comment expliquer la diffusion de l'açaí au-delà de la région amazonienne? Une des entreprises qui a joué un rôle clé dans la promotion de ce produit est Sambazon⁴⁰. Elle a contribué à faire connaître l'açaí auprès des personnes soucieuses de leur santé dans le monde entier. Sambazon a été l'une des premières entreprises à se lancer dans l'exportation d'açaí en provenance de l'Amazonas et à introduire le produit sur le marché américain. Des célébrités ont aussi contribué à promouvoir l'açaí. Oprah Winfrey, par exemple, a présenté à ses nombreux téléspectateurs aux États-Unis la baie d'açaí en tant que produit efficace pour le contrôle du poids corporel et a suscité un vif intérêt. Face à l'augmentation de la demande d'açaí, les producteurs brésiliens ont mis au point une méthode de conditionnement dans des récipients aseptiques pour faciliter le transport et l'exportation de la pulpe. Aujourd'hui, la poudre d'açaí et la pulpe d'açaí fraîche congelée sont très populaires. L'açaí est désormais utilisé dans les boissons, les petits-déjeuners à base de céréales, les barres énergétiques, les yaourts et les produits laitiers, et les confiseries.

Il est intéressant de noter que plusieurs obstacles à la commercialisation de l'açaí, couramment rencontrés dans le cas de nombreuses espèces négligées et sous-utilisées, ont été surmontés avec succès: l'açaí peut être produit à grande échelle et transformé de manière à pouvoir être transporté et exporté, les voies et moyens de transport nécessaires sont accessibles, un marché d'exportation existe et, surtout, il y a une demande. En outre, la production d'açaí ne peut être réalisée que dans des forêts pluviales gérées de manière écologique, contribuant ainsi à la conservation de l'habitat dans le cadre d'une activité durable dans les forêts pluviales non ligneuses.

Fruit du jacquier (*Artocarpus heterophyllus*)

Le fruit du jacquier est un bon exemple de commercialisation et d'exportation réussies d'un produit qui n'était auparavant utilisé que localement. Le jacquier est un arbre qui se trouve principalement en Asie du Sud et en Asie du Sud-Est. L'Inde, le Bangladesh, la Thaïlande et l'Indonésie sont les principaux pays producteurs de fruits du jacquier. La pulpe est consommée en tant que légume dans les ragoûts, les currys et est utilisée pour la préparation d'autres plats traditionnels.

Jusqu'à récemment, ce produit n'était pas commercialisé à grande échelle sur des marchés étrangers comme l'Europe ou les États-Unis. Sa popularité ne cesse toutefois de croître depuis quelques années et de nouvelles entreprises commencent à commercialiser la pulpe de jacquier. Cette réussite tient principalement à l'activité d'un certain nombre de petites marques telles que « Jacky F »⁴¹. La jeune entreprise allemande Jacky F importe des conserves de jacquier du Sri Lanka pour les vendre à des chaînes d'épicerie biologique en Allemagne. Jacky F n'est pas la seule entreprise à s'être lancée dans ce commerce, d'autres petites marques et des fabricants de produits alimentaires de taille moyenne ont décidé de suivre la tendance. La raison de la popularité de ce fruit est simple: la pulpe de jacquier, une fois

³⁹ R.R. Janaki, Alavalapati, Francei E. Putz. «Working Forests in the Neotropics: Conservation Through Sustainable Management? », p. 344, 2004.

⁴⁰ Voir <https://www.sambazon.com/>.

⁴¹ Voir www.jackyf.com.

cuite et assaisonnée convenablement, ressemble à de la viande cuite lentement et fait donc de ce fruit un parfait substitut de viande pour les consommateurs végétariens et végétaliens. Des entreprises comme Jacky F fournissent en outre des recettes à base de fruits du jacquier pour le plus grand plaisir des consommateurs.

Le cas du jacquier est un bon exemple de situation dans laquelle le choix du moment de la promotion, la maturité du marché et la pertinence pour le consommateur ont été particulièrement favorables et ont contribué à la popularisation d'un produit.

Guayusa (*Ilex guayusa*)

Le guayusa est un arbre touffu qui pousse dans les forêts tropicales d'Amérique du Sud. Il s'apparente au célèbre yerba maté (*Ilex paraguariensis*). Toutefois, contrairement au maté, le guayusa n'a pas été commercialisé à grande échelle et n'a pas été exporté en grandes quantités, jusqu'à ce que l'entreprise américaine RUNA commence à l'exporter depuis l'Équateur.

Fondée en 2008, RUNA est une entreprise de boissons basée à New York, qui propose des produits à base de feuilles de guayusa (*Ilex guayusa*) provenant de la forêt équatorienne. L'entreprise est la toute première à vendre du guayusa à grande échelle. Les feuilles de guayusa sont utilisées pour la préparation d'infusions, comme le thé, très appréciées des consommateurs américains.

RUNA est un parfait exemple de commercialisation d'une culture ou d'une espèce sous-utilisée au service de la préservation de l'environnement. Sa commercialisation contribue non seulement à protéger la forêt tropicale, mais aussi à augmenter significativement les revenus des peuples autochtones qui fournissent cette plante. RUNA reverse 15% des ventes, en tant que prime sociale, à la collectivité locale de producteurs, qui utilise ces fonds pour financer des projets de développement communautaire. En outre, l'entreprise a créé une fondation spécialisée dans la recherche conjointe sur les incidences et les avantages de la production de Guayusa en matière de protection de l'environnement.

RUNA a obtenu une certification biologique auprès de l'USDA ainsi qu'une certification de commerce équitable. L'Agence allemande de coopération internationale s'est également intéressée au Guayusa et a lancé un projet en collaboration avec RUNA visant à promouvoir la biodiversité autochtone, à créer des revenus durables à partir des produits forestiers et à préserver les ressources naturelles.

Quels sont les facteurs ayant contribué au succès de la commercialisation des exportations de Guayusa? Avec l'appui d'un conseil de surveillance composé de professionnels du marketing et des affaires issus de grandes entreprises, RUNA s'est concentrée sur le cœur de son activité, à savoir défendre une bonne cause en vue d'améliorer les moyens d'existence des populations autochtones. Si ces principes éthiques sont nobles et admirables, en fin de compte, le succès de cette entreprise est surtout imputable à une bonne stratégie commerciale. Dans le passé, l'achat de produits certifiés commerce équitable était vu comme un acte de bienveillance par les consommateurs, même si la qualité était parfois mauvaise et les prix élevés. La perception des consommateurs a changé face à la popularité croissante du commerce équitable et à la prise de conscience des déséquilibres sociaux et économiques. Les meilleures intentions restent cependant vaines si un marché solide n'est pas créé pour les produits issus des espèces négligées et sous-utilisées ou si aucun consommateur n'est prêt à les acheter.

5. Femmes, populations autochtones et jeunes

Voici quelques éléments de réflexion concernant les atouts dont disposent les personnes vulnérables comme les femmes, les populations autochtones et les jeunes en vue d'exporter des espèces négligées et sous-utilisées, ainsi que les difficultés et les possibilités en la matière. Quelques recommandations sont également proposées quant aux façons d'aider ces groupes à tirer parti des espèces négligées et sous-utilisées pour améliorer leurs moyens d'existence.

Difficultés

- Les populations autochtones vivent souvent dans des régions éloignées.
- Elles n'ont pas ou ont peu de liens avec les marchés internationaux.
- Les femmes font face à une double ou triple « charge » (famille, production alimentaire, éducation des enfants) et ont souvent un rôle moins important que les hommes dans le domaine des affaires.
- Les jeunes ont souvent moins accès aux marchés, sont moins intégrés dans les entreprises et manquent de compétences (mathématiques, économie, langues étrangères) en raison de lacunes en matière d'éducation.

Atouts

- Les populations autochtones possèdent souvent des connaissances approfondies concernant les plantes alimentaires traditionnelles, les plantes médicinales et les herbes, ainsi que la manière de les cultiver, de les récolter et de les préparer pour l'alimentation et d'autres usages.
- Dans toutes les cultures du monde, les jeunes ont beaucoup d'énergie et veulent changer les choses afin d'améliorer leur vie.
- En comparaison avec les générations précédentes, les jeunes sont plus enclins et plus aptes à utiliser les technologies de communication modernes et les réseaux sociaux, dont l'importance ne cesse de croître en matière de commercialisation.

Possibilités

- Les populations autochtones peuvent contribuer par leurs savoirs à une commercialisation réussie des espèces négligées et sous-utilisées.
- Les jeunes peuvent quant à eux promouvoir les espèces négligées et sous-utilisées via les médias modernes.
- Les populations autochtones auront à cœur de participer à la production et à la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées, non seulement pour des raisons économiques, mais aussi parce que cela peut renforcer leur estime de soi en mettant en valeur leurs communautés et leurs traditions.
- Le renforcement des capacités de mise en valeur des espèces négligées et sous-utilisées et l'intégration des jeunes dans les processus commerciaux peuvent favoriser la création d'emploi.
- Les coentreprises ou les partenariats public-privé conclus avec des entreprises engagées dans le commerce équitable et la production éthique et durable peuvent être mis à profit pour associer les populations autochtones, les femmes et les jeunes à la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées, y compris sur les marchés d'exportation.

Actions recommandées

- Renforcement des capacités des femmes, des jeunes et des populations autochtones en matière d'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées et amélioration des infrastructures en vue de faciliter les activités de culture et de transformation;
- Appui aux associations et aux coopératives en vue de favoriser les activités collectives de production, de transformation, de transport et de commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées;
- Mise en œuvre de stratégies de communication destinées à faire connaître l'importance des espèces négligées et sous-utilisées et la contribution des groupes vulnérables à leur conservation et à leur utilisation durables;

- Renforcement des services de conseil rural en vue de promouvoir les espèces négligées et sous-utilisées dans les zones marginales au profit des communautés locales, et appui aux activités préliminaires visant à améliorer la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées, notamment en vue de leur exportation;
- Appui en faveur de la participation active des groupes vulnérables aux processus commerciaux devant être menés en vue de l'exportation;
- Appui aux groupes vulnérables en vue de la mise en place de normes équitables et éthiques en faveur de la commercialisation des espèces négligées et sous-utilisées, y compris sur les marchés d'exportation;
- Appui aux populations autochtones pour l'enregistrement de produits uniques issus des espèces négligées et sous-utilisées de leurs territoires en tant que marques ou appellations géographiques, et appui en matière d'accès et de partage des avantages et de droits de propriété intellectuelle relatifs à la commercialisation des produits issus des espèces négligées et sous-utilisées.

6. Orientations en matière de conception et d'exécution des projets

Les marchés des pays développés sont hautement concurrentiels et l'offre de toutes sortes de produits agricoles est plus que suffisante pour satisfaire la demande. Il est très difficile d'introduire un produit de la biodiversité ou d'augmenter sa demande sur le marché si celui-ci n'est pas nouveau, intéressant, s'il ne présente pas d'avantages particuliers par rapport à d'autres produits similaires ou s'il ne répond pas à un besoin (partiel ou total) non satisfait des consommateurs, ou encore s'il ne crée pas un nouveau besoin chez ces derniers.

En vue d'introduire efficacement les espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés internationaux et d'augmenter la demande de ces marchés, nous recommandons au FIDA d'envisager d'inclure les actions stratégiques suivantes dans la conception de ses projets:

- a) évaluation de la situation actuelle du marché (processus de vérification);
- b) définition de la conception générale du projet;
- c) élaboration d'un plan de projet.

Il convient de souligner que l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées sur des marchés étrangers relève davantage d'une activité entrepreneuriale classique que d'une activité de développement traditionnelle. Du point de vue d'une ONG, ce type de projet est un moyen de contribuer à améliorer les conditions de vie des populations locales. En pratique, cependant, il faudra avoir des compétences entrepreneuriales solides et être capable de créer une nouvelle entreprise et de la gérer efficacement, autant d'actions qui devront répondre aux besoins et aux exigences strictes du marché.

Il est donc conseillé de commencer par créer une « jeune pousse » au niveau national, puis, dans le cadre de l'élaboration du plan d'affaires, de prévoir la commercialisation d'espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés internationaux. Il est recommandé de concevoir le projet en commençant par déterminer le résultat attendu. À la différence des interventions de développement typiques, les initiatives visant à accroître la demande d'espèces négligées et sous-utilisées sur le marché sont menées dans un environnement hautement concurrentiel comprenant de nombreux acteurs et dans lequel les informations (en particulier dans le cas des espèces négligées et sous-utilisées) sont difficiles à trouver. Il est donc conseillé de se tourner vers des partenaires externes, des prestataires de services et des consultants, mieux à même de trouver les informations nécessaires et d'aider à élaborer une stratégie commerciale solide.

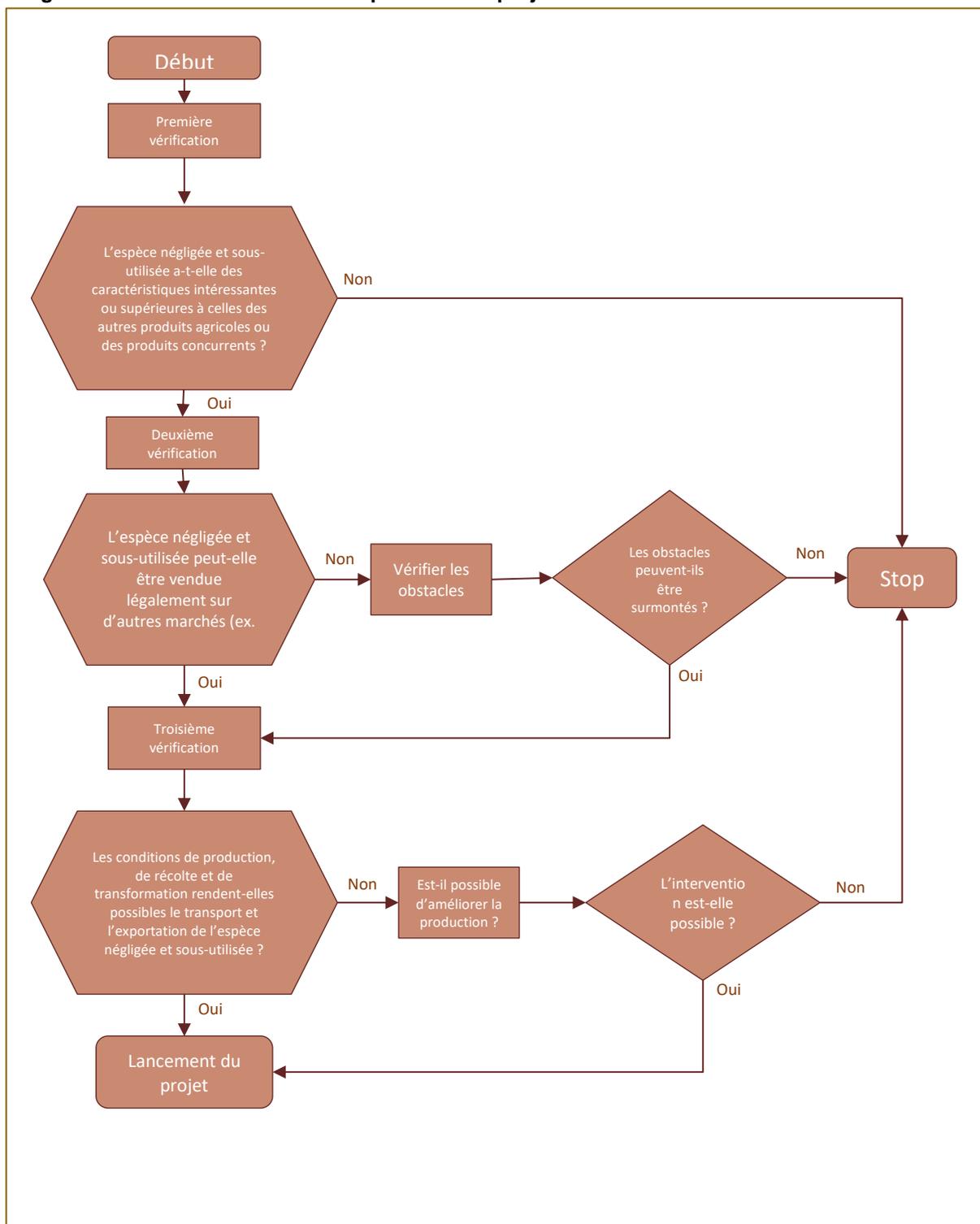
Voici une description synthétique des trois actions recommandées:

Évaluation de la situation actuelle du marché (processus de vérification)

Le processus de vérification suivant (figure 6) vise à examiner les questions de base devant être prises en compte avant de se lancer dans un projet d'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées.

Ce n'est qu'après avoir répondu à ces questions fondamentales que la conception du projet peut démarrer.

Figure 6. Processus de vérification préalable au projet



Conception d'un projet ordinaire

Cette section porte sur la conception d'un projet de commercialisation des produits issus des espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation. Voici quelques-unes des étapes de la conception:

- gestion de l'intégration – comment le projet s'intègre-t-il dans le contexte plus large du programme d'options stratégiques pour le pays, dans la stratégie globale du pays et qui sont les parties prenantes concernées?
- calendrier – définition du calendrier du projet et des résultats attendus;
- définition claire du budget et des plans de gestion des coûts;
- gestion de la qualité – mécanisme de suivi continu des résultats obtenus;
- gestion des ressources humaines – personnel interne, personnel externe, en accordant une attention particulière aux femmes, aux populations autochtones et aux jeunes;
- gestion de la communication – échange efficace d'informations avec les parties prenantes internes et externes;
- évaluation et gestion des risques pouvant se présenter pendant l'exécution du projet ou à la suite de résultats inattendus après son achèvement.

Pour être solide, la conception d'un projet devra traiter tous les éléments ci-après.

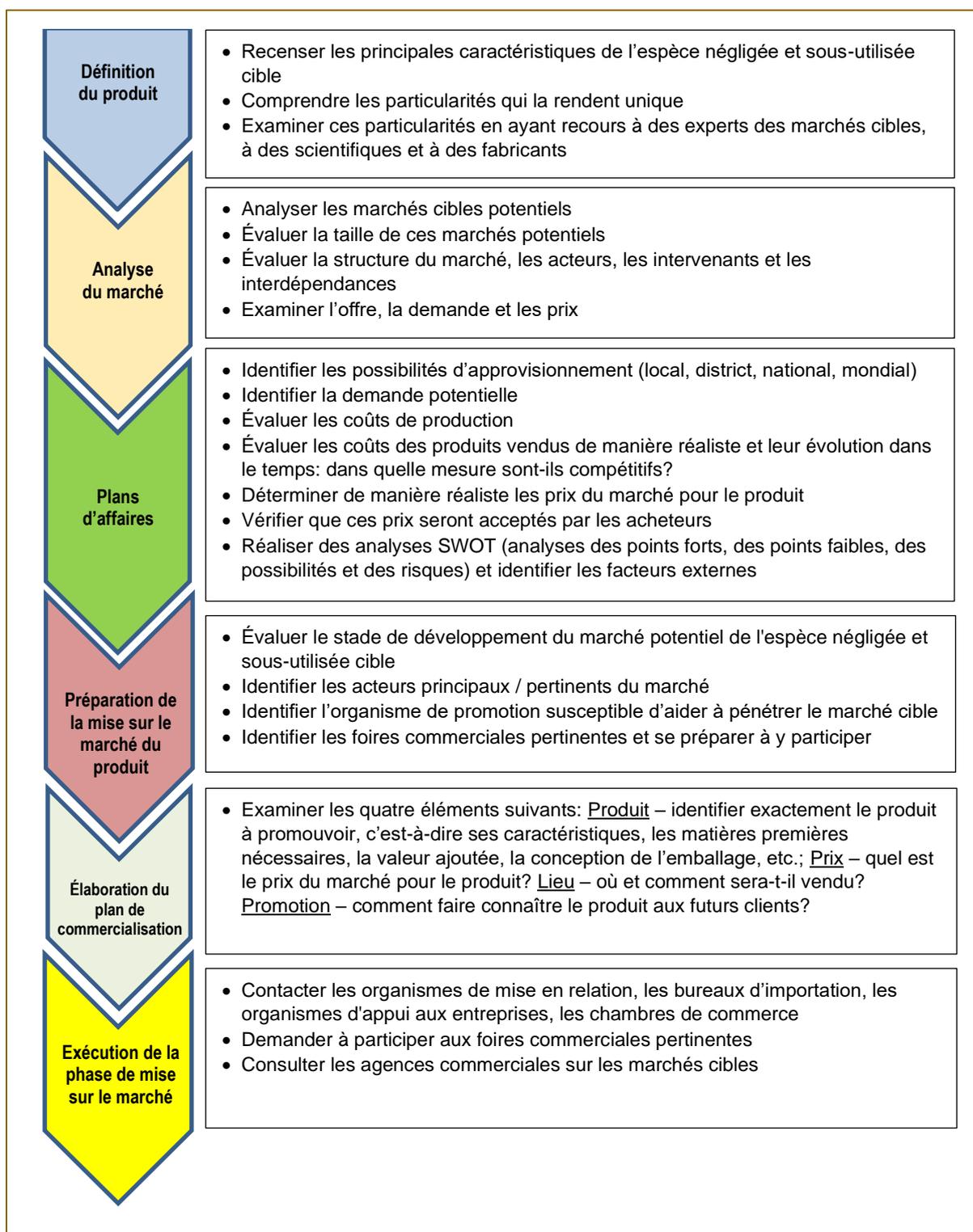
- **Identification du problème:** identifier les obstacles qui expliquent la marginalisation de l'espèce négligée et sous-utilisée cible sur le marché (notamment le manque de matériel génétique ou de semences, l'insuffisance des infrastructures, le manque de ressources humaines qualifiées, le manque de moyens financiers, les coûts de transaction élevés pour les acteurs de la filière, la faible productivité, la courte durée de conservation des produits, une demande insuffisante, une rentabilité ou des incitations économiques insuffisantes).
- **Impact:** déterminer les résultats attendus, les liens entre eux et l'impact final du projet, eu égard aux principes environnementaux, économiques et socioculturels.
- **Cadre logique:** déterminer la portée, le but, les objectifs, les résultats et les activités.
- **Facteurs de réussite:** déterminer les critères à appliquer, les principaux résultats attendus et les étapes à suivre pour les atteindre.
- **Indicateurs de performance:** par exemple en ce qui concerne la rapidité de la mise en œuvre des activités, l'allocation du budget conformément aux directives données, la progression du projet ou l'efficacité de sa gestion.
- **Responsabilités:** examiner la bonne attribution de celles-ci aux membres de l'équipe, vérifier la cohérence des tâches assignées avec les compétences respectives, etc.
- **Ressources:** examiner les technologies, le budget, les équipes, le plan de dotation en personnel, y compris l'embauche de contributeurs externes si nécessaire.
- **Calendrier:** définir un calendrier précis en vue de réaliser efficacement les principales activités.
- **Postulats et limites:** examiner les principaux postulats et limites en matière de ressources humaines, de budget, de calendrier ou d'autres éléments pertinents du projet.
- **Interdépendances:** examiner les liens entre deux ou plusieurs activités consécutives prévues dans le cadre du projet.

- **Évaluation des risques et plan de gestion:** examen des risques dans l'ensemble des activités de la filière et identification des mesures d'atténuation possibles.

Élaboration d'un plan de projet (guide détaillé)

Le guide détaillé présenté dans la figure 7 a pour objet de faciliter l'élaboration du plan de projet

Figure 7. Processus de conception du projet de stratégie commerciale pour l'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées



d'exportation d'espèces négligées et sous-utilisées.

Ces actions permettront de commercialiser les espèces négligées et sous-utilisées sur les marchés d'exportation sans pour autant garantir automatiquement leurs ventes, qui dépendront de l'efficacité avec laquelle la demande pour ce produit sera stimulée. Comme souligné précédemment, la demande du marché doit être déclenchée par des activités commerciales de pression et d'attraction. Ces activités doivent faire partie du plan de commercialisation qui sera élaboré dans le cadre du projet. Elles doivent toutefois être lancées au moment où la mise sur le marché d'une espèce négligée et sous-utilisée devient évidente. Ainsi, ces activités devraient idéalement commencer en parallèle de l'élaboration du plan d'affaires.

Lectures complémentaires

Biodiversity International. Stefano Padulosi, Judith Thompson et Per Rudebjer. *Fighting Poverty, Hunger and Malnutrition with Neglected and Underutilized Species*, Rome, 2013.

Centre du commerce international. *Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries*, Genève, 2012.

Import Promotion Desk. *Foreign trade fair participation, A Guide to Successful Trade Fair Participation for Small and Medium Sized Exporters from Developing Countries*, Bonn, 2016, https://www.importpromotiondesk.com/fileadmin/user_upload/Publikationen/andere/IPD_Fair_Trade_Guide_web.pdf.

Koolman, Klass. « Marketing neglected and Underutilised Species. Success factors of a market and consumer-oriented approach », Berlin, 2014, https://klaaskoolman.com/wp-content/uploads/2014/08/Marketing-Neglected-and-Underutilized-Species_K_Koolman.pdf.

Kotler, Philip, et Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, Global Edition, 2015.

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, et Iwan Setiawan. *Marketing 4.0: Le passage au digital*, 2017.

Ries, Al, et Jack Trout. *Les 22 lois du marketing*, 2003.

Bibliographie

Agence allemande de coopération internationale (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), « Registered Offices: Bonn and Eschborn, Germany Sector project on Cooperation with the Private Sector/ Corporate Responsibility for Development », 2015, <https://www.developp.de/en/projects-and-success-stories-developpde-success-stories/sequa-boerlind-mali/>, consulté le 24 novembre 2018.

Baldermann, S., et al. « Are Neglected Plants the Food for the Future? », *Critical Reviews in Plant Sciences*, vol. 35, n° 2, 2016, p. 106-119, DOI: 10.1080/07352689.2016.1201399.

Commission européenne, Règlement (UE) 2015/2283 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2015 relatif aux nouveaux aliments, modifiant le règlement (UE) no 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant le règlement (CE) no 258/97 du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 1852/2001 de la Commission, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32015R2283>, consulté le 24 novembre 2018.

De Caluwé, E. « Market chain analysis of baobab (*Adansonia digitata* L.) and tamarind (*Tamarindus indica* L.) products in Mali and Benin », thèse de doctorat, 2011, Faculté d'ingénierie des biosciences, Université de Gand, Gand, Belgique, p. 107-112.

Eyzaguirre, P., S. Padulosi, et T. Hodgkin. « IPGRI's strategy for neglected and underutilized species and the human dimension of agrobiodiversity », dans S. Padulosi (dir.), « Priority setting for underutilized and neglected plant species of the Mediterranean region », rapport de la Conférence de l'Institut international des ressources phytogénétiques (9-11 février 1998), Centre international de recherche agricole dans les zones arides, Alep (Syrie), Rome (Italie), 1999.

Gereffi, G. « A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries », Duke University, Durham (États-Unis d'Amérique), 1999.

Giuliani, A., N. Abdulkarim, et M. Buerli. « Linking Biodiversity Products to Markets to improve the Livelihoods of the Resource Poor: Case Study on the Market Chain of Capers in Syria », Institut international des ressources phytogénétiques, Rome, 2005.

Gonzales, G. F. « Ethnobiology and Ethnopharmacology of *Lepidium meyenii* (Maca), a Plant from the Peruvian Highlands », *Evid Based Complement Alternat Med*, vol. 2012, 2011, article 193496.

Gruère, G., A. Giuliani, et M. Smale. « Marketing Underutilized Plant Species for the Benefit of the Poor: A Conceptual Framework », document de discussion n° 154, Institut international de recherche sur les politiques alimentaires, 2006.

Hermann, M., et J. Heller (dir.). « Andean roots and tubers: Ahipa, arracacha, maca and yacon. Promoting the conservation and use of underutilized and neglected crops », vol. 21, Institut de recherche sur la génétique végétale et les plantes cultivées, Gatersleben (Allemagne)/Institut international des ressources phytogénétiques, Rome (Italie), 1997.

https://ec.europa.eu/food/safety/novel_food_en, consulté le 25 novembre 2018.

<https://www.efsa.europa.eu/en/press/news/060906>, « L'EFSA réévalue la sécurité du jus de noni », consulté le 20 novembre 2018.

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/buyer-requirements/>, consulté le 23 novembre 2018.

<https://www.gesetze-im-internet.de/lfgb/>, consulté le 23 novembre 2018.

https://www.globalgap.org/uk_en/index.html, consulté le 23 novembre 2018.

<http://www.larural.com.ar/>, consulté le 24 novembre 2018.

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/trade-regime-and-general-product-safety>, consulté le 23 novembre 2018.

<https://www.usda-eu.org/trade-with-the-eu/eu-import-rules/>, consulté le 23 novembre 2018.

Koolman, K. « Marketing neglected and Underutilised Species. Success factors of a market and consumer-oriented approach », Berlin (Allemagne), 2014.

Koolman, K. « Foreign trade fair participation, A Guide to successful trade fair participation for small and medium-sized exporters from developing countries », Import Promotion Desk, Bonn, 2016, <https://www.importpromotiondesk.de/en/media-centre/publications/>, consulté le 24 novembre 2018.

Nature's Ingredients, Liste de produits 2018, NATURE'S INGREDIENTS GmbH, Neckarsulm (Allemagne).

Padulosi, S., K. Amaya, M. Jäger, E. Gotor, W. Rojas, et R. Valdivia. « A Holistic Approach to Enhance the Use of Neglected and Underutilized Species: The Case of Andean Grains in Bolivia and Peru », *Sustainability*, vol. 6, 2014, p. 1283-1312.

Padulosi, S., B. Mal, O. I. King, et E. Gotor. « Minor millets as a central element for sustainably enhanced incomes, empowerment, and nutrition in rural India », *Sustainability*, vol. 7, n° 7, 2015, p. 8904-8933.

Padulosi S., V. Heywood, D. Hunter, et A. Jarvis. « Underutilized Species and Climate Change: Current Status and Outlook », p. 507-521, dans Shyam S. Yadav, Robert J. Redden, Jerry L. Hatfield, Hermann Lotze-Campen et Anthony E. Hall (dir.), *Crop Adaptation to Climate Change*, 1^{re} édition, John Wiley & Sons, Inc., 2011.

Padulosi, S., et al. « A Holistic Approach to Enhance the Use of Neglected and Underutilized Species: The Case of Andean Grains in Bolivia and Peru », *Sustainability*, vol. 6, 2014, p. 1283-1312, DOI: 10.3390/su6031283.

Poulton, C., et J. Macartney. « Can Public-Private Partnerships Leverage Private Investment in Agricultural Value Chains in Africa? A Preliminary Review », *World Development*, vol. 40, n° 1, 2012, p. 96-109.

Schreiner, M., M. Korn, M. Stenger, L. Holzgreve, et M. Altmann. « Current understanding and use of quality characteristics of horticulture products », *Scientia Horticulturae*, vol. 163, 2013, p. 63-69.

Zarin, D. J, J. R. R. Alavalapati, F. E. Putz, et M. Schmink (dir.). *Working Forests in the Neotropics: Conservation Through Sustainable Management?*, Columbia University Press, 2004.

« The EU Novel Food Regulation. Impact on the Potential Export of Exotic Traditional Foods to the EU: Suggestions for Revision », document de travail établi par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement et le Centre néerlandais pour la promotion des importations en provenance des pays en développement, novembre 2005.



Fonds international de développement agricole
Via Paolo di Dono, 44 - 00142 Rome, Italie
Téléphone: +39 06 54591 - Télécopie: +39 06 5043463
Courriel: ifad@ifad.org
www.ifad.org

-  facebook.com/ifad
-  instagram.com/ifadnews
-  linkedin.com/company/ifad
-  twitter.com/ifad
-  youtube.com/user/ifadTV

Alliance

