

LE MARKETING DES PRODUITS LOCAUX ET ETHIQUES – REGARDS CROISÉS ENTRE L'AFRIQUE DE L'OUEST ET LA SUISSE

LUNDI 5 OCTOBRE 2026 - 18H30 - 20H15

UNIL - ANTHROPOLE - AUDITOIRE 2064

SUIVI D'UNE VERRÉE

AVEC LA PARTICIPATION DE :

Tata Ametoenyenu, fondateur et directeur exécutif de **OADEL**, organisation togolaise leader en Afrique francophone sur la promotion de la consommation locale, qui a lancé une entreprise sociale de distribution et commercialisation des produits locaux.

Berthe Darras, gestionnaire de la coopérative **Faireswiss-le lait équitable**, UNITERRE

Jean-Marie Koagla, coordinateur national de **Slow Food (Burkina Faso)** et **d'ABSDD**, qui valorise des produits sentinelles de la biodiversité et du patrimoine gastronomique menacés

Dr. Samad Laaroussi, chargé de cours à HEC Lausanne

Bertrand Rajon, co-président de **l'OVSM**. Ancien responsable marketing puis division alimentation chez Nestlé

Yousseuf Traoré, coordinateur national de la **COFERSA**, une faitière malienne qui distribue les produits de plus de 50 coopératives féminines de production et transformation



Les consommateurs et consommatrices d'Afrique de l'Ouest recherchent des produits locaux, sains et agroécologiques. Pourtant, malgré une demande réelle, ces produits peinent à concurrencer les importations, mieux positionnées grâce à leur marketing, leur distribution et leur visibilité.

En Suisse, des initiatives comme « Faireswiss - Lait équitable », qui garantit un prix couvrant les coûts de production, rencontrent des défis similaires pour accéder au marché.

À travers leurs expériences, les organisations représentées partageront les stratégies qu'elles développent pour renforcer la place des produits locaux au bénéfice des consommateurs, des producteurs et d'une agriculture durable.

Cette table ronde sera suivie d'une verrée et d'un moment de réseautage.

Cette table ronde est un événement du cours, « Intervention dans une ONG » de HEC Lausanne (S. Laaroussi), ouvert à toutes et tous.



Plus d'informations ici

