

La consommation urbaine des céréales traditionnelles dans la province du Limpopo (Afrique du Sud) Les attentes des consommateurs constituent-elles des opportunités pour les petits producteurs ?

Anne Bichard¹
Sandrine Dury²
Hettie C. Schönfeld³
Faith Motau³
Tshidi Moroka⁴
Nicolas Bricas²

¹ Chemin de la Haute Vendée,
05130 Tallard
<annebichard@yahoo.fr>

² Centre de coopération internationale
en recherche agronomique
pour le développement (Cirad),
TA 40/16,
34398 Montpellier cedex 5,
France

<sandrine.dury@cirad.fr>

³ University of Pretoria,
Pretoria 002,
Afrique du Sud
<Hschon@idpi1.agric.za>
<kholom@hotmail.com>

⁴ Council for science and industrial research
(CSIR),
Foodteck,
PO Box 395,
Pretoria 0001,
Afrique du Sud,
<Mmoroka@csir.co.za>

Résumé

L'objectif de l'étude était de décrire les pratiques de consommation du mil et du sorgho développées par des Sud-Africains urbains et d'identifier leur potentielle acceptation de produits venant de la petite agriculture. Des données qualitatives ont été récoltées à Polokwane (province du Limpopo) grâce à des entretiens individuels et à des discussions de groupes. Il apparaît que le sorgho disponible dans les points de vente en ville est largement consommé, principalement sous forme de bouillie, mais aussi de pâte et de bière. Le sorgho est perçu comme un produit nutritif, bon pour la santé mais difficile à cuisiner et à conserver après cuisson. Le mil n'est pas disponible en ville et souffre d'une image démodée. Les céréales locales peuvent être un moyen pour les petits agriculteurs d'atteindre le marché urbain car : i) il existe une demande non satisfaite qui correspond d'une part à un besoin de « tradition » et, d'autre part, à un besoin de produits adaptés au style de vie urbain ; ii) de nombreux consommateurs urbains seraient prêts à acheter des produits de la petite agriculture parce qu'ils veulent soutenir les petits agriculteurs ou parce qu'ils pensent que ces produits sont de meilleure qualité que les produits « industriels ».

Mots clés : Transformation, commercialisation ; Alimentation, consommation, nutrition ; Productions végétales ; Systèmes agraires.

Summary

Indigenous cereals: Urban market access for small-scale producers? A qualitative study of consumption practices and potential demand of urban consumers in Polokwane (Limpopo Province, South Africa)

Targeting urban residents of Polokwane (Limpopo Province, South Africa), the objectives of the study were to describe qualitatively urban residents' consumption practices of sorghum and millet and their potential acceptability of indigenous cereals-based products coming from small-scale producers. Qualitative data were collected using individual interviews and focus group sessions. Findings suggest that sorghum, easily purchasable in town, is broadly consumed, mainly as soft porridge, but also as thick porridge and sorghum beer. Sorghum is seen as being healthy, nutritious and traditional, but inconvenient to cook and preserve. Not available in Polokwane, millet is perceived as an old-fashioned product. Indigenous cereals could be a means to reach urban markets for small-scale producers as i) a demand exists among the consumers motivated either by a "need of tradition" or, on the opposite, a "need of modernity" and ii) many respondents would be ready to purchase small-scale farmers' products since they either believe the quality of products coming from small farms is better, or feel solidarity with small farmers and want to support them.

Key words: Processing, Marketing; Food Consumption, Nutrition; Vegetal Productions; Farming Systems.

Tirés à part : A. Bichard

Le sorgho et le mil furent longtemps la base de l'alimentation des habitants de la province du Limpopo au nord-est de l'Afrique du Sud avant d'être supplantés par le maïs [1]. Ces céréales sont aujourd'hui encore produites par de petits agriculteurs africains, principalement pour l'autoconsommation et le marché rural. Partant de l'hypothèse que ces petits agriculteurs peuvent approvisionner le marché urbain et améliorer ainsi leurs revenus et leur statut social, l'étude s'attache à décrire et à comprendre la perception et la demande potentielle des consommateurs pour ces céréales et ce type de producteurs. Elle s'intéresse ainsi simultanément aux perceptions des consommateurs vis-à-vis des caractéristiques du produit et de ses conditions socio-économiques de production.

Une approche qualitative

Les enquêtes ont été réalisées en juin 2002 dans le plus grand centre urbain de la province du Limpopo, Polokwane, qui inclut la ville de Pietersburg et ses anciens *townships*¹.

L'objectif de l'étude n'est pas de quantifier la consommation et la demande mais de les décrire en les replaçant dans leur contexte. La nature exploratoire de la recherche justifie le choix de l'approche qualitative [2].

Les informations sont récoltées lors de 28 entretiens individuels semi-structurés. La validité des informations est vérifiée par des *feed-back*² et par trois séances de *focus group*. La sélection des informateurs suit les principes de l'échantillonnage théorique défini par Hammersley et Atkinson [3] qui combine deux stratégies : – la maximalisation des différences entre les cas pour rendre compte de la diversité des pratiques. L'échantillon est hétérogène vis-à-vis de critères qui peuvent influencer les pratiques de consommation, à savoir : âge, quartier, niveau de vie, groupe ethnique, lien avec le monde rural ;

¹ Le *township* est une zone d'habitation construite à l'époque de l'Apartheid où les populations étaient réparties en fonction de leur groupe ethnique. Pietersburg comptait des *townships* pour Africains, pour métis (colored) et pour les Indiens.

² Les termes en italiques sont soit en anglais soit en sepedi.

– la minimalisation des différences entre les cas pour mettre en évidence des comportements récurrents. Les informateurs sont alors sélectionnés en « boule de neige » [2], ce qui permet de confirmer des informations déjà récoltées, mais aussi de faire émerger d'autres facteurs influençant les pratiques de consommation.

La sélection de nouveaux informateurs se prolonge jusqu'à saturation des données collectées, ce qui rend plus légitime la généralisation ultérieure des résultats. Le *tableau 1* présente le profil des personnes interviewées.

L'analyse des entretiens permet l'identification de différents profils et de thèmes récurrents. Si une opinion est exprimée par plusieurs interviewés, le nombre d'interviewés qui partagent ce point de vue est signalé entre parenthèses.

Un approvisionnement marchand

L'approvisionnement alimentaire des habitants de Polokwane se fait essentiellement par achat en ville dans les supermarchés ou chez les grossistes. Le mil, toujours produit pour l'autoconsommation par de petits agriculteurs de la province du Limpopo, n'est pas commercialisé en ville et ne l'a apparemment jamais été. Le sorgho, produit à grande échelle dans des exploitations commerciales dans d'autres provinces, est lui disponible dans tous les points de vente sous forme de malt, de farine fine ou grossière ou de farine précuite pour la préparation rapide de bouillie. Chez les grossistes de céréales, la farine de sorgho représente environ 20 % des volumes disponibles (80 % pour le maïs). Le prix de détail de la farine de sorgho est de 15 à 20 % plus élevé que celui de la farine de maïs. Cette différence de prix s'explique par : (i) une absence de taxe sur le maïs ; (ii) l'utilisation du maïs comme un produit d'appel par les distributeurs ; (iii) et le fait que le sorgho est associé, pour de nombreux Sud-Africains, à des occasions festives pour lesquelles on regarde moins à la dépense [4]. La majorité des informateurs (26/28) achète du sorgho régulièrement – 5 ou 10 kg au moins une fois par mois – principalement sous forme de farine fine conditionnée en sac plastique transparent.

Des formes diversifiées de consommation

Puisqu'il n'est pas distribué en ville, le mil n'est pas consommé, et certains informateurs âgés regrettent de ne pas en trouver. Le maïs est la base de l'alimentation de presque tous nos informateurs, mais tous consomment aussi des produits à base de sorgho (*tableau 2*).

- La bouillie est le plat de sorgho le plus largement consommé.
 - La pâte de sorgho est moins populaire, mais certains foyers la consomment une à deux fois par jour.
 - Le *ting* est une pâte ou une bouillie à base de farine fermentée.
 - La bière de sorgho est souvent citée par les informateurs, même si nombre d'entre eux n'en boivent pas. Une version industrielle de cette bière est distribuée. Parallèlement, elle est produite artisanalement par des brasseuses du *township*. Certaines familles brassent aussi à la maison par souci d'économie lors des fêtes et aussi pour communiquer avec les ancêtres lors des rituels.
 - Des recettes rarement consommées en ville sont citées : le *mabeu* est une boisson fermentée non alcoolisée, préparée à partir de restes de pâte. Il n'est plus préparé en ville, où les gens ont pris l'habitude de mélanger la pâte avec la sauce. Le *lewa* est une recette où les grains de sorgho entiers sont bouillis. Le *kgodu*, une pâte où la farine de sorgho est cuite dans de la courge, est très rarement préparé.
- Bien que tous nos informateurs consomment du sorgho, ils considèrent qu'il s'agit d'un aliment qui est surtout répandu parmi les Africains et les membres de la *Zion Christian Church* (ZCC). Cette Église, très représentée dans la province du Limpopo où 25 % de la population est zioniste, incite à la consommation de sorgho par souci identitaire. Six de nos informateurs sont zionistes et consomment du sorgho plus régulièrement que les autres.
- L'âge influencerait la consommation de sorgho. Les jeunes enfants mangent beaucoup de sorgho surtout en bouillie (4/28) car leurs parents pensent que c'est un « bon » produit pour eux. Les adolescents et les jeunes adultes rejettent le sorgho (9/28) à cause de sa couleur brune et son image démodée. Après la quarantaine, les gens reviennent au sorgho pour des raisons de santé. (4/28).

Tableau 1. Profil des 28 informateurs (source : [4]).

Table 1. Interviewees' profiles.

Genre	27 femmes (cibles de l'étude)			1 homme		
Âge	Moins de 30 ans : 4	Entre 30 et 40 ans : 5	Entre 40 et 50 ans : 10	Entre 50 et 60 ans : 1	Plus de 60 ans : 2	Non avoué : 6
Niveau de vie Estimation du revenu mensuel/adulte du foyer	Moins de R 1 000 : 8		Entre R 1 000 et R 2 000 : 7	Entre R 2 000 et R 4 000 : 7		Plus de R 4 000 : 6
Quartier de Polokwane	Seshego ancien township africain : 15	Mangweng ancien homeland : 1	Westenburg, ancien township métis : 2	Bendor, Flora Park Penina anciens quartiers blancs : 5	Nouveaux quartiers construction post-Apartheid : 4	Centre-ville : 1
Logement	Shacks, habitation informelle : 3		Matchbox, logement pour Africains datant de l'Apartheid : 17	Logement social actuel : 3		« Résidentiel » : 5
Groupe racial/culturel	Africain : 25 21 foyers Pedi 1 foyer Xhosa 3 foyers mixtes Pedi/Tswana, Swazi ou Venda			Métis : 1		Blanc : 2
Lien avec le monde rural	Peu ou pas lié : 13 Vit en ville depuis toujours ou très longtemps et n'a pas d'occasion d'aller en zone rurale		Lié : 15 A vécu longtemps en zone rurale : 4 Vit en ville depuis longtemps mais conserve des habitudes rurales (cultiver) : 4 Vit en ville le week-end, au village la semaine : 1 Travaille en zone rurale : 3 Visite souvent la famille au village : 3			
Religion	Non-Zionistes : 22			Zionistes : 6		

R : rand (1 rand = 0,10 euro (2002))

Des perceptions dominées positivement par l'aspect « santé »

Nos informateurs sont unanimes : le sorgho est un « aliment santé ». Cette idée souvent héritée des grands-mères est défendue par la ZCC mais serait aussi transmise par des professionnels de la santé. Le sorgho est également considéré comme un aliment plus nourrissant que le maïs. Le sorgho véhicule aussi l'image de l'aliment africain traditionnel. C'est un atout aux yeux des adultes, mais pas pour les adolescents. De nombreux informateurs considèrent le sorgho comme un aliment peu pratique, moins facile à cuisiner que le maïs. On reproche également à

la pâte de sorgho refroidie de laisser l'eau s'échapper, ce qui rend le produit inconsommable froid.

Critères de choix : texture et couleur de la farine

Malgré des variations de prix conséquentes en fonction de la marque, du lieu de vente et du volume unitaire (tableau 3), le prix n'intervient pas dans le choix du sorgho au moment de l'achat. Les critères de choix de la farine de sorgho utilisés par les consommateurs sont la couleur, la texture et la marque. Sur les sacs de farine de sorgho, les informations relatives à la texture sont limitées. Seules deux grandes compa-

gnies distribuent deux types différents de farines : la farine fine et la farine grossière. Cependant, les consommateurs identifient jusqu'à quatre niveaux différents de finesse en fonction des marques. Un consommateur régulier distingue trois types de farine possibles selon la couleur : sombre, claire et rouge. Certains se plaignent que la farine industrielle résulte d'un mélange de sorgho de différentes couleurs.

Demande de nouveaux produits

La demande de nouveaux produits s'organise en trois groupes. Une demande d'aliments africains traditionnels comme de la farine de mil, des grains de sorgho entiers

Tableau 2. La consommation de produits à base de sorgho (source : Bichard, 2002 [4]).

Table 2. Consumption of sorghum-based products.

Nom (français, sepedi et anglais)	Produit, composition, recette, accompagnement	Contexte (moment, lieu et motif)	Consommateurs	Nb. de consommateurs parmi nos 28 informateurs et fréquence de consommation
Produits consommés par les urbains				
Bouillie de sorgho <i>Motêpa</i> <i>Sorghum soft porridge</i>	Farine de sorgho (en général fine, et ultrafine pour les nourrissons) cuite dans de l'eau. Produit semi-liquide Consommé nature, avec du sucre, du lait ou de la margarine. Parfois avec du vinaigre, du jus de citron, de la mayonnaise pour donner de l'acidité	Petit déjeuner à la maison	Toute la famille Utilisé comme aliment de sevrage	26 consommateurs 1 fois/jour (6) plusieurs fois/semaine (3) tous les week-ends (7) occasionnellement (10)
Pâte de sorgho <i>Bogôbé</i> <i>Sorghum thick porridge</i> , <i>Brown pop.</i>	Farine de sorgho fine ou grossière cuite dans de l'eau. Se mange avec la main Consommé avec un accompagnement de viande, de lait fermenté, de légumes ou de chenilles	Déjeuner ou dîner Peut être l'aliment de base surtout pour les Zionistes Consommé à la maison, dans les restaurants et <i>take away</i> en ville	Les Africains Les Zionistes Les plus de 35-40 ans Les gens liés au monde rural	Moins courant que la bouillie 18 consommateurs 2 fois/jour, zionistes (2) 1 fois/jour (10) plusieurs fois/semaine (3) 1 à 2 fois/mois (3)
Bouillie ou pâte de sorgho fermenté <i>Ting</i> <i>Fermented sorghum porridge</i>	Farine fine de sorgho (parfois mélangée à de la farine grossière ou du maïs concassé) fermentée dans de l'eau puis cuite en bouillie ou en pâte Consommé en bouillie avec du sucre, en pâte avec des tripes ou de la viande	En bouillie, au petit déjeuner à la maison. En pâte, pour le dîner et le déjeuner à la maison et lors des cérémonies	En bouillie pour toute la famille Les femmes pendant les cérémonies Les Tswana	8 consommateurs dont 3 le préparent régulièrement à la maison, et 5 ne le consomment que pendant les cérémonies
Bière de sorgho artisanale <i>Bjalwa</i> <i>Sorghum beer, or African beer</i>	2 procédés différents : 1) fabrication avec du malt de sorgho et de la farine de maïs 2) fabrication de bière à partir du seul malt de sorgho (NB : il existe aussi de la bière de sorgho industrielle disponible dans les magasins d'alcool)	2 types de consommation : Chez les brasseurs du <i>township</i> Durant les fêtes et pour les rituels pour communiquer avec les ancêtres	Des personnes âgées, surtout des hommes, à faible revenu Les personnes qui pratiquent les rites traditionnels (NB : Les zionistes ne boivent jamais d'alcool)	Pas de buveur de bière réguliers dans l'échantillon très « féminin ». Chez les brasseurs, des clients interrogés viennent plusieurs fois par semaine Trois interviewées brassent ou ont brassé de la bière à la maison Citée comme produit connu par 17 personnes. Consommé par 3 interviewées pendant les fêtes. Consommé par le mari ou d'autres membres de la famille de 6 interviewées
Produits connus mais rarement ou jamais consommés en ville				
Pâte de sorgho à la courge <i>Kgodu</i> <i>Cereal meal and cucurbit porridge</i>	Pâte de céréales cuite dans de la courge	Rare, consommé à la maison	Personnes âgées ou liées au monde rural	1 personne en consomme occasionnellement 1 en consommait mais à partir de mil
Céréales bouillies <i>Lewa</i> <i>Whole-grain stew</i>	Grains de céréales mis à tremper une nuit puis à bouillir dans de l'eau. En fin de cuisson sont ajoutés du sel et des noix de marula en saison	Jamais consommé en ville où les grains entiers ne sont pas disponibles	Personnes liées au monde rural	4 personnes citent le <i>lewa</i> 1 en consomme régulièrement dans le village où elle vit pendant la semaine 3 en ont mangé dans le passé en zone rurale
Boisson non alcoolisée à base de céréales fermentées <i>Metôgô/Maheu</i> <i>Sorghum-based non alcoholic beverage</i>	Un reste de pâte de céréale (<i>Bogôbé</i>) est mis à fermenter dans de l'eau avec du malt de sorgho ou de la levure En ville les gens mélangent la pâte avec la sauce ce qui la rend impropre à la production de <i>maheu</i> Du <i>maheu</i> à base de maïs produit industriellement est disponible sur le marché. Il n'existe pas de <i>maheu</i> de sorgho prêt à consommer	<i>Maheu</i> de sorgho pas consommé en ville	<i>Maheu</i> de sorgho pas consommé en ville	5 interviewés en ont mangé dans le passé avant d'arriver en ville. Ils connaissent aussi le <i>maheu</i> de maïs industriel qu'ils trouvent différent du produit traditionnel à base de sorgho

Tableau 3. Prix au détail des farines de sorgho à Polokwane (juin 2002)
(source : [4]).

Table 3. Sorghum flour retail prices in Polokwane in June 2002.

Farines de sorgho	Fourchette de prix (en rand par kilo)
Farine fine	2,7 à 5,5
Farine grossière	environ 4
Farine ultrafine	environ 10
Farines instantanées	6 à 7,5

1 rand = 0,10 euro.

pour cuisiner le *lewa*, ou du *mabeu* traditionnel, est exprimée principalement par les personnes âgées ou les gens qui ont gardé un lien avec le monde rural. Cette demande peut s'avérer limitée car de nombreux informateurs semblent réticents à l'idée de consommer de tels produits. Il existe également une demande de produits à base de sorgho qui séduisent les jeunes. Percevant le sorgho comme un « aliment santé », les mères voudraient que les adolescents en consomment davantage et sont demandeuses de produits qui pourraient les séduire. De nouveaux produits à base de sorgho, pratiques pour le petit déjeuner, pourraient en particulier satisfaire cette demande.

La petite agriculture est plutôt bien perçue par les urbains

En fonction de leur perception des petits agriculteurs et de leurs produits, les informateurs peuvent se répartir en quatre groupes :

- 1) Les « non-jamais » (3/21)³ n'achèteraient pas de produits de la petite agriculture jugés *a priori* de mauvaise qualité.
- 2) Les « indifférents » (7/21) pour qui la provenance du produit n'est pas un critère de choix.
- 3) Les « solidaires » (4/21), consommateurs aux revenus supérieurs à la moyenne, qui achèteraient par souci de soutien économique.

³ 7 interviewés n'ont pas d'avis sur la question.

4) Les « convaincus » (7/21) qui choisiraient ces produits en priorité parce qu'ils les jugent de meilleure qualité car produits plus naturellement.

Conclusion

L'important processus de substitution des céréales locales (sorgho, mil...) par de « nouvelles » sources d'amidon (maïs, blé...), dans les modèles alimentaires des urbains d'Afrique subsaharienne [5], pourrait atteindre ses limites, en particulier, dans le contexte sud-africain. À Polokwane, la consommation de sorgho, évaluée à partir de sa disponibilité sur les points de vente et de sa place dans le régime alimentaire des informateurs, demeure significative et représente environ 20 % des céréales consommées. Le sorgho est encore l'aliment de base de certaines familles et tous les informateurs consomment du sorgho indépendamment de leur âge, statut social, genre ou origine culturelle. Différentes raisons peuvent expliquer le maintien du sorgho dans la consommation des urbains : il est disponible sous forme de farine à des prix abordables dans les circuits de distribution habituels des urbains ; il jouit d'une image incontestée d'« aliment santé » ; il reste associé par le biais de la bière aux rites traditionnels dont la pratique se maintient en ville ; et il véhicule une image identitaire promue par certaines organisations (Églises). La consommation de sorgho à Polokwane reflète la modernité alimentaire urbaine définie par Bricas [6] puisque les produits dérivés du sorgho et leur mode de consommation peuvent être associés alternativement à la tradition rurale, l'individualisme et la socialisation urbaine.

La demande urbaine de produits à base de céréales traditionnelles n'est pas totalement satisfaite. Des niches existent sur le marché urbain pour des produits traditionnels (les grains entiers, la farine de mil ou le *mabeu*), des farines aux textures améliorées (permettant notamment la préparation d'une pâte consommable refroidie), des farines « pures » de sorghos de couleurs différenciées, des farines infantiles contenant du sorgho (la farine fine est souvent citée comme aliment de complément), de nouveaux produits dont la forme séduirait les adolescents (pain, biscuits, yaourts, céréales de petit déjeuner).

Si la petite agriculture pouvait fournir le sorgho (et le mil) nécessaire pour satisfaire cette demande, il faudrait informer le consommateur urbain de l'origine des céréales. En effet, une part non négligeable des informateurs (11/21) serait prête à acheter les produits venant de petits producteurs par solidarité ou parce qu'ils jugent ces produits plus naturels et de meilleure qualité que les produits « industriels ». Savoir « qui produit » et « comment on produit » peut devenir un critère décisif du choix de ces consommateurs.

L'étude suggère que les petits agriculteurs peuvent avoir intérêt à se démarquer des grandes productions commerciales et à afficher leur spécificité pour accéder au marché urbain. La mise en place d'un label « petite agriculture sud-africaine » peut être une stratégie payante pour le développement de la petite agriculture africaine. La faisabilité économique et technique d'une telle démarche mérite d'être étudiée ■

Remerciements

Cette étude présente les résultats d'un projet conduit par le *Council for Science and Industrial Research* (CSIR) et le Cirad, intitulé *Urban consumption of sorghum and millet in the Northern Province*. Ce projet s'intègre dans le programme franco-sud-africain de coopération en recherche scientifique (appel d'offre 1999). Les auteurs remercient le ministère français des Affaires étrangères qui l'a financé. Les auteurs remercient vivement Emmanuelle Cheyns, du Cirad, qui a conçu cette étude, et commenté et relu cet article.

Références

1. Quin PJ. *Foods and feeding habits of the Pedi*. Johannesburg: Witwatersrand University Press, 1959 ; 278 p.
2. Babbie E, Mouton J. *The practice of social research*. Oxford: Oxford University Press, 2001 ; 674 p.
3. Hammersley M, Atkinson P. *Ethnography. Principles in practices*. London: Routledge, 1996 ; 323 p.
4. Bichard A. *Sorghum and millet consumption patterns in the Limpopo Province of South Africa. Qualitative Survey in Urban Area (Polokwane)*. Montpellier; Pretoria: Cirad; University of Pretoria; SCAC-MAE, 2002 ; 58 p.
5. Food and Agriculture Organisation (FAO). *Agriculture food and nutrition for Africa*. Rome: FAO Information Division, 1997 ; 412 p.
6. Bricas N. *Cadre conceptuel et méthodologique pour l'analyse de la consommation alimentaire urbaine en Afrique*. Série « Urbanisation, alimentation et filières vivrières », n° 1. Montpellier: Cirad, 1998 ; 48 p.