



GRET

ENDA-GRAF

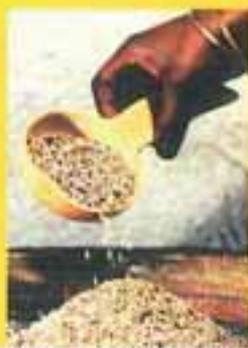
# INNOVATIONS POUR LA PROMOTION DES CÉRÉALES LOCALES

## Reconquérir les marchés urbains

Cécile Broutin, Khanata Sokona

avec la collaboration de Blaise Diadhiou, Aly Saleh Diop, Philippe Dudez,  
Marc Fégueur, Fatou Ndoye, Pape Seck, Moustapha Sène, Babacar Touré

UNION EUROPÉENNE



REPUBLIQUE DU SÉNÉGAL

# SOMMAIRE

- 5. Avant propos
- 9. Introduction
  
- 13. PARTIE 1. LES CÉRÉALES LOCALES FACE AU RIZ**
- 15. Une consommation urbaine polarisée sur le riz importé
- 18. La possible reconquête des marchés urbains
- 24. Des secteurs de transformation à fort potentiel
- 33. Adapter l'offre à la demande : les hypothèses du programme
  
- 37. PARTIE 2. DIVERSIFIER ET ACCROÎTRE L'OFFRE EN PRODUITS TRANSFORMÉS**
- 39. Améliorer l'offre des petites entreprises
- 56. De nouveaux biscuits à base de céréales locales
- 58. La promotion du pain à base de farine composée
- 62. Des céréales locales dans la restauration et l'artisanat de rue
  
- 65. PARTIE 3. LA PROMOTION POUR STIMULER LA DEMANDE**
- 67. Bâtir une véritable stratégie de communication
- 70. Des ajustements successifs
  
- 75. PARTIE 4. SUIVRE LE MARCHÉ ET LA CONSOMMATION**
- 77. Panels consommateurs et distributeurs : des outils d'observation
- 82. Informations sectorielles : boulangeries et ateliers de mouture
- 85. Mieux comprendre le marché cérééalier par le suivi des prix
  
- 87. PARTIE 5. LA RECONQUÊTE DES MARCHÉS : SUCCÈS ET LIMITES**
- 89. Les céréales locales progressent dans les habitudes alimentaires
- 92. Un marché et des entreprises qui se développent
- 99. Le biscuit *Sakan* : un succès remis en cause
- 100. Boulangeries : des résultats positifs, mais encore timides
- 101. Artisanat : diversification et amélioration de la qualité
  
- 105. PARTIE 6. PARTAGER ET DIFFUSER LES ACQUIS**
- 107. La pertinence d'une démarche de pilotage par l'aval
- 110. Un dispositif d'appui aux petites entreprises efficace
- 112. Adapter la démarche à d'autres contextes

- 117. GLOSSAIRE
- 120. SIGLES ET ACRONYMES
- 122. BIBLIOGRAPHIE
- 127. ANNEXES
  - 129. Annexe 1. Le programme de promotion des céréales locales
  - 133. Annexe 2. Les entreprises suivies par le programme
  - 136. Annexe 3. Questionnaire du panel des consommateurs
  - 144. Annexe 4. Questionnaire du panel des distributeurs