

Projet Meriem

Des solutions commerciales pour prévenir la malnutrition dans les villes sahéliennes

Dossier de presse – Lancement au Burkina Faso – 17 octobre 2018

Contacts presse :

Claire Labat, responsable de la communication du Gret (France) : labat@gret.org / 01 70 91 92 76

Claire Kaboré, représentante du Gret au Burkina Faso : kabore@gret.org / (226) 25 33 06 65

I. LE PROJET MERIEM AU BURKINA FASO, EN QUELQUES MOTS



Au Burkina Faso, 21 % des enfants de moins de cinq ans souffrent de malnutrition chronique (selon la dernière enquête nutritionnelle nationale), entraînant des séquelles irréversibles à l'âge adulte. De nombreux projets, comme le programme Nutridev, ont démontré que les aliments fortifiés manufacturés ont un fort potentiel pour prévenir la malnutrition des jeunes enfants et de leurs mères, en proposant une solution commerciale adaptée à leurs besoins nutritionnels. Cela est d'autant plus vrai à Ouagadougou, où les citadins ont l'habitude de consommer des ali-

ments manufacturés. La question de la prévention de la malnutrition en ville est une préoccupation actuelle des politiques nationales, notamment dans les quartiers non-lotis, où la population est en augmentation constante.

Les entreprises sahéniennes rencontrent pourtant des difficultés à s'engager sur le marché des aliments fortifiés de qualité, qui leur semble complexe et peu favorable. Une offre locale existe, mais elle est insuffisante pour couvrir les besoins de 800 000 femmes en âge de procréer et de 120 000 enfants de 6 à 24 mois vivant à Ouagadougou. Les produits importés sont inaccessibles financièrement à la majorité de la population, et les programmes nutritionnels d'urgence sont destinés uniquement aux populations à très bas revenus et dépendantes de l'aide internationale.

Etendre l'offre d'aliments fortifiés manufacturés, de qualité, et accessibles au plus grand nombre dans les grandes villes du Burkina Faso permettrait d'améliorer les efforts de prévention de la malnutrition en ville, en phase avec les politiques nationales et en complément de l'action publique. L'Agence française de développement (AFD) et la Fondation Bill & Melinda Gates s'engagent auprès des acteurs burkinabè, afin de démontrer comment des solutions commerciales, répliquables à grande échelle, contribuent à prévenir la malnutrition dans les villes sahéniennes. Ils apportent 14,2 millions d'euros, dont 10 millions d'aide publique, pour financer des innovations en matière de distribution et de promotion des produits dans trois pays : au Burkina Faso, au Mali et au Niger, dans le cadre du **projet Meriem – « Mobiliser les Entreprises sahéniennes pour des Réponses Innovantes et à large Echelle contre la Malnutrition »**.

Ces innovations seront testées en partenariat avec des entreprises sahéniennes à fort potentiel, sélectionnées pour leur double intérêt à se lancer sur un marché porteur tout en contribuant à un enjeu de santé publique. Elles s'accompagneront d'actions de sensibilisation et d'appui au cadre réglementaire et législatif pour favoriser l'inclusion de ces solutions nutritionnelles dans le cadre de dispositifs plus larges de lutte contre la malnutrition.

Le projet Meriem adopte une approche innovante de la prévention de la malnutrition dans les pays du Sahel, qui relève à large échelle le défi de concilier objectif social et ren-

tabilité économique. Sous le pilotage du Gret, ONG reconnue au Burkina Faso pour ses interventions en matière de prévention de la malnutrition avec le programme Nutrifaso, et d’Hystra, spécialiste du conseil au secteur privé, il rassemble un pool d’experts internationaux du monde des ONG, de la recherche et du conseil - Iram, ICI, IRD, Ogilvy Change, Thinkplace. Pendant trois ans (2018-2021), cette équipe hybride cherchera à démontrer comment et à quelles conditions des solutions commerciales peuvent contribuer à prévenir durablement la malnutrition en milieu urbain.

II. LA MALNUTRITION DANS LES VILLES SAHÉLIENNES



Au Burkina Faso, au Mali et au Niger, 21 à 42 % des enfants de moins de cinq ans souffrent de malnutrition chronique, entraînant des séquelles irréversibles à l’âge adulte. La malnutrition chronique provoque un retard du développement de l’enfant, en termes de taille, de développement cognitif (difficultés à l’école par exemple), et une santé fragile. La malnutrition est responsable de trois millions de décès chez les enfants de moins de cinq ans chaque année dans le monde.

Souvent négligées par les programmes de lutte contre la malnutrition, **les zones urbaines sont également concernées par la malnutrition.** Si les taux de malnutrition y sont globalement moins élevés, **les grandes villes ont la particularité d’abriter plusieurs formes de malnutrition** : carences en micronutriments, malnutrition aiguë, malnutrition chronique, mais aussi surpoids et obésité. Dans les quartiers précaires des capitales (Ouagadougou, Niamey et Bamako), la population augmente rapidement, rendant le défi de la lutte contre la malnutrition d’autant plus urgent.

La malnutrition a des conséquences irréversibles si elle survient pendant la période des « 1 000 jours », correspondant à la période du développement de l’enfant, du premier jour de grossesse jusqu’à l’âge de deux ans. Il est donc fondamental que les mères allaitent leur enfant exclusivement jusqu’à 6 mois et ensuite au moins jusqu’à deux ans et que les familles, notamment les jeunes enfants à partir de 6 mois et les femmes en âge de procréer, aient une alimentation diversifiée. Toutefois, les conditions de vie des familles et le manque d’éducation aux bonnes pratiques d’alimentation, d’hygiène et de soins, rendent difficile la préparation de repas adaptés aux besoins des jeunes enfants à moindre coût.

Dans ce contexte, une solution contribue à prévenir efficacement la malnutrition : **favoriser l'accès des consommateurs à des aliments fortifiés manufacturés de qualité**. Cela est d'autant plus pertinent en ville, car les citadins ont pour habitude d'acheter des produits faciles à préparer. Les aliments fortifiés sont des aliments transformés (sous forme de farines infantiles, de biscuits, de boissons ou encore de barres énergétiques par exemple) auxquels on a ajouté des vitamines et des minéraux correspondant aux besoins nutritionnels des jeunes enfants et des femmes en âge d'avoir des enfants.

Au Burkina Faso, plusieurs projets à petite échelle dans les quartiers non-lotés de Ouagadougou (comme le programme Nutrifaso du Gret et de l'IRD) ont montré la pertinence d'utiliser des approches commerciales favorisant la disponibilité de ces produits pour prévenir la malnutrition. Témoignages.

Noélie Ouedraogo, présidente de l'association communautaire ASEFF qui mène des activités de sensibilisation dans les quartiers de Bissighin et Pazani

« Dans les quartiers non-lotés de Ouagadougou, les femmes vivent de petit commerce ou de petits boulots en ville pour nourrir leurs enfants et les scolariser. On a remarqué des taux de malnutrition élevés lors des sensibilisations que nous menons dans la zone. Nous suivons des enfants malnutris qui sont en meilleure santé depuis que leurs mamans leur donnent régulièrement des aliments fortifiés. Il faudrait que les points de distribution soient multipliés au niveau des autres zones non-lotées, qui sont très vastes. »

Maritou Kindo, vendeuse d'aliments fortifiés dans les quartiers non-lotés de Ouagadougou



« Ma voisine a commencé à acheter des aliments fortifiés au moment du sevrage de son enfant et elle a trouvé le produit très intéressant. Je parle des aliments fortifiés aux femmes du quartier et je leur explique que la bouillie est riche en vitamines et qu'il faut la donner à l'enfant en plus du lait maternel. Avec cette activité j'arrive à toucher une rémunération de 15 000 FCFA par mois, parfois 20 000 FCFA et cela me permet de participer aux charges de ma famille. »

Anne Wande, consommatrice d'aliments fortifiés pour son enfant, dans le quartier de Bissighin

« J'ai confiance dans les vendeuses d'aliments fortifiés, car nous sommes dans le même quartier ; la préparatrice est aussi ma voisine. Cela fait deux ans maintenant que je suis cliente. J'ai constaté que les bouillies fortifiées donnent de la force à mon enfant et qu'il grandit bien. J'applique aussi les conseils d'hygiène sur le lavage des mains et d'ustensiles de cuisine avant la préparation des repas. »



Les solutions commerciales pour prévenir la malnutrition en contexte urbain ont fait leurs preuves, à l'échelle de projets ciblés. Pourtant, un constat demeure : **les aliments fortifiés manufacturés de qualité, produits localement et vendus à des prix accessibles au plus grand nombre, ne sont à ce jour pas disponibles à large échelle au Burkina Faso, au Mali et au Niger.** Ils pourraient pourtant contribuer à couvrir les besoins de quatre millions de femmes en âge d'avoir des enfants et 500 000 enfants de 6 à 24 mois vivant en milieu urbain dans ces trois pays. Les entreprises sahéniennes ont des difficultés pour s'engager à large échelle sur un marché qui offre des opportunités, mais qui reste complexe, avec une cible en évolution permanente.

En suscitant l'adhésion des acteurs publics et privés de la nutrition, et avec des mécanismes de marché pérennes, il est possible au Sahel d'étendre l'offre d'aliments fortifiés manufacturés, de qualité, produits localement, et accessibles au plus grand nombre.

C'est le défi que relève le projet Meriem.

III. DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR PRÉVENIR LA MALNUTRITION : TROIS QUESTIONS AU GRET ET A HYSTRA

Martial Pouret, directeur du projet Meriem (Gret) et François Lepicard, co-directeur du projet Meriem (Hystra), livrent leurs témoignages sur la contribution du secteur privé à la prévention de la malnutrition.

■ Quel est l'intérêt d'une approche commerciale pour prévenir la malnutrition ?

Gret. Depuis 22 ans avec l'IRD, dans le cadre du programme Nutridev, nous travaillons sur l'approche commerciale d'aliments locaux de qualité. Nous sommes convaincus qu'elle constitue une des solutions efficaces pour contribuer à prévenir la malnutrition, lorsqu'elle est combinée à la sensibilisation aux bonnes pratiques d'alimentation, d'hygiène et de soins, et qu'elle est soutenue et encadrée par des politiques publiques. Encourager l'implication d'entreprises locales sur le marché des aliments fortifiés permet à des populations de trouver durablement dans leur pays des produits de qualité et accessibles à leur porte-monnaie.

Hystra. Le secteur privé représente une voie insuffisamment explorée pour apporter une réponse à la question de la malnutrition. Nous travaillons sur une théorie du changement consistant à donner plus d'opportunités aux marchés des aliments à haute valeur nutritionnelle, pour convaincre davantage d'entreprises de s'y engager. On démontre à travers des pilotes qu'investir sur le marché des aliments fortifiés peut être un concept rentable. Le grand gagnant reste le consommateur !

■ Quel est l'apport spécifique du projet Meriem dans ce domaine ?

Hystra. Avec le projet Meriem, on recherche dans le cadre de la coopération internationale des systèmes durables de prévention de la malnutrition qui prennent bien en compte les enjeux commerciaux et s'intègrent dans une démarche entrepreneuriale. L'enjeu est d'identifier des solutions qui fonctionnent, pour pouvoir les déployer à large échelle dans les grandes villes sahéniennes de trois pays.

Gret. C'est un projet pilote à large échelle. Nous pensons que des solutions commerciales peuvent contribuer à prévenir la malnutrition dans les grandes villes sahéliennes et souhaitons mettre en débat les résultats du projet avec l'ensemble des acteurs de la nutrition. C'est pourquoi une partie importante du projet est consacrée à l'évaluation des résultats et à leur partage auprès de l'ensemble des acteurs – privés et publics - de la nutrition à l'international.

■ **Quels sont les principaux défis en matière d'innovations commerciales ?**

Hystra. Le défi principal reste la distribution, pour rendre accessibles les aliments fortifiés auprès de la population des villes à travers des canaux adaptés. Le réseau de distribution actuel dans les grandes villes sahéliennes n'est pas nécessairement adapté au marché des aliments fortifiés. Nous testerons en particulier des innovations dans ce domaine.

Gret. Il faut également que les produits soient consommés par le plus grand nombre pour garantir la durabilité de l'offre, et donc les proposer aux personnes qui auront le pouvoir d'achat pour se les procurer de manière régulière. Les produits doivent toutefois rester accessibles aux populations à moyens et bas revenus. Les études permettront de démontrer à quelles conditions les populations dites « du bas de la pyramide » pourront également accéder à cette offre d'aliments fortifiés.

IV. SUIVRE PENDANT TROIS ANS LES ACTIVITÉS DU PROJET AU SAHEL ET AU BURKINA FASO

« Nous avons constaté que les aliments fortifiés font partie des solutions les plus intéressantes pour lutter contre la malnutrition dans notre pays, en particulier en ville où les aliments manufacturés sont entrés dans nos habitudes alimentaires, explique Bertine Ouaro, directrice de la nutrition au ministère de la Santé burkinabè. C'est pourquoi nous encourageons le développement dans notre pays d'une offre d'aliments fortifiés de qualité, produits localement, et accessibles financièrement au plus grand nombre ».

En lien avec les politiques publiques, le projet pilote Meriem met en place trois types d'activités entre 2018 et 2021.



Développer une offre locale d'aliments fortifiés de qualité, adaptée aux besoins nutritionnels des jeunes enfants et de leurs mères, conforme aux habitudes alimentaires, respectant les normes et recommandations internationales de qualité, et accessible à la plus grande partie de la population. Pour ce faire, il s'agit de concevoir de nouveaux produits adaptés à la demande du marché et de susciter l'intérêt des familles pour ces produits adaptés aux besoins des femmes et ceux de leurs enfants. Le projet va accompagner des entreprises sahéliennes sélectionnées, ayant le potentiel pour mettre en place une offre à grande échelle, afin qu'elle se lancent sur le marché des aliments fortifiés de qualité.



Déployer une approche commerciale innovante, avec les entreprises partenaires sélectionnées, qui encourage la consommation régulière et par le plus grand nombre de ces produits. Pour ce faire, les partenaires vont tester des stratégies de distribution à grande échelle avec des acteurs clés de la distribution (distributeurs, importateurs, grossistes) et *via* des réseaux de proximité innovants. En complément des activités de promotion, le projet prévoit de mener des activités de sensibilisation en nutrition, en partenariat avec l'Etat et des acteurs locaux. La promotion du label existant au Burkina Faso, pour toutes les entreprises qui produisent des aliments fortifiés et de qualité, doit également favoriser la consommation des produits à grande échelle, encourager les entreprises à respecter les normes qualité pour bénéficier du label, et aider le consommateur à identifier les produits de qualité.



Evaluer et capitaliser les résultats, les mettre en débat, et susciter l'adhésion des parties prenantes. Au-delà de l'impact du projet en termes de lutte contre la malnutrition infantile, l'identification des limites et conditions pour la réussite d'une telle approche seront largement documentées. Ainsi, les acteurs nationaux et internationaux des domaines de la nutrition, du développement et des affaires comprennent et reconnaissent la contribution d'une approche commerciale à la prévention de la malnutrition.

Le projet pilote Meriem – Mobiliser les entreprises sahéniennes pour des réponses innovantes à large échelle contre la malnutrition – au Burkina Faso, Mali et Niger est mis en œuvre par une alliance multi-acteurs sous le pilotage du Gret et d’Hystra, pendant trois ans (2018-2021) avec un budget de 14,2 millions d’euros.

Le présent document bénéficie du soutien de l’Agence française de développement et de la Fondation Bill & Melinda Gates. Néanmoins, les idées et opinions présentées dans ce document ne représentent pas nécessairement celles de l’AFD et de la Fondation.

LES ORGANISATIONS PILOTES DU PROJET



Le Gret est une ONG internationale de développement, qui agit depuis plus de 40 ans, du terrain au politique, pour lutter contre la pauvreté et les inégalités. Il mène depuis 1994 le programme Nutridev en partenariat avec l’IRD. www.gret.org



Hystra est une société de conseil spécialisée dans l’appui aux entreprises. Depuis 2009 il accompagne les entreprises en mobilisant les ressources et capacités du secteur privé pour résoudre des problèmes sociaux et environnementaux en s’appuyant sur l’expertise en cabinet de conseil de ses équipes.

LES PARTENAIRES DE MISE EN OEUVRE

ICI: Initiatives Conseil International est un bureau d’études burkinabé créé en 2005, qui mobilise des experts de la sous-région pour, entre autre, l’appui au secteur privé, à travers des études de marchés, l’appui à la gestion de la qualité, l’appui administratif, juridique et technique aux entreprises.

IRAM: L’Institut de Recherches et d’Applications des Méthodes de développement intervient depuis 1957 dans le champ de la coopération internationale. Aujourd’hui, l’Iram est un bureau d’études associatif alliant expertise indépendante de haut niveau et engagement éthique.

IRD: Etablissement public français et organisme de recherche pluridisciplinaire reconnu internationalement, composé de 65 unités de recherche (7000 personnes), il est un partenaire historique du Gret notamment dans le domaine de la nutrition et cofondateur avec le Gret du programme Nutridev.

Ogilvy: Entreprise de communication faisant partie d’un réseau international, Ogilvy Change a pour vocation de concevoir et développer des stratégies de changement de comportements à travers des solutions marketing personnalisées sur l’ensemble des supports de communication.

Think Place: Bureau de conseil en design et innovation, spécialisé dans la conception de nouvelles stratégies et campagnes pour changer les comportements, transformer les mentalités et intervenir pour le bien public. Fondé en Australie, Think Place a également des bureaux à Singapour, Washington et Nairobi.

LES PARTENAIRES FINANCIERS



Etablissement public au cœur du dispositif français de coopération, l'Agence française de développement agit pour lutter contre la pauvreté et favoriser le développement dans les pays du Sud et dans l'Outre-mer. www.afd.fr



La Fondation Bill & Melinda Gates est une fondation américaine humaniste philanthropique. Son but est d'apporter à la population mondiale des innovations en matière de santé et d'acquisition de connaissances à travers un soutien à des projets et des solutions durables de développement. <https://www.gatesfoundation.org/fr/>