



Sont attendus

- Les universitaires ;
- Les producteurs ;
- Les PME/PMI ;
- Les opérateurs de la grande distribution ;
- Les Organisations de la société civile du monde paysan et les associations de consommateurs ;
- Les Hommes d'affaires ;
- Les partenaires au développement ;
- Les ministères en charge de l'agriculture, du commerce, des pme, du plan et de l'aménagement du territoire.

Organes de Gestion du Symposium

M. Bernard NJONGA (ACDIC)
 Mme Alice PRISO (ACDIC)
 M. Guy TIYON (CTO, UCAC)
 Fondation Friedrich Ebert Stiftung
 Ministère du Commerce

Comité Scientifique du Symposium

Pr Hubert NGNODJOM (Président, UCAC)

Are expected to attend

- Academics;
- Producers ;
- SMEs / SMIs;
- Large retail operators;
- Farmers' civil society organizations and consumer associations;
- Businessmen ;
- Development partners;
- Ministries in charge of agriculture, trade, SMEs, land use planning;
- Any other institutions concerned.

Symposium Management Bodies

Organizing Committee of the Symposium

Mr. Bernard NJONGA (President, ACDIC)
 Mrs. Alice PRISO (ACDIC)
 Mr. Guy TIYON (CTO, UCAC)
 Friedrich Ebert Stiftung Foundation
 Ministry of Commerce

Scientific Committee of the Symposium

Pr. Hubert NGNODJOM (President, UCAC)

Contact :

Tel: +(237) 242 00 31 33
 E-mail : symposium.mia@gmail.com



Le Symposium International sur le thème :
«Agroalimentaire : le Made in Africa face à la mondialisation»

*The International Symposium on the theme:
 "Agribusiness: The "Made in Africa" facing the challenges of globalization"*

Sous le parrainage du Ministère du Commerce
Under the authority of the Ministry of Commerce

UNIVERSITE CATHOLIQUE D'AFRIQUE CENTRALE
 (Campus d'Ekounou - Yaoundé)

CATHOLIC UNIVERSITY OF CENTRAL AFRICA
 (Campus of Ekounou - Yaoundé)

DU 05 AU 07 AVRIL 2018
FROM 05 TO 07 APRIL 2018

REPUBLIQUE DU CAMEROUN



Ministère du Commerce
www.mincommerce.gov.cm



www.ucac-icj.net



www.fes-kamerun.org



www.uciv-ndere.com



www.acdic.net



UNION EUROPEENNE

Pourquoi?

L'étude lancée par l'ACDIC (Association Citoyenne pour la Défense des Intérêts Collectifs) en mai 2017 a révélé que seulement 2% des produits locaux sont tracés dans les enseignes de distribution au Cameroun. Ce constat traduit le faible positionnement des marques locales dans les grandes surfaces des capitales africaines où la concurrence est accrue du fait de l'affluence des standards occidentaux. Le potentiel est grand avec un marché d'environ 1,2 milliard d'habitants dont 41% de jeunes et un taux d'urbanisation de près de 40% qui pourrait atteindre 67% d'ici 2050.

En effet, les canaux de distribution des produits agro alimentaires en Afrique sont généralement courts (producteur-consommateur ou producteur -revendeur -consommateur). Cette réalité suscite des interrogations sur l'adéquation de modèles de distribution occidentaux aux besoins des consommateurs en Afrique. Ainsi, il s'agit de réfléchir sur l'organisation de la chaîne de valeurs des produits locaux afin que ceux-ci occupent une place de choix au sein d'un univers commercial porté par des enseignes qui occupent de plus en plus d'espace dans les habitudes de consommation.

Le Symposium se veut un espace de réflexion sur les mécanismes à mettre en place pour une pénétration en force de la production locale dans ces circuits de distribution de masse.

UN DOUBLE OBJECTIF

- Réflexions et échanges sur la promotion du «Made In Africa» dans les circuits de distributions classiques.
- Elaboration des propositions concrètes pour une améliorer la chaîne de valeur des produits locaux (Production, transformation, traitement, commercialisation...)

Why?

The study launched by the ACDIC (Citizen Association for the Defense of Collective Interests) in May 2017 revealed that only 2% of local products are traced in distribution stores in Cameroon. This observation reflects the weak positioning of local brands in supermarkets in African capitals where competition is increasing due to the influx of Western standards. The potential is great with a market of approximately 1.2 billion inhabitants, 41% of whom are young and an urbanization rate of almost 40% which could reach 67% by 2050.

In fact, the distribution channels for agro-food products in Africa are generally short (producer-consumer or producer-retailer-consumer). This reality raises questions about the suitability of Western distribution models to the needs of consumers in Africa. Thus, it is a question of thinking about the organization of the value chain of local products so that they occupy a place of choice within a commercial universe buoyed by signs which occupy more and more space in the habits of consumption.

The Symposium is a place for reflection on the mechanisms to be put in place for a real and strong penetration of local production in these mass distribution channels.

A DOUBLE OBJECTIV

- Reflections and Debates on the promotion of Made in Africa in traditional distribution channels.
- Development of concrete proposals to improve the value chain of local products (Production, processing, marketing...)

EXECUTION... EN DEUX SEQUENCES

1ère séquence: Identification, analyse des besoins et estimation

Il s'agit des activités préliminaires qui vont nourrir les échanges du symposium dont une étude sur l'offre et la demande en produits locaux au Cameroun, une analyse comparative des trois pays (Cote d'Ivoire, Nigeria, Cameroun) sur les politiques en œuvre dans les promotions des produits locaux. En outre les ateliers intra et interprofessionnelles pour confronter les préoccupations des parties prenantes dans la chaîne de valeur des produits locaux.

En effet, pour chaque produit local identifié, cette étape apportera des éclairages sur:

- La qualité et la quantité produite
- L'estimation de la demande
- Identifier les produits locaux manufacturés
- L'estimation de la demande des produits locaux manufacturés
- Les besoins et la perception des consommateurs / produits locaux
- Les politiques en vigueur dans la promotion des produits locaux
- Le diagnostic de la chaîne de valeur des produits locaux

2ème séquence : Exposition des produits locaux et Elaboration des nouvelles orientations commerciales pour leur promotion.

L'apport des activités préliminaires et la contribution des experts du Symposium dans la réflexion sur l'amélioration du positionnement des produits locaux et l'exposition des acteurs des produits locaux aboutira à :

- La rédaction de proposition de lois pour faire émerger la consommation du « Made in Africa »
- L'élaboration des normes commerciales et la création des labels autour des produits locaux
- La rédaction d'un manuel de bonnes pratiques pour la promotion des produits locaux.
- Exposition et dégustation des produit locaux dans un village animé.

EXECUTION ... IN TWO SEQUENCES

1st sequence: Identification, needs analysis and estimation

These are the preliminary activities that will sustain the symposium discussions including a study on the supply and demand of local products in Cameroon, a comparative analysis on the policies implemented in the promotion of local products within three countries (Ivory Coast, Nigeria and Cameroon). In addition, intra and inter-professional workshops to address stakeholder concerns in the value chain of local products.

Indeed, for each local product identified, this step will shed light on:

- The quality and quantity produced
- Demand estimation
- Identification of local manufactured products
- Estimate of demand for manufactured local products
- Needs and perception of consumers / local products
- Policies in force to promote local products
- The diagnosis of the value chain of local products.

2nd sequence: Exhibition of local products and Development of new commercial orientations for their promotion.

The contribution of the preliminary activities and of experts during the Symposium to the reflection on the improvement of the positioning of local products and the exhibition of local products by the actors will lead to:

- The drafting of laws to boost and promote the consumption of "Made in Africa" products
- The development of trade standards and creation of labels around local products
- The drafting of a manual of good practices for the promotion of local products.
- The exhibition and tasting of local products in a lively village.