



Supermarchés, dégagez de l'Afrique ! Les systèmes alimentaires du continent se débrouillent très bien sans eux

Par [Grain](#)

Mondialisation.ca, 10 novembre 2018

grain.org

Région : [Afrique subsaharienne](#)

Thème: [Économie](#), [Pauvreté et inégalités sociales](#)

Photo : Matilda Moses vend des tomates au Tudu Market, à Accra, au Ghana. Photo : Yepoka Yeebo

Les systèmes alimentaires d'Afrique sont l'ultime frontière pour les multinationales et la grande distribution alimentaire. La plupart des Africains continuent de consommer un régime sain à base d'aliments traditionnels produits par des millions de petits producteurs, d'un bout à l'autre du continent. Mais la situation est en train de changer peu à peu, tandis que la grande distribution alimentaire mondiale adopte de nouvelles stratégies pour renforcer sa présence sur le continent, sous l'impulsion brutale de certaines chaînes de supermarchés multinationales. La subsistance de millions de petits vendeurs et de producteurs locaux est remise en cause ; la santé des populations et la diversité des cultures alimentaires traditionnelles sont elles aussi en danger. Les gouvernements africains ne font que favoriser l'expansion des supermarchés, mais les petits vendeurs, les agriculteurs et les consommateurs urbains s'unissent pour défendre leurs systèmes alimentaires locaux.

On est en juillet 2018 et les petits vendeurs du marché de Gueule-Tapée, un marché très animé de Dakar, au Sénégal, sont furieux : ils viennent d'apprendre que le maire du quartier a l'intention de démolir leur marché pour construire un centre commercial de quatre étages à la place. Pour ne rien arranger, une partie du centre serait, selon les médias, occupée par Auchan, le géant français de la distribution.

« Il va passer sur nos cadavres, mais cela ne passera pas, » déclare Mbaye Ndiaye, le président du comité de gestion du marché.^[1] Les vendeurs de Gueule-Tapée organisent rapidement un sit-in ; chaque vendeur arbore un tee-shirt rouge portant le slogan « *Auchan dégage !* ».

Le slogan « Auchan dégage ! » est repris en réalité d'un autre groupe de vendeurs qui, quelques semaines plus tôt, a lancé une campagne au marché Castor, dans un autre quartier de Dakar. Ils ne pouvaient plus supporter la façon dont Auchan détournait leurs clients, en vendant certains produits alimentaires à des prix impossiblement bas.

« À Auchan ils vendent même des tas de Daakhaar (gingembre) et presque la quasi-totalité des autres épices en détail. Ce qui fait que nous ne voyons plus de clients dans nos marchés. Les clients du marché Castor ont tous été détournés par Auchan. À ce rythme, ce ne sont pas les commerçants sénégalais qui vont faire faillite, mais les marchés et après, l'économie du pays, » déplore Leyti Sène, secrétaire général du collectif Auchan dégage

nouvellement formé.[\[2\]](#)

« Nous sommes prêts à nous battre, » affirme Mohamed Moustapha Leye, un autre membre du collectif Auchan dégage. « Il en va de notre survie. Même les mamans qui vendaient de petites choses au détail n'ont plus de clients. »[\[3\]](#)



Un commerçant sénégalais de Gueule Tapée inquiet pour son activité. Photo : Dave Design

Auchan n'est pas la première ni la seule chaîne de supermarché à essayer de s'implanter en Afrique de l'Ouest. Mais la stratégie qu'il tente d'appliquer est nouvelle. Les autres distributeurs étrangers présents dans la région, comme Carrefour et Casino, ont concentré leurs efforts sur l'importation d'aliments de luxe à destination d'une riche élite qui ne constitue pas plus de 5 à 10 % de la population. Ils se sont installés dans les quartiers plus aisés, en proposant une sélection d'articles et de prix qui reflète la stratégie de leurs magasins européens. Ces distributeurs ont réussi à saisir une partie de la part de marché des petits vendeurs dans les villes africaines, mais le pourcentage est toujours resté peu important.

« Nous ne sommes pas élitistes mais très qualitatifs, » explique Gilles Blin, directeur du secteur alimentaire pour Mercure International, en contrat d'affiliation avec Casino pour les opérations de distribution en Afrique. « Nous répondons aux attentes des classes moyennes et supérieures qui souhaitent trouver dans nos magasins les mêmes produits qu'en France. »[\[4\]](#)

La stratégie d'Auchan est très différente : au Sénégal, l'entreprise a établi 25 supermarchés et magasins de proximité discount dans le pays, ciblant les quartiers populaires urbains que les autres distributeurs étrangers ont évités. Auchan s'attaque ouvertement aux clients actuellement desservis par les petits vendeurs locaux de produits alimentaires. L'entreprise compte sur le volume des ventes, et non sur les marges, pour réaliser ses bénéfices.

« Notre vœu est de proposer des magasins modernes, propres, climatisés, garantissant la sécurité alimentaire et offrant des prix au moins comparables à ceux que l'on peut trouver sur le marché, » indique Laurent Leclerc, le PDG des filiales d'Auchan au Sénégal. « Si l'on arrive à faire cela, on obtiendra tous les clients du Sénégal ! »[\[5\]](#)

L'expansion d'Auchan se poursuit déjà dans les pays voisins, la Mauritanie et le Ghana, sur la base de la même stratégie et a fait des émules chez les autres distributeurs étrangers. Casino a ainsi récemment commencé à déployer ses propres magasins discount au Sénégal, via sa chaîne Leader Price.

Mais l'agressivité de la politique d'Auchan a provoqué un retour de manivelle. Les petits vendeurs sont les premiers à ressentir les effets et ce sont eux qui ont lancé les protestations, ce qui a rapidement convergé vers un rejet beaucoup plus large de la prise de contrôle du système alimentaire du pays par les entreprises étrangères.



Photo : The Nerve Africa

À juste titre, les gens s'inquiètent à l'idée que cette invasion de chaînes de supermarchés va provoquer la ruine des moyens de subsistance des petits vendeurs, détruire les marchés pour les producteurs locaux et encourager la population à abandonner la nourriture traditionnelle en faveur des produits transformés soi-disant "bon marché". Il est aussi évident pour les gens que l'argent généré par l'économie alimentaire du pays est destiné à passer dans les poches des actionnaires de ces entreprises étrangères et dans celles des multinationales qui fournissent les produits alimentaires stockés sur leurs étagères.

Les autorités gouvernementales ne semblent pas avoir pris la mesure du problème. Au Sénégal et dans d'autres pays africains aujourd'hui ciblés par les multinationales de la distribution, l'absence de réglementation pour protéger les populations de ces entités toutes-puissantes est flagrante. Le fait que l'une des principales exigences du collectif Auchan dégage soit tout simplement que leur gouvernement produise la preuve qu'il a au moins évalué les répercussions de l'expansion des grands supermarchés en dit long sur le sujet.

La triste réalité est que les gouvernements africains s'intéressent bien davantage à la régulation et la criminalisation des petits marchés et des vendeurs de rue qui fournissent au continent la grande majorité de son alimentation. Si un tsunami de supermarchés doit déferler sur les rivages du continent, les gouvernements africains ne sont absolument pas prêts. Les gens vont devoir réagir pour défendre leurs systèmes alimentaires, comme le font les Sénégalais.

Les supermarchés ont du mal à envahir l'Afrique

La « vague des supermarchés » n'a pas encore réussi à submerger l'Afrique sub-saharienne, comme cela s'est passé dans d'autres coins du monde. Après des dizaines d'années de tentatives, les chaînes de supermarchés ne sont parvenues qu'à conquérir un gros morceau de l'espace de la distribution alimentaire en Afrique du Sud et dans une moindre mesure, dans certains pays voisins. Elles ont obtenu quelques succès dans certains pays d'Afrique du Nord, mais, même là, leur part dans l'ensemble du marché alimentaire reste limitée.

Tableau 1 : les principales chaînes multinationales de supermarchés présentes en Afrique

De manière générale, à l'exception de l'Afrique du Sud, les supermarchés n'ont pas réussi à pénétrer profondément les marchés alimentaires africains et ont été relégués à la marge des élites sociales. Ils n'ont pas pu rivaliser avec les marchés populaires si dynamiques, ces marchés qu'on qualifie souvent d'« informels ».

La grande majorité des Africains continuent à acheter leur nourriture sur les marchés de plein air et dans les petits stands de rue. En-dehors de l'Afrique du Sud et du Kenya, ces marchés locaux et ces petits vendeurs représentent entre 80 et 90 % de la totalité des ventes alimentaires.^[6] Même au Kenya, l'un des pays africains où les supermarchés sont les plus développés, les supermarchés ne contrôlent que 5 % des ventes de fruits et légumes frais.^[7] En Côte d'Ivoire, cible favorite des supermarchés en Afrique francophone, les supermarchés ne comptent que pour 10 % de la totalité des ventes alimentaires, voire seulement 2 à 3 % selon certaines études.^[8]

En ce qui concerne les plats préparés, les Africains préfèrent de loin acheter chez des vendeurs de rue plutôt que dans la grande distribution. Dans beaucoup de pays africains, la

cuisine de rue représente une des meilleures sources d'énergie et de protéines, y compris pour les enfants (voir tableau 2). Au Nigeria, par exemple, les gens comptent sur la cuisine de rue pour plus de la moitié du total de leur apport journalier en protéines.[\[9\]](#)

Tableau 2 : Contribution de la cuisine de rue à l'apport énergétique journalier d'un adulte dans une sélection de villes et de pays africains [\[10\]](#)

Ville ou Pays	Pourcentage de l'apport énergétique journalier (AEJ) fourni par la cuisine de rue
Abeokuta, Nigeria	50,3 % AEJ pour les hommes ; 48,3 % AEJ pour les femmes
Ouagadougou, Burkina Faso	46 % AEJ
Nairobi, Kenya	27-36 % AEJ pour les hommes ; 13-22 % AEJ pour les femmes
Ouganda	22,4-25,6 % AEJ
Bamako, Mali	18,3 % AEJ
Cotonou, Bénin	40 % AEJ pour les enfants
Nairobi, Kenya	13,4-22,4 % AEJ pour les enfants
Bamako, Mali	18,3 % AEJ pour les enfants
Zones rurales du Kenya	13,5-20,8 % AEJ pour les hommes ; 12,8-17,3 % AEJ pour les femmes

Même dans un centre urbain tel que Maputo, en Mozambique, où les supermarchés sont nombreux, plus de 90 % des ménages achètent leur nourriture à des petits vendeurs de rue au moins une fois par semaine, et beaucoup de gens le font tous les jours.[\[11\]](#) Il en va de même à Nairobi, l'une des principales cibles urbaines africaines pour les supermarchés en Afrique : plus de 80 % de la nourriture achetée dans la ville provient de petits vendeurs.[\[12\]](#) À Accra, où les supermarchés se multiplient rapidement, une étude récente indique que 73 % des participants préfèrent encore acheter leur nourriture sur les marchés traditionnels, tandis que seuls 8,7 % préfèrent les supermarchés.[\[13\]](#)

Selon la recherche disponible, ce que les gens achètent principalement au supermarché, ce sont les articles de base en vrac, les aliments transformés et les plats préparés, mais ils le font à intervalle irrégulier, seulement une ou deux fois par mois. La plupart des Africains achètent à manger quotidiennement ou presque et continuent pour cela à s'appuyer sur les petits magasins et les marchés locaux, même en Afrique australe où le taux de pénétration des supermarchés est pourtant assez élevé.[\[14\]](#)

Comment expliquer cette situation ? Elle s'explique en partie par la proximité des petits magasins et des petits marchés et le fait qu'on peut s'y procurer des petites quantités. C'est un élément essentiel pour des clients qui n'ont qu'un petit budget ou qui ne disposent que rarement d'espaces de rangement et de réfrigération chez eux. Un autre point important, selon les chercheurs, est que les vendeurs locaux acceptent souvent de faire crédit. Mais un autre facteur essentiel reste le prix : les vendeurs et les marchés locaux ont tendance à vendre moins cher que les supermarchés, même en Afrique du Sud, où le secteur du commerce formel est pourtant très développé.

Une étude menée à Durban, en Afrique du Sud, a montré que le prix moyen des produits

dans les supermarchés était de 76 % plus élevé que chez les petits vendeurs. La différence de prix était « particulièrement marquée dans les produits frais ». Sur un panier de 9 articles de base dont des oignons, des tomates et des pommes de terre, les consommateurs payaient entre 112 et 125 % de plus dans un supermarché que chez un petit vendeur.[\[15\]](#)

Fragilisation des systèmes alimentaires africains



Photo : Aldelano

L'autre avantage des marchés alimentaires populaires d'Afrique sur les supermarchés réside dans leurs liens avec les petits agriculteurs et les sources de nourriture locales. Dans leur majorité, les supermarchés n'ont ni la capacité ni la volonté de se fournir auprès de ces chaînes d'approvisionnement locales. Ils imposent des normes et des exigences qui ne sont absolument pas en phase avec les petits agriculteurs qui fournissent 80 pour cent de la production alimentaire du continent. Les petites fermes ont tendance à produire des cultures traditionnelles fondées sur des variétés de semences locales, ce qui peut plaire aux consommateurs locaux, mais ne correspond pas à la notion de "qualité" chère aux supermarchés.

Certains supermarchés ont tenté de développer des chaînes d'approvisionnement locales en faisant travailler les agriculteurs pour eux, conformément à leurs normes. Mais cette approche n'a pas très bien réussi. Mercure International, le partenaire de Casino, a récemment essayé de mettre en place un programme d'approvisionnement local pour sa chaîne de supermarchés Prosuma en Côte d'Ivoire, incluant un contrat détaillé et la fourniture de semences et d'intrants chimiques. Le projet a échoué avec 90 % des participants.[\[16\]](#)

Les petites entreprises alimentaires locales ont également beaucoup de mal à se conformer aux diverses normes et exigences des supermarchés, comme l'étiquetage, le conditionnement, les systèmes de paiement différé ou les taxes à payer pour faire parvenir leurs produits jusqu'aux étagères du supermarché.[\[17\]](#) Les supermarchés préfèrent stocker les marques importées des entreprises alimentaires multinationales qu'ils connaissent déjà.

« Ils nous jugent sur les prix et l'image de marque et ils oublient que nous sommes tout nouveaux. Et on est en concurrence avec les marques mondiales parce que le marché est libéralisé. On est en concurrence avec American Garden, Heinz et des produits du Kenya. Il faut se rappeler que certains de ces produits existent depuis plus de 50 ans, » déplore Dorothy Kimuli, propriétaire de l'entreprise ougandaise qui produit la Kim's Chilli Sauce.

L'Association citoyenne de défense des intérêts collectifs (ACDIC) a effectué une étude des produits stockés sur les étagères des supermarchés, aussi bien étrangers que nationaux, à Yaoundé la capitale du Cameroun. Il en est ressorti que les produits locaux ne représentaient que 2 % du total.[\[18\]](#) Une autre étude concernant les supermarchés ghanéens et étrangers au Ghana a révélé que les produits importés étaient quatre fois plus nombreux que les produits locaux.[\[19\]](#)

Casino admet que la majorité des produits vendus dans ses supermarchés africains sont importés ; dans son magasin de la République démocratique du Congo, c'est le cas de plus

de 80 % des produits. Chose incroyable, le magasin Casino de RDC importe tous ses fruits et légumes frais de France et d'Afrique du Sud ! [20]

Carrefour est l'un de ces supermarchés qui se targuent de faire de gros efforts pour s'approvisionner localement ; il a aujourd'hui un contrat avec 180 fournisseurs locaux pour son grand hypermarché d'Abidjan. Mais cela ne correspond quand même qu'à 10 % de la totalité de ses ventes.[21]

Cependant, les supermarchés comprennent que leur dépendance des importations leur complique la tâche s'ils veulent toucher le consommateur africain moyen. Quand on lui a demandé s'il songeait à ouvrir des épiceries discount Netto en Afrique, le PDG de l'enseigne de distribution française les Mousquetaires, a répondu : « Sûrement pas des Netto. Étant donné le poids et le prix des produits importés, une enseigne au positionnement discount ne peut pas rivaliser avec les prix du commerce informel en Afrique. »[22]

Comment Auchan s'y prend-il donc ? La stratégie d'Auchan pour les supermarchés discount au Sénégal coïncide - et elle en dépend aussi - avec une expansion parallèle des marques d'aliments transformés étrangers en Afrique et avec l'émergence d'un petit nombre de grandes entreprises de transformation alimentaires basées en Afrique. Les magasins discount Atac d'Auchan au Sénégal stockent des aliments transformés de Nestlé en même temps que des produits fournis sous contrat par des entreprises de transformation nationales en plein essor comme Patisen, Saprolait, Finamark et Kirène. (Voir encadré : [les "paniers alimentaires " d'Auchan](#)). Pour la volaille, Auchan négocie avec Sedima, le plus gros producteur de volaille du pays, malgré les rumeurs accusant Sedima d'être derrière la récente décision gouvernementale de lever les barrières douanières sur les importations de poulet congelé.[23]

Quand des supermarchés comme Auchan parlent de chaînes d'approvisionnement locales en Afrique, ils font référence en réalité à une simple transplantation des chaînes qu'ils ont développées dans d'autres pays avec les grandes entreprises alimentaires multinationales qui sont leurs partenaires. Pour eux, les systèmes et les réseaux de distribution existants qui répondent actuellement aux besoins alimentaires des Africains n'ont guère d'intérêt. Il suffit de voir la réaction du responsable des opérations africaines du distributeur français Système U, quand on lui pose la question de la dépendance de l'entreprise aux importations : « L'approvisionnement local se développe dans certains pays africains, mais la production agroalimentaire sur place reste très insuffisante, malgré l'implantation de quelques usines de multinationales, » indique-t-il.[24]

Faire évoluer les régimes alimentaires vers les aliments hautement transformés



Il est bien connu que les supermarchés encouragent la consommation d'aliments "ultra-transformés", ces produits conditionnés comme les boissons gazeuses et les biscuits à forte teneur en sel, sucre et huile végétale.[25] On sait aussi que la consommation de ces produits est la cause de nombreux problèmes sanitaires, tout particulièrement l'augmentation des taux d'obésité et de diabète de type 2 qui touche aujourd'hui une grande partie de la planète.[26] L'Afrique a été moins affectée par ces problèmes parce que les aliments et les régimes traditionnels perdurent et qu'on y consomme moins d'aliments hautement

transformés. Dans l'ensemble, les modèles diététiques en Afrique sont plus sains qu'en Amérique du Nord, en Europe et dans les autres parties du monde où les supermarchés exercent un degré de contrôle important sur les ventes alimentaires dans le commerce de détail.[27]

Mais tout cela est en train de changer et au fur et à mesure que les supermarchés et les entreprises alimentaires multinationales se déploient sur tout le continent, les Africains consomment de plus en plus de ces dangereux aliments transformés.

L'expérience vécue par l'Afrique du Sud avec les supermarchés devrait servir de mise en garde à tous les autres pays africains. L'expansion des supermarchés en Afrique du Sud a commencé dans les années 1990. Aujourd'hui, les supermarchés y contrôlent entre 50 et 60 % des ventes alimentaires de détail, soit de loin le chiffre le plus élevé de toute l'Afrique. Pour les chercheurs, c'est la croissance des supermarchés qui a préparé le terrain à la consommation d'aliments ultra-transformés, comme les boissons gazeuses et les biscuits, qui se poursuit depuis quelques dizaines d'années. La consommation par tête d'habitant d'aliments conditionnés et de boissons gazeuses a augmenté de plus de 50 % durant cette période, et le Sud-Africain moyen ne peut plus se permettre un régime à base d'aliments sains, comme les fruits et légumes frais.[28]

Il semble que les supermarchés soient déjà en train de provoquer des conséquences similaires tandis qu'ils se multiplient dans d'autres régions d'Afrique. Une étude récente sur les consommateurs ghanéens a montré que l'un des facteurs décisifs qui poussent les gens à faire leurs courses au supermarché était l'accès à un prix raisonnable aux aliments transformés, qui sont au cœur des ventes des supermarchés. L'auteur de l'étude émet un avertissement : les supermarchés encouragent les changements diététiques en faisant préférer les aliments transformés à forte teneur en graisses aux fruits et légumes frais.[29] De même, selon les chercheurs, inquiets de l'augmentation des taux d'obésité et de diabète de type 2 au Kenya causée par la consommation accrue d'aliments hautement transformés, c'est la « supermarchandisation » des systèmes alimentaires du pays qui est à blâmer.[30]

Les « paniers alimentaires » d'Auchan

Les paniers alimentaires familiaux, dont Auchan fait la promotion à des prix discount dans ses magasins Atac au Sénégal, sont entièrement composés de produits transformés et d'aliments secs provenant de multinationales et de grandes entreprises alimentaires sénégalaises. Le panier « Classique simple » contient un sac de riz thai cassé de la marque Royal Umbrella (qui vient du groupe thaïlandais Charoen Pokphand), un litre d'huile végétale (du groupe français Avril), une boîte d'un kilo de sucre en morceaux (du groupe Mimran qui appartient à une famille française), un bocal de Nescafé (Nestlé) et deux sacs de lait en poudre (encore Nestlé). Avec le panier « Classique Plus », les clients ont droit en plus à une boîte de chocolat en poudre (de Cadbury Schweppes) et 60 cubes de bouillon Maggi (Nestlé) ainsi qu'à un pot de pâte à tartiner de Patisen, une multinationale alimentaire basée au Sénégal et une boîte de concentré de tomate de la marque SOCAS, une société franco-sénégalaise qui est le premier transformateur de tomates du pays. Le panier « Classique Plus » contient aussi un sac de 5 kilos d'oignons, l'unique légume frais de tous les paniers alimentaires.

Pour en savoir plus : <https://afrimarket.sn/auchan.html>

Politique de la porte ouverte pour les supermarchés, répression policière pour les petits vendeurs

Les agriculteurs, les pêcheurs, les petits éleveurs, les ouvriers agricoles, les petits vendeurs et transformateurs de produits alimentaires qui fournissent au continent la majeure partie de son alimentation, méritent des applaudissements. Malgré tous les obstacles rencontrés dans un contexte de pauvreté structurelle profonde, ils fournissent aux Africains des régimes qui sont parmi les plus sains de la planète. Les systèmes alimentaires qu'ils ont bâtis et conservés constituent également les principales sources d'emploi et de subsistance du continent, en particulier pour les femmes. Et ceci est valable aussi pour les zones urbaines. Ainsi, à Nairobi, la première activité génératrice de revenu pour les femmes des communautés pauvres est la vente de fruits et légumes.[\[31\]](#)

Malgré le rôle essentiel joué par les systèmes alimentaires populaires pour procurer aux Africains nourriture et moyens de subsistance, ceux-ci font constamment l'objet d'attaques de la part des gouvernements.

« Alors que je me dépêche de sortir de la ville, les gars de l'Autorité municipale de Kampala [Kampala Capital City Authority] m'arrivent par derrière ; l'un d'eux me pousse si fort que je trébuche un peu et lâche un mscheew [juron]! Kumba, [entre temps] ils s'attaquent aux vendeurs, renversent un jiko [poêle au charbon de bois] jettent le charbon et quelques gonja rôties [bananes plantain] par terre, renversent des haricots et des pois par ci par là, renversent les pâtisseries et les et les mandazi [donuts] de quelqu'un, cheei, ça court de tous les côtés chez les vendeurs, ils ont vraiment semé la pagaille, ces mauvais hommes... Je me précipite devant eux et je commence à avertir tous les vendeurs en vue que les méchants arrivent. Wueh, il fallait voir comme ces vendeurs sont bien préparés, ils s'éparpillent en l'espace de quelques secondes après avoir ramassé leurs marchandises ! Et le sourire sur mon visage tandis que j'en avertissais de plus en plus ! C'était mon devoir envers la nation ! »

Publié sur Facebook par Juliet Nabwire de Kampala, en Ouganda (2 mars 2018) [\[32\]](#)

 Photo : Reuters

Des employés des autorités de la capitale de Kampala chassent un vendeur de rue du centre-ville le 25 octobre 2018, au cours d'une expédition de répression où 20 vendeurs de cuisine de rue ont été arrêtés et ont vu leur propriété détruite ou confisquée.

Dans toute l'Afrique, dans les grandes villes comme Kampala, en Ouganda, les petits vendeurs de rue font face à une persécution toujours plus sévère pour vendre leurs produits dans les rues de la ville ou dans les quartiers d'affaires. Les autorités de Kampala affirment qu'elles ne font qu'essayer de réduire « le chaos et la congestion » et qu'elles vont proposer aux marchands des « espaces alternatifs organisés » situés hors des quartiers du centre. Mais les espaces alternatifs proposés chargent des prix élevés et sont trop éloignés des consommateurs ; les marchands n'ont donc guère d'autre choix que de retourner dans le centre, où ils sont constamment harcelés par la police de Kampala.[\[33\]](#)

Nairobi et Lagos ont aussi mis en application des interdictions similaires concernant les vendeurs "informels" au sein des principaux quartiers commerciaux et ont essayé de reléguer les marchands de la ville dans des zones alternatives - Nairobi par toute une série

de mesures au cours des 15 dernières années, et Lagos en 2016 en imposant de manière soudaine une interdiction totale de vendre dans la rue. De son côté, Accra a lancé un « exercice de décongestion » cette année pour se débarrasser des petits marchands dans les rues et sur les trottoirs du centre-ville.[34] Dans ces villes, les marchands de nourriture se retrouvent donc dans la même position : ils sont obligés de travailler de manière illégale, sous la menace constante du harcèlement policier.[35]

Et pourtant, alors que les petits vendeurs de nourriture en Afrique doivent s'adapter à un nombre croissant de lois et de règlements, peu d'obstacles sérieux viennent entraver l'expansion des supermarchés sur le continent.

Des décennies de programmes d'ajustements structurels, imposés par les banques de développement international et les bailleurs de fonds étrangers, ont laissé leur trace : il y a moins de restrictions légales sur les investissements étrangers dans les pays d'Afrique subsaharienne que dans n'importe quelle autre région.[36] Une étude récente de la Banque mondiale concernant 24 pays d'Afrique subsaharienne révèle que plus de la moitié n'ont que très peu, voire pas du tout, de restrictions sur les investissements étrangers, notamment dans la grande distribution.[37] Les lois relatives au contenu et à l'approvisionnement locaux qui existent dans d'autres parties du monde sont absentes en Afrique ou ne sont pas appliquées. Il n'y a quasiment pas de protections légales pour les entreprises alimentaires locales qui vendent aux puissants distributeurs multinationaux. En Ouganda par exemple, quand les deux grands distributeurs kenyans Nakumatt et Uchumi se sont effondrés en 2017 et 2018, ils avaient plus de 180 millions de dollars de dettes ; leurs petits fournisseurs ougandais se sont retrouvés sans aucun recours juridique pour récupérer les sommes qui leur étaient dues.[38]

Au Sénégal, où la législation nationale est très mal équipée pour faire face à l'agressivité de l'expansion des distributeurs européens, le Conseil des ministres du pays a accepté d'adopter un décret pour réguler les supermarchés, le 1er août 2018. Mais les mouvements sociaux sont sceptiques : le décret avait été préparé à huis clos un mois plus tôt et à la mi-septembre le gouvernement refusait encore de rendre public le texte du décret.[39]

Les mouvements sociaux sénégalais indiquent également que leur gouvernement a récemment signé avec l'Union européenne un Accord de partenariat économique (APE) qui fait le jeu de la grande distribution européenne. L'accord, qui implique plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, force le Sénégal à faire tomber graduellement toutes les barrières pour permettre l'entrée des produits alimentaires européens bon marché et subventionnés qui dominent les étagères des distributeurs européens.[40] Ce genre d'APE avec l'UE n'est que l'un des nombreux accords de libéralisation bilatéraux et multilatéraux ou des accords régionaux qui accablent les pays africains, les obligeant à ouvrir leurs frontières aux importations de nourriture et facilitant pour les supermarchés l'expansion de leur chaînes d'approvisionnement dans de nouveaux territoires.

La création en 2008 de la zone de libre-échange de la Communauté de développement d'Afrique australe (SADC) a ainsi permis au géant sud-africain des supermarchés Shoprite de s'étendre hors du territoire national. La chaîne a aujourd'hui 308 épiceries sur le continent en dehors de l'Afrique du Sud, dont 90 pour cent se trouvent dans des pays de la SADC.[41] En 2009, l'année où la zone de commerce de la SADC a pris effet, les tarifs préférentiels de la SADC ont fait économiser à Shoprite une somme estimée à 12 millions de dollars sur les livraisons de produits sud-africains aux magasins Shoprite installés dans les autres pays de la SADC.[42]

Dehors, les supermarchés !



Manifestation des membres du collectif « Auchan dégage » à Dakar, en 2018. Photo : Dave Design

Il serait dangereux de présumer que le taux de pénétration, actuellement assez peu important, des supermarchés dans les systèmes alimentaires africains signifie qu'ils n'ont pas l'intention de s'étendre sur le continent ou qu'ils vont se contenter de servir les 10 % de consommateurs africains qui peuvent se permettre d'acheter des importations de luxe dans des centres commerciaux clinquants. Certaines des plus grandes chaînes de supermarchés, et les multinationales alimentaires qui sont leurs fournisseurs, ciblent de plus en plus les populations urbaines pauvres d'Afrique dans leurs prévisions de croissance, comme on le voit clairement avec Auchan au Sénégal.

Laurent Leclerc, directeur d'Auchan Sénégal, est convaincu que les supermarchés multinationaux comme le sien vont bientôt remplacer les petits vendeurs pour fournir l'essentiel de l'alimentation en Afrique. « Le boutiquier, dit-il, aura toujours sa place pour vendre le service de dépannage pour l'ensemble des clients qui vont descendre de chez eux en disant il me manque un produit pour faire un plat du soir, ma bouteille de gaz, etc. »[\[43\]](#) Mais selon lui, les supermarchés auront bientôt la mainmise sur l'organisation de la distribution alimentaire dans tout le continent.

Il est important que les Africains réalisent que leurs systèmes alimentaires sont menacés. Quand les supermarchés se répandent dans de nouveaux pays, ils détruisent les systèmes alimentaires, en ruinant les petits marchands et les petits transformateurs alimentaires et en brisant les liens que les petits producteurs, les éleveurs et les pêcheurs ont tissés avec les marchés urbains. Ils mettent à mal les cultures alimentaires locales, encourageant les gens à préférer aux aliments traditionnels à base d'ingrédients entiers des aliments hautement transformés avec leurs calories vides. Certes ils ont de quoi attirer les clients avec des produits d'appel, mais à long terme ils sont plus chers que les marchés de plein air et les stands de rue, ce qui fait que les gens ont plus difficilement accès à une nourriture saine.

C'est ce que les promoteurs des supermarchés appellent le « développement » et la « modernisation » des systèmes alimentaires. Ils soutiennent qu'ils ne font qu'utiliser le marché libre pour aider les gens à faire face à la cherté de la vie.[\[44\]](#) Mais en réalité les gouvernements africains ont le choix. Ils peuvent laisser les grandes chaînes de supermarchés mondiales exploiter leurs avantages politiques, juridiques et économiques pour prendre la main sur les systèmes alimentaires locaux ou bien prendre des mesures simples pour protéger les systèmes alimentaires locaux et leur permettre de prospérer.

Ils pourraient commencer par établir des tarifs douaniers pour protéger les producteurs et les transformateurs locaux contre le dumping d'importations de denrées subventionnées et de piètre qualité. Prenons le cas des produits laitiers. Suite à la suppression des quotas laitiers par l'UE, et à la baisse générale de la consommation de lait en Europe, les entreprises laitières européennes déversent leur excédent de production en Afrique, principalement sous la forme de lait en poudre qui est ensuite reconstitué avec des graisses végétales.[\[45\]](#) Les exportations européennes de lait en poudre en Afrique ont triplé depuis

2009, provoquant des effets dévastateurs pour les producteurs locaux.

« Il y a un véritable dumping du lait européen sur le marché africain » dénonce Adama Diallo, le président de l'Union nationale des mini-laiteries et Producteurs de Lait local au Burkina Faso (UMPL-B). [\[46\]](#)

☒ Centre commercial à Kampala, 2018. Les supermarchés multinationaux ont tendance à ouvrir des centres commerciaux en Afrique en même temps que se développent les restaurants multinationaux de type restauration rapide comme KFC.

La situation est particulièrement désespérée pour les producteurs laitiers locaux d'Afrique de l'ouest, où les membres de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (ECOWAS) ont un accord avec l'Europe pour maintenir les tarifs relatifs aux importations de lait en poudre sous la barre des 5 %. Et la situation va encore empirer quand l'APE avec l'Europe signé par ces pays prendra effet et que les tarifs seront réduits à zéro.

Comme l'a montré l'expérience du Kenya, des tarifs forts sont nécessaires pour protéger les producteurs et les marchands africains de produits laitiers contre le dumping du lait en poudre. Avec de tels tarifs, la production locale peut se développer et fournir aux consommateurs urbains des produits sûrs, nourrissants et de bien meilleure qualité que les produits imposés à l'Afrique par les multinationales. [\[47\]](#) Le même argument s'applique à d'autres aliments, comme la viande et les céréales. Le cas de la volaille en Côte d'Ivoire offre un autre exemple du rôle décisif joué par les tarifs douaniers quand il s'agit de soutenir la production et l'approvisionnement locaux. [\[48\]](#)

Les gouvernements africains doivent aussi cesser de harceler le secteur soi-disant « informel ». Les petits marchands, qui sont surtout des femmes, ont besoin d'être respectés et soutenus pour le travail qu'ils accomplissent : ils procurent aux gens une nourriture de qualité et garantissent la subsistance des petits producteurs africains. Il est encourageant de voir que dans certaines villes, les femmes qui vendent dans la rue s'organisent pour lutter contre la répression gouvernementale. En juillet 2018, à Madina, dans la banlieue d'Accra, 2 000 femmes vendeuses ont refusé de se soumettre à un ordre d'éviction, disant qu'elles ne quitteraient pas les lieux qu'elles occupaient, tant que le conseil municipal ne leur aurait pas fourni un nouvel espace de travail plus sûr qui soit accessible à leurs clients. Après des mois de campagne, le conseil municipal a finalement accepté de leur fournir un nouvel espace avec toilettes, éclairage public, stockage, un bureau, un poste de sécurité et une crèche.

Les Africains vont devoir pousser leurs gouvernements dans cette direction. Le mouvement sénégalais Auchan dégage est une source d'inspiration. Il illustre la façon dont les petits vendeurs, les producteurs et les consommateurs urbains peuvent s'unir pour défendre les systèmes alimentaires locaux et lutter contre l'expansion des supermarchés et des multinationales de l'alimentation. Comme on le voit, ce genre de campagne implique d'engager des actions directes ciblant les supermarchés et soutenant les aliments locaux, mais aussi d'être en lien avec des mouvements plus larges contre les APE et les autres forces structurelles qui perpétuent la domination coloniale en Afrique.

Notes

[1] « Marché Gueule Tapée : « le Maire Va Passer Sur Nos Cadavres Si... », » Sen360 : 5 juillet 2018 : <https://news.sen360.sn/societe/marche-gueule-tapee-le-maire-va-passer-sur-nos-cadavres-si-1081395.html>

[2] « Contre la colonisation du marché sénégalais: «Auchan dégage» lancé par les commerçants de Castors, » Senxibaar, 26 juin 2018 : <http://www.senxibaar.com/actualite/contre-monopolisation-marche-senegalais-auchan-degage-lance-commerçants-de-castors/>

[3] Olivier Liffra, « Sénégal : Auchan accusé de nuire au petit commerce, » Jeune Afrique, 4 juillet 2018 : <http://www.jeuneafrique.com/588593/economie/senegal-auchan-accuse-de-nuire-au-petit-commerce/>

[4] « Spécial Afrique : entretien avec Gilles Blin, directeur alimentaire de Mercure International, affilié Casino et U, » Linéaires, 3 février 2016 : <http://www.lineaires.com/LA-DISTRIBUTION/Les-actus/Special-Afrique-entretien-avec-Gilles-Blin-directeur-alimentaire-de-Mercure-International-affilie-Casino-et-U-47970>

[5] Bintou Bathily, « Afrique subsaharienne : quand Auchan se mesure aux petits marchands, » Jeune Afrique, 2 juillet 2015 : <http://www.jeuneafrique.com/mag/241295/economie/afrique-subsaaharienne-quand-auchan-se-mesure-aux-petits-marchands/>

[6] AT Kearny, « Retail in Africa, Still the Next big thing, » 2015 : <https://www.atkearney.com/documents/10192/6437503/Retail+in+Africa.pdf/b038891c-0e81-4379-89bb-b69fb9077425>

[7] Hungry Cities, « The Urban Food System of Nairobi, Kenya, » Report No. 6, 2017 : <http://hungrycities.net/wp-content/uploads/2017/11/HC6.pdf>

[8] Marie-José Neveu Tafforeau, « Grande distribution : quelles opportunités pour les filières agroalimentaires locales ? Enquête en Côte d'Ivoire, » FARM, mars 2017 : http://www.fondation-farm.org/zoe/doc/notefarm10_grdedistri_mars2017.pdf

[9] Nelia Patricia Steyn, « Nutritional contribution of street foods to the diet of people in developing countries: a systematic review, » Journal of Public Health Nutrition, 17 (6): 2013: https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/2B44AB4E6EF5D992DAD8AEE39B5E5F0F/S1368980013001158a.pdf/nutritional_contribution_of_street_foods_to_the_diet_of_people_in_developing_countries_a_systematic_review.pdf

[10] https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/2B44AB4E6EF5D992DAD8AEE39B5E5F0F/S1368980013001158a.pdf/nutritional_contribution_of_street_foods_to_the_diet_of_people_in_developing_countries_a_systematic_review.pdf

[11] Hungry Cities, « The Urban Food System of Nairobi, Kenya, » Report No. 6, 2017:
<http://hungrycities.net/wp-content/uploads/2017/11/HC6.pdf>

[12] Hungry Cities, « The Urban Food System of Nairobi, Kenya, » Report No. 6, 2017:
<http://hungrycities.net/wp-content/uploads/2017/11/HC6.pdf>

[13] Alexandra Therien, “The Impact of the Rise of Supermarkets on Household Urban Food Security: A Case Study of Accra, Ghana,” Thesis presented to The University of Guelph, janvier 2017: https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/10248/Therien_Alexandra_201702_MA.pdf?sequence=1

[14] Voir African Food Security Urban Network (AFSUN): <https://www.afsun.org/>

[15] C. Skinner and G. Haysom, « The informal sector’s role in food security: A missing link in policy debates? Working Paper 44. Cape Town: PLAAS, UWC and Centre of Excellence on Food Security, 2016:
<http://www.plaas.org.za/sites/default/files/publications-pdf/WP44%20SkinnerHaysom.pdf>

[16] Marie-José Neveu Tafforeau, « Grande distribution : quelles opportunités pour les filières agroalimentaires locales ? Enquête en Côte d’Ivoire, » FARM, mars 2017 :
http://www.fondation-farm.org/zoe/doc/notefarm10_grdedistri_mars2017.pdf

[17] Voir par exemple Reena das Nair, « How SA’s big supermarket chains keep out small suppliers, » 3 février 2017 :
<https://www.fin24.com/Opinion/how-sas-big-supermarket-chains-keep-out-small-suppliers-20170203>

[18] Omer Mbadi, « Cameroun : face à Carrefour, les supermarchés fourbissent leurs armes, » Jeune Afrique, 19 juillet 2017 :
<http://www.jeuneafrique.com/mag/455320/economie/cameroun-face-a-carrefour-supermarches-fourbissent-leurs-armes/>

[19] USDA GAIN Report, « Ghana », 22 mai 2017 :
https://www.pma.com/~media/pma-files/retail-foods-report-_accra_ghana_5222017.pdf?la=en

[20] Julien Cléménçon, « Distribution : MIM, de l’ambition en rayon pour l’Afrique de l’Ouest, Jeune Afrique, 7 mars 2012 :
<http://www.jeuneafrique.com/142721/economie/distribution-mim-de-l-ambition-en-rayon-pour-l-afrique-de-l-ouest/>

[21] Marie-José Neveu Tafforeau, « Grande distribution : quelles opportunités pour les filières agroalimentaires locales ? Enquête en Côte d’Ivoire, » FARM, mars 2017:
http://www.fondation-farm.org/zoe/doc/notefarm10_grdedistri_mars2017.pdf ; « Quand Carrefour aide les filières locales, » Les Échos, 22 décembre 2015 :
https://www.lesechos.fr/21/12/2015/LesEchos/22091-067-ECH_quand-carrefour-aide-les-filieres-locales.htm#I3OycdOKloZBwI5X.99

[22] « Thierry Vetter, directeur général de Geprocor, filiale export des Mousquetaires », Les Linéaires, 5 février 2016 :
<http://www.lineaires.com/LA-DISTRIBUTION/Les-actus/Special-Afrique-Thierry-Vetter-directeur-general-d-e-Geprocor-filiale-export-des-Mousquetaires-47994>

[23] Bintou Bathily, « Afrique subsaharienne : quand Auchan se mesure aux petits marchands, » Jeune Afrique, 2 juillet 2015 :
<http://www.jeuneafrique.com/mag/241295/economie/afrique-subsaaharienne-quand-auchan-se-mesure-a-ux-petits-marchands/>

[24] « Yves Petitpas, président de U Export, en charge des magasins U dans les Dom-Tom et à l'étranger, » Les Linéaires, 4 février 2016:
<http://www.lineaires.com/LA-DISTRIBUTION/Les-actus/Special-Afrique-Yves-Petitpas-president-de-U-Expo-rt-en-charge-des-magasins-U-dans-les-Dom-Tom-et-a-l-etranger-47975>

[25] Voir par exemple PP Machado et al., « Price and convenience: The influence of supermarkets on consumption of ultra-processed foods and beverages in Brazil, » Journal of Appetite, septembre 2017 :
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28526478>

[26] Voir le rapport d'enquête du New York Times, « How Big Business Got Brazil Hooked on Junk Food, » 16 septembre 2017 : <https://www.nytimes.com/interactive/2017/09/16/health/brazil-obesity-nestle.html>

[27] Fumiaki Imamura, Renata Micha, Shahab Khatibzadeh, Saman Fahimi, Peilin Shi, John Powles, Dariush Mozaffarian, « Dietary quality among men and women in 187 countries in 1990 and 2010: a systematic assessment », Lancet Glob Health 2015;3: e132-42:
<https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S2214-109X%2814%2970381-X>

[28] Lisa-Claire Ronquest-Ross, Nick Vink, Gunnar O. Sigge, « Food consumption changes in South Africa since 1994, » S Afr J Sci. 2015;111(9/10), Art. #2014-0354:
<http://dx.doi.org/10.17159/sajs.2015/20140354>

[29] Alexandra Therien, « The Impact of the Rise of Supermarkets on Household Urban Food Security: A Case Study of Accra, Ghana », Thesis presented to the University of Guelph, janvier 2017:
https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/10248/Therien_Alexandra_201702_MA.pdf?sequence=1

[30] Kate Lyons, « Supermarkets are creating an obesity crisis in African countries, experts warn, » Guardian, 3 octobre 2017 :
https://www.theguardian.com/global-development/2017/oct/03/supermarkets-creating-obesity-crisis-afri-can-countries-experts-warn-middle-class-malnutrition?CMP=twt_gu

[31] C. Skinner and G. Haysom, « The informal sector's role in food security: A missing link in policy debates? Working Paper 44. Cape Town: PLAAS, UWC and Centre of Excellence on Food Security, 2016:
<http://www.plaas.org.za/sites/default/files/publications-pdf/WP44%20SkinnerHaysom.pdf>

[32] L'original a été légèrement modifié pour rendre la langue plus facilement compréhensible à une audience internationale.

[33] Amos Ngwomoya, « Minister Kamya wants vendors off city streets in 2 months », Daliy Monitor, 2 octobre 2016 : <http://www.monitor.co.ug/News/National/Minister-Kamya-wants-vendors-off-city-streets-months/688334-3401414-hlo74v/index.html>

[34] Nellie Peyton, « Ghana's market women score win against forced eviction », Reuters, 20 septembre 2018 : <http://www.thisisplace.org/j/?id=560a9056-ea46-4a87-b4ca-d343dd47932c>

[35] Hungry Cities, « The Urban Food System of Nairobi, Kenya », Report No. 6, 2017: <http://hungrycities.net/wp-content/uploads/2017/11/HC6.pdf>; Emmanuel Akinwotu, « From hawkers to criminals: how the Lagos ban on street selling hurts the city », Guardian 3 août 2016 : <https://www.theguardian.com/cities/2016/aug/03/hawkers-criminals-lagos-ban-street-selling>

[36] World Bank, « Investing Across Borders », 2010: <http://iab.worldbank.org/~media/FPDKM/IAB/Documents/Overview-IAB.pdf>

[37] World Bank, « Starting a Foreign Investment Across Sectors », November 2013L <http://iab.worldbank.org/~media/FPDKM/IAB/Documents/FDI-Starting-a-Foreign-Investment.pdf>

[38] « Allan Olingo, What next for troubled Uchumi and Nakumatt? », The East African, 22 septembre 2017 : <http://www.theeastafrican.co.ke/business/What-next-for-troubled-Uchumi-and-Nakumatt/2560-4107908-105g73z/index.html>

[39] FRAPP, « Transformons « Auchan dégage », « Non au APE », « France dégage » en vote contre le système et Macky (communiqué) », 12 septembre 2018 : https://www.impact.sn/Transformons-Auchan-degage-Non-au-APE-France-degage-en-vote-contre-le-systeme-et-Macky-communique_a10768.html

[40] FRAPP, « Transformons « Auchan dégage », « Non au APE », « France dégage » en vote contre le système et Macky (communiqué) », 12 septembre 2018 : https://www.impact.sn/Transformons-Auchan-degage-Non-au-APE-France-degage-en-vote-contre-le-systeme-et-Macky-communique_a10768.html

[41] Shoprite Business Overview: https://www.shopriteholdings.co.za/content/dam/MediaPortal/LatestIntegrateReport/IR2017/3_5932_Shoprite_IR_2017E_Distribution_Of_Operations_%26_The_Group.pdf . Voir aussi GRAIN, « Les habits neufs du colonialisme : les accords de partenariat économique entre l'UE et l'Afrique », 21 août 2017 : <https://www.grain.org/article/entries/5778-les-habits-neufs-du-colonialisme-les-accords-de-partenariat-economique-entre-l-ue-et-l-afrique>

[42] Nick Charalambides, « What Shoprite and Woolworths can teach us about Non-Tariff Barriers in

Southern and Eastern Africa, » South African Institute of International Affairs, octobre 2013 :
https://www.researchgate.net/publication/272151268_What_Shoprite_and_Woolworths_can_teach_us_about_Non_Tariff_Barriers_in_Southern_and_Eastern_Africa

[43]« Laurent Leclerc, Directeur d'Auchan Sénégal » On dérange les commerçants mais... »
Senpresse, 15 juillet 2018 :
<http://senpresse.com/societe/103-societe/2769-laurent-leclerc-directeur-d-auchan-senegal-on-derange-es-commerçants-mais>

[44]Kamagaté Issouf, « Lutte contre la cherté de la vie : Des supermarchés dans la mouvance, »
Fratmat, 4 novembre 2016 :
<https://www.fratmat.info/index.php/economie/item/35251-lutte-contre-la-cherte-de-la-vie-des-supermarches-dans-la-mouvance>

[45]« Cécile Barbière, « Au Sénégal, la production laitière cherche sa voie, » EURACTIV,
27 septembre 2018 : <https://www.bilaterals.org/?au-senegal-la-production-laitiere&lang=en>

[46]Cécile Barbière, « Comment l'UE exporte sa crise du lait vers l'Afrique, EURACTIV, 1er mars 2018 :
<https://www.euractiv.fr/section/agriculture-alimentation/news/comment-lue-exporte-sa-crise-du-lait-vers-lafrique/>

[47]GRAIN, « La grande arnaque du lait », 16 décembre 2011,
<https://www.grain.org/article/entries/4435-la-grande-arnaque-du-lait>

[48]Voir l'article « Poulet ivoirien : la filière se remplume, » France Info, 1er mai 2018:
https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/poulet-ivoirien-la-filiere-se-remplume_2732591.html

La source originale de cet article est [grain.org](http://www.grain.org)
Copyright © [Grain](http://www.grain.org), [grain.org](http://www.grain.org), 2018

Articles Par : [Grain](http://www.grain.org)

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexactes.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site [Mondialisation.ca](http://www.mondialisation.ca) sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de [Mondialisation.ca](http://www.mondialisation.ca) en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez : media@globalresearch.ca

[Mondialisation.ca](http://www.mondialisation.ca) contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si

vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca