



Lait pastoral au Nord du Sénégal : valeur marchande, sociale, symbolique

Sergio Magnani¹

¹*CIRAD, France*

semagnani@gmail.com

Au Sénégal, le secteur laitier est caractérisé par, d'un côté, une stratégie consolidée d'importation de poudre de lait, de l'autre, des injonctions diverses au développement de la production locale.

Dans ce contexte, une laiterie industrielle s'est installée depuis 2006 à Richard Toll, dans la Vallée du fleuve Sénégal. Porteuse d'un projet de « social business », cette laiterie collecte du lait auprès d'environ 600 pasteurs.

Les spécificités territoriales et productives sont mises en avant par la laiterie pour justifier son projet de développement local et pour différencier ses produits sur le marché.

Le poster¹ se propose d'illustrer les défis que les spécificités territoriales (variabilité climatique, modèles d'usage de l'espace), productives (mobilité, intégration au marché du bétail) et sociales (gestion sociale, valeurs attribuées du lait) posent à une logique de développement industriel. Ces spécificités représentent des

¹ Un travail de thèse en Socio-anthropologie du développement est en cours (troisième année, CIRAD, EHESS) sous la direction de Bernard Hubert (INRA/EHESS) et Véronique Ancey (CIRAD) : *Le lait local au Sénégal : Intensifier pour développer ? Dynamiques sociales, itinéraires techniques et rationalités des éleveurs dans le rapport au changement.*

contraintes fortes à la standardisation et à la stabilisation de la production. L'analyse de six études de cas, mettant en évidence le caractère opportuniste des stratégies d'adhésion de certains pasteurs, montre que différentes idées de territoire et de ressources se confrontent dans la relation entre laiterie et éleveurs.

La saisonnalité de la production et de la vente demeure un choix contraint mais délibéré. L'usage d'intrants, la stabilisation de quelques laitières et la vente de lait en saison sèche dépendent plus d'autres impératifs (conservation du cheptel, gestion de la mobilité, construction d'une image de « fidélité ») que du gain monétaire.

Concevoir le lait exclusivement comme objet marchand ne traduit pas la diversité des valeurs qu'y attachent les pasteurs et ne permet pas de tenir compte du système d'opportunités et contraintes dans lequel ils s'inscrivent. Si les impératifs de la production industrielle s'accommodent difficilement aux écarts des logiques en jeu, les stratégies opportunistes représentent un moyen de négocier des compromis et de construire des objectifs communs.