



Une purée à la fois : Comment une entreprise utilise les médias sociaux pour nourrir les bébés du Sénégal

Une dépendance écrasante à l'égard des importations et des chaînes de transformation inefficaces ont contribué aux problèmes d'insécurité alimentaire de l'Afrique. La première startup d'aliments biologiques pour bébés du Sénégal utilise stratégiquement les technologies en vogue pour sortir le pays de sa dépendance aux aliments pour bébés importés.

Auteur/Photographie: Ruona Meyer, support éditorial : Tanja Krämer, traduction : Giorgia Grimaldi

« Vraiment??? Waañi ko...Où? En Ukraine? Deedet...»

Aissatou Diallo passe rapidement du français au wolof, une langue parlée par la quasi-totalité des 16 millions d'habitants du Sénégal. Ses sourcils se lèvent, puis se froncent à chaque mot, son foulard bouge à chaque mouvement de tête. « Qu'est-ce que la guerre en Ukraine a à voir avec le prix de la poudre de baobab au Sénégal ? » demande-t-elle. Cet arbre mythique et médicinal aux fruits riches en fibres et en vitamine C est si commun qu'un lutteur populaire est surnommé le

Baobab. « Nous cultivons l'arbre ici ! Je pense que ces gens veulent juste profiter d'une triste situation en Europe pour augmenter les prix » , conclut-elle en haussant les épaules.



Aissatou Diallo supervise l'achat de plus de 2.000 tonnes de fruits et légumes par an.

Diallo, 24 ans, est sur un appel WhatsApp, essayant de s'approvisionner en fruits et légumes pour Le Lionceau, le premier fabricant de purée bio pour bébés du Sénégal.

Depuis 2018, l'entreprise a servi des milliers de nourrissons tout en luttant contre le gaspillage alimentaire, les lacunes en matière de connaissances nutritionnelles et les inégalités entre les sexes grâce à son utilisation stratégique des réseaux sociaux.

Tout a commencé lorsque Siny Samba, fondatrice du Lionceau, vivait en France et travaillait en tant qu'ingénieur agroalimentaire pour la marque d'aliments pour bébés Blédina, fabriquée par Danone, l'une des plus grandes entreprises alimentaires d'Europe. « Quand je me rendais chez moi (au Sénégal) je voyais différentes marques d'aliments pour bébés importées, principalement la marque pour laquelle je travaillais. Même si j'étais heureuse de voir cette marque, je ne voyais pas nos repas locaux », dit-elle.

Des années plus tard, les impressions de Samba sont confirmées par des statistiques récentes. Moins de 30% des produits agricoles du Sénégal sont transformés localement, au moins un tiers de tous les légumes produits sont perdus dans les fermes, et environ 70% des besoins alimentaires du Sénégal sont importés.

Les mangues gaspillées suscitent l'esprit d'entreprise

Mais c'est en entendant parler des énormes pertes de mangues que Siny Samba est rentrée chez elle pour se lancer dans la course au marché sénégalais des aliments pour bébés. Environ 65% de toutes les mangues cultivées ici sont gaspillées chaque année, soit quelque 88 000 tonnes. « Je me suis dit que nous pourrions peut-être réduire ces pertes agricoles en produisant des produits pour bébés », explique Siny Samba. « Des recettes qui font dire aux mères : 'Oh, wow. C'est notre nourriture traditionnelle'. C'est alors que j'ai décidé de revenir à la maison. »

Désormais, cinq des 21 produits du Lionceau incorporent des mangues. La gamme complète est basée sur d'autres aliments de base comme les bananes, les carottes, les patates douces, les betteraves, les courgettes, les pois à œil noir (niebe) et les papayes, mais comprend également des super-aliments comme le fonio, le moringa et le baobab, ainsi que des ingrédients indigènes comme



Siny Samba, cofondatrice de Le Lionceau, affirme que la betterave est la purée la moins vendue par ses jeunes clients, y compris son propre fils

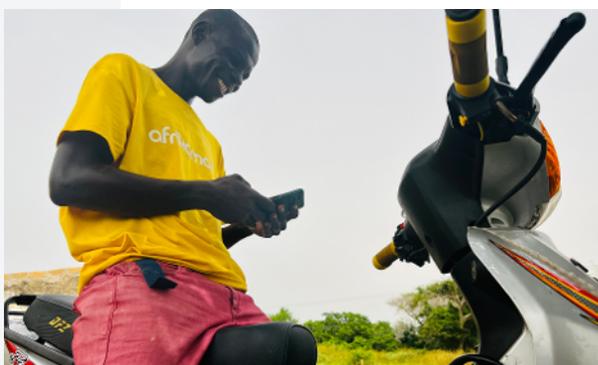
le ditakh (un fruit fibreux), le solom (une sorte de tamarin aigre-doux) et des biscuits à base de millet. Les plats salés typiques du Sénégal, à savoir la thiéboudienne (riz et poisson), le miam'fe (arachides et viande) et le poulet Yassa (à base de poulet), y figurent également. Les produits sont actuellement utilisés pour au moins 16 000 bébés, principalement en Afrique de l'Ouest. Dans tout cela, les réseaux sociaux jouent un rôle stratégique.

Les messages vocaux permettent de résoudre les ODD

L'entreprise utilise les médias sociaux pour des aspects cruciaux de sa chaîne de valeur d'approvisionnement, de transformation et de vente des aliments. La première recette de banane-millet a été testée via un groupe WhatsApp de parents, qui existe toujours. Après la production, Le Lionceau a commencé la vente directe, pendant un an et demi. « Nous vendions à partir de WhatsApp, d'autres réseaux sociaux et directement par téléphone. Après presque deux ans, nous avons commencé à vendre à des détaillants, ce qui nous a permis de maintenir les deux flux », explique Siny Samba, cofondatrice.

Par la suite, des vitrines ont été ajoutées aux pages WhatsApp et Facebook. Les clients peuvent acheter des purées, des paquets de céréales et des biscuits pour un prix compris entre 1 et 2 €, et les formules d'abonnement en gros vont de 26 à 53 €. Avec ces prix, les produits sont compétitifs par rapport aux autres purées pour bébés importées.

Les réseaux sociaux sont un « levier puissant » qui aide les entreprises africaines à amortir le choc de la concurrence étrangère, affirme le Dr Assane Beye, de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar, qui a publié des études sur les petites exploitations agricoles au Sénégal, en collaboration avec l'université de Bonn.



Gora Wade, fournisseur de fruits et légumes, consulte son téléphone avant de poursuivre sa journée de travail; il utilise WhatsApp pour faciliter certaines formalités administratives

« Face à la concurrence étrangère, de nombreuses entreprises des pays sous-développés ont beaucoup souffert d'une faible compétitivité. Au-delà des marges bénéficiaires, les réseaux sociaux sont devenus une méthode de socialisation des activités économiques », dit-il. « Une grande partie de la population n'a pas d'éducation formelle et ne sait ni lire ni écrire. Ces technologies éliminent les barrières de l'alphabétisation dans le partage des connaissances, contribuant ainsi à la réalisation des ODD. »

Dans la chaîne de production, WhatsApp est le principal outil de communication avec les fournisseurs et permet de combler les lacunes en matière d'alphabétisation et de langue. Abdoulaye Mande, un fournisseur de fruits et légumes, explique : « WhatsApp sert à envoyer des échantillons de produits. Une photo me permet de mieux reconnaître le produit que vous recherchez. Cela m'évite les transports inutiles et je gagne du temps. » Keur Ndiaye Lo, où Mande, 30 ans, travaille, est une région agricole réputée pour ses vastes exportations - et pertes - de produits alimentaires. Lorsque les petites entreprises comme celle de Mande manquent d'espace de stockage ou que la météo conspire à accélérer la détérioration. Ils utilisent WhatsApp pour contacter des acheteurs comme Le Lionceau. « J'ai eu des mangues qui n'étaient pas mûres et j'ai livré, alors ils les ont stockées. Ce qui est rentable pour moi, c'est de livrer une grande quantité en une seule fois. »

Les agriculteurs parviennent à une facturation transparente

WhatsApp permet non seulement d'éviter le gaspillage, mais aussi de faciliter le traitement des paiements. Certains fournisseurs envoient des factures et des reçus au Lionceau en utilisant l'application. Soucieux de la protection des données, ils suppriment immédiatement ces documents ou utilisent des messages qui disparaissent.

Face à des défis tels que la connectivité du réseau, l'électricité pour recharger les téléphones et la réalité du partage du téléphone dans les foyers, Le Lionceau utilise également les réseaux sociaux pour communiquer avec les 350 petits exploitants agricoles avec lesquels il travaille dans le nord et le sud du Sénégal.

Il est également déployé pour former et suivre 30 femmes dans les zones rurales, à qui il apprend à transformer les fruits et légumes avant de les transporter vers la capitale Dakar. « Nous leur achetons ces produits transformés. Nous profitons également de l'occasion pour les sensibiliser à la nutrition, à l'allaitement et à la manière de préparer leurs propres repas pour bébés, à la vapeur et non à feu vif », explique M. Samba.



Le Lionceau utilise les médias sociaux pour faciliter la facturation et l'identification des cultures. Cela permet de soutenir l'activité des fournisseurs qui livrent chaque année plus de 2,000 tonnes de nourriture à l'entreprise.

1 PAS DE FAIM ET DE MALNUTRITION

2 FAIRE « ZÉRO »

WhatsApp est utilisé pour rechercher des ventes de fruits et légumes excédentaires. Cela permet d'éviter les pertes agricoles, le gaspillage alimentaire et d'économiser les frais de transport.

QUIZZ

Parmi ces aliments lesquels sont potentiellement allergènes pour Bébé ?

Arachides, Noix, Œufs, Lait de vache, [four other food items]

Des quiz sur les médias sociaux et des concours "Parent du mois" sont utilisés pour sensibiliser des milliers de personnes à la nutrition des enfants. Les parents appellent ou envoient également des notes vocales sur leurs enfants.

3 BIEN-ÊTRE ET BIEN-ÊTRE

5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES

Les médias sociaux aident à gérer les réseaux de femmes rurales que Le Lionceau forme à la transformation des aliments et à la nutrition des jeunes enfants. Les femmes vendent leurs produits transformés à des acheteurs, dont l'entreprise.

WhatsApp redistribue le pouvoir socio-économique

En 2020, les exploitations familiales du Sénégal employaient deux tiers de la population en âge de travailler et représentaient 80% de l'ensemble de la production agricole du pays. Quels que soient les gains que ces fermes peuvent faire, ils sont impactés par la réalité que sur 15 000 entreprises qui fabriquent des produits alimentaires, seules 20 étaient considérées comme des opérateurs à grande échelle.

Dans une interview par courriel, Assane Beye de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar déclare : « Par le passé, de nombreux projets visant à diffuser des alertes ou des informations sur les marchés pour améliorer le bien-être des producteurs ont échoué parce que les informations étaient sous forme écrite et donc inaccessibles à la plupart des gens. Avec les réseaux sociaux qui permettent de transmettre l'information sous forme vocale, c'est plus facile et plus efficace. » Certains producteurs ont réalisé des marges de vente plus élevées grâce aux réseaux sociaux qui leur permettent de connaître les prix actuels du marché avant même de se déplacer, ajoute-t-il. « Cette approche est particulièrement utilisée par les éleveurs qui partagent les photos des animaux qu'ils souhaitent vendre; les parties intéressées peuvent appeler directement pour marchander, puis se faire livrer les animaux. »

« WhatsApp n'est pas seulement une plateforme utilisée pour diffuser des fake news », déclare Idayat Hassan, directeur du Centre pour la démocratie et le développement, et coéditeur de l'anthologie de recherche WhatsApp and Everyday Life in West Africa. « Pour nous, Africains, c'est l'une des plus grandes innovations technologiques du continent. Elle est capable de redistribuer ou d'équilibrer la dynamique du pouvoir entre les gens, et son accès est relativement bon marché », ajoute-t-elle.

Se connecter pour améliorer la nutrition d'enfants

Le Lionceau utilise les canaux des réseaux sociaux pour éduquer les parents sur les « 1000 premiers jours de nutrition », par le biais de conseils et de quiz dotés de prix. Il existe également un concours du « Parent du mois ». Pape Gueye, un caissier basé à Thiès, à l'est de Dakar, a récemment remporté le titre de Père du mois. « De l'achat au supermarché local, je n'achète plus qu'en utilisant WhatsApp. Si jamais les réseaux sociaux venaient à fermer leurs portes ? Ce serait très douloureux », dit-il.

Un rapide survol de la page Facebook montre également que les mères utilisent régulièrement la section des commentaires pour fusionner leurs livraisons en une seule transaction, afin de réduire les coûts.

Thiès, où vit Gueye, fait partie des régions les plus fertiles du Sénégal. Elle accueillera une nouvelle usine Le Lionceau prévue pour fin 2023 ; l'objectif est de tripler la capacité de production actuelle de 800 purées et 300 boîtes de céréales par jour.

De notre Communauté 100eyes

"Dans quelle mesure cette alternative biologique est-elle abordable pour les familles à faible revenu qui en ont peut-être le plus besoin?"
Oluwaseun Durojaiye, Travailleur Social

"L'accès aux purées est compliqué par le stockage, la logistique. Nous ajoutons des options de farine infantile, qui sont moins chères et transportables. Et nous explorons des partenariats, pour distribuer gratuitement aux personnes les plus vulnérables."
Siny Samba, Co-fondateur Le Lionceau

"Comment atteignez-vous vos acheteurs?"
Martin Schwarz, Théologien

"Principalement par le biais de campagnes numériques. Nous avons WhatsApp comme plaque tournante. Jusqu'à 90% des clients ont entendu parler de nous pour la première fois grâce au numérique, lorsque des mamans parlent des produits à d'autres mamans."

"Les ingrédients locaux ont-ils suffisamment d'avantages nutritionnels?"
Nour Trabelsi Étudiant

"Oui, bien sûr. Nous avons des fruits de baobab, des pois à ceil noir, différentes matières premières. Il suffit de bien les transformer, pour avoir des produits à haute valeur nutritionnelle. L'Afrique a divers super aliments que nous devrions valoriser, et transformer pour nos bébés."

Photos: D'Loizannedia, Nico Bate, Nour Trabelsi and Ruana Meyer

RIF

Des limites persistent néanmoins

L'industrie mondiale de l'alimentation biologique pour bébés passera d'un [marché de 6 milliards de dollars en 2021 à 12,2 milliards de dollars d'ici 2028](#), en raison de la demande croissante pour une alimentation plus saine - certains parents du Lionceau s'interrogent par exemple sur les aliments qui sont bons pour les reins ou qui stoppent les poussées d'allergies. Derrière ce boom, se cachent plusieurs obstacles qui touchent les entrepreneurs européens et africains. Par exemple, en 2018, alors que Le Lionceau démarrait, en Europe, la startup alimentaire allemande Babyviduals mettait la clé sous la porte. Le fondateur Wolfgang Pöhlau a écrit sur [Facebook](#) que l'entreprise avait « sous-estimé les énormes ressources financières nécessaires pour la publicité et la distribution. »

Samba admet ressentir les mêmes pressions, mais affirme que le maintien de la « proximité avec le client » est la meilleure publicité, et Le Lionceau investit du temps et du personnel à cet effet.



Le Lionceau a introduit une ligne de céréales en poudre, pour couvrir une clientèle plus large

« Ce sont les mamans qui vont parler des produits aux autres. Les gens nous envoient des messages, nous appellent, même le samedi. Nous leur demandons comment ça va. Elles disent : 'Mon bébé n'a pas bien dormi la nuit dernière'. Les mamans aiment vraiment discuter et cela nous rend plus humains, pas seulement une entreprise. »

Alors que le personnel gère quotidiennement 15 à 20 appels et d'innombrables messages, un autre défi est que les applications de médias sociaux sur lesquelles Le Lionceau s'appuie pour l'engagement, la logistique et les ventes pourraient un jour disparaître.

Pour Djenaba Kalidou Sow, cela aurait un impact direct sur elle et sa fille de 14 mois, Fati. « Je me sentirais très mal, je ne saurais pas quoi faire, car c'est le seul moyen que j'utilise pour obtenir des produits Lionceau », explique l'agent bancaire basé à Dakar.

« Je commence à travailler très tôt, à 7h30, et je dois quitter le centre-ville très tôt pour rentrer chez moi, sinon il y a des embouteillages. Je ne veux pas la fatiguer encore plus en restant coincée dans les embouteillages pour aller faire les courses. Et le week-end, ce n'est pas facile d'aller chercher des produits dans les supermarchés. »

Les pots de purée pour bébé doivent être importés

Les autres obstacles pour Le Lionceau sont les taxes, la distribution et les pots de purée pour bébé. Le Sénégal ne fabriquant pas les pots en verre utilisés par Le Lionceau, les réseaux sociaux sont utilisés pour solliciter le retour des pots, en échange d'une livraison gratuite ou de remises sur les produits ; depuis 2019, plus de 30 000 ont été retournés. Pour améliorer la distribution, l'entreprise s'est associée à un transporteur qui livre à travers le Sénégal et la Côte d'Ivoire. Il est toujours envisagé de proposer les produits Le Lionceau sur Amazon. Dans tout cela, M. Samba estime que les réseaux sociaux resteront cruciaux.

Le chercheur Idayat Hassan estime que l'accent ne doit pas être mis sur un type d'application de médias sociaux, mais plutôt sur les fonctionnalités, citant la popularité de l'application similaire Telegram sur le continent. « Il y a et il y aura d'autres remplacements pour WhatsApp ; les entrepreneurs et les utilisateurs (notamment les personnes âgées) devraient être soutenus pour faire la transition. »

Elle ajoute que les non-africains devraient élargir leur définition de la technologie pour le développement.«En réfléchissant à ce qui constitue la technologie, les gens ne devraient jamais cesser de penser au contexte - que le contexte compte. WhatsApp répond aux contextes africains de manière plus importante que ce que font les autres plateformes, et cela ne devrait en aucun cas être déprécié.»



La gérante Aissatou Ngom accepte des pots usagés pour le recyclage ; les pots de purée ne sont pas fabriqués au Sénégal.

Pour le professeur Beye,«au Sénégal, comme en Allemagne, l'utilisation des réseaux peut être un puissant levier de sensibilisation. La sensibilisation par les réseaux sociaux est le seul moyen de créer une masse critique de personnes conscientes des enjeux écologiques. Ils peuvent rendre la parole de ceux qui savent, accessible à toutes les couches de la population.»

À plus petite échelle, les médias sociaux permettent également de connecter des personnes du monde entier. WhatsApp a amené des clients d'Europe, d'Amérique et d'autres pays africains, explique Aissatou Ngom, responsable des ventes aux entreprises chez Le Lionceau :«Nous avons une quinzaine de clients en France. Il y a aussi des grands-mères vivant en Europe qui commandent pour leurs petits-enfants ici au Sénégal. D'autres clients profitent des escales pour acheter, mais pour beaucoup de clients étrangers, ils nous envoient un parent ici qui leur apporte les petits pots.»

L'un de ces clients est Timo Mendes, étudiant basé à Paris, dont le bambin lal Nathan interrompt la tentative de son père de répondre aux questions.«J'utilise WhatsApp plus qu'Instagram, pour les contacter ; surtout par message, c'est

vraiment pratique, surtout que nous sommes à l'étranger. Je fais ma commande, je l'envoie et j'attends ma livraison. Il peut manger trois pots en une heure, les petits bien sûr !»



«Les réseaux sociaux sont devenus une méthode de socialisation des activités économiques. Ces technologies suppriment les barrières de la lecture et de l'écriture dans le partage des connaissances, contribuant ainsi à la réalisation des ODD. »

Assane Beye, Enseignant-chercheur, Université Cheikh Anta Diop, Sénégal



«WhatsApp permet aux gens de résoudre tous les grands ODD sans se lancer dans l'innovation. WhatsApp répond aux contextes africains d'une manière plus importante que ce que font les autres plateformes, et cela ne doit en aucun cas être déprécié. »

Idayat Hassan, Directeur, Centre pour la Démocratie et le Développement

Le projet a été financé par le Centre européen de journalisme, dans le cadre du programme Solutions Journalism Accelerator. Ce fonds est soutenu par la Fondation Bill et Melinda Gates.

Plus d'articles



Parlons-en :
qu'est-ce que
l'Afrique peut
enseigner ...



«Hello Tractor
» Uber pour les
agriculteurs en
Afrique



Internet, bon
marché pour
tous: un village ...



Économiser l'eau
sous terre et
sauver
l'agriculture