

L'Agroécologie en Action

AFSA
ALLIANCE FOR FOOD SOVEREIGNTY IN AFRICA

Histoires du continent

Vol.1 Issue No.00813-20 SEPTEMBRE 2025NUMÉRO GRATUIT

HISTOIRES À VENIR



Renforcer la formation en agroécologie des communautés agricoles: à travers l'histoire de réussite du RUCID.

DE LA PART DE LA RÉDACTION

À Wa, au Ghana, une belle leçon nous est donnée : le changement ne se construit pas uniquement dans les bureaux gouvernementaux ni dans les grandes conférences internationales. Il prend aussi racine dans les cours d'école et jusque dans les cantines. Grâce à la campagne *Je mange africain*, les élèves du Wa Municipal Model Junior High School deviennent de véritables ambassadeurs des aliments locaux, renversant les normes de ce qui est perçu comme être à la mode, savoureux et digne d'être valorisé. Ce témoignage illustre la force d'un triple engagement: l'enthousiasme de la jeunesse, la fierté culturelle et l'autonomisation économique. Il démontre que l'alimentation va bien au-delà de la simple subsistance et source de nutrition: elle incarne une identité, une mémoire et un mouvement collectif, moteur de changement. Lorsque le Koose prend la place des nouilles et que la tradition remplace la honte par la fierté, c'est bien plus qu'un menu qui change, c'est tout un système de valeurs qui se régénère. Faisant partie de la série de récits de la campagne *Je mange africain* de l'AFSA, cet article met en lumière l'énergie des jeunes, la résilience des petits commerçants et la puissance durable des systèmes alimentaires africains, capables de nourrir à la fois le corps et l'esprit.

Envoyez vos commentaires à: abbot.ntwali@afsafrica.org

Cordialement,

Abbot

Comment les élèves contribuent à la renaissance des aliments traditionnels à Wa, au Ghana

Par Daniel Banuoku and Abbot Ntwali

À cœur de la région Upper West du Ghana, les fourneaux de Wa Municipal Model Junior High School crépitent plus que jamais. Mais ce n'est pas seulement l'odeur appétissante du Koose, les beignets épicés de pois à œil noir, qui flotte dans l'air : c'est aussi le bruit indéniable du changement.

Chaque matin, les élèves sont attirés par un étal coloré de plats traditionnels: Koose, wakye, tubani ou encore igname bouillie accompagnée de sauce palava. Résultat : les vendeurs de produits locaux enregistrent une hausse spectaculaire de leur popularité... et de leurs revenus.

Cet essor commercial est le résultat d'un mouvement croissant, porté par le Centre for Indigenous Knowledge and Organisational Development (CIKOD), grâce à la campagne "Je mange africain", une initiative panafricaine qui promeut l'agroécologie, la souveraineté alimentaire et la cuisine traditionnelle africaine.

Et les élèves? Ils ne sont pas seulement des consommateurs. Ils sont les véritables catalyseurs du changement.

OCTOBRE 2024 : LE TOURNANT

En octobre 2024, les vendeurs d'aliments à l'école ont commencé à remarquer une tendance inhabituelle: les élèves demandaient davantage de plats traditionnels. Le Koose, autrefois relégué au second plan, est devenu un aliment incontournable quotidien. Les plats jadis boudés se vendaient désormais avant même la pause de la matinée.

Pour certains vendeurs, c'était la première fois depuis des années qu'ils se sentaient capables de préparer des plats traditionnels en grande quantité. "Avant la campagne, je ne faisais que quelques koose chaque matin, peut-être 10 ou 15", raconte un vendeur lors d'une rencontre communautaire sur les résultats obtenus. "Aujourd'hui, j'en fais jusqu'à 50, et ils sont vendus en quelques minutes."

Cette évolution est le fruit d'activités menées par le CIKOD à l'école, dans le cadre de la campagne panafricaine "Je mange africain", où les élèves ont participé à des ateliers



et à des événements publics de grande envergure sur les bienfaits culturels et nutritionnels de leur patrimoine culinaire. Ils ont assisté à des démonstrations culinaires, à des dégustations et échanges avec des aînés exposant sur des origines et des rituels liés aux plats traditionnels. Il en a résulté un changement de perception et de goût.

L'ÉCONOMIE DE LA FIERTÉ CULTURELLE

La nourriture, au fond, est bien plus qu'un simple moyen de subsistance : c'est une identité, un héritage et une économie. L'histoire qui se déroule à Wa montre ce qui se passe lorsque ces trois dimensions se rejoignent autour d'un même objectif.

Grâce à la demande croissante des élèves pour des repas locaux, la campagne "Je mange africain" a ravivé l'intérêt pour les aliments traditionnels tout en donnant un nouvel élan aux micro-entreprises locales. Les vendeurs, dont beaucoup sont des femmes

qui dépendent de leurs ventes quotidiennes pour subvenir aux besoins de leurs familles, gagnent désormais un revenu plus stable. Ils ont également acquis une nouvelle confiance en proposant des plats qui reflètent leur propre identité et héritage culturel.

"Il s'agit là d'une autonomisation au sens le plus pratique du terme", explique le directeur général adjoint de CIKOD. "Lorsque les vendeurs voient les élèves enthousiastes pour les plats de leur enfance, cela valide leurs connaissances et leurs compétences. Cela valorise leurs savoir-faire et compétences. Cela transforme la cuisine quotidienne en une source de dignité et de revenus."

Une vendeuse particulièrement enthousiaste, tante Mariam, a témoigné comment son menu a évolué: "Avant, je cuisinais davantage de spaghettis et de riz frit. C'est ce que les enfants demandaient. Mais maintenant, ils demandent du "fufu", des boulettes de riz avec une soupe aux arachides,

des bananes plantains bouillies et du kontomire. J'ai dû appeler ma mère pour qu'elle me rappelle comment préparer certains de ces plats !"

Pour CIKOD, ce résultat représente une victoire stratégique. En mettant l'accent sur l'éducation et en impliquant l'ensemble de l'écosystème scolaire, y compris les vendeurs et les parents, l'organisation a fait en sorte que l'impact de la campagne dépasse le cadre de la salle de classe.

UN CHANGEMENT DE GOÛT IMPULSÉ PAR LES ÉLÈVES

Au cœur de cette transformation se trouve un groupe essentiel mais souvent négligé : les élèves eux-mêmes. Les adolescents ne sont pas seulement des consommateurs, ils sont aussi des précurseurs. Leurs choix façonnent les cantines scolaires, influencent les repas familiaux et les dynamiques du marché.

Avant la campagne, de nombreux élèves considéraient les aliments locaux comme "démodés" ou « peu attirants ». Les snacks transformés, rapides et emballés dominaient la cour de récréation. Mais grâce à des activités menées par leurs pairs, telles que des clubs culinaires, des échanges de recettes et des concours de cuisine, les élèves ont commencé à redécouvrir leurs plats traditionnels sous un nouveau jour.

"Avant, j'avais honte d'apporter du Koose à l'école", avoue Adisa, 14 ans. "Mais après notre journée consacrée aux aliments locaux, tout le monde voulait goûter les miens."

À mesure que de plus en plus d'élèves ont adopté les plats traditionnels, la pression des pairs s'est inversée. Du jour au lendemain, manger du gari foto ou du tubani n'était plus signe de retard, mais un acte de fierté. Cela devenait un badge d'honneur d'apporter un repas préparé par sa grand-mère ou d'expliquer l'histoire de son plat préféré.

Ce mouvement porté par les élèves a aussi éveillé un intérêt nouveau pour la nutrition et la durabilité. Plusieurs enseignants de sciences de l'école intègrent désormais des thèmes liés à l'alimentation autochtone dans leurs cours, en établissant un lien entre les régimes alimentaires



traditionnels et des sujets tels que la biodiversité, la digestion et la résilience climatique.

**UN REPAS
AUX IMPACTS
CULTURELS ET
SANITAIRES**

Cette hausse apparemment simple de la demande pour le koose et d’autres aliments locaux est en réalité le signe d’un phénomène beaucoup plus large: un véritable réveil collectif.

Le Ghana, tout comme de nombreux pays africains, a connu un afflux d’aliments ultra-transformés commercialisés comme modernes, pratiques et “à la mode “. Mais les conséquences sur la santé sont préoccupantes: augmentation des taux d’obésité, de diabète et de malnutrition, en particulier chez les jeunes.

En reconnectant les élèves à leur patrimoine alimentaire autochtone, la campagne “Je mange africain” rétablit également des habitudes alimentaires plus saines. Le koose, à base de légumineuses, est riche en protéines et en fibres. Des plats tels que le wakye et l’apaprans contiennent des glucides complexes, des protéines végétales et des micronutriments essentiels.

Ce retour aux mets indigènes réduit également la dépendance aux produits alimentaires importés, qui dominent l’alimentation urbaine malgré leur faible valeur nutritive et leur



empreinte écologique plus lourde.

“Chaque Koose consommé par un enfant, c’est un paquet de nouilles en moins”, a déclaré un enseignant avec un sourire. “Et cela finit par compter.”

**VERS UNE MISE À
L’ÉCHELLE**

Le succès rencontré à la Wa Municipal Model Junior High School inspire déjà d’autres établissements. Des écoles voisines ont invité le CIKOD à organiser des ateliers similaires. Les vendeurs, de leur côté, demandent désormais des formations pour diversifier leurs menus traditionnels et adapter les recettes aux goûts modernes.

Le CIKOD répond à cet engouement en élaborant un “Guide des repas indigènes à l’intention des vendeurs”, un livret pratique rempli de recettes, de conseils nutritionnels et de suggestions de récits pour aider les vendeurs de produits alimentaires à mieux commercialiser et à mieux faire connaître leurs plats traditionnels. Il est également prévu d’organiser une “Semaine des aliments locaux” annuelle, au cours de laquelle toutes les écoles de la municipalité célébreront leur patrimoine culinaire à travers des foires gastronomiques, des récits partagés et des compétitions interscolaires.

À plus long terme, le CIKOD espère influencer la politique éducative municipale afin d’intégrer la

promotion de l’alimentation autochtone dans les programmes scolaires standard. Cette dynamique est en grande partie due à la mobilisation des élèves et au dévouement des vendeurs de produits alimentaires qui ont su répondre à une nouvelle demande.

**UNE RECETTE POUR
LE CHANGEMENT**

L’histoire de l’augmentation des ventes de koose dans un collège de Wa peut sembler modeste dans le contexte plus large de la transformation des systèmes alimentaires. Mais elle illustre comment ces changements locaux, concrets et tangibles posent les bases d’une transformation plus profonde et durable.

À travers la campagne MyFood is African, le CIKOD a démontré que lorsque la sensibilisation rencontre la vie quotidienne dans la cour de l’école, à la cantine ou à la maison le changement devient non seulement possible, mais aussi durable.

Aujourd’hui, les vendeurs de nourriture servent désormais avec fierté des plats autrefois méprisés. Les élèves portant leurs repas emballés dans des feuilles de bananier ou dans des bols traditionnels. Et toute la communauté scolaire se souvient, célèbre et revendique ses racines, un Koose à la fois.