

6ème Université Rurale de l'Océan Indien

Itinéraire 2 -

La Maison du coco, Saint-Leu - **Didier et Mireille Solesse** -

Relance de la production de cacao avec l'association Cacao Péi - **Simon Vienne**

Ter à Terres
Atelier : Comment inscrire durablement les nouvelles productions agricoles dans une véritable filière de production agro-touristique : l'exemple du coco et du cacao.

Emmanuel Plinguier, Ville de Saint-Joseph

Etape 1 : Identification des produits identitaires communs à l'échelle de l'Océan Indien

A l'échelle de l'Océan Indien, il existe un certain nombre de produits identitaires communs :

Exemple par îles :

- Pour Rodrigues : Limon, Miel, haricots rouges , etc.
- Pour Mayotte : Banane, manioc, Fruit à Pain, etc.
- Pour la Réunion : géranium , café , curcuma et rose Bourbon, etc.

Cette liste est non exhaustive. Parmi ces produits, certains pourraient faire l'objet d'une filière de production. L'atelier a retenu le coco comme produit commun aux 3 îles.

Une définition de filière a été donnée : succession d'actions menées par des acteurs locaux pour produire et transformer un produit, pour le consommer par la suite. Pour permettre le développement de cette filière, des étapes préalables ont été identifiées.

Etape 2 : Définition des étapes préalables pour mettre en place ce type de filière

1. Une phase de Diagnostic comprenant :

- une analyse de la production existante, nombre de producteurs, de variétés, surface utile etc....
- une identification des acteurs, des organisations qui viendraient apporter leurs aides au développement de la filière (Chambre d'Agriculture, l'Union Européenne, CRITT, Département, Lycée agricole), mais aussi, rechercher des expériences extérieures à chaque île pour faire profiter à chacun.
- une identification des contraintes et difficultés de l'organisation de cette filière. Par exemple, la plus grande cocoteraie de Madagascar ou la matière première n'est pas optimisée dans toute son utilisation.

2. Réalisation d'une étude d'opportunité et de faisabilité .

Cette étude devra prendre en compte tous les aspects à savoir environnementaux, socialux et économiques, etc.

3. Mise en place d'un marketing territorial autour du produit

Étape 3 : Échanges, résolutions et propositions d'actions

L'UROI permanent pourrait être :

- une plateforme d'échanges 2.0 entre tous les partenaires :

- un moyen de mettre en place des actions de communication et de sensibilisation sur la production et les atouts du produit afin de fédérer autour de ce projet.

- un moyen de structuration des moyens humains et matériels par la mise en place de formations ainsi qu'un partenariat pour la gestion du matériel (outils et machines de transformation, etc.)

- un moyen facilitateur pour favoriser les projets de commerce équitable

- **Il est proposé de décentraliser l'UROI à Mayotte pour 2018.**