

LA VOIX DES COLLINES

TRIMESTRIEL D'INFORMATION, DE FORMATION ET D'ACTION
DU MONDE RURAL

N°8

juillet – août – septembre 2013



La commercialisation des produits agricoles au Burundi



Appui au Développement Intégral et à la Solidarité sur les Collines

ADISCO, 25, rue du Bututsi, Rohero II BP2695 Bujumbura
Tél: 00 257 22 25 75 20 / 00 257 22 25 93 38
adisco@cbinf.com - info@adisco.org - www.adisco.org



SOMMAIRE

Editorial	<i>Deogratias NIYONKURU</i>p. 3
Lutter contre les ravageurs du maïs : cas des pyrales ou mineurs des tiges	<i>Libère BUKOBERO</i>p. 4
La commercialisation des produits agricoles au Burundi	<i>Libère BUKOBERO et Estelle DENIEL</i>p.5
La vente groupée d'oignons : la coopérative de TURYOHORISI de Kabarore	<i>Libère BUKOBERO</i> p. 15
PNSEB : les paysans s'expriment sur les premières phases	<i>Jonas Eric UWIZERA</i> p. 16
Le séchage et la conservation des fruits et légumes	<i>Pierre Claver NDAYISHIMIYE</i>p. 18
Les cultures maraichères : source de revenu pour les paysans et complément indispensable pour une alimentation équilibrée	<i>Jonas Eric UWIZERA</i> p. 21
La coopérative TUBAMURIKIRE de Ngozi en marche	<i>Gabriel KANA</i>p. 24
IGG TURWANYUBUKENE de Ciya, commune et province Bubanza	<i>Vital NIGARURA</i> p. 25
Les unions des mutuelles de santé des caféiculteurs dans le suivi de la qualité des soins	<i>Espérance KANEZA</i> p. 26
L'amélioration du cadre légal régissant les coopératives au Burundi : les parties prenantes en discutent	<i>Léon NDIKUNKIKO</i>p. 28
Pleurotes à la tomate, les délices de la cuisine	<i>Libère BUKOBERO</i> p. 30

Directeur de publication :
Deogratias NIYONKURU

Directeur adjoint :
Léon NDIKUNKIKO

Rédacteur en Chef :
Jonas Eric UWIZERA

Comité de rédaction :
Deogratias NIYONKURU, Léon NDIKUNKIKO, Jonas Eric UWIZERA, Donatien MBONABUCA, Emmanuel NINTUNZE, Espérance KANEZA, Estelle DENIEL.

Editeur :
ADISCO, 25, rue du
Bututsi,
ROHERO II, BP 2695
Bujumbura,
Tél : 00257 22 25 75 20
00257 22 25 93 38
adisco@cbinf.org –
info@adisco.org
www.adisco.org

Retrouvez ce journal :
Au siège d'ADISCO à
Bujumbura ; aux bureaux
des fédérations des
caféiculteurs à Bujumbura,
Gitega, Ngozi, Kayanza,
Kirundo ; dans les unions
des mutuelles de santé des
caféiculteurs du Burundi
ainsi que les coopératives
accompagnées par
ADISCO

Editorial

Le Burundi vient de battre un triste record en devenant le pays le plus pauvre de la planète (avec l'indicateur de développement humain le plus faible). De fait, la vie chère est devenue aujourd'hui la préoccupation principale des populations burundaises. Le nombre et surtout la qualité des repas a diminué et la malnutrition, d'après les statistiques officielles, touche 58% de la population. Les Nations unies elles-mêmes viennent de reconnaître que la survie au Burundi relève aujourd'hui du miracle.

Peu de gens néanmoins, que ce soit au sein du collectif des associations de lutte contre la vie chère ou le gouvernement ont le courage de poser le diagnostic exact. Les premiers demandent encore plus de subventions des produits de première nécessité, quitte à étouffer la production nationale alors que le Gouvernement se cache derrière les considérations faciles de faiblesse de la production agricole. Pourtant, la faiblesse de la production au Burundi n'est pas nouvelle et l'on assiste même depuis quelques années à des améliorations.

La question de la pauvreté au Burundi plonge ses racines dans l'exploitation des populations rurales par des groupes mieux connectés au marché. Il suffit pour s'en convaincre d'analyser les manifestations les plus hideuses de la paupérisation des populations comme la vente sur pied des récoltes, le crédit usurier, la vente des toitures de maison, la vente de l'outil de production principal qu'est la terre qui prend une ampleur sans précédent pour se rendre compte qu'aujourd'hui les personnes les plus nanties rivalisent de stratégies pour s'accaparer du dernier sous des ménages en difficulté suite à la maladie, un procès, la nécessité de scolariser un enfant ou plus simplement pour s'habiller et se nourrir. Il suffit aussi de considérer les stratégies malicieuses qu'utilisent les commerçants pour rafler les productions paysannes au moment des récoltes à des prix scandaleusement bas pour les lui revendre quelques mois plus tard à des prix exorbitants.

Une des causes fondamentales de la paupérisation paysanne est donc clairement les systèmes de commercialisation des produits agricoles avec pour gourou les théories perverses de la chaîne de valeur selon lesquelles, les acteurs d'une filière doivent se spécialiser et confiner le paysan dans la seule fonction de production et réserver les marges les plus juteuses aux opérateurs en aval.

La commercialisation du café, principale ressource monétaire de 55% des Burundais, est à la fois l'illustration parfaite et la cause majeure de la paupérisation paysanne comme l'a si bien démontré le Commissaire des Nations Unies au droit à l'alimentation. Depuis que le pays s'est soumis au diktat de la Banque Mondiale en privatisant la filière, les dépulpeurs privés n'ont cessé de ponctionner le paysan en lui offrant des prix dérisoires. Ils ont volé dans la totale impunité au petit paysan burundais respectivement 140 F/kg en 2011, 50F en 2012 et sans doute autant en 2013. Les cours internationaux bas, argument vite trouvé, n'ont rien avoir avec cette situation puisque des opérateurs peu scrupuleux ont réussi à offrir des prix nettement plus élevés.

Le paiement du café par quinzaine au moment de la livraison à la station de lavage a fait perdre au paysan toute capacité à investir dans l'amélioration de son exploitation (achats d'engrais et de semences), l'amélioration de son habitat, la scolarisation de ses enfants dans une école de qualité ou l'adhésion à une mutuelle de santé qui aurait pu réduire sa vulnérabilité à la maladie.

Pour les cultures vivrières, les paysans subissent un harcèlement excessif des commerçants pour vendre leur production à vil prix : achats sur pied, achat bord champ, achats sur la route du marché, simulation d'excédents au marché, fausses pesées, interdiction d'accéder à certains marchés ou aux espaces les plus rémunérateurs et j'en passe...

C'est pour aider les paysannes et les paysans à réfléchir à des solutions alternatives que nous consacrons le présent numéro de La Voix Des Collines à la commercialisation des produits agricoles. Néanmoins, il n'existe pas en la matière de recettes toutes faites et les solutions doivent être envisagées au cas par cas. C'est pourquoi, le dossier a choisi de suggérer des pistes de réflexion que chaque paysan et en particulier chaque coopérative devra adapter à sa propre situation.

Nous espérons aussi que les décideurs politiques qui liront ce dossier prendront la mesure exacte du drame que vivent les paysans et prendront progressivement les décisions qui s'imposent, s'ils veulent prévenir une nouvelle confrontation qui opposera, cette fois-ci, non pas les Hutus et les Tutsis, mais les magnats urbains à la paysannerie saignée à blanc.

Deogratias NIYONKURU

Lutter contre les ravageurs du maïs : cas des pyrales ou mineurs des tiges

Nos champs de maïs en commune Ngozi, zone Mubuga sont régulièrement attaqués par des insectes qui forent les tiges et la production s'en trouve fortement affectée. Que pouvez-vous nous conseiller pour faire face à ce fléau ?

Maurice Hakizimana

Maurice ;

Dans un champ de maïs comme d'autres cultures, plusieurs espèces d'insectes peuvent y trouver leurs comptes ; les unes sont utiles à la plante et à l'homme, les autres sont nuisibles. Pour ces derniers, on les appelle souvent des ravageurs. Donc tout insecte rencontré dans son champ n'est pas à fortiori considéré comme nuisible pour lui vouer une lutte sans merci. C'est par les relations qu'ils entretiennent avec les plantes hôtes, la nature et l'ampleur des dégâts observés que nous pouvons affirmer que telle ou telle espèce est réprimée ravageur.

Ainsi, les insectes qui ravagent les cultures le font de plusieurs façons : ils les broutent ou les broient, ils les minent ou y creusent des galeries, ils les piquent pour sucer ou pondre des œufs. Pour les pyrales, ce sont les larves qui proviennent des œufs pondus qui causent les dégâts.

C'est pourquoi pour bien lutter contre les ennemis des cultures, il faut poser un bon diagnostic : connaître la vie de l'insecte ravageur. Pour cela, on échelonne les observations sur une période couvrant l'ensemble du cycle de vie du ravageur, on détermine la phase précise durant laquelle il crée les dégâts les plus graves, on l'observe aussi bien durant le jour que durant la nuit, on recherche le moment où sa mobilité lui permet le mieux de se propager, le moment où il pond pour se reproduire, on précise par toutes ces observations le moment où l'insecte est vulnérable et c'est à ce moment qu'on pourra lutter efficacement.

Pour lutter contre les pyrales, les insecticides sont couramment utilisés pour minimiser les risques des attaques. Toute fois, leur usage inconsidéré a parfois provoqué un certain nombre d'effets secondaires sérieux et indésirables et il est devenu indispensable, aujourd'hui, de n'appliquer des insecticides qu'en cas de stricte nécessité. Quand cela est justifié, l'usage du « dursban » suivant les doses recommandées est un moyen efficace pour réduire les dégâts dus aux larves des pyrales.

Il faut prendre 5 ml de ce produit qu'on mélange avec 18 l d'eau dans une pompe. Il faut éviter de toucher le produit. Il est conseillé de procéder à une première pulvérisation au moment où les plantes atteignent à peu près 75 cm. La deuxième se ferait au moment de la floraison.

Il faut pulvériser le produit en dessous et au dessus des feuilles, de préférence tôt le matin ou encore au couché du soleil pour éviter que le soleil n'évapore le produit ou que ce dernier n'affecte les feuilles de brûlures. Ce produit conserve sa toxicité sur la plante pendant une longue période mais il ne faut pas le répandre durant les temps de pluie pour éviter qu'il se répande partout.

Ne plongez jamais les mains dans le mélange liquide contenant ce produit. Chaque fois qu'il faut l'utiliser, il faut mettre les gants et cache-nez pour se protéger contre les effets toxiques de ce produit. Il faut aussi savoir que ce produit n'est pas destiné à la conservation des récoltes. Pour d'autres détails, consultez un agronome de votre localité qui vous aidera.

Libère BUKOBERO

Dossier

La commercialisation des produits agricoles au Burundi



Vendre ses produits agricoles à un bon prix. Voilà ce que souhaite tout agriculteur même au Burundi! Mais, comment faire ? Ce n'est pas si simple ! Ils sont nombreux à éprouver des difficultés d'écoulement de leurs productions. Ils déplorent souvent des prix trop faibles, irréguliers, non rémunérateurs. Pourtant, c'est avec ce qu'ils gagnent qu'ils pourront acheter des denrées alimentaires, des vêtements, payer les frais de scolarité, de santé, etc.

Pour satisfaire ses besoins immédiats, le petit paysan est souvent obligé de recourir à la vente de sa récolte quel qu'en soit le prix. Dans cette transaction, il en sort rarement gagnant car il doit faire face à une multitude de défis comme : l'instabilité des prix, les irrégularités saisonnières, les cultures soumises aux aléas climatiques, la concurrence des produits importés, le pouvoir d'achat limité des consommateurs, le fonctionnement non optimal des marchés tel que le non ajustement de l'offre et de la demande, le mauvais réseau routier, les difficultés liées aux infrastructures de stockages, le manque de règles et de transparence, le faible accès au crédit, etc.

Alors qu'ils sont dispersés et avec un accès limité à l'information sur les marchés, les producteurs se retrouvent souvent en situation non compétitive face à des commerçants aguerris, en nombre limité et en position dominante.

Pourtant, il existe une multitude de possibilités pour commercialiser les produits agricoles. Un paysan peut vendre seul ou en groupe à des inter-

médiaires, à des commerçants, à une coopérative, ou directement au consommateur final (...). Il peut vendre bord champs, sur des marchés locaux, urbains, à l'exportation, au comptant ou à crédit, avant récolte, pendant la soudure, etc.

C'est dans ce contexte à choix multiples, que partout en Afrique, les coopératives agricoles tentent peu à peu d'organiser des actions collectives pour structurer et appuyer les paysans à mieux valoriser et à mieux vendre leurs produits. Elles souhaitent avant tout remettre le paysan au centre des négociations comme nous le montre, les slogans des coopératives Haguruka au Burundi : «Nous luttons pour que notre production nous apporte de la prospérité» (coopérative Ntuzerinze à Busiga), «Nous luttons pour que les bénéficiaires de nos projets agricoles reviennent aux agriculteurs» (coopérative Tubamurikire à Ngozi), «Nous luttons pour tirer un meilleur profit de la production qui garantira notre développement durable» (coopérative Tuvhasi à Gasorwe).» Nous luttons pour que le fruit de notre labeur revienne avant tout au paysan » (Coopérative Ruziba-Nyamakarabo).

Mais quelles sont ces initiatives collectives pour mieux commercialiser les produits agricoles? L'agriculteur burundais est-il perdant ? Comment vend-il ses récoltes ?... Nous tenterons au travers de ce dossier d'apporter un éclairage sur les multiples possibilités de commercialiser les produits agricoles pour que le paysan burundais prenne conscience de sa situation, des potentialités existantes et puisse revendiquer ses droits dont celui d'un prix plus juste pour lui et sa famille !

Des récoltes à destination d'abord alimentaire, sociale, commerciale...

L'agriculture burundaise est de type familial. Les ménages produisent et récoltent sur de petites superficies de nombreux produits. C'est la meilleure stratégie dont ils disposent pour faire face aux pénuries, aux aléas climatiques, à la saisonnalité et à la chute des prix des produits agricoles.

La récolte est d'abord utilisée pour nourrir la famille. Les paysans burundais essaient de recourir le moins possible aux autres ressources externes et achètent souvent seulement un peu de sel, de viande ou d'huile pour compléter leur alimentation.

Les récoltes ont aussi une valeur sociale. Elles servent de cadeaux lors des mariages, à l'occasion d'une dot, d'une naissance, des cérémonies religieuses, la levée de deuil, etc. Les paysans entretiennent ainsi leurs relations familiales, amicales et de voisinage par des échanges très réguliers de cadeaux à base des produits de leur récolte; si ce n'est pas des cruches de bières de sorgho ou de banane, ce sont des paniers ou corbeilles remplies de vivres. Ces cadeaux ont bien plus une valeur sociale que financière et participent au renforcement du capital social : c'est en quelque sorte une assurance sociale. Toutefois, il revient au paysan de bien gérer ces «obligations sociales» afin que cela ne devienne pas un poids trop lourd à supporter pour lui et sa famille. Un équilibre est nécessaire à trouver. La situation est tellement préoccupante que l'on penserait déjà à une loi qui limiterait les fêtes du pays.



En définitive, bien que la préoccupation première soit celle de satisfaire les besoins alimentaires et sociaux, le paysan burundais sait dorénavant ce qu'il peut apporter au marché afin de se procurer les produits de premières nécessités. La commercialisation des produits agricole en échange de revenus monétaires est donc un autre mode d'utilisation des récoltes. En dépit des obligations alimentaires et sociales, les paysans burundais ont tendance à vendre leurs produits sans prendre en considération le coût de revient ; ils ne réalisent de bénéfice que par hasard. Il recherche surtout une vente facile, à leur portée et sans risque au détriment du gain monétaire.

Il est donc important d'étudier la destination du produit avant d'établir des stratégies de commercialisation. Il est nécessaire de se demander si la récolte est destinée à la vente uniquement comme c'est le cas pour les cultures de rentes comme le café, le thé, le coton, (...) ou si elle a aussi une vocation alimentaire comme le haricot, le maïs, le manioc, la patate douce (...). Les stratégies individuelles varieront fortement selon les cas. Il est beaucoup plus difficile pour les ménages d'apporter leurs produits à la coopérative alors qu'une partie de leurs récoltes peut être consommée, utilisée socialement ou mise en marché. Cela se traduit finalement par des différences fortes entre le volume produit et le volume mis en vente. Ces variations sont difficiles à anticiper et peuvent compromettre certaines actions collectives comme la vente groupée. Il est en effet plus facile d'estimer les quantités à apporter à la coopérative pour les produits destinés à la vente uniquement.



Des modes de commercialisation d'abord individuels

Au Burundi, les paysans vendent d'abord individuellement leurs productions. Ils vont vendre bord champs, à des intermédiaires, dans les marchés de proximité, etc.

➔ *La vente sur pied ou la vente bord champ*

Comme évoqué ci-haut, la plupart des cultures ne sont pas mises en marché par les paysans burundais. Les ménages les plus pauvres sont parfois amenés à

vendre leurs récoltes précocement et dans le champ pour répondre à un besoin urgent ou par pression des commerçants intermédiaires.

Ce type de vente est très couramment utilisé sur le bananier et le caféier. La vente peut intervenir à n'importe quel stade de développement du régime. L'acquéreur et le paysan se conviennent du prix et marquent les régimes vendus d'un signe distinctif facilement reconnaissable par les parties prenantes. Généralement, on utilise une corde en écorce de bananier que l'on place sur le stipe du régime vendu. Celui-ci peut passer plusieurs semaines, mois sous la protection de l'agriculteur dans l'attente qu'il mûrisse, avant que l'acheteur ne vienne le récupérer. Comme le prix est fixé précocement (avant maturité du fruit), il ne tiendra pas compte de la qualité finale du produit et de son coût réel de production mais comme souvent il s'agit d'aider le vendeur à se tirer d'une situation difficile, l'acheteur impose généralement son prix.

La vente au champ avant récolte est aussi très pratiquée au Burundi sur d'autres cultures comme l'oignon, le riz, le manioc, la patate douce, la pomme de terre et les produits maraichers. Les spéculateurs profitent de l'isolement des paysans pour leur faire croire avant la récolte que la vente de leurs produits sera difficile (qu'il n'aura pas de marché cette année); ce qui l'incite à vendre une partie ou tout son champ. Pris de panique et sous pression des spéculateurs, l'agriculteur estime la valeur de sa production sans aucune référence sur son coût de production car il ne sait pas encore le volume qu'il va récolter, et sans connaître le prix de vente sur le marché. Il n'est ainsi pas rare de constater qu'un champ d'oignon vendu à 20 000 Fbu rapportera plus de 150 000 Fbu à son acheteur. Un vrai scandale ! Pourquoi cette situation perdure ? Pourquoi le cultivateur d'oignons continue à vendre à vil prix pour engraisser des spéculateurs ?

→ **La collecte auprès des producteurs**

Dans ce système de collecte auprès des producteurs, le paysan vend sa production après récolte à des collecteurs-intermédiaires. Comme précédemment, il ne vend pas très cher sa production car les prix sont au plus bas durant cette période. Isolé, il n'est toujours pas en position de négociation parce les produits sont abondants. Cependant une vente bord champ par un paysan averti peut s'avérer profitable en particulier pour les produits périssables. En effet, le paysan sous-estime très souvent les coûts de transport, les risques de détérioration du produit et les capacités de contrôle des marchés locaux par les commerçants. Il doit donc apprendre à faire un calcul où il gagne sans forcément maximiser son coût.

→ **La vente en chemin vers le centre de négoce**



A travers tout le pays, il existe de grands centres de négoce reconnus qui se situent sur les grands axes de passage/routiers ou sur les chefs-lieux des communes. Dans chaque marché public, un espace aménagé est réservé à chaque vendeur pour les jours de marchés réglementaires. Il existe, néanmoins, d'autres points de vente assimilés aux marchés dans lesquels certains « commissionnaires » ont monopolisé des emplacements où les paysans n'ont pas accès. Ces intermédiaires sont très bien organisés et grâce à leur position dominante (force de négociation plus grande, information sur les prix, la demande), ils obligent le producteur à vendre son produit à leur prix avant même que celui-ci n'atteigne le marché. Le paysan accepte par peur de devoir rentrer chez lui sans avoir vendu sa production. Ces intermédiaires revendent ensuite les produits à des commerçants qui vont se charger de les vendre à leur tour sur le marché. Cette longue chaîne d'intermédiaires jouera évidemment en défaveur du petit paysan.

→ **La vente au marché**

Malgré tout, le paysan peut vendre sa production sur un marché de proximité. Muni d'une bassine, d'une corbeille ou d'un sac, il va vendre sa récolte au marché le plus proche. Il obtiendra sûrement un meilleur prix que dans les cas de vente au champ/sur pied, ou après récolte car il est mis en relation avec plus d'acheteurs et a une meilleure information sur le prix. Il est aussi souvent payé au comptant. Mais ce n'est pas toujours le cas, car il sera également en concurrence avec d'autres vendeurs qui auront peut être un produit de meilleure qualité ou en plus grand volume. En fin de journée, le producteur cherchera également à vendre coûte que coûte sa marchandise, surtout pour les denrées périssables comme les produits maraichers, la banane

LA VOIX DES COLLINES

à cuire, les fruits (...), avec le risque de la brader pour éviter de rentrer chez lui avec des invendus.

Dans ce type de marché, les paysans sont aussi confrontés à des pesées peu fiables et des unités de mesure très variées. Les acheteurs, souvent des commerçants grossistes ou détaillants) ne manquent pas de ruses pour tromper le producteur sur son volume : utilisation de balances mal calibrées, de bassines et des gobelets déformés pour estimer le volume. Certains osent même estimer la valeur du produit en regardant uniquement le tas. Le prix offert correspondra-t-il à la valeur réelle du produit ? On peut en douter bien que personne ne peut y répondre car les paysans n'effectuent qu'une estimation légère de leurs charges d'exploitation.

Même si c'est la loi de l'offre et de la demande qui prédomine sur les marchés agricoles, d'autres facteurs influencent aussi les prix des produits agricoles et les paysans doivent fournir des efforts



pour calculer leurs coûts de revient afin de pouvoir se positionner sur un niveau minimal de prix. C'est aussi du ressort des projets et programmes de développement de les appuyer afin qu'ils acquièrent une estimation minimale de leurs charges à l'exemple du compte prévisionnel d'exploitation.

Les facteurs qui influencent le prix des produits agricoles

➤ *Le choix de la spéculation*

On entend trop souvent les paysans se plaindre des prix trop faibles de leurs produits. De fait la très grande majorité des paysans se contente de mettre sur le marché des produits traditionnels dont le marché est souvent saturé. D'autres se lancent dans la production de nouvelles spéculations sans être certain du marché. N'importe quel commerçant sait qu'il ne met sur le marché que des produits qui intéressent les clients et le paysan doit progressivement entrer dans cette logique de **"vendre avant de produire"**, c'est-à-dire de s'assurer qu'il existe un marché intéressant.



➤ *La loi de l'offre et de la demande*



Les prix des produits agricoles sont souvent fixés par rapport au marché. Néanmoins depuis l'introduction en bourse des grandes productions agricoles, les prix de ces derniers sont soumis à de fortes spéculations totalement indépendantes du coût de revient. La volatilité des prix des produits agricoles et en particulier des semences est devenue très préoccupante. Le paysan doit donc apprendre à investir dans de nouvelles spéculations qui ne risquent pas d'être concurrencés par d'autres.

La présence sur le marché de grandes quantités d'un même produit dépend en général de la période de l'année,

de l'usage de technologies ou d'intrants améliorés ou non, mais aussi des importations internes ou externes.

➤ **Les coûts de production**

Pourquoi un agriculteur n'est-il pas rémunéré à la hauteur de son travail? Pourquoi un paysan doit produire à perte? Pourquoi le prix d'achat des produits agricoles n'intègre pas le coût de la main d'œuvre, du transport et de manutention comme c'est le cas pour les voitures, les postes de radio et autres produits?



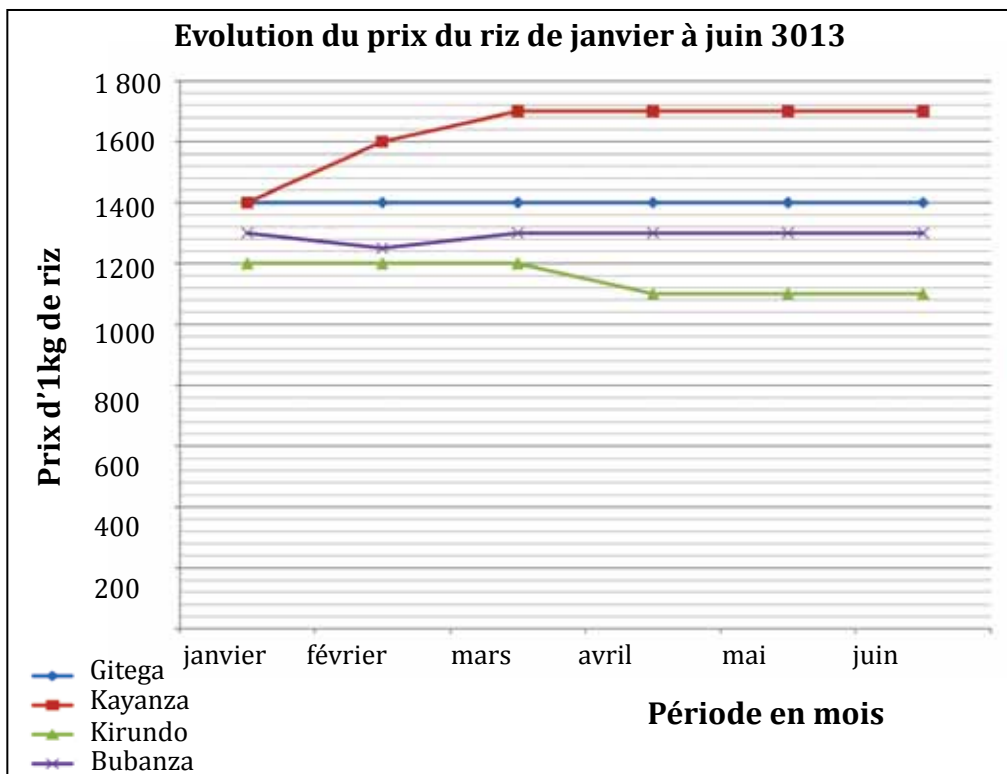
Pour le cas du café au Burundi, le conflit actuel entre les dépulpeurs et les caféiculteurs a particulièrement mis en exergue comment les commerçants refusent de prendre en compte les charges d'exploitation des paysans. Une étude réalisée par des experts indépendants (Trademark) prouve que le caféiculteur est aujourd'hui perdant. Les départecheurs et les exportateurs de café s'activent pour obliger l'agriculteur à continuer d'investir à perte avec la bénédiction des décideurs politiques.

➤ **La région et la période de récolte du produit**

ADISCO relève chaque mois le prix des produits agricoles dans ses zones d'intervention pour informer les paysans des prix sur les marchés. Ci-dessous, vous

trouverez les données collectées sur les marchés provinciaux (auprès des commerçants et non des paysans) d'un kilo de haricot sec (variété commune) et d'un kilo de riz décortiqué (meilleure variété) sur la période de janvier 2013 à juin 2013.

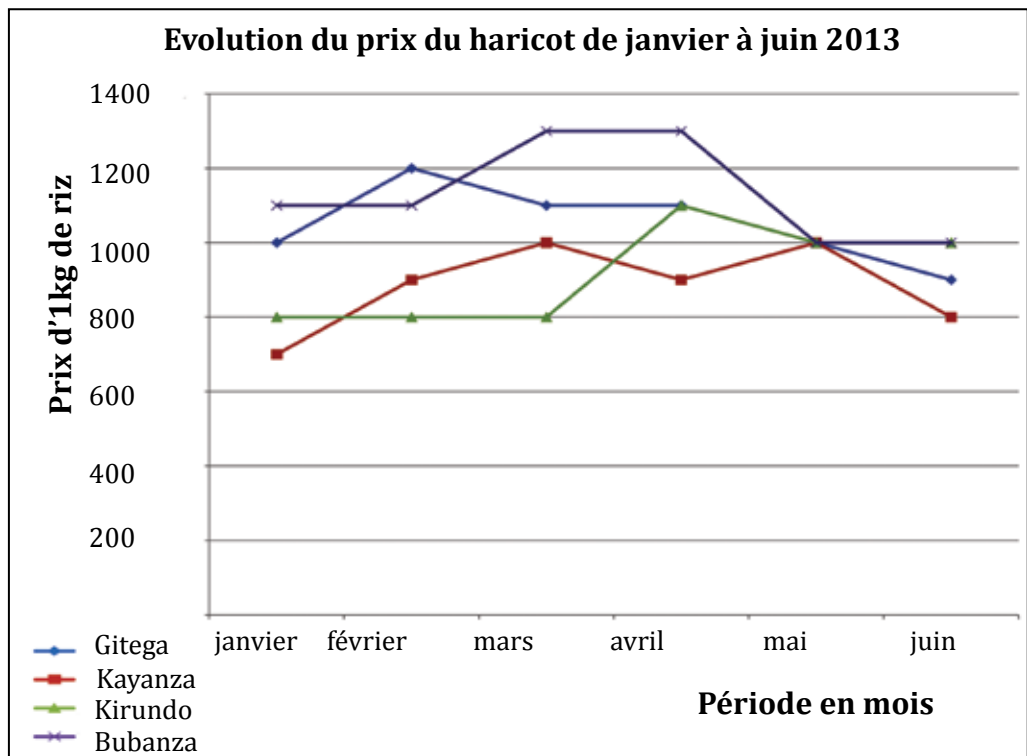
On constate une grande différence de prix entre les Provinces. C'est dans la zone de Kayanza que le prix du riz décortiqué est le plus élevé et il est le plus faible à Kirundo. Le prix moyen du riz décortiqué est de 1 369 Fbu durant cette période et il oscille entre 1 000 Fbu/kg et 1 700 Fbu/kg selon les régions et les mois. A Gitega et Bubanza, les prix sont relativement stables.



Pour le haricot, le prix moyen d'un kilo est de 996 Fbu. Il oscille entre 883 Fbu/kg au minimum pour Kayanza et 1133 Fbu/kg au maximum pour Bubanza. Le paysan a donc intérêt à choisir les spéculations qui lui rapportent mieux dans sa région. Il doit mieux répartir les cultures dans ses parcelles selon les spéculations en veillant à produire les quantités nécessaires pour l'alimentation tout en augmentant la production des cultures rentables et

commercialisables. Il doit donc apprendre à faire des choix stratégiques qui lui rapportent le mieux.

Quant à la période de production, il est bien connu que les prix s'effondrent au moment de la récolte pour remonter progressivement au cours des mois qui suivent. C'est pourquoi le stockage des produits agricoles représente une stratégie importante pour améliorer les revenus des paysans.



Que devrait faire le producteur pour mieux vendre ?

→ Le stockage

Les coopératives appuyées par l'ADISCO proposent déjà à leurs membres et aux autres clients 3 types de services pour qu'ils vendent mieux leurs récoltes :

- **Le stockage parfait**: les producteurs stockent leurs marchandises dans les hangars des coopératives moyennant une commission de stockage convenue pendant une période déterminée. Les coopérateurs peuvent, s'ils le souhaitent, vendre leurs productions avec la coopérative pendant la période de soudure ou les récupérer pour leur propre usage (vente, semences, alimentation familiale)
- **Le warrantage** : Cette action consiste à octroyer un crédit de stockage (une avance) aux producteurs pour qu'ils puissent stocker leurs productions tout en satisfaisant aussi leurs besoins financiers immédiats après récolte. Après vente par la coopérative du stock, le producteur reçoit une ristourne (proportionnellement à leurs volumes commerciaux).

- **L'achat parfait** : La coopérative collecte et achète la récolte aux producteurs (non coopérateur) et effectue elle-même la vente quand les prix deviennent intéressants pour réaliser ses propres bénéfices.

Si le stockage représente une excellente stratégie pour améliorer les marges paysannes, il est très important d'éviter de se lancer dans des exercices de spéculation qui peut facilement ruiner la coopérative (voir La Voix des Collines N° 5 consacrée à la question du stockage).

Pour des produits plus difficiles à stocker (produits périssables), il est parfois possible de produire en contresaison soit en marais, soit par irrigation pour profiter de la hausse des prix. Le maïs à bouche par exemple ou le maraichage sont des productions qui se prêtent à de production contresaison. Néanmoins, il est capital au vu des investissements à consentir de réaliser au préalable un bon calcul des coûts. Le Burundi doit encore réaliser des efforts importants dans l'irrigation des champs.

Les commerçants, quelles différences avec les producteurs ? Les stratégies et enjeux ne sont tout simplement pas les mêmes !

Les commerçants sont très organisés. Ils ont leurs propres réseaux de transporteur (taxi, camion), d'acheteurs, etc. Ils ont l'habitude d'effectuer des transactions régulières d'achat-vente et connaissent souvent tous les marchés, lieux où les ventes, les prix sont les meilleurs pour chaque produit. Tous ces avantages leur confèrent une position plus favorable par rapport au producteur ou à la coopérative agricole, qui veut se lancer dans les activités de commercialisation. Il ne sera effectivement pas simple au départ de se créer les mêmes avantages/connaissances.

De plus, il faut savoir que les commerçants se lancent rarement dans des opérations d'achat-stockage pour vendre en période de soudure (avoir un différentiel de gain temporel) mais préfèrent effectuer plutôt des opérations d'achat-revente directe. Pour eux, c'est moins risqué et moins coûteux car ils n'ont pas besoin de bâtiments de stockage, n'ont pas de perte sur le stock à supporter et leur fonds de roulement ne reste pas immobilisé sur une longue période. Leur argent circule et travaille en permanence.

Les opérations d'achat-stockage ont effectivement pour but de gagner sur le différentiel de prix entre la récolte et la soudure. Mais à ce gain temporel, il ne faut pas oublier de déduire les charges engendrées par cette opération; c'est à dire les coûts de location des hangars, les coûts de traitement pour la conservation des récoltes, les coûts de transport, les coûts des veilleurs et manutentionnaires, l'intérêt bancaire si la coopérative a eu recours à un crédit, etc. Le bénéfice de l'opération peut sérieusement se réduire et l'opération peut ne plus être profitable si ces charges ne sont pas bien étudiées.

C'est pourquoi nous conseillons aux coopératives qui se lancent dans le stockage de s'assurer que le différentiel du prix atteint un minimum 30% sur une période de cinq ans.

Les commerçants effectuent également de nombreuses transactions achat-vente et même s'ils sont parfois perdants sur certaines ventes, sur le cumul, ils restent gagnants. Il est aussi rare qu'ils se spécialisent sur un produit. Ils achètent et revendent toutes sortes de produits ce qui leur facilite le transport car leurs véhicules ne roulent jamais à vide. Par exemple, s'ils descendent d'un lieu de production du haricot, ça signifie qu'ils remonteront avec des sacs de farines, d'huile de palme, etc.

Pour dire que les coopératives doivent vraiment apprendre et réfléchir avant de se lancer dans des initiatives de commercialisation.

→ La transformation des produits agricoles

Si les paysans organisés en coopératives peuvent transformer leurs productions, ils peuvent ainsi récupérer une partie de la plus value engrangée par les transformateurs. Mais pour se lancer dans une opération de transformation, il est très important de faire des études préalables, de disposer de techniciens compétents pour la manipulation et la maintenance des machines et surtout de procéder aux amortissements des équipements.

Plusieurs études sur les moulins et les décortiqueuses ont par exemple montré qu'il est très difficile à la fois de rembourser le crédit et de constituer en même temps des amortissements. Il faut donc être aussi très attentif quand on investit des moyens rares d'une coopérative dans de gros équipements et se rassurer de leur rentabilité.

→ La recherche de la qualité

Si les paysans veulent obtenir des prix satisfaisants, ils doivent également investir dans la qualité des produits qu'ils présentent au marché. Le simple fait de laver son produit ou de le présenter dans une bassine propre attire plus facilement les clients qu'un produit dont la présentation est négligée. La qualité d'un produit peut parfois permettre de doubler le prix d'un produit pour le même poids.

→ La recherche de marchés plus porteurs

En choisissant la vente groupée des produits agricoles, les coopératives doivent posséder des capacités suffisantes en matière de négociation des prix. Sur base des quantités à vendre, de la situation des consommateurs, les coopératives peuvent organiser la concurrence sur les prix en procédant à des avis d'appel d'offre.

L'agriculteur individuel et en particulier les coopératives doivent progressivement adopter des attitudes de « business man » en investissant dans la recherche de marchés plus intéressants. Ils doivent s'informer sur les prix de leurs produits sur les principaux marchés nationaux, voire régionaux.

C'est pourquoi, nous avons décidé de publier chaque mois les prix des produits agricoles sur les principaux marchés du pays. L'accès à l'information commerciale étant un élément essentiel de toute stratégie de commercialisation.

Il faut néanmoins faire attention aux mirages. Les coûts de transport et de séjour ainsi que l'inexpérience dans une nouvelle région peuvent parfois coûter plus cher qu'une vente locale. Les coopératives ne doivent pas d'ailleurs oublier qu'elles jouent un rôle social important en régulant les marchés locaux par la mise en marché de produits soumis aux fortes spéculations des commerçants véreux.

Il est donc important que les paysans s'organisent pour défendre leurs intérêts. En Afrique hélas, les lobbies urbains sont très puissants et organisent des "émeutes de la faim" qui poussent les dirigeants à favoriser des importations et détruisent ainsi irrémédiablement les agricultures nationales. Ce qui, à terme, conduit à l'augmentation continue des prix. De bonnes politiques agricoles consensuelles constituent la base d'un développement agricole durable. Toutes ces actions peuvent être appuyées ou initiées par les organisations paysannes ou les coopératives agricoles. Nous vous proposons ci-dessous une liste non exhaustive tirée de l'ouvrage «accès au marché et commercialisation des produits agricoles» d'Inter-réseaux développement rural.

Des exemples d'actions de commercialisation :

Il est possible de les regrouper sous 4 types d'appui spécifique :

- 1. Actions pour mieux écouler les produits (en aval de la production) :** elles ont pour but de permettre d'accéder à d'autres marchés et/ou se donner les moyens de mieux vendre. Elles visent un gain géographique, temporel ou de valeur ajoutée.
- 2. Actions pour mieux produire pour mieux vendre (en amont de la mise en marché) :** elles visent la maîtrise des productions et des coûts associés par les producteurs dans une perspective de mise en marché. Ces activités développées pour des marchés donnés participent très souvent à améliorer l'accès aux marchés des produits et leur valorisation au bénéfice des producteurs.
- 3. Actions pour obtenir de meilleures conditions de marché :** elles visent à améliorer les conditions de transaction et de réalisation des marchés avec une rencontre et plus de transparence entre l'offre et la demande des produits.
- 4. Actions de participation et d'organisation de la filière avec les autres acteurs :** elles visent à établir des modes de fonctionnement et de régulation qui doivent permettre de travailler sur la durée, et de développer des activités sur les filières, pour permettre aux producteurs de mieux s'en sortir.

Type d'action	Description
1. La coopérative offre des services pour faciliter ou mieux écouler les produits des producteurs	
Organisation du transport et de la vente groupée des produits par la coopérative	La coopérative collecte la production de ses membres pour aller vendre sur un marché plus éloigné dans un objectif d'avoir un gain géographique («un meilleur prix sur un marché plus éloigné», ex : vendre à la Capitale).
Achat-stockage des produits par la coopérative	La coopérative achète la récolte aux producteurs et effectue elle-même la vente quand les prix deviennent intéressants pour réaliser ses propres bénéfices. Elle est donc entièrement responsable de pertes éventuelles.
Facilitation de l'accès au crédit pour la commercialisation (ex : le Warrantage)	Cette opération consiste à octroyer un crédit de stockage (une avance) aux producteurs pour qu'ils puissent stocker leurs productions tout en satisfaisant aussi leurs besoins financiers immédiats après récolte. Après la vente par la coopérative du stock, le producteur reçoit une ristourne (proportionnellement à leurs volumes commerciaux).
Transformation et conditionnement post-récolte	La coopérative transforme les produits des producteurs ou les conditionne pour une meilleure conservation dans un objectif de valoriser le produit (meilleure packaging/emballage) et créer un gain sur la valeur ajoutée.
2. La coopérative offre des services aux producteurs pour produire plus et mieux pour mieux vendre	
Appui à la production (suivi technique, intrant, ...)	La coopérative offre des services d'appui à la production (formation, conseils, intrants, semences sélectionnées...) pour permettre aux producteurs d'améliorer leur rendement, de protéger leurs cultures (service : filet de sécurité) : «produire plus pour vendre mieux». L'augmentation de la production peut aussi permettre de réduire les coûts associés, le producteur obtient une marge supérieure sur son produit. (maîtrise des coûts de production, volumes)

Qualité du produit	La coopérative met en place des services de qualité (label), de traçabilité du produit, de recherche de certification pour atteindre des marchés spécifiques parfois plus rémunérateurs et pour obtenir une meilleure visibilité ou publicité (marketing) de son produit.
3. La coopérative offre des services aux producteurs pour une meilleure organisation du marché	
Améliorer les outils de mesure	La coopérative tente de trouver des solutions pour harmoniser les pesées et peser juste car les producteurs sont souvent confrontés à une multitude de pratiques et d'unités de mesure pour un même produit sur un même marché, ou d'un marché à l'autre. Les balances peuvent aussi être mal tarées, les bassines déformés (...), les commerçants ne manquent pas de ruses pour tromper le producteur sur son volume.
Améliorer l'information sur le marché	La coopérative met en place des systèmes d'information sur les marchés (SIM) pour informer les producteurs sur les prix des produits agricoles sur différents marchés dans l'objectif d'assurer une plus grande transparence, corriger l'asymétrie de l'information entre les producteurs et les commerçants, pour permettre aux producteurs de mieux vendre, d'ajuster mieux leurs volumes de production à la demande et au prix.
Concentrer l'offre en un lieu unique de marché	La coopérative crée ou concentre un même produit sur un marché unique (ex : création d'un marché pour la vente de l'oignon) dans l'objectif d'avoir une offre et une demande plus transparente, d'attirer plus d'acheteurs dans un lieu spécifique, pour éviter les rapports de force/déséquilibre entre producteurs et acheteurs (éviter que les producteurs bradent leurs produits ou qu'ils les ramènent chez eux).
Bourses agricoles	Les bourses agricoles ont pour objectif de mettre en relation l'offre et la demande, les vendeurs et les producteurs sur un marché «physique» ou non (présence ou non du produit).
Réguler l'offre sur les marchés locaux	La coopérative aide ses membres à réguler leur offre (volume de production mis en vente) pour éviter la chute des prix. Elles mènent ainsi des actions pour planifier la production par rapport aux fluctuations des prix et/ou pour lisser les volumes de produits disponibles sur le marché (ex : organisation de tours de vente, technique pour étaler la production...) dans un objectif de réduction des coûts de production unitaire de l'offre, d'amélioration de la gestion de l'offre (volume), d'amélioration de la gestion de la qualité, d'offre de produits ayant une valeur ajoutée, etc.
4. Les producteurs s'organisent avec d'autres acteurs des filières ou d'autres publics	
Blocage temporaire d'un produit importé	Pour valoriser la production locale et éviter d'être «inondé» par des produits d'importation coûtant moins cher ou même provenant de don (ex : don de riz au Burundi), la coopérative/OP accompagnée d'autres acteurs vont demander à l'Etat de bloquer les frontières ou d'imposer des droits de douane plus élevés.
Cadre de concertations d'acteurs ou organisations interprofessionnelles dans les filières	Il existe une variété de mode d'organisation interprofessionnelles : inter-professions, cadre de concertation, comités interprofessionnels, table filières (etc.). Ces organisations ont pour objectif de regrouper les acteurs d'une filière pour se concerter, établir des accords et/ou mener collectivement des actions autour d'un ou des produits agricoles. Les fonctions principales sont souvent d'organiser le marché, de structurer la filière et de représenter les intérêts des professionnels.

Source : synthèse du livre «Accès au marché et commercialisation de produits agricoles». Inter-réseaux de développement rural

→ Le plaidoyer en tant qu'outil pour améliorer le prix au paysan

Les prix des produits agricoles sont aussi influencés par des décisions politiques. En effet, l'autorité peut décider de taxer ou détaxer des facteurs de production comme les engrais, les semences, les outils agricoles et influencer ainsi les coûts de production.

Le gouvernement peut également fortement influencer les prix des produits agricoles en favorisant ou non les importations de produits étrangers concurrents, en acceptant des dons en nature des produits agricoles ou en mettant en place des stocks pour réguler l'offre des produits agricoles.

Conclusion

Ce dossier remet à l'ordre du jour l'importance pour les agriculteurs familiaux de développer des stratégies de commercialisation des produits agricoles pour qu'ils obtiennent des prix plus justes, qui rémunèrent et valorisent leur travail ! Alors que ce sont les ménages agricoles burundais qui nourrissent le Burundi, ils restent les plus pauvres et les plus mal nourris ! Un vrai paradoxe !

Les approches dites de "chaines de valeur" qui veulent confiner le paysan dans son unique fonction de production avec le slogan «à chacun son métier, les paysans ne sont pas capables de tout faire» sont particulièrement injustes. Il est important de donner accès à l'information aux producteurs pour qu'ils ne soient pas dupés et qu'ils puissent négocier tête haute. Les agriculteurs familiaux structurés en coopérative peuvent et doivent devenir des acteurs incontournables dans le développement des filières agricoles au Burundi.

Cette gamme de solutions de commercialisation possibles doit être aussi étudiée avec précaution. Il n'existe pas de solution passe-partout. Ce n'est pas parce qu'une expérience a fonctionné quelque part ou sur un produit que cela va réussir partout. Ces actions ont toutes des avantages et des contraintes à prendre en compte et à ne pas négliger (cf. Le livre «accès au marché et commercialisation de produits agricoles. IR»). Elles sont aussi rarement menées seules. Les coopératives développent souvent plusieurs actions de commercialisation en même temps pour (i) éviter de mettre tous «les œufs dans un même panier» (limiter les risques); ce qui signifie de ne pas baser la commercialisation d'un produit sur une seule stratégie, sur un seul acheteur, il faut

Tous ces modèles peuvent être déclinés de différentes manières et prendre différentes formes d'une organisation à l'autre¹

En outre, malgré ce que l'on peut penser, dans la plupart des cas, la vente reste individuelle et non groupée. En effet, il n'est pas toujours nécessaire que le producteur vend ses produits avec la coopérative pour mieux vendre. Les actions de soutien à la vente individuelle sont parfois même plus faciles à mener pour une coopérative car la vente groupée demande à ce qu'elle constitue un fonds de roulement/des financements difficile à obtenir à crédit et à gérer.

avoir des solutions de secours, (ii) parce qu'elles sont complémentaires, le stockage, la transformation des produits et l'amélioration des pesées sont trois actions qui peuvent être menées ensemble), (iii) pour pouvoir répondre à tous les besoins des producteurs.

Comme démontré, tout le long de ce dossier, commercialiser les produits agricoles n'est donc pas une mince affaire! Le contexte dans le quel est mis en place une stratégie de commercialisation doit être finement analysé. Nous avons pu observer à travers cet article que différents paramètres doivent aussi être pris en compte avant de se lancer dans cette activité, que nous résumons comme suit :

- la spécificité du produit (caractère périssable ou non),
- la destination du produit (à la vente uniquement ou alimentaire),
- les conditions de production (irrigation, culture en contre-saison),
- l'environnement externe (filière courte ou longue)
- etc.

Les coopératives agricoles doivent également redoubler d'efforts pour créer des solutions novatrices, ingénieuses et adaptées au contexte local : «Tout peut encore être inventé dans la commercialisation pour concurrencer les commerçants ! ».

Libère BUKOBERO & Estelle DENIEL

¹ Ces modes/activités de commercialisation ont été tirés du livre «Accès et commercialisation de produits agricoles». Inter-réseaux de développement rural. Toutes ces actions sont illustrées par des expériences pays et par fiche thématique. Livre téléchargeable : <http://www.inter-reseaux.org/>

Vente groupée d'oignons : la coopérative TURYOHORISI de Kabarore



Sous l'impulsion de la coopérative Turyohorisi, 78 membres cultivateurs de l'oignon viennent de franchir le rubicon en commercialisant ensemble l'oignon produit dans cette commune. En choisissant de bâtir leur coopérative sur cette culture, ils avaient remarqué que le paysan continue à perdre sur un produit qui, de nature, est rentable. C'est ainsi qu'ils ont pris une décision d'entreprendre ensemble la culture de l'oignon et d'en contrôler tous les maillons, de la production à la commercialisation.

Ils ont alors acheté les intrants (semences de qualité, produits phytosanitaires) ensemble, ils ont assuré le suivi collectif des semis et toutes les opérations de culture jusqu'au bout pour s'assurer de la qualité de la récolte.

Au moment des premières récoltes en février-mars 2013, le prix d'1 kg d'oignon oscillait autour de 400frbu. Malgré la pression des commerçants de la région et de la longue chaîne d'intermédiaires, les coopérateurs ont résisté à la vente précoce dans les champs. Ils ont surveillé tous les membres et les ont amenés à stocker dans un hangar de la coopérative aménagé pour cette fin.

Une fois en stock, le prix n'a cessé d'augmenter : il est passé de 400 Fbu/kg à 1.100 Fbu/kg en 3 mois

seulement. Comme c'était la première expérience dans la région, les coopérateurs ont pris la sage décision de livrer l'oignon à 1.070 Fbu/kg à un commerçant grossiste qui a acheté 2.400 kg d'oignon et qui a procédé lui-même à l'enlèvement du produit ; la coopérative et ses membres n'ayant effectué aucun déplacement.

Un agriculteur qui n'a pas respecté les consignes coopératives a donc perdu 670 Fbu/kg par rapport à celui qui a su s'y conformer. Pour certains, la coopérative a prévu une avance et pour les autres, elle a seulement organisé un stockage parfait. Que ce soit le warrantage ou le stockage parfait¹, les producteurs ont dû accepter de payer une commission de stockage afin que la coopérative puisse entretenir et commercialiser correctement leur production. La distribution de la ristourne s'est faite sans aucune irrégularité et la coopérative a encaissé 355.100 Fbu de commission en guise de compensation des services fournis. Il s'agit pour le moins d'un excellent début.

Libère BUKOBERO

¹ *Vous pouvez lire la définition de ces deux mots dans le dossier de ce journal à la page 9*

PNSEB : les paysans s'expriment sur les premières phases

La Voix des Collines a décidé d'écouter les paysans de plusieurs régions du pays afin de pouvoir porter leurs espoirs et leurs craintes aux responsables du programme national de subvention des engrais au Burundi (PNSEB). Les interviews ont été réalisées juste après le paiement des avances et contiennent donc des informations parfois dépassées. Nous promettons de les transmettre aux plus hautes autorités du projet et du ministère.

BARANYIZIGIYE Jean de la zone Bugarama, commune et province Muramvya

Nous avons bien apprécié ce programme mais au départ on nous disait que l'inscription se fera au chef lieu de la commune à Muramvya alors qu'il y a une bonne distance entre Bugarama et Muramvya difficile à parcourir à plusieurs reprises surtout pour nous qui vieillissons. Mais quand on a désigné Bugarama comme lieu d'inscription nous avons lâché un soupir de soulagement. Pour le moment nous attendons qu'on nous communique les vrais prix que nous allons payer, c'est par ailleurs pour cette raison que vous nous trouvez à la poste; nous voulions nous enquérir de la prochaine date de paiement du solde. Moi je vais acheter quatre sacs d'engrais et j'ai payé une avance de 20000frbu.



L'inscription a-t-elle touché tous ceux qui le souhaitent ?

Oui l'inscription a touché tout le monde, mais certains n'ont pas bien suivi les communiqués de l'administration et n'ont pas bien compris le mécanisme. Ceux qui ont pris du retard pour se faire inscrire avaient peur que leur argent ne disparaisse ou ne soit détourné, à cause d'une mauvaise expérience du passé. D'autres sont ceux qui croyaient que l'inscription se fera au chef lieu de la commune à Muramvya et qui n'ont pas su que l'on pouvait se faire enregistrer à Bugarama. D'autres aussi s'étaient habitués à acheter de petites quantités

selon les moyens à leur disposition et ils n'ont pas été capables de trouver de l'argent pour les 25kg. Mais beaucoup ont préféré emprunter de l'argent pour ne pas rater cette offre de l'Etat.

Nous demandons au gouvernement de faire tout son possible pour que les engrais nous parviennent à temps. La particularité de Bugarama, est que nous cultivons toute l'année et nous avons toujours besoins de l'engrais pour nos cultures maraichères.

Avez-vous été sensibilisés sur les étapes de ce programme avant de vous faire inscrire?

Nous avons été sensibilisés et nous avons bien compris le mécanisme parce que l'agriculture est notre métier. Pour nous le programme représente une grande opportunité car nous avons beaucoup de difficultés à trouver de l'engrais au bon prix et en quantité suffisante. Si on arrivait à trouver un peu d'engrais, le kg s'achetait à 1.800frbu pour le DAP et à 1.600frbu pour l'urée. Les prix vont sensiblement diminuer.

NTAWUMENYA Vénérand de la commune et province Kayanza

Le programme de subvention des engrais a été bien accueilli et l'inscription s'est déroulée sans problèmes majeurs à Kayanza. C'est pour nous une belle opportunité de trouver des engrais qui nous seront utiles au mois de septembre. Mais, il y a des paysans qui n'ont pas pu avoir les frais d'avance exigés car les délais étaient trop courts. On nous a donné juste cinq jours pour chercher cet argent et certains d'entre nous n'y sont pas parvenus. Nous aurions aimé qu'on prolonge les délais pour nous donner plus de chance de trouver cette somme exigée. Personne ne peut dire que l'information



n'avait pas été donnée clairement car les communiqués avaient été lancés dans les églises et partout ailleurs. C'est plutôt la pauvreté dans laquelle nous vivons aujourd'hui qui nous permet pas de nous acquitter de nos responsabilités financières.

Pour l'année prochaine, nous demandons au gouvernement de nous donner assez de temps pour nous y préparer financièrement. Que vont devenir ceux qui n'ont pas eu cette occasion de se faire inscrire quand on va nous donner les engrais? Il y a même des paysans qui ont pu trouver l'avance juste après la fermeture des guichets de poste et qui n'auront pas d'engrais!

👉 Vital NIGARURA de la zone Ciya, commune et province Bubanza



Nous avons bien accueilli le programme. Se faisait inscrire toute personne ayant les moyens et une parcelle de terre à exploiter. Nous n'avons recensé aucun cas de fraude ou de corruption sur notre colline. Les sensibilisations ont été faites soit par les agents de l'administration locale soit encore par les agents de terrain de

l'ADISCO. Il y avait aussi dans chaque zone d'intervention de l'ADISCO, des communiqués et des affiches qui nous indiquaient comment nous allions nous inscrire. Les vérifications après l'inscription ont été également faites avec beaucoup de transparence et ceux qui avaient été omis sur la liste ont été réhabilités. Il s'est observé quelques retards de paiement à la poste mais cela est lié à la pauvreté que nous vivons aujourd'hui dans le pays. Il était difficile de trouver dans un bref délai les moyens requis pour une famille qui se bat chaque jour pour nourrir ses enfants et qui vit au jour le jour.

Pour nous donc tout a été bien organisé et nous nous en réjouissons car, il y a quelques jours, la question des engrais était devenue un casse-tête. Dans l'ancien système, on vous donnait par chance 3kg si vous parvenez à trouver cet engrais ou alors un sac était partagé entre cinq personnes. Aujourd'hui, on fait la commande selon les moyens à sa disposition mais évidemment, les pauvres qui ne sont pas capables de commander 25kg considérés comme unité minimale se voient privés de cette opportunité.

Mais si le gouvernement honorait ses engagements et respectait les délais de livraison de ces engrais, nous serions très heureux.

👉 NGENDAKUMANA Lyduine, agent de la poste à Bugarama

Comment appréciez-vous l'afflux des gens vers la poste pour payer les avances pour l'engrais dans le cadre du PNSEB?

Au départ, les gens venaient un à un aux guichets, probablement parce que la population était dans le manque de moyens ou alors ne s'y était pas préparée. Mais le programme a prolongé par deux fois les délais de paiements des avances. Les paysans sont alors venus en grand nombre et nous avons fait notre travail de collecte de ces fonds. Ceux qui ne sont pas venus pendant ces moments de prolongation étaient peut être à court de moyens suite à la pauvreté généralisée dans le pays. Une autre observation que nous avons faite, certains paysans s'inscrivaient pour par exemple quatre sacs d'engrais et ne parvenaient pas à trouver toute la somme due. Nous leur facilitons la tâche en prenant juste l'argent équivalent au nombre de sacs auxquels ils auront droit.

👉 Jeanne HABIMANA, bureau postal de Giheta



La population qui s'était fait inscrire est venue payer les avances. Avec la première semaine, les gens venaient à compte goutte mais l'affluence a sensiblement augmenté dans les deux semaines qui ont suivi avant de retomber la troisième semaine. On avait donné au départ dix jours pour le paiement de ces avances mais la mesure a été revue à un mois. Cela a permis à ceux qui n'avaient pas répondu rapidement à ce rendez-vous de s'y préparer financièrement.

Tous ceux qui s'étaient fait inscrire ont pu payer leurs avances sauf ceux qui se seraient heurtés aux problèmes de pauvreté et qui n'ont pas pu trouver la somme exigée dans les délais ou alors ceux qui n'ont pas compris le programme à temps. L'argent récolté était déposé sur un compte prévu à cette fin et le PNSEB avait déployé ses agents pour le suivi de ce travail et s'est déroulé normalement. L'argent collecté a été immédiatement transféré sur le compte qui avait été déterminé par les organisateurs. Tout était bien planifié car des agents du PNSEB passaient régulièrement sur les guichets pour suivre le déroulement du paiement.

Propos recueillis par Jonas Eric UWIZERA

Fiche technique

Le séchage et la conservation des fruits et légumes



Le séchage des fruits et légumes demande des techniques éprouvées qui permettent de mettre en marché des produits qui gardent leurs qualités organoleptiques. Le séchage des fruits et légumes permet d'enlever les quantités d'eau qu'ils contiennent. Pour ce faire, on utilise plusieurs techniques de séchage. La technique d'utilisation des rayons solaire est la plus répandue puisqu'on la retrouve un peu partout dans le monde.

Le séchage des aliments à l'aide des rayons solaires s'effectue en trois temps :

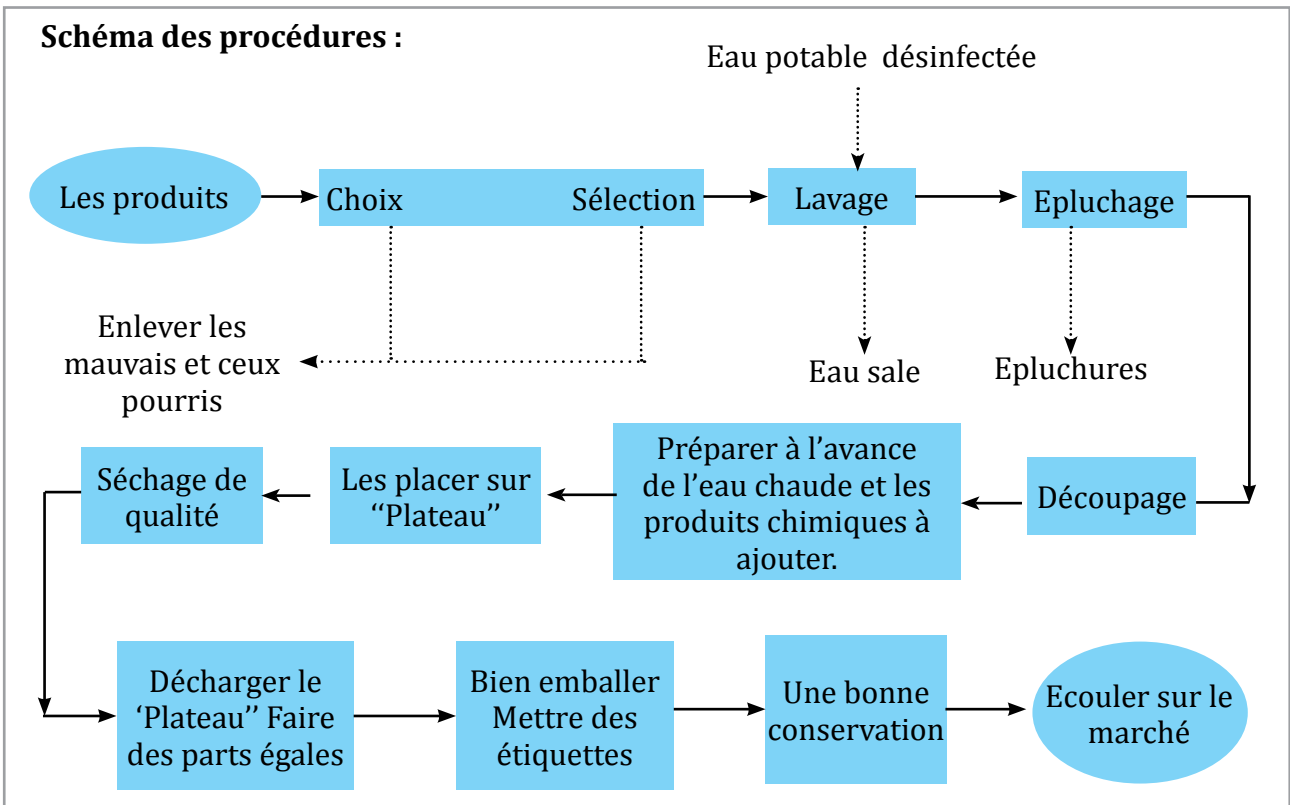
- Le séchage à l'air libre ;
- Le séchage en laissant pénétrer directement les rayons solaires ;

- Le séchage en laissant pénétrer indirectement les rayons solaires.

Le séchage de qualité des fruits et légumes

Un bon séchage des fruits et légumes suit les principes suivants :

- Respecter les principes et lois du pays en vigueur ;
- Observer les lois de la salubrité, d'extraction de l'eau, d'emballage, d'étiquetage, de conservation, de la durée de vie, etc.
- Respecter les étapes à suivre ;
- Tenir compte de la relation entre l'offre et la demande sur le marché.



Etape 1 : Achat et choix

- Pour les fruits à sécher, choisir ceux qui sont de bonnes qualités et bien murs, sans aucun signe de détérioration ;
- Pour les légumes, choisir ceux qui ne présentent pas de signes de détérioration ni jaunis ni pourris ;
- Pour les viandes, choisir les parties sans graisses.

Etape 2 : Sélection

Procéder par la sélection en enlevant toutes saletés, les aliments pourris et ceux qui présentent des malformations.

Etape 3 : Lavage / nettoyage

Utiliser l'eau stérile dans laquelle on a ajouté du sodium. Enlever toutes les saletés sur la couche supérieure. Utiliser ensuite l'eau bouillante (15min de chauffage) ou utiliser une solution de nettoyage qui enlève les saletés de toute sorte (1mm / 100l).

Etape 4 : Epluchage et découpage

- Eplucher les fruits et détacher les légumes des tuteurs,



- Couper en petits morceaux suivant les préférences du marché (chaque morceau ne peut pas aller en dessus de 3mm ou bien dépasser 8mm avec une épaisseur de 5mm).

Etape 5 A : Laver à l'eau chaude

Le lavage à l'eau chaude est indiqué pour lutter contre les microbes /bactéries responsables de la pourriture lorsque les fruits et légumes sont séchés.

Chaque fois pour le lavage, respecter le temps alloué à chaque opération : maximum 5min pour les légumes et 10 min pour les fruits un peu durs.

Etape 5 B: Laver dans différentes solutions

Le lavage dans l'eau contenant quelques produits spécifiques aide les fruits à garder leur couleur naturelle comme par exemple les mangues.

Pour les fruits, utiliser la solution du sodium et du potassium metabisulphite (1%). En cas de besoin, on peut utiliser la fumée de soufre. On peut aussi utiliser le jus de citron ou la poudre de citron.

Pour les légumes (de couleur verte), utiliser la solution du sodium et du carbonate, les sels minéraux (magadi 1%) pour lutter contre la décoloration. Ajouter le chlorure de calcium (2%) pour garder les légumes tendres.

Etape 6 : Disposition sur un plateau de séchage

Disposer les morceaux sur « un plateau » de séchage de telle sorte qu'aucun ne soit disposé en dessous/ dessus de l'autre. Veiller à ce que le plateau ne soit pas rempli parce que le poids peut déformer la toile.

Etape 7: Séchage

Mettre les produits sur un plateau déjà chaud entre 9 heures du matin jusqu'à 16 heures.

Vérifier chaque fois que les produits sont séchés et les retourner si nécessaire. Elles seront bien sèches lorsqu'on n'observe plus de perte de l'eau.

Etape 8 A: Décharger le plateau

Soyez prudent quand vous enlevez les morceaux étalés sur un plateau afin qu'elles ne perdent pas la forme qui leur est conférée.



Mettre les produits dans un récipient bien lavé muni d'un couvercle pour éviter que le séchage ne puisse continuer. Si vous constatez que le séchage n'est pas complet, déplacer le plateau et l'installer dans un endroit aéré et bien protégé ne favorisant pas la continuité du séchage. S'il s'avère nécessaire, reprenez l'étape 7.

Etape 8 B: Conservation pour le séchage parfait

Conservez le récipient contenant les produits au moins 24heures afin que les morceaux se sèchent de manière uniforme.

Au cas où le séchage n'est pas complet, faire une petite ouverture laissant entrer un peu d'air. On favorise ainsi la continuité du le séchage. Veiller à ce qu'il n'y est pas d'air pollué qui risquerait d'entrer dans le bocal.

Etape 9: Empaquetage

Bien emballer vos produits séchés et ceux en cours dans des emballages appropriés et de bonne qualité sans aucune fente pouvant prolonger le séchage.

Etape 10: Conservation

Laisser tout produit séché dans un magasin pendant au moins 3jours. Toutefois, on continuera à vérifier l'état des produits.

La bonne conservation doit se faire suivant les préférences du marché comme les mettre dans un endroit dépourvu d'air et d'intense lumière.

A la fin, ne pas oublier de mettre des étiquettes précisant le nom de la marchandise, les dates de fabrication et celle de péremption.

Pierre Claver NDAYISHIMIYE

Les cultures maraichères : source de revenus pour les paysans et complément indispensable pour une alimentation équilibrée



Les légumes sont des plantes de différentes espèces et variétés qui se consomment crues ou cuites et dont la teneur en sels minéraux et en nutriments est la plus importante de toutes les autres plantes (autres que les légumes). On en prépare des salades de table que les citadins et les gens aisés raffolent mais c'est aussi une nourriture accessible pour les petites gens. Il en est de même pour les fruits.

Au Burundi on trouve plusieurs légumes notamment les choux avec ses différentes variétés, les amarantes, les carottes, les épinards, les feuilles de haricots, les courges, les concombres, différentes variétés d'aubergines, etc.

Ces légumes procurent aux paysans qui les cultivent, souvent sur de petits jardins près de la maison ou dans les marais et d'autres espaces facilement irrigables, des revenus qu'on ne soupçonne pas.

Madame Joselyne NDAYIRORERE de Matara en commune Mugongomanga a beaucoup investi dans la production des choux. Elle possède un champ de 15 m de large et 70 m de long. Elle ne cache pas sa satisfaction malgré un cout de production important pour une paysanne: « J'ai mis le paquet

dans mes choux car depuis la mise en pépinière des semences ensuite la mise en champs des plants jusqu'aujourd'hui j'ai dépensé 820.000frbu, c'est énorme mais j'espère gagner avec cette première saison autour de 300.000frbu à la vente. La première saison donnent moins de bénéfices mais avec la deuxième saison je vais gagner énormément parce que les frais de location du champ couvrent deux saisons».

Comme le champ se trouve au bord de la route Bujumbura - Ijenda, Madame Joselyne n'a pas de problèmes à écouler sa production car les grands commerçants des légumes la retrouvent au champ. Pour elle, « c'est une belle expérience qu'il faut partager aux autres femmes qui se croient incapables de faire mieux ».

On voit souvent les amarantes sur les petits marchés des quartiers comme sur les grands marchés de la ville. Le plus souvent ces légumes descendent des collines surplombant la capitale, d'autres par contre sont cultivés à la périphérie de la ville. Dans les parcelles des maisons, il suffit d'un petit espace de 5m sur 5 pour y faire pousser des amarantes d'une valeur de 30.000frbu voir plus. Certaines familles pauvres aménagent de jardins potagers pour

LA VOIX DES COLLINES

essayer de compléter leur ration.

D'autres par contre cultivent les légumes pour le marché, cet habitant de Kamenge à la périphérie du quartier exploite un espace de 15 m sur 30 m : «Je peux facilement tirer 200.000frbu de ce petit jardin. Les détaillants viennent sur place et prennent les amarantes pour aller les vendre sur les marchés de Kamenge ou Kinama ou alors au centre ville. Non seulement je tire un peu de profits de mon jardin mais aussi je complète mon alimentation car, dit-on, les amarantes sont très riches en sels minéraux indispensables à notre santé. Au lieu d'aller les acheter au marché je me réserve une petite parcelle pour nourrir ma famille».



L'amarante est « une plante exempte de gluten, l'amarante n'est pas une céréale mais elle est utilisée comme telle. Elle est riche en vitamines A et B, en acide folique, en vitamine C et en minéraux tels que le calcium, le fer, le cuivre, le zinc et le magnésium et également du phosphore. On y trouve toute la gamme des acides aminés essentiels en quantité équilibrée. Elle contient deux fois plus de fer et quatre fois plus de calcium que le blé dur. Les diététistes affirment que la protéine de l'amarante est de qualité supérieure, même meilleure que la protéine du lait de vache ».

« L'amarante a des atouts nutritionnels extraordinaires et du fait qu'elle est adaptée aux zones sèches et pousse sur des sols pauvres, peu exigeante pour croître elle représente une manne inestimable pour les peuples souffrants de malnutrition.

Elle est connue et déjà consommée au Kenya, en Ouganda, en Zambie et au Zimbabwe et on ne peut qu'encourager la culture dans les pays pauvres car elle permettrait de nourrir deux fois plus de personnes par unité de surface que les céréales habituellement cultivées dans ces régions.

Certaines maladies comme le scorbut et le kwashiorkor (enfants au ventre gonflé, ces enfants sevrés du riche lait maternel puis nourris exclusivement de céréales et de manioc qui entraînent de grosses carences alimentaires), maladies liées à des carences alimentaires pourraient être guéris par une alimentation riche en amarante. En effet, du fait de la teneur élevée en divers nutriments (calcium, phosphore, zinc, magnésium, vitamine E et B) ».

Source : <http://www.lousonna.ch/recettes/iamarante.html>

L'amarante compte aussi plusieurs variétés mais les vertus nutritionnels de cette plante restent les mêmes.

D'autres produisent les aubergines surtout dans la plaine de l'Imbo et font des bénéfices appréciables. Les aubergines, comme les autres légumes, font

de bonnes recettes et sont achetées sur le marché par des gens aisés. Un demi-hectare d'aubergines peut facilement rapporter à l'agriculteur 1million de francs burundais après déduction de toutes les charges de production et cela en l'espace de cinq mois.



Différentes espèces de fruits sont aussi cultivées par beaucoup de Burundais et se vendent sur les marchés du pays. Les avocats sont les plus abondants et sont nutritionnellement riches en vita-

mines et en fibres. On fabrique à partir des avocats, une huile très riche et chère mais la transformation des fruits reste au stade embryonnaire au Burundi.



Les avantages des cultures maraichères

Ce sont des cultures très précoces qui peuvent atteindre la maturité entre deux et trois mois. Elles peuvent contribuer à réduire les risques de maladies carencielles. Elles ont également l'avantage qu'elles sont encore bon marché sur les marchés du pays et donc accessibles aux gagne-pains qui les produisent à la fois pour le marché et pour leur propre consommation. Leur contribution dans le revenu familial n'est pas à négliger car la production se fait entre trois à quatre fois l'année pour certaines cultures maraichères.

Certains fruits comme les tomates sont aussi précoces que les légumes et tous les fruits ont aussi une valeur nutritive confirmée par les nutritionnistes et contribuent de façon significative dans l'équilibrage de notre alimentation quotidienne.

Toutefois, il est important de savoir que les légumes doivent être arrosés avec de l'eau non contaminée par des produits toxiques ; il est donc déconseillé de recourir aux eaux usées des ménages pour arroser les légumes.

Jonas Eric UWIZERA

Dynamiques paysannes

La coopérative TUBAMURIKIRE de Ngozi en marche

La coopérative TUBAMURIKIRE de Ngozi créée au début de l'année 2012 a son siège dans la zone de Mubuga de la commune Ngozi. Elle compte 320 adhérents provenant de différents IGG de la commune (groupes d'autopromotion et de solidarité).

La coopérative est centrée sur les filières riz-haricot- maïs. Notre devise est : « Nous luttons pour que les bénéfices de nos activités nous reviennent ». Nous voudrions que notre coopérative résolve les problèmes auxquels nous faisons face. Quelles sont alors les activités que nous avons déjà réalisées ?

Pour le moment notre coopérative est en possession d'une décortiqueuse de riz et notre coopérative a réussi à imposer le prix de 40F/Kg à l'ensemble des opérateurs.

Nous avons également mis en place un fonds pour intrants au début de la saison B 2012. Nous avons collecté huit millions de francs burundais (8000000Frbu) et nous avons pu acheter huit tonnes d'engrais chimiques subventionnés pour les membres de la coopérative. Pendant la saison A 2013, nous avons pu rassembler 5.5tonnes.

Aujourd'hui nous avons ouvert un compte à la banque pour débiter le fond pérenne intrant¹. Nous avons également reçu une série de formations qui nous ont permis d'améliorer notre production. C'est ainsi que nous avons commandé 350kg des semences de maïs à l'ISABU que nous avons semé au cours de la saison B 2012 et qui ont produit d'excellents résultats. Actuellement nous sommes en train d'expérimenter les variétés de haricots volubiles appelées communément « Jaune » et « Ruvuzo » qui donnent un meilleur rendement.

La coopérative a également lancé la vente du dursban pour lutter contre les chenilles foreuses des tiges et les autres insectes nuisibles au maïs. Auparavant les paysans utilisaient du DDT : un produit très dangereux pour la santé et l'environnement. Le

¹ « Lire les pages 9 et 10 de La Voix Des Collines n°7 pour mieux comprendre ce que c'est le fonds pérenne intrants ».



prix du dursban est aujourd'hui passé de 10.000 F Bu à 8.500 F BU

La boutique d'intrants de la coopérative vend aussi les produits phytosanitaires pour les pommes de terre et les tomates. C'est dire que la coopérative rend des services non seulement aux membres, mais aussi à l'ensemble de la communauté.

En plus de la boutique, nous avons construit un hangar pour le stockage des produits des filières mises en avant par la coopérative à savoir le maïs, le riz et le haricot. Ce hangar a été construit sur les fonds mobilisés à travers les cotisations des membres de la coopérative !

En perspective, nous comptons augmenter les capacités de notre boutique d'intrants et de semences de qualité et renforcer les coopérateurs par des formations diversifiées.

KANA Gabriel

Président de la coopérative TUBAMURIKIRE

IGG « TURWANYUBUKENE » de Ciya, commune et province BUBANZA

Notre IGG dénommé TURWANYUBUKENE a débuté ses activités il y a de cela deux ans après les formations psycho-humaines qui nous ont été dispensées par ADISCO à travers son projet RECASEM¹. Notre groupe est formé de dix membres dont six hommes et quatre femmes. L'IGG compte aussi en son sein trois ex-combattants démobilisés.

Après les formations psycho humaines, nous avons travaillé comme ouvriers agricoles dans les champs de nos voisins. Nous avons ainsi pu collecter 100.000frbu avec lesquels nous avons ouvert une petite pharmacie vétérinaire à Ciya, étant donné que j'avais bénéficié d'une formation vétérinaire dispensée par la FAO. Chaque membre de l'IGG a contribué à hauteur de 10.000frbu dans ce micro projet.

Les résultats ont été spectaculaires car nous avons pu ouvrir une autre pharmacie vétérinaire à Muramba. Nous avons aussi installé une bananeraie de 550 rejets associées aux pruniers du Japon. Nous avons également pu acquérir une vache et réussi à planter un champ semencier de manioc de deux hectares.

De mon côté, j'ai une vache qui m'a été donnée par le programme PRODEFI du FIDA, une vache que je dois suivre selon les exigences techniques d'élevage. Ce sont les moyens que je tire de l'IGG qui m'aident dans l'entretien de cette vache. Les autres membres de l'IGG ont aussi développé différentes activités grâce aux moyens qu'ils ont tirés de l'IGG. Certains s'occupent de l'élevage des porcs et ont déjà vendu des porcins, d'autres se sont achetés des vaches ou



des chèvres, d'autres encore ont élargi leurs champs de manioc. Ces activités font la fierté de la colline.

Notre rêve est de nous procurer au moins trois vaches qui vont produire du fumier pour la bananeraie ainsi que la promotion de l'habitat décent chez tous les membres de l'IGG. Nous y parviendrons sous peu grâce aux récoltes du manioc et de la bananeraie.



¹ Le projet RECASEM (Renforcement des capacités d'autopromotion et d'entreprenariat pour la sécurité alimentaire et des revenus dans la région du MUMIRWA) est l'un des projets de l'ADISCO, exécuté sur cinq ans depuis 2011, dont la première phase était de deux ans. Il est financé par Oxfam Novib.

Vital NIGARURA
Président de l'IGG TURWANYUBUKENE

Les unions des mutuelles de santé des caféiculteurs dans le suivi de la qualité des soins

Les premières unions des mutuelles de santé des caféiculteurs du Burundi (MUSCABU) ont vu le jour en 2009.

Ce sont des organes mis en place par les mutuelles de santé du même bassin caféicole, pour appuyer les mutuelles de santé dans le plaidoyer pour l'amélioration de la qualité des soins de santé et la gestion de l'inter mutualité. A cette fin, elles effectuent régulièrement des enquêtes de perception de la qualité des soins dans plusieurs centres de santé avec lesquels les mutuelles de santé sont conventionnées.

Les unions ont décidé d'utiliser désormais des outils plus performants et de partager l'information avec les formations sanitaires concernées ainsi qu'avec les autorités habilitées, en vue d'améliorer les services rendus à la population. La dernière enquête a porté sur les provinces ci-après : GITEGA, MURAMVYA,



MWARO, KARUZI, RUTANA, BUBANZA, CIBITOKÉ, MAKAMBA, KAYANZA, NGOZI, KIRUNDO et MUYINGA.



Les variables enquêtées portent sur : l'accueil des malades, la compétence perçue du personnel soignant, le coût des soins, les examens avant la prescription, l'état de propreté de la formation sanitaire et la disponibilité des médicaments. Les résultats de l'enquête indiquent clairement que la région de Kayanza vient en tête pour toutes les variables enquêtées.

En général, la population enquêtée a le sentiment que les examens de laboratoire ne sont pas toujours exigés avant la prescription des médicaments. La variable coût de soins de santé vient en dernière position par rapport aux autres variables et reste un défi à relever. Les populations considèrent que les soins de santé restent donc chers.



L'accueil des patients auprès des centres de santé est plutôt apprécié par la population et en particulier par les mutualistes à quelques exceptions près.

Les médicaments ne sont pas toujours disponibles dans les formations sanitaires, ce qui oblige à recourir à des pharmacies privées très chères.

En général, les résultats montrent que les centres de santé confessionnels sont les mieux cotés que les centres de santé publics mais ont des coûts des

soins de santé très élevés. Les tableaux ci-après présentent les résultats cumulés ci-après :

CLASSEMENT DES UNIONS DES MS PAR RAPPORT A LA PERCEPTION DE LA QUALITE DES SOINS PAR LA POPULATION

Variables	Accueil des malades		Compétence du personnel soignant		Coût des soins de santé		Examen avant prescription		Etat de propreté		Disponibilité des médicaments		Moyenne Globale	
	score	%	score	%	score	%	score	%	score	%	score	%	Moyenne	place
KAYANZA	4 480	85	4 403	84	3 179	80	4 533	69	4 019	76	4 229	80	79	1
KIRIMIRO	5 839	81	5 793	81	3 815	71	7 617	85	5 477	76	5 571	77	78	2
KIRUNDO MUYINGA	4 262	77	4 087	74	2 737	66	5 605	81	3 640	66	4 345	78	74	3
MUMIRWA	5 241	80	4 967	76	3 233	66	6 320	78	4 543	69	4 640	72	73	4
NGOZI	5 617	73	5 464	71	4 060	67	6 422	67	5 518	72	5 259	69	70	5

CLASSEMENT DES VARIABLES ENQUETEES PAR RAPPORT A LA MOYENNE GLOBALE

Variables enquêtées	Moyenne globale des variables en %
Accueil	78,95
Compétence	76,73
Coût des soins de santé	70,09
Examen avant prescription	75,86
Etat de propreté	71,91
Disponibilité des médicaments	74,92
Moyenne globale	74,74

CLASSEMENT DES UNIONS PAR RAPPORT AUX VARIABLES ENQUETEES

	Unions	%
Accueil	KAYANZA	85,04
Compétence	KAYANZA	83,58
Coût des soins de santé	KAYANZA	80,46
Examen avant prescription	KIRIMIRO	85,15
Etat de propreté	KAYANZA	76,29
Disponibilité des médicaments	KAYANZA	80,34

L'enquête a aussi évalué l'appréciation de l'utilisation de la CAM. Les résultats sont les suivants :

C'est dans les régions de Kayanza et Kirimiro qu'elle semble le mieux fonctionner, alors qu'à Ngozi, Kirundo-Muyinga et Mumirwa, elle satisfait mal aux utilisateurs. Cette enquête de perception de la qualité des soins sera effectuée régulièrement pour mesurer l'évolution de l'amélioration de la qualité des soins dans les formations sanitaires conventionnées avec les mutuelles. Espérons que l'autorité sanitaire appréciera cet outil et en fera un bon usage.

Unions	Utilisation de la CAM				Total
	mauvaise	plus ou moins bonne	bonne	très bonne	
Kirimiro	10,0%	9,0%	40,5%	40,5%	100%
Mumirwa	22,8%	30,2%	32,3%	14,7%	100%
Kayanza	19,9%	12,7%	26,0%	41,4%	100%
Ngozi	34,1%	15,0%	42,2%	8,5%	100%
Kirundo-Muyinga	36,0%	39,9%	18,7%	5,4%	100%
Total	1 672	1 406	2 172	1 340	6590
	25,40%	21,30%	32,90%	20,30%	100%

Espérance KANEZA

Le cri des collines

L'amélioration du cadre légal régissant les coopératives au Burundi : les parties prenantes en discutent



Depuis l'époque coloniale, le Burundi a connu une série de lois¹ régissant les coopératives dont la plus récente a été promulguée en 2011. Actuellement, les coopératives sont régies par la "loi portant Code des Sociétés Privées et à participation publique au Burundi" et les "statuts de la société coopérative" de l'Agence de Promotion de l'Investissement, API en sigle, devenus aujourd'hui obligatoires pour faire agréer une coopérative.

Ces derniers ne sont pas toujours en cohérence avec la loi qui les régit. On note des désaccords parfois importants d'une part, entre les deux textes (la loi et les statuts) et d'autre part, avec le principe et la philosophie coopérative telle que définie par les instruments internationaux notamment l'Alliance Coopérative Internationale (ACI).

Du fait qu'à ce jour il n'existe pas de Loi Cadre Organique consensuelle régissant les Coopératives au Burundi d'où découleraient les lois spécifiques pour chacune des typologies de coopératives, les organisations de la société civile regroupées au sein du "Réseau des Organisations de Développement du Monde Rural", RODEM² en sigle viennent d'orga-

niser en collaboration avec le Ministère du Développement Communal et l'Agence de Promotion de l'Investissement (API) un atelier de réflexion et d'échanges sur l'amélioration du cadre légal en vigueur régissant les coopératives au Burundi.

L'atelier visait à analyser la *Loi portant code des sociétés privées et à participation publique* au Burundi et les *Statuts de la coopérative* de l'Agence de Promotion des Investissements utilisés pour l'agrément des coopératives et à contribuer à mettre fin aux contradictions et incohérences que comportent les textes en vigueur.

A l'occasion de l'ouverture des travaux de l'atelier, deux allocutions de circonstance ont été prononcées. Le secrétaire général d'ADISCO et président du RODEM, M. Deogratias NIYONKURU a, dans son mot d'accueil, rappelé que les coopératives doivent fonctionner dans un cadre légal cohérent pour éviter les dérapages aux conséquences désastreuses qui résulteraient de l'application d'une loi incohérente par rapport à l'essence même de la coopérative. Il a indiqué que le modèle coopératif doit "se substituer au modèle capitaliste..." dit « Havuginoti... » et se présenter comme "un modèle plus humain dans lequel les résultats sont partagés en fonction de la sueur de chacun et non de sa mise financière".

Il a fait remarquer que l'applicabilité de la loi en vigueur n'est pas aisée suite aux contradictions

¹ Les lois de 1949, 1956, 1958, 1981, 1988, 1996

² Les organisations membres du RODEM sont : ADISCO, INADES-FORMATION BURUNDI, ACORD, OAP, FORSC, CNAC, UCODE et CONSEDI

constatées où “tantôt, les coopératives sont considérées comme des associations sans but lucratif, tantôt assimilées à des sociétés de capitaux”.

Prononçant son allocution de lancement des travaux de l’atelier, le Ministre du Développement Communal, M. Jean Claude NDIHOKUBWAYO a, quant lui, indiqué que “le mouvement coopératif constitue le seul moyen de mobiliser les énergies paysannes pour tendre vers l’objectif ultime qu’est le développement endogène”. Il a pour ce faire souligné l’importance des discussions sur le cadre légal régissant les coopératives, indiquant que le développement du pays doit passer au travers des initiatives communautaires qui sont en train de se structurer en coopératives.

Abordant le thème du jour, le consultant a relevé les lacunes et les incohérences importantes d’une part entre la “loi portant code sur les sociétés privées et à participation publique” et la section 6 : “de la société coopérative” de la même loi et d’autre part entre ladite loi et les statuts de la société coopérative utilisés par l’Agence de Promotion des Investissements au Burundi, API en sigle et devenus obligatoires pour l’agrément des coopératives. Les participants à l’atelier ont ensuite été invités à apporter leurs contributions en vue d’amender les dispositions qui ne correspondent pas à l’esprit coopératif et qui constituent un handicap à la promotion et au renforcement des coopératives au Burundi.

A l’issue d’un débat riche et constructif, les participants ont formulé de commun accord les recommandations suivantes :

1. Soustraire la “loi des coopératives” du “code des sociétés privées et à participation publique” pour en faire une loi à part;



2. Enrichir le nouveau texte d’éléments permettant d’offrir des facilités aux coopératives ;
3. Créer un comité mixte composé par les représentants des organisations de la société civile impliquées dans le développement du monde rural, des coopératives et du ministère du développement communal pour finaliser rapidement le nouveau texte ;
4. Le Ministre s’est engagé à présenter le nouveau texte au Conseil des Ministres puis au Parlement ;
5. Quant au statut régissant les coopératives, son texte a été entièrement revu et l’API s’est engagée à utiliser immédiatement la nouvelle version qui, du reste, pourra être enrichie par chaque coopérative, en fonction de ses spécificités .

Le succès de l’atelier est d’avoir permis à l’API de disposer des “statuts de la société coopérative” améliorés, conformes à la loi et au principe coopératif. Devenus obligatoires pour l’agrément des coopératives au Burundi, lesdits statuts ont été traduits en kirundi pour les nombreux usagers ne parlant pas la langue française. S’agissant de loi sur les coopératives, une équipe mixte composée des membres du RODEM et des représentants du ministère du développement communal va se concentrer sur le nouveau texte et le finaliser pour que le ministère de tutelle puisse le présenter au conseil des ministres et au Parlement pour adoption et promulgation.

Léon NDIKUNKIKO

Pleurotes à la tomate, les délices de la cuisine...



Se nourrir régulièrement aux champignons est un bon moyen pour varier notre alimentation. Nous vous proposons une recette simple qui permet à votre famille d'enrichir votre nutrition, les pleurotes à la tomate. Pour 4 personnes, il faut 500 g de pleurotes, 1 gros oignon, 4 cuillères à café d'huile, 4 tomates fraîches, 1 petite bouteille de vin blanc de cuisine (facultatif), 1 feuille de lau-

rier, du sel, du poivre, des herbes et du jus de citron. Nettoyer les pleurotes en coupant la partie inférieure en les rinçant rapidement à l'eau courante. Séchez-les et émincez-les. Hachez grossièrement l'oignon et faites-le fondre à l'huile. Ajoutez les tomates en tranches fines si elles sont fraîches, le laurier, les herbes, l'assaisonnement et le jus de citron. Joignez les champignons émincés grossièrement, couvrez et laissez cuire pendant 7 à 8 minutes à feu vif. Retirez le couvercle, baissez le feu et laissez mijoter pendant 25 à 30 minutes à feu très doux. Qu'est ce qui vous reste ? Vous servir à table avec vos invités !



Bon appétit !

Libère BUKOBERO

Jeux
concours ouvert aux
groupes d'autopromotion et de
solidarité (IGG)

Montrez, sur cette
image de la une de ce
magazine, quatre (4) éléments
qui montrent que les paysans sont
escroqués par les commerçants véreux.

Un prix de 250.000 francs burundais sera
partagé entre les dix premiers gagnants
qui auront donné de bonnes réponses.

Les réponses seront remises sous enveloppes
fermées aux animateurs de l'ADISCO
qui se chargeront de nous les faire parvenir!!

Indiquez-nous vos adresses :
nom et prénom, colline, nom de votre IGG
et le numéro de téléphone s'il existe.

Les heureux gagnants seront contactés par téléphone
ou seront rejoints à leurs adresses. Les bonnes
réponses et les gagnants de ce jeux concours
seront publiés dans le prochain numero de
la Voix Des Collines.



Bonne chance à
toutes et à tous
!!!

Vous êtes une ONG ou une association de la société civile œuvrant pour le développement ?

Vous voulez enrichir vos connaissances et acquérir des outils très pratiques en management des associations et ONG ?

Fernand VINCENT, un expert bien connu dans le monde du développement de par son immense expérience du développement, Fondateur du collège des Travailleurs (Cameroun), de l'Institut Panafricain pour le Développement (IPD), du réseau Mondial Innovations et Réseaux pour le Développement (IRED) et du Fonds International de Garanties Bancaires (FIG), met encore à votre disposition un ouvrage intitulé :

« Le nouveau manuel de gestion des associations et ONG de développement »

qui vous donne tous les outils nécessaires de management de vos organisations!!!

Ce manuel de 324 pages est accompagné d'un CD qui vous permet d'accéder par un simple clic à 200 outils de gestion et d'organisation d'ONG/ OP ; aux textes complets des cinq premiers manuels Fernand Vincent !!!

*Procurez-vous de ce
« Nouveau Guide » à
l'adresse suivante :*

ADISCO, Rohero II,
avenue Bututsi, n°25
BP 2695, Bujumbura, Burundi
22 25 75 20 | 22 25 93 38
adisco@cbinf.com

***Prix
promotionnel***

20 euros

