

---

## **SOORETUL/FOUNTY SERVICES**

### **Contexte**

L'atteinte de l'autosuffisance alimentaire au Sénégal a toujours été une préoccupation pour les autorités. De nombreuses stratégies ont été proposées et sont basées pour la plupart sur la production agricole, la promotion de l'entrepreneuriat et de la consommation des produits locaux. Jusque-là, la prise en charge des préoccupations des acteurs pourrait contribuer les résultats des différents programmes et stratégies restent mitigés mais démontrent que le secteur est porteur de développement.

### **Problématique**

Au Sénégal, les GIEs ou structures de production et transformation des produits agricoles sont essentiellement dans les zones rurales et disposent d'une part de peu de moyens techniques et financiers pour développer leurs activités et d'autre part pour commercialiser leurs produits.

La stratégie de pénétration du marché par ces structures est en générale la participation aux foires internationales. Ce sont malheureusement les seules occasions de vente à très grande échelle. De même, il y a un manque notoire de visibilité et de présence de ces produits sur le marché local, les boutiques et les grandes surfaces où ils ne sont pas suffisamment mis en exergue.

La promotion des produits locaux transformés faisant défaut, il est évident que les consommateurs ne les adoptent pas. Le plus grand problème réside sur le fait que la plupart des producteurs vivent dans les zones rurales du Sénégal alors que la majorité des acheteurs sont dans les capitales régionales; ce qui explique les difficultés d'accès à un plus grand marché pour écouler les produits et ainsi gagner plus de revenus.

---

---

## **Solution**

L'état du Sénégal, en étroite collaboration avec les organismes internationaux et les ONG a mis en place des projets pour améliorer la production agricole, faire la promotion et la formalisation des structures de transformation. Ces projets ont aussi amélioré l'accès et la mise en marché de produits conformes aux normes notamment en matière d'autorisation FRA. Pour consolider ces acquis, un groupe de jeunes met en place une plateforme SOORETUL la première expérience de vente des produits locaux transformés fédératrice de l'ensemble des acteurs du secteur agricole et un marché virtuel des produits locaux transformés.

### **1- Présentation du projet SOORETUL**

Notre angle de réflexion de SOORETUL s'oriente vers les produits agricoles transformés qui est un secteur dominé majoritairement par les femmes. Une bonne raison à la satisfaction de la demande sociale pour l'accès à un niveau de vie meilleur.

La plateforme offre une plus grande visibilité des produits locaux, un guichet permanent pour des commandes à grande échelle et de nouveaux types de clients aux GIE de transformation des produits locaux.

### **Cibles**

Les principaux acteurs sont les producteurs et transformateurs individuelles ou regroupées dans les petites et moyennes entreprises et les groupements d'intérêts économiques. Les clients sont les ménages (consommation personnelle, cérémonies, de manière fréquente) et la diaspora.

### **Vision**

La vision du projet est de promouvoir la consommation locale et assurer la souveraineté alimentaire au Sénégal.

---

---

## **Objectifs**

L'objectif général du projet est de faciliter la promotion et la vente des produits locaux transformés tout en offrant un guichet unique fédérateur de tous les acteurs du secteur agricole.

Les objectifs spécifiques sont de:

- Valoriser et donner une visibilité aux produits transformés en assurant une grande échelle de distribution (marché national et international)
- Fédérer les acteurs intervenant dans la chaîne de la transformation des produits
- Participer à la promotion de la femme dans l'agro-business et l'entrepreneuriat

## **Impacts sociaux-économiques**

Les impacts sociaux-économiques du projet sont:

- L'autonomisation financière des femmes
- La réduction du gap numérique
- L'impulsion de l'économie numérique autour de l'agro business

## **2- PRESENTATION DE FOUNTY SERVICES, 'LES MERVEILLES DU CONSOMMER LOCAL'**

Founty Services s'active dans la transformation alimentaire de produits agricoles locaux depuis 2010. Les activités portent aussi sur la restauration et la formation d'adultes.

Founty Services commercialise ses produits sous la marque « Fatou »

### **Vision**

Lutter contre l'insécurité alimentaire en participant à la mise en œuvre d'activités tournées vers un manger local durable.

### **Mission**

Offrir des produits alimentaires sains, de qualité, disponible et accessible à tous.

---

---

## **Objectifs**

- Collaborer avec des experts dans la professionnalisation de l'entreprise et des produits ;
- Améliorer de manière continue la qualité des produits ;
- Contractualiser avec des fournisseurs pour garantir l'approvisionnement en matières premières et en intrants de qualité ;
- Rendre disponible les produits dans des espaces de vente (boutiques et e-commerce) ;
- Proposer des produits à prix compétitifs ;
- Promouvoir les recettes à base de produits du terroir.

La garantie dans la fabrication des produits Founty Services met l'accent dans le respect des 4 S !

- *Sécurité*
  - *Service de qualité*
  - *Saveur du terroir*
  - *Santé et bien-être*
-