

Se faire connaître pour accéder aux marchés locaux et sous-régionaux

jeudi 1er janvier 2015

Ayant moins de moyens, les femmes ont un accès plus difficile que les hommes aux marchés. Au Niger, le projet RC-TEC est parti de l'amélioration de la qualité des objets artisanaux (maroquinerie, vannerie, broderie, poterie) avec l'appui d'Artisans sans Frontières, comme levier de leur commercialisation en fonction des demandes du marché local et international. Une fois la qualité renforcée, la participation au Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO) a eu un impact important à la fois sur la confiance des artisanes en leurs capacités et sur la prospection de nouveaux débouchés.

ENDA-Pronat a accompagné les unions et fédérations de productrices de fonio et de riz précuit pour obtenir des certifications Bio Ecocert et Flocert, puis a développé des circuits de commercialisation vers les consommatrices et consommateurs urbains pour les légumes, les céréales et le coton. En zone urbaine, les unions de production de karité ont progressé dans la conquête des marchés nationaux et sous-régionaux, participant au SIAO en novembre 2012. Par la suite, deux boutiques ont été ouvertes et des personnes recrutées pour la commercialisation.

Afrique Verte au Mali, Niger, Burkina Faso aide les unités de femmes transformatrices de céréales à mettre à profit les nombreuses manifestations commerciales (Foire internationale et multisectorielle de Ouagadougou, journée des produits transformés à Banfora au Burkina, bourse internationale de Bamako, Safem, FIARRA, FIDAK, SIAGRI de Bamako...) pour faire connaître leurs produits, en notant que la participation à des concours est très utile pour tester ou découvrir de nouveaux produits.