



# Dynamiques paysannes

## LES MARCHÉS DE BÉTAIL AUTOGÉRÉS : UN EXEMPLE BÉNINOIS.

### Sommaire

Le contexte de l'élevage  
au Bénin

Les marchés à bétails  
traditionnels

Mise en place du premier  
marché à bétail autogéré  
à Gogounou

Fonctionnement du marché  
à bétail autogéré de Gogounou

Résultats directs du marché  
autogéré de Gogounou

Extension des résultats  
au-delà de Gogounou

Des limites et défis  
pour l'avenir

Des enseignements

Références

## Introduction

Nous souhaitons partager ici une innovation paysanne béninoise initiée par les éleveurs de Gogounou au nord Bénin, éleveurs aujourd'hui structurés en l'Union départementale des organisations professionnelles d'éleveurs de ruminants du Borgou et de l'Alibori (Udoper).

Cette initiative est d'abord une aventure d'Hommes, une bataille engagée par une poignée d'éleveurs convaincus que leur situation pouvait être améliorée et qui a su rencontrer, discuter et mobiliser toute une communauté pour changer significativement des manières de faire pourtant fortement ancrées localement.

Il est impossible en quelques pages de relater toute cette riche aventure de ces éleveurs béninois, aussi nous avons choisi d'en pointer un aspect particulier : **la mise en place de marchés à bétail autogérés par les acteurs directement impliqués.**

Véritables leviers au service de l'organisation professionnelle des éleveurs, du développement de l'élevage et du développement local, ces marchés autogérés illustrent en outre qu'une stratégie gagnant-gagnant entre producteurs et commerçants/intermédiaires est possible, et que pour les producteurs, « mieux vendre » ne signifie pas nécessairement « éliminer les commerçants et les intermédiaires ». Augmenter le revenu des producteurs tout en sauvegardant les intérêts d'autres acteurs clés, faciliter la rencontre entre offre et demande, rendre les transactions plus transparentes et apporter des services liés à l'élevage : autant d'activités réalisées au sein de ces marchés qui participent à améliorer l'accès au marché des produits et pourront inspirer d'autres acteurs du développement.

## Le contexte de l'élevage au Bénin

Le Bénin compte plus de 6 millions d'habitants, dont près des deux-tiers en milieu rural. C'est dans la zone nord, la plus sèche avec 900 à 1 100 mm de pluie par an, que se concentrent les deux-tiers du cheptel national (1,5 million de bovins et 2 millions d'ovins-caprins). Le Borgou et l'Alibori, départements du nord, comptent à eux seuls près de la moitié du troupeau bovin; c'est dans cette zone que sont nés les marchés à bétail autogérés.

L'élevage des gros ruminants est surtout aux mains des Peulh et des Gando, mais avec la traction animale, des agriculteurs sont aussi devenus éleveurs. S'y ajoutent des transhumants du Niger, Burkina Faso et Nigeria surtout qui sont passés côté Bénin, notamment depuis les sécheresses des années 70-80.

Le système d'élevage prédominant est semi-sédentaire, avec une petite transhumance en saison des pluies et une grande en saison sèche. Ces transhumances internes au pays jouent un rôle important et ont lieu pour des raisons agro-écologiques, économiques, culturelles et foncières. Mais, la divagation des animaux reste source de graves conflits, parfois meurtriers, entre agriculteurs et éleveurs.

Dans les grandes zones d'élevage existent des marchés locaux de collecte primaire. Ils ravitaillent en bétail les marchés secondaires, relais vers les marchés régionaux du sud Bénin (Bohicon et Cotonou) et marchés extérieurs (Lomé au Togo, Ibadan au Nigeria, Accra au Ghana). Ces derniers temps, du bétail burkinabé est aussi massivement déplacé vers le Nigeria via les marchés béninois (Parakou, Bohicon).

## Les marchés à bétails traditionnels

Traditionnellement, la vente de bétail a surtout lieu dans les campements peulh, où l'éleveur se retrouve à la merci de l'acheteur sans véritable information ou pouvoir de négociation sur le prix. Existente aussi des marchés à bétail dits « traditionnels » régents par les pouvoirs locaux et organisés par des intermédiaires – « Dilaali » en haoussa –, véritable institution fortement ancrée dans l'organisation socioéconomique locale.

Sur ces marchés traditionnels, les Dilaali sont chargés de loger éleveurs et acheteurs (bouchers, commerçants) et prennent la place de ces derniers lors de la transaction: il n'y a pas de relation directe entre l'éleveur et l'acheteur. Les Dilaali se rémunèrent sur la différence prélevée entre prix à l'achat et prix de vente. Les bouchers, auparavant plutôt d'origine étrangère Haoussa et Yoruba, sont aujourd'hui de plus en plus autochtones. Les commerçants quant à eux Haoussa, Zerma et, plus nombreux, Peulh, sont de deux types: commerçants-revendeurs sillonnant les marchés de collecte primaire et ravitaillant les marchés secondaires de regroupement; ou commerçants spécialisés achetant en gros sur les marchés secondaires et convoyant les bêtes vers les marchés de Cotonou, Lomé et Nigeria.

Dans ce système opaque, l'éleveur et l'acheteur ne connaissent pas le prix réel de marché et les conflits avec les intermédiaires sont récurrents. Au final, les éleveurs se sentent escroqués et sont peu incités à vendre leur bétail. C'est dans ce contexte qu'ils ont lancé des initiatives pour mieux vendre leurs animaux.

## Mise en place du premier marché à bétail autogéré à Gogounou

L'histoire des marchés à bétail autogérés est née à Gogounou dans les années 70, de l'auto-détermination de leaders charismatiques et

d'acteurs à la base. Elle a connu plusieurs phases, que différents appuis extérieurs sont venus renforcer.

#### ■ Un démarrage en force (1976-80)

Des éleveurs réunis autour de leaders locaux, notamment Aboubacar Tidjani Demo, se sont soulevés contre le système de commercialisation opaque tenu par les Dilaali dans le marché à bétail traditionnel : ils ont décidé d'arrêter d'envoyer tout animal au marché. Il y a eu des tensions, menaces, voire emprisonnement de certains leaders pour obliger les éleveurs à remettre leur bétail en vente. Mais ces derniers ont tenu bon et au bout de deux mois, le marché de Gogounou, à genoux, s'effondrait.

A alors commencé le processus vers une gestion plus transparente des transactions. Les intermédiaires n'ont pas été exclus du système – ceci aurait été pour eux ni économiquement ni socialement soutenable, et donc remis en cause à plus ou moins brève échéance. Ils ont tout au contraire été intégrés au cœur même du nouveau marché, avec cependant une nouvelle fonction : reconvertis en témoins (Seedèbè) entre éleveurs et acheteurs, ils étaient désormais chargés de faciliter la vente des animaux en enregistrant la transaction et collectant une taxe. Cette taxe, alors de 25 Fcfa/bête vendue, était gérée au niveau du groupement villageois (GV). Elle revenait pour un tiers aux témoins et pour deux tiers aux Vieux sages de Gogounou (personnages aussi importants dans l'ancien système).

#### ■ Organisation d'un Comité de gestion du marché pluriacteurs (1986)

L'organisation du marché a évolué progressivement vers l'installation d'un comité de gestion. Ce comité regroupait tous les acteurs concernés (éleveurs et agro-éleveurs, bouchers, commerçants, chargeurs) et assurait la gestion régulière du marché. Les taxes, portées à 100 Fcfa/bête vendue, n'étaient plus gérées au niveau du GV mais reversées sur un compte ouvert à la Caisse locale de crédit agricole mutuel.

Sur le nouveau marché caractérisé par la reconversion des Dilaali intermédiaires en témoins rémunérés, il y a désormais :

- rencontre directe entre l'offre et la demande;
- des transactions facilitées et authentifiées par le témoin;
- une meilleure information et transparence sur les prix.

Ce système satisfait les éleveurs qui voient leur revenu augmenter. Les anciens Dilaali reconvertis ne sont plus perçus comme des escrocs car désormais ils sont rémunérés par les éleveurs de manière fixe et prédéfinie pour un service effectif rendu. De même, les Vieux sages sont reconnus au travers de l'aumône qu'ils continuent de percevoir.

#### ■ Création de l'Association locale de gestion du marché (1995)

En 1995, le marché de Gogounou s'est doté d'un cadre juridique et organisationnel plus formel et reconnu en créant l'Association locale de gestion du marché à bétail (ALGMB). Munie de statuts et règlement intérieur (et sanctions associées), l'association a plusieurs objectifs :

- apporter son appui moral et matériel aux éleveurs pour la promotion de la santé animale;
- œuvrer pour réduire les intermédiaires commerciaux et faciliter les ventes entre éleveurs, acheteurs et consommateurs;
- assurer l'approvisionnement régulier du parc-marché en bêtes sur pieds;
- animer et gérer le marché;
- assurer l'éducation et la formation associative des membres;
- faciliter les pratiques d'entraide, mutualité, solidarité entre membres;
- mener toute activité légale pouvant apporter un soutien moral, social et matériel aux membres.

#### ■ Des appuis extérieurs (1990-99)

Les éleveurs de Gogounou ont pu obtenir par la suite des appuis techniques et financiers



par des structures d'État<sup>(1)</sup> ou projets<sup>(2)</sup>. Ces appuis ont permis d'améliorer le fonctionnement du marché au travers notamment de formations, visites-échanges et conseils sur la gestion financière, la tenue de documents, la santé animale de base, et la gestion et résolution de conflits. Ces appuis ont aussi permis d'équiper le marché d'un bureau, d'une pharmacie, d'un quai d'embarquement et d'un puits, et ainsi structurer l'espace du marché. Dans toutes ces actions, la participation et l'engagement financier des éleveurs eux-mêmes s'inscrivaient dans une approche de partenariat et non d'assistanat.

## Fonctionnement du marché à bétail autogéré de Gogounou

### ■ Les acteurs du marché

Le fonctionnement de l'ALGMB prend en compte en son AG les groupes d'acteurs concernés par la vente d'animaux: éleveurs, agro-éleveurs, commerçants, bouchers, et les femmes vendeuses. L'adhésion des femmes se justifie d'autant plus qu'elles élèvent des petits ruminants et transforment des produits d'élevage (lait caillé, fromage, bouillie enrichie au lait...).

### ■ La gestion du marché

C'est parce que le marché est géré directement par ces acteurs impliqués qu'il a de fait été appelé « marché autogéré ». L'ALGMB s'est dotée de nouveaux outils de gestion financière et économique du marché: comité de gestion et comité de contrôle élus qui veillent au bon fonctionnement, documents de gestion, émission des tickets.

La gestion administrative et financière du marché consiste notamment en:

- prélèvement de taxe pour toute transaction, en toute transparence, sous le contrôle des secrétaires et des témoins (1 000 Fcfa/bovin et 200 Fcfa /petit ruminant, payés à parts égales par l'éleveur et l'acheteur), et tenue des comptes;
- tenue de réunions ordinaires (bilan techni-

que et financier, programmation d'activités) et extraordinaires (pour le règlement de conflits, vol de bétail...).

Pour faciliter son travail, le comité de gestion paye différents agents<sup>(3)</sup>:

- les témoins – Dilaali reconvertis –, qui authentifient les transactions et versent les taxes perçues aux secrétaires. Ils sont payés à hauteur de 25% des taxes encaissées;
- contrôleurs, qui vérifient les tickets avant l'embarquement des bêtes (revenu: 2 000 Fcfa/ marché);
- secrétaires, qui délivrent les tickets, encaissent les taxes et les reversent au trésorier du comité de gestion du marché (revenu: 2 750 Fcfa/ marché);

- responsable du magasin d'intrants.

D'autres agents sont aussi présents sur le marché: démarcheurs de véhicule qui convoient bêtes (payés par les chauffeurs: 125 Fcfa/tête); chargeurs qui embarquent les bêtes (payés par les commerçants: 150 Fcfa/ tête); femmes restauratrices payées par leurs clients consommateurs.

### ■ Les activités de l'ALGMB

Hormis la gestion du marché hebdomadaire de Gogounou, l'association assure aussi sur fonds propres d'autres activités pour ses membres:

- renforcement de capacités: formation de membres du comité en gestion et tenue de documents; formation de jeunes en santé animale de base; alphabétisation de vendeuses;
- achat d'équipements et infrastructures pour le marché;
- approvisionnement en médicaments de base en lien avec des vétérinaires privés;
- développement de relations avec les institutions locales et structures d'appui;
- organisation de réunions de sensibilisation et d'échange.

(1) Centre d'action régional pour le développement rural.

(2) Projet de professionnalisation de l'agriculture au Bénin (coopération française); Agriculteurs français et développement international.

(3) Chiffres de 2004, marché de Gogounou

A cela s'ajoutent l'information et la sensibilisation sur ce « modèle » d'organisation envers des acteurs d'autres marchés béninois, et la coordination du réseau de marchés autogérés naissant (infra).

## Résultats directs du marché autogéré de Gogounou

### ■ Commercialisation accrue et amélioration de l'élevage

Les premiers effets directs du marché sont une amélioration des prix de vente des bêtes au bénéfice des éleveurs, des transactions facilitées et plus rapides pour les acheteurs, et une augmentation du volume des échanges: Vente de près de 5 500 bovins et plus de 3 000 petits ruminants en 2003 (plus de 6 millions Fcfa).

Ensuite, La fréquentation accrue du marché permet aussi un meilleur contrôle sanitaire des animaux et une lutte plus efficace contre les vols de bétail: lieu de rencontre et d'échange, le marché favorise l'accès des éleveurs à l'information et le renforcement de leurs organisations.

### ■ Levier de développement local et reconnaissance élargie

Grâce au marché de Gogounou, les éleveurs ont pu financer des initiatives au niveau local: participation à des œuvres sociales, création d'écoles primaires dans les campements peulhs... Il faut aussi signaler l'intégration systématique des femmes de Gogounou – Peulh et Bariba – dans le processus: formation, appui à la transformation, alphabétisation...

Au travers de ces actions, le marché a commencé à avoir un réel crédit auprès des éleveurs eux-mêmes, mais aussi auprès des collectivités et partenaires locaux, services de l'élevage et projets extérieurs.

## Extension des résultats au-delà de Gogounou

### ● Réseau de marchés autogérés

Gogounou est le premier marché autogéré mis en place mais deux autres marchés ont vite suivi: Ouessè et Paouignan. Dès 1999 ces trois marchés se sont mis en réseau – réseau RLMS<sup>(4)</sup> – pour partager leurs expériences et faire des réunions d'information et formations groupées. Le marché de Gogounou a commencé alors à recevoir de nombreuses visites de tout le pays et de l'étranger: responsables de marchés traditionnels voulant instaurer le système chez eux, projets d'élevage ou de développement local.

Lors de son AG constitutive en 2001, le réseau s'est doté de statuts, règlement intérieur et divers outils (registres d'adhésions et de procès verbaux des réunions des organes, cahier de caisse, carnet de banque). Il comptait alors 9 marchés; en 2005, il en compte 23.

### ■ Structuration de l'organisation des éleveurs: l'Udoper

A partir 2000, suite en particulier aux rencontres et restitutions élargies impulsées par l'éleveur leader Aboubacar Tidjani Demo auprès d'un nombre important d'éleveurs à l'occasion des sensibilisations sur les marchés à bétail, les éleveurs ont décidé de se structurer en groupements. À la base, des groupements professionnels des éleveurs de ruminants (GPER) réunissent les campements d'un même lieu habituel de rassemblement des bêtes pour la vaccination; ces GPER sont regroupés en unions d'arrondissements (UAGPER), regroupées elles-mêmes en unions communales (Ucoper). Les Ucoper sont réunies au sein de l'union départementale Borgou-Alibori (Udoper).

L'AG de l'Udoper qui a eu lieu en 2004 a réuni plus 3 000 éleveurs de tout le nord-Bénin, mais aussi des maires, cadres de l'administration et de projets et délégations d'organisations sœurs du Mali et Niger. Lors de

(4) Réseau Luumondji Mareefuji Sago.

l'AG de septembre 2005, toujours en présence d'une foule d'éleveurs, une dizaine de nouvelles communes a demandé à être intégrée au mouvement, et il serait question de créer une union régionale. A cette date l'Udoper comptait 6 Ucooper<sup>(5)</sup>, 39 UAGPER, 650 GPER et 227 Groupements d'éleveuses affiliés au réseau, soit, autour de 25 000 éleveurs.

Les liens entre l'Udoper et le réseau de MBA sont aussi forts du fait que les MAB peuvent contribuer au financement d'activités de l'Udoper; en retour l'Udoper favorise la vente des animaux en bonne santé et l'augmentation des effectifs de bétail sur les marchés. Udoper et réseau MBA recherchent en commun des partenaires.

#### ■ Concertation avec les mairies

La période récente est marquée au Bénin par le désengagement de l'État et le renforcement des collectivités décentralisées. Si dans ce cadre la loi confère aux autorités locales la gestion des infrastructures marchandes, l'exercice de cette prérogative a fait naître des tensions entre certaines mairies et organes de gestion des marchés.

Dans certains cas, comme à Gogounou, le montant des taxes et les activités du marché ont été discutés en concertation avec la mairie: l'ALGMB a ainsi fait passer la taxe à 1 500 Fcfa/ bovin, 500 F étant reversés à la mairie, et la gestion du MBA est concertée. Mais dans d'autres communes, la mairie a imposé unilatéralement le montant de la taxe et/ou pris totalement en main l'organisation du marché... et les éleveurs ont réagi en boycottant les marchés.

L'Udoper a alors organisé un atelier sur la gestion concertée des marchés à bétail avec l'ensemble des acteurs et la présence de représentants de 17 mairies. Au cours de cette rencontre, la possibilité pour les mairies de déléguer la gestion des marchés à bétail a été expliquée. Cette formule a rencontré l'assentiment de nombreuses mairies, non seulement celles qui bénéficiaient d'un marché autogéré, mais également celles ayant un marché traditionnel.

## Des limites et défis pour l'avenir

Bien sûr, les marchés à bétail autogérés ne résolvent pas tous les problèmes, et des difficultés ou défis demeurent.

Avec l'extension du mouvement, les éleveurs ont à faire face aux ressources limitées pour réaliser tous les objectifs (infrastructures par exemple) et avoir des comités de gestion et de contrôle de marchés compétents. Le nombre de communes et mairies voulant participer aux marchés autogérés augmente rapidement et des demandes d'appui et de collaboration des mairies et organisations d'éleveurs affluent à l'Udoper qui devra trouver comment répondre à toutes ces sollicitations.

Au niveau local, le dialogue engagé à l'initiative de l'Udoper suite aux tensions entre certaines mairies et organes de gestion des marchés devra se poursuivre pour déboucher sur des solutions.

Au niveau national, avec la pression foncière, la transhumance devient de plus en plus difficile et les conflits entre éleveurs et agriculteurs demeurent très présents.

Enfin, au niveau sous-régional la libre circulation des animaux et des éleveurs transhumants pose aussi problème dans le cadre régional de la Cedeao<sup>(6)</sup>.

## Des enseignements

#### ■ Des principes qui payent

Selon ses leaders mêmes, la réussite de l'organisation de l'Udoper et des marchés à bétail autogérés relève de principes forts et constats:

- la nécessaire gestion démocratique et transparente des ressources et des marchés;
- la solidarité de l'organisation – et son appui-accompagnement – de la base au sommet;

(5) Gogounou, Kalalé, Nikki, Banikoara, Sinendé et Bembéréké.

(6) Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest.



- l'indispensable implication et respect -de toutes les parties prenantes;
- l'implication des services gouvernementaux, autorités communales, ONG et entreprises privées avec un esprit de partenariat.

Si cette expérience se poursuit dans la durée (rappelons qu'elle a commencé dans les années 70), c'est aussi parce qu'elle se fonde sur une volonté d'apprentissage, d'organisation et de formation de nouveaux leaders parmi les éleveurs.

#### ■ Des actions diversifiées pour améliorer l'accès au marché

Faciliter la rencontre entre l'offre et la demande, rendre les transactions plus transparentes et apporter des services dans le cadre de marchés: autant d'activités réalisées au sein des marchés autogérés qui améliorent l'écoulement des produits et la rémunération des producteurs, augmentent le volume physique et financier des activités commerciales, et participent au développement local.

#### ■ Le gagnant-gagnant, c'est possible

En mot de fin, le maître mot de cette réussite: permettre une amélioration du revenu des éleveurs tout en sauvegardant les intérêts d'autres acteurs de la filière.

La stratégie des éleveurs a eu le mérite d'impliquer toutes les parties prenantes dans son fonctionnement, c'est ce qui a fait son succès relativement rapide, pour changer des modes de faire socialement et économiquement très ancrés, et a priori pouvant difficilement être remis en question.

## Références

- Power-point présenté par Djegga Demmon, vice-président Udoper, à: « Consultation d'experts sur les systèmes d'information de marché et les bourses d'échanges agricoles: renforcer les signaux et les institutions de marché », organisé à Amsterdam, Pays-Bas par le CTA, novembre 2005.
- Power-point présenté par Aboubacar Tidjani, Président de l'Udoper, à « Capitalisation sur l'appui aux Organisations de producteurs par la coopération française », organisé à Ouagadougou, Burina Faso par le CTA, MAE, Inter-réseaux, juin 2004.
- Des marchés à bétail autogérés au nord du Bénin: articulation avec le développement local / Paul Onibon – Ouagadougou: MAE, CTA, Inter-réseaux, 2004.- 49 p.

## RÉFÉRENCES

### Relais d'information

■ Toujours très documenté et d'actualité, le site de Sedelan [www.abcburkina.net](http://www.abcburkina.net) offre une mine d'informations. Notamment le dossier constitué sur le lait en Afrique s'enrichit régulièrement de nouvelles contributions.

■ L'ACDIC, Association citoyenne camerounaise de défense des intérêts collectifs a lancé ce 22 juin sa nouvelle campagne pour la souveraineté alimentaire: « Aidons-les à nourrir ». Mettant l'ac-

cent, au départ d'analyses de filières et de gestion ministérielle de dossiers, sur la nécessité de soutenir les paysans dans leur fonction alimentaire, l'ACDIC souhaite changer les comportements au Cameroun et introduire le concept de « souveraineté alimentaire » dans les négociations internationales. [www.acdic.net](http://www.acdic.net) cette campagne est également relayée en Europe par SOS Faim: [www.sosfaim.org](http://www.sosfaim.org)



**SOS Faim et les organisations paysannes**

Depuis 1964, SOS Faim Belgique et depuis 1993 SOS Faim Luxembourg soutiennent des organisations paysannes et de producteurs agricoles dans une quinzaine de pays d'Afrique et d'Amérique latine.

Leurs actions sont construites autour de trois axes de travail: l'appui au développement institutionnel et organisationnel, le soutien aux activités économiques et la défense des intérêts des producteurs au niveau belge, luxembourgeois et européen.

Dans ce cadre, SOS Faim Belgique et Luxembourg ont créé « Dynamiques Paysannes », un bulletin trimestriel diffusé en français, espagnol et anglais.

Les objectifs de Dynamiques Paysannes sont de:

- faire connaître le plus largement possible les organisations paysannes et de producteurs: quels sont leurs actions et leurs expériences? Quels sont les problèmes qu'elles rencontrent et les solutions qu'elles y apportent? Quelles sont leurs positions et leurs propositions sur des matières qui les concernent?
- créer un espace de débats, d'échange d'expériences et de réflexions sur des thèmes relatifs au développement des organisations paysannes, de l'agriculture et du monde rural;
- informer sur les politiques qui influencent les actions des organisations paysannes du Sud.

**Vous souhaitez réagir par rapport à la thématique abordée dans ce numéro de Dynamiques Paysannes? Vous voulez donner votre avis, apporter un complément d'information, etc?**

**Contactez-nous: [info@sosfaim.be](mailto:info@sosfaim.be)**

Ce bulletin a été écrit à partir en particulier de documents écrits ou présentés par des représentants de l'Udoper (Aboubacar Tidjani Demo – Président – et Djegga Demmon) dans le cadre de travaux conjoints du Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA), du ministère des affaires étrangères français (MAE) et d'Inter-réseaux. Ces documents ont été synthétisés ici par l'Inter-réseaux Développement rural (Anne Lothoré et Patrick Delmas: [inter-reseaux@inter-reseaux.org](mailto:inter-reseaux@inter-reseaux.org)).

---

## Contacts

SOS Faim – Action pour le développement  
Rue aux Laines, 4 – B 1000 Bruxelles – Belgique  
Tél: 32-(0)2-511.22.38 – Fax: 32-(0)2-514.47.77  
E-mail: [info@sosfaim.be](mailto:info@sosfaim.be) – Site internet: [www.sosfaim.be](http://www.sosfaim.be)

SOS Faim – Action pour le développement  
Résidence "Um Deich" bloc C, 9 rue du Canal  
L - 4050 Esch-sur-Alzette – Grand Duché du Luxembourg  
Tél: 352-49.09.96 – Fax: 352-49.09.96.28  
E-mail: [info@sosfaim.org](mailto:info@sosfaim.org) – Site internet: [www.sosfaim.org](http://www.sosfaim.org)

«Dynamiques Paysannes» est réalisé avec le soutien de la Direction Générale de la Coopération au Développement, du ministère des Affaires étrangères belge et du ministère des Affaires étrangères luxembourgeois.

---

