

BID rejoint BRANA et USAID pour booster le sorgho

Outre la Brasserie nationale d'Haïti S.A. (BRANA) et l'Agence américaine pour le développement international (USAID), le programme SMASH (Alliance des petits exploitants de sorgho en Haïti) peut aussi compter sur la Banque interaméricaine de développement qui lui apporte son support. En ce sens, une cérémonie s'est déroulée ce vendredi 8 janvier dans les locaux de l'Etoile du Nord, Carrefour Vincent (Drouillard) pour marquer la coopération avec la BID.

De g.à d. au premier plan: José Matthijsse, Peter F. Mulrean et Gilles Damais

Avec ce nouveau partenaire dans les rangs, le programme SMASH, lancé en 2013 par la BRANA, pourrait s'étendre sur d'autres régions du pays et toucher un plus grand nombre d'agriculteurs cultivant le sorgho. La BID se joint au SMASH et apporte une enveloppe de 2,4 millions de dollars américains. Ce montant s'ajoute au 3,4 et 1,7 millions de dollars apportés respectivement par la BRANA et l'USAID. A travers ce programme, la BRANA veut renforcer la chaîne de valeurs du sorgho dans le pays en vue d'un approvisionnement local dans le cadre de la fabrication de sa boisson Malta H.

« La subvention accordée par le groupe BID va permettre d'accroître le nombre de producteurs participant à ce programme. Ils vont bénéficier de l'appui technique des agronomes du programme afin d'augmenter la production locale », a indiqué Gilles Damais, chef des opérations de la BID en Haïti. Il a affirmé que le programme est très intéressant puisqu'il prend en compte la filière sorgho, une culture négligée par les agronomes en Haïti. M. Damais a présenté le sorgho comme une culture très drastique permettant aux producteurs dans des conditions d'accès difficile aux marchés de diversifier les débouchés. Il a souligné que cette culture peut servir à l'alimentation animale, à l'alimentation humaine, à la production d'alcool et la production des matières premières pour les grandes industries.

Pour sa part, la directrice de la BRANA, José Matthijsse, a fait savoir que lorsque BRANA est devenue une partie de la compagnie Heineken en 2012, les objectifs les plus ambitieux visés consistaient à s'approvisionner sur le marché local pour obtenir les matières premières. C'est dans cette perspective, dit-elle, que le programme SMASH a été lancé. « L'Etoile du Nord est un témoignage de la réussite du programme SMASH. La chaîne d'approvisionnement croît et offre des opportunités à d'autres entreprises à croître et à prospérer », a-t-elle déclaré, précisant que le nouveau partenaire -la BID- va aider à renforcer la chaîne de valeurs du sorgho et toucher environ 18 000 petits agriculteurs à travers des séances de formation.

« SMASH est un programme haïtien pour les Haïtiens, facilité par la coopération internationale. Des agriculteurs haïtiens produisant le sorgho le vendent sur le marché local à des Haïtiens qui en font la Malta H, un produit acheté et consommé par des Haïtiens. SMASH aide les agriculteurs haïtiens à produire un meilleur sorgho et en plus grande quantité pour éviter que la BRANA importe ce produit », a soutenu Peter F. Murlrean, l'ambassadeur des États-Unis en Haïti, soulignant que les agriculteurs du sorgho pourraient maintenant envoyer leurs enfants à l'école sans grandes difficultés et se procurer de nouveaux équipements.

Plusieurs agriculteurs provenant des régions Sud, Ouest et Nord-Est ont fait un témoignage favorable au programme SMASH. « Autrefois, il nous a fallu cinq mois pour produire le sorgho. Maintenant, avec les nouvelles techniques et méthodes acquises grâce aux agronomes de SMASH, nous produisons un bien meilleur et plus de sorgho en seulement trois mois et demi », a témoigné un des agriculteurs.

Outre la BRANA, les cantines scolaires financées par les organisations non gouvernementales et le réseau Epi d'Or utilisent aussi le sorgho produit en Haïti. Actuellement, plus de 3 000 agriculteurs engagés dans le SMASH sont en mesure d'écouler sur le marché local un sorgho de qualité.

Gérard Junior Jeanty

(Le Nouvelliste/ le 8 janvier 2016)