

BURKINA FASO

Unité — Progrès — Justice

UNIVERSITÉ DE OUAGADOUGOU

Unité de Formation et de Recherche en Sciences
Humaine (UFR/SH)



Programme AGRINOVIA



« INNOVATION ET
DEVELOPPEMENT
EN MILIEU RURAL »

LA PRODUCTION DE L'OIGNON HIVERNAL : QUELLES
OPPORTUNITES POUR LES POLES D'ENTREPRISES AGRICOLES DU
BURKINA FASO



MEMOIRE

Présenté par

YILI Diane Larissa Nongabamba

Pour l'obtention du diplôme de Master Professionnel International en Innovation et
Développement en milieu rural

DIRECTEUR DE MÉMOIRE

Docteur Asseta DIALLO

DIRECTEUR DE STAGE

M. Stéphane BAYALA



Juin 2013

DEDICACE

- A mon père et à ma mère
- A ma sœur Myriam ainsi qu'à mes frères Thierry et Yves
- A mon neveu Steve Daniel Curtis
- A tous ceux qui, d'une manière ou d'une autre m'ont ouvert leur cœur et me poussent vers la voie de la réussite.

Je dédie ce modeste travail et recevez en ces écrits toute ma gratitude.

REMERCIEMENTS

Il serait inconvenant de m'attribuer tout le mérite de ce présent travail, car je n'ai fait «...qu'ajouter de la terre à la terre »¹. Ce mémoire a été possible grâce à l'engagement altruiste de nombreuses personnes. Je voudrais leur traduire ma reconnaissance à travers ces lignes. Ainsi, je tiens donc à exprimer ma profonde gratitude à :

Mon directeur de mémoire Docteur Assèta DIALLO représentante IFDC Burkina pour avoir accepté de m'accueillir dans la structure comme stagiaire, et pour l'encadrement, les conseils, la disponibilité et la patience dont j'ai bénéficié pour mener à bien ce travail

Mr Stéphane BAYALA Conseiller Agribusiness IFDC et son assistant Mr Kouka KABORE pour leur grande disponibilité, et les conseils dont j'ai bénéficié tout au long de l'étude

Au Pr Jacques NANEMA, Coordonnateur du programme AGRINOVIA pour sa constante disponibilité tout au long de la formation

Au corps professoral d'AGRINOVIA pour leur encouragement et leurs innombrables conseils

Tout le personnel de l'IFDC pour leur accueil chaleureux, leur soutien et leur encouragement tout au long de ces 4 mois de stage

Aux Présidents et aux différents acteurs des deux PEA Passoré et Korsimoro pour leur compréhension, leur disponibilité et surtout leur collaboration lors de la collecte des données

Mr Boureima KABORE Directeur de la société Burkina Primeur pour sa disponibilité ses encouragements et sa collaboration

Nos aînés de la première promotion pour leur partage d'expériences et leurs conseils

Ma costagiaire de l'IFDC Mlle Marie Michelle TIAHO pour son soutien et cette amitié renforcée tout au long du stage

Tous les étudiants de la 2^{ème} promotion du Master AGRINOVIA pour l'ambiance familiale créée tout au long de la formation

Enfin, merci à tous ceux qui, de près ou de loin m'ont soutenue d'une manière ou d'une autre dans cette étude. Je pense particulièrement à Aimé KABORE et Erick KOSSOUHO.

¹ Maître Titenga PACERE, avocat et chef coutumier du Burkina

TABLE DES MATIERES

DEDICACE.....	I
REMERCIEMENTS.....	II
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES.....	V
LISTE DES FIGURES	V
RESUME.....	1
SUMMARY.....	2
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	3
INTRODUCTION GENERALE	5
CHAPITRE I : ASPECTS THEORIQUES.....	9
1.1 DEFINITION DES DIFFERENTS CONCEPTS.....	9
1.2 CADRE CONCEPTUEL.....	10
1.2.1 Fondements de CASE.....	11
1.2.2 Les piliers de CASE.....	12
1.2.3 Les valeurs de CASE.....	14
1.3 GENERALITE SUR L'OIGNON HIVERNAL (PREMA 178).....	15
1.4 CARACTERISATION DE L'INNOVATION DANS LE SYSTEME DE PRODUCTION DES PEA .	16
1.5 DEMARCHE METHODOLOGIQUE	16
1.5.1 Choix des PEA	17
1.5.2 Techniques et outils de collecte et d'analyse de données	17
1.5.2.1 Techniques de collecte.....	17
1.5.2.2 Outils de collecte	18
1.5.2.3 Techniques et outils de traitement de données	19
1.6 Les difficultés rencontrées	19
CHAPITRE II : CADRE ET ZONES D'ETUDE	20
2.1 PRESENTATION DU CENTRE INTERNATIONAL POUR LE DEVELOPPEMENT DES ENGRAIS (IFDC).....	20
2.2 PRESENTATION DES ZONES D'ETUDE.....	21
2.3 PRESENTATION DES PEA	22
CHAPITRE III : ANALYSE PARTIELLE DE LA CHAINE DE VALEUR OIGNON HIVERNAL	24
3.1 DIAGNOSTIC FONCTIONNEL DE LA CHAINE DE VALEUR.....	24
3.1.1 Description des différents maillons	24
3.1.1.1 Le maillon production.....	24
3.1.1.2 Le maillon commercialisation.....	25

3.1.1.3	Le maillon consommation.....	25
3.1.2	<i>Cartographie de la chaîne de valeur oignon hivernal dans la zone d'étude</i>	25
3.2	DIAGNOSTIC ORGANISATIONNEL DE LA CHAINE.....	27
3.2.1	<i>Les acteurs directs de la chaîne</i>	27
3.2.1.1	Les fournisseurs d'intrants.....	27
3.2.1.2	Les producteurs	28
3.2.1.3	Les commerçants	29
3.2.1.4	Les consommateurs	30
3.2.2	<i>Les acteurs indirects ou acteurs d'appui de la chaîne</i>	30
3.3	DIAGNOSTIC TECHNIQUE	32
3.4	DIAGNOSTIC ECONOMIQUE.....	35
3.4.1	<i>Comptes d'exploitation des producteurs</i>	35
3.4.2	<i>Comptes d'exploitation des commerçants</i>	38
3.5	LE PRIX DE L'OIGNON HIVERNAL DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR	42
3.5.1	<i>Le marché de Tema Bokin</i>	42
3.5.2	<i>Le marché de Song Naaba</i>	42
3.5.3	<i>Le marché de Yako</i>	43
3.5.4	<i>Le marché de Korsimoro</i>	43
3.6	ETUDE DE CAS : LA SOCIETE BURKINA PRIMEUR	45
3.7	COUTS D'OPPORTUNITES LIES A LA CULTURE DE L'OIGNON HIVERNAL	47
3.8	ANALYSE SELON L'APPROCHE CASE	47
	CONCLUSION	51
	ANNEXES	55
	ANNEXE 1 : IMAGE CONTEXTE DU PEA SANMATENGA OIGNON	55

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

Liste des tableaux

Tableau 1: Synthèse des acteurs et leurs rôles	31
Tableau 2: Compte de production de l'oignon hivernal en FCFA pour 100m2 (Campagne 2011/2012 dans le Passoré)	36
Tableau 3: Compte de production de l'oignon hivernal en FCFA pour 100 m2 (Campagne 2011/2012 Korsimoro)	37
Tableau 4: Compte d'exploitation des grossistes du Passoré en Fcfa du Passoré en Fcfa	38
Tableau 5: Compte d'exploitation des grossistes de Korsimoro en Fcfa.....	39
Tableau 6: Compte d'exploitation des détaillants du Passoré en Fcfa.....	40
Tableau 7: Compte d'exploitation des détaillants de Korsimoro en Fcfa.....	41
Tableau 8: Synthèse des marges bénéficiaires par acteur en Fcfa	41
Tableau 9: Synthèse du prix de l'oignon dans les différentes localités	44
Tableau 10: Synthèse des goulots d'étranglements le long de la chaîne de valeur	45
Tableau 11: Quelques actions à entreprendre pour dynamiser la chaîne de valeur	50

Liste des figures

Figure 1 : Cartographie de la chaîne de valeur oignon hivernal	26
Figure 2: Calendrier Cultural des producteurs	32
Figure 3: Superficie utilisée pour l'oignon hivernal	33
Figure 4: Niveau d'équipement des producteurs enquêtés	34

RESUME

La filière oignon est porteuse au Burkina mais la chaîne de valeur oignon se caractérise par la concentration de la production et la commercialisation sur une courte période de l'année (la saison sèche froide), le reste de l'année étant une période morte du point de vue production.

Depuis maintenant 3 ans, certains producteurs des Pôles d'Entreprise Agricoles (PEA) oignon Passoré et Korsimoro, avec l'accompagnement de l'IFDC et d'autres partenaires ont testé la nouvelle variété d'oignon hivernal la 'Préma 178' introduite au Burkina par la société Burkina Primeur.

Le principal objectif fixé par cette étude était donc d'effectuer une analyse partielle de cette chaîne de valeur afin d'identifier les différents acteurs et leur rôles, les goulots d'étranglements et surtout les opportunités de cette nouvelle variété d'oignon.

A l'issu des entretiens et des enquêtes réalisées avec les acteurs des deux PEA, il ressort que la chaîne de valeur n'est pas encore bien structurée et les producteurs rencontrent des difficultés telles que la non maîtrise des itinéraires techniques qui les contraignent à utiliser pour le moment de petites superficies, le problème d'accès à la terre surtout pour les femmes, la mauvaise qualité des intrants et les aléas de la pluie.

Malgré ces difficultés et les petites superficies utilisées, la production de l'oignon hivernal dégage un bénéfice moyen de 88555 Fcfa pour 100m². L'oignon hivernal est donc une opportunité d'augmenter leurs revenus et leur condition de vie.

Mots clés : chaîne de valeur, oignon hivernal, PEA, Préma 178

SUMMARY

The onion is a carrier sector in Burkina but the onion value chain is characterized by the concentration of production and marketing in a short period of the year (the cold dry season), the rest of the year is a dead period regarding the production aspect.

Since 3 years now, some clusters and onion producers in the Passoré and Korsimoro areas with the support of IFDC and other partners have tested the new variety of winter onion commonly named 'Prema 178' that was introduced in Burkina Faso by Burkina Primeur company.

The main objective of this study was therefore to carry out an analysis of the value chain in order to identify the different actors and their roles, bottlenecks and especially the opportunities that present this new variety of onion.

At the end of interviews and surveys with stakeholders on both PEA, it appears that the value chain is not yet well structured and producers encounter difficulties such as non-mastery of technical routes that force them to use currently small areas, the problem of land access especially for women, the poor quality of inputs and the rarity of rain.

But despite these difficulties and the small areas used, producers have an average income of 88,555 FCFA per 100m². Bottom line, winter onion here tested could be an opportunity to increase the income and living conditions of the populations.

Keywords: clusters, value chain, Prema 178, winter onion.

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

AAA/B: Accelerating Agribusiness in Africa _Bridge

ACV: Analyse Chaîne de Valeur

AGRA: Agricultural Green Revolution in Africa

AGRODIA: Association des Grossistes et Détaillants d’Intrants Agricoles

ATP : Agribusiness Trade Promotion

CAP: Coopérative Agricole du Passoré

CASE: Competitive Agricultural Systems and Enterprises

CV: Chaîne de Valeur

DPSAA : Direction de la Prospective et des Statistiques Agricoles et Alimentaires

FCFA: Franc CFA

FEPAB : Fédération des Professionnels Agricoles du Burkina Faso

GIFS: Gestion Intégrée de la Fertilité des Sols

Ha: hectare

IDC: INTERNATIONAL DEVELOPMENT CONSULTING

IFDC: International Fertilizer Development Center

INERA : Institut National de l’Environnement Et de la Recherche Agronomique

INSD: Institut National de la Statistique et de la Démographie

Kg : Kilogramme

MAH : Ministère de l’Agriculture et de l’Hydraulique

MAHRH : Ministère de l’Agriculture, de l’Hydraulique et des Ressources Halieutiques

M² : Mètre carré

ONU**DI**: Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel

OP: Organisation Paysanne

PAM : Programme Alimentaire Mondial

PASA : Programme d'Ajustement du Secteur Agricole

PEA: Pôle d'Entreprise Agricole

PIB : Produit Intérieur Brut

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

SAE : Service d'Appui Entrepreneurial

SCADD: Stratégie de Croissance Accélérée pour le Développement Durable

UDGPM/Korsimoro: Union Des Groupements de Producteurs Maraîchers de Korsimoro

USADF: U.S African Development Foundation

INTRODUCTION GENERALE

Le Burkina Faso a enregistré entre 2000 et 2009 un taux de croissance annuel de 5,5% (SCADD, 2010). Cette croissance est en partie due au fruit du développement des secteurs productifs notamment l'agriculture. Cette dernière occupe près de 85% de la population active et contribue pour plus de 45% dans la formation du Produit Intérieur Brut (PIB) (INSD, 2011) avec une croissance moyenne de 3,2%/an (MAHRH, 2008). Elle constitue donc la première source de revenus des ménages ruraux (Savado Aboudrahyme, 2009).

Le secteur agricole rencontre d'énormes difficultés d'ordre technique, économique, et agronomique. Eu égard à l'importance de ce secteur pour l'économie nationale, il a été au premier plan des réformes engagées depuis les années 1990. De nombreuses politiques agricoles ont été élaborées au fil des années par l'Etat burkinabè afin de booster le développement de ce secteur. En effet, en allant du Programme d'Ajustement du Secteur Agricole (PASA) à la Stratégie de Croissance Accélérée pour le Développement Durable (SCADD) à travers le développement des productions des filières les plus porteuses, le Burkina Faso ambitionne à terme de réduire de façon considérable la pauvreté rurale.

Par ailleurs, les différents partenaires techniques et financiers accompagnent l'Etat ou les acteurs directement dans la mise en œuvre de ces politiques.

L'International Fertilizer Development Center (IFDC) ou Centre International pour le Développement des Engrais, qui est l'un de ces partenaires, à travers différents projets, apporte sa contribution dans l'amélioration du secteur agricole en Afrique d'une manière générale et au Burkina en particulier. Le projet Towards Sustainable Clusters in Agribusiness through Learning in Entrepreneurship (2SCALE) financé par le gouvernement des Pays Bas et mis en œuvre par IFDC vise à améliorer les revenus ruraux et la sécurité alimentaire en Afrique. Le projet s'appuie sur les succès du projet « Des milliers aux millions de producteurs agricoles » en abrégé (1000s+) qui avait pour objectif de faciliter l'intensification durable de l'agriculture et le développement des marchés et qui a aidé 700 000 petits producteurs agricoles de sept pays d'Afrique de l'Ouest dont le Burkina Faso à passer d'une agriculture de subsistance à une agriculture commerciale. Depuis 2006 diverses activités ont été menées au Burkina Faso dans le cadre de 1000s+, notamment la

construction progressive de Pôles d'Entreprises Agricoles (PEA). De quatre PEA en 2006, on est passé à 27 PEA en 2008-2009 puis à une quarantaine en 2011.

Les différents projets de l'IFDC ont favorisé le développement des PEA autour de spéculations porteuses dont l'oignon dans le Sanmatenga et le Passoré. En effet ces deux zones situées respectivement dans les régions du Centre-Nord et du Nord sont des zones de forte production d'oignon et les différents PEA bénéficient du soutien de plusieurs partenaires.

L'urbanisation croissante des villes du Burkina et la diversification des habitudes alimentaires suscitent une demande de plus en plus croissante en produits agricoles, et constituent des opportunités pour développer des activités comme la culture maraichère. Cette activité est une composante essentielle de la filière fruits et légumes qui contribue pour plus de 5 milliards au PIB (SDR, 2004). La culture maraichère fait partie des activités qui visent l'amélioration des rations alimentaires et des conditions économiques des ménages en milieu rural.

Les cultures maraichères en général et celle de l'oignon en particulier constituent non seulement des sources non négligeables de revenus mais aussi des sources d'emploi pour les populations locales, cependant, sa production se fait quasi-totalité en saison sèche entraînant donc une rareté du produit à certaines périodes de l'année faisant ainsi observer une flambée des prix sur les marchés domestiques.

La chaîne de valeurs oignon se caractérise par la concentration de la production et la commercialisation sur une courte période de l'année (la saison sèche froide). Ainsi, arriver à produire de l'oignon durant la saison pluvieuse pourrait représenter une belle opportunité en termes de plus value. De ce fait, l'identification de variétés d'oignon qui s'adaptent à la production pendant la période morte c'est à dire la saison de pluies doit être développée et encouragée.

C'est dans ce contexte que l'on note une innovation majeure, le développement et l'introduction de semences hivernales d'oignon (variété Prema 178) par la société East West Seed International, partenaire du projet 2SCALE. Ces semences sont distribuées au Burkina par la société Burkina Primeur.

Cette variété semble être une opportunité de marché pour les producteurs ainsi qu'une réponse adéquate pour juguler la pénurie observée sur les marchés nationaux de novembre à janvier. Cependant, sa production est peu maîtrisée par les producteurs.

Depuis deux ans, des actions sont entreprises par les acteurs des PEA (formations, champs de démonstration) afin de maîtriser la production de l'oignon hivernal qui malgré de bonnes perspectives est peu connue.

Nous allons donc nous intéresser à un certain nombre de questions: Quel est l'état des lieux de la chaîne de valeur oignon hivernal ?, quels sont les acteurs impliqués et leurs rôles ?, et quelles opportunités cette variété peut-elle apporter aux PEA oignons du Burkina Faso ?

Les objectifs de la recherche

▪ Objectif général

Notre étude vise à mieux comprendre la chaîne de valeur oignon hivernal afin d'orienter convenablement les acteurs des différents PEA. Mais la production de l'oignon hivernal était récente, l'objectif principal est donc de faire une analyse partielle de la chaîne de valeur de cette variété d'oignon.

▪ Objectifs spécifiques

- ✓ Faire les différents diagnostics de la chaîne
- ✓ Relever les goulots d'étranglements et les opportunités de cette variété d'oignon
- ✓ Formuler des recommandations pour promouvoir l'oignon hivernal

Les résultats attendus

- ✓ Les différents diagnostics de la chaîne sont faits
- ✓ Les goulots d'étranglements et les opportunités de l'oignon hivernal sont relevés
- ✓ Les recommandations pour promouvoir l'oignon hivernal sont formulées

Hypothèse de travail

- ✓ La production de l'oignon hivernal peut contribuer à réduire les importations d'oignon

- ✓ Le coût d'opportunité de la production de l'oignon en saison hivernale est moindre par rapport à sa rentabilité.

- ✓ L'introduction de l'oignon hivernal est une innovation capable d'accroître considérablement les revenus des ménages agricoles membres des PEA.

CHAPITRE I : ASPECTS THEORIQUES

Dans cette partie, nous donnons une définition de quelques concepts, ainsi que l'approche sur laquelle nous allons baser notre étude.

1.1 Définition des différents concepts

▪ Chaîne de valeur (CV)

La notion de chaîne de valeur est large et renferme plusieurs définitions. Le concept de chaîne de valeur a été introduit par Michael PORTER dans son ouvrage « l'avantage concurrentiel ». Une chaîne de valeur peut être définie comme un ensemble d'activités menées par un groupe d'acteurs pour créer de la valeur autour d'un produit donné (Porter 1986, p52).

Selon l'approche values links, la chaîne de valeur peut être définie comme un enchaînement des opérations depuis les intrants spécifiques à la production primaire et à travers les transformations du produit, la commercialisation jusqu'à la consommation finale. C'est aussi un dispositif institutionnel qui lie et coordonne l'ensemble des producteurs, industriels, prestataires de services, négociants et distributeurs d'un produit spécifique.

▪ Analyse chaîne de valeur(ACV)

L'analyse de la chaîne de valeur est une méthode développée par Michael Porter dans les années 1980 afin d'examiner la contribution des différents processus de l'organisation à son avantage concurrentiel. Elle repose sur l'idée que l'organisation est constituée d'une chaîne de relations clients-fournisseurs, chacune des intersections ou interfaces de cette chaîne ayant pour but d'ajouter de la valeur au produit(s) ou au(x) service(s).

Une analyse chaîne de valeur permet de comprendre le choix de la CV, de formuler et mettre en œuvre les activités et faire le suivi évaluation de l'impact de la CV. Pour faire une analyse de chaîne de valeur on procède par une analyse économique et financière de la chaîne, une analyse du marché, une cartographie de la chaîne... L'ACV nécessite une bonne connaissance du marché ainsi que les préférences des consommateurs. Selon la chaîne de valeur à étudier, plusieurs analyses peuvent être utilisées à savoir l'analyse quantitative, qualitative, ou participative etc.

- **Coût d'opportunité**

Le coût d'opportunité est le coût de renonciation ou le manque à gagner. Il désigne la perte des biens auxquels on renonce lorsqu'on procède à un choix, il est souvent difficile à évaluer.

- **Innovation**

L'innovation est une stratégie ou une solution permettant de répondre à une ou plusieurs contraintes nouvelles ou de plus en plus accentuées bloquant d'une manière générale le bien être d'un individu, d'un groupe ou d'une communauté toute entière. La nouveauté peut se rattacher soit à la contrainte, soit à la solution (ou la stratégie) soit aux deux à la fois. L'innovation implique dans tous les cas la présence d'une contrainte. A la limite, elle peut répondre à une volonté d'améliorer un système ou une situation donnée. L'innovation revêt d'autres caractères: multidimensionnel, spatial et temporel.

- **Oignon**

L'oignon appartient à la famille des Liliacées au genre Allium et à l'espèce Ceba. Il tire son origine de l'Asie et est une plante bisannuelle qui en première année élabore un organe de réserve bulbe. Le bulbe mur est dormant et après une période de repos émet de nouvelles feuilles et racines puis une hampe florale. Son cycle végétal varie de 140 à 170 jours suivants les variétés.

1.2 Cadre conceptuel

Pour mieux mener notre étude, nous utiliserons une approche propre à l'IFDC à savoir l'approche CASE.

La Division Afrique de IFDC, à partir de son expérience sur la Gestion Intégrée de la Fertilité des Sols (GIFS), et en collaboration avec certains de ses partenaires, a développé une approche novatrice pour promouvoir l'intensification de l'agriculture et pour intégrer davantage les agriculteurs et les entrepreneurs locaux. Cette approche est connue sous le nom d'approche "Systèmes et Entreprises Agricoles Compétitifs" ou 'Competitive Agricultural Systems and Enterprises' (CASE). Elle s'oriente vers les « clusters » en agrobusiness et CASE prône surtout une

approche plus intégrée qui encourage à la fois le développement technique et institutionnel et responsabilise les acteurs locaux (producteurs et autres entrepreneurs).

1.2.1 Fondements de CASE

Sur le plan théorique, CASE se fonde sur les concepts ci-après :

- **Le concept de « concurrence »** avec Gabszewicz (1994, p9) qui met l'accent sur les prix mais aussi sur la publicité et la politique commerciale
- **Le concept de « compétition active »** entre les firmes par le jeu des prix mais aussi des facteurs hors prix comme l'expriment Brémont et Gélédan (1990, p157). Dans ce cas, la compétitivité ne se mesure pas par un critère unique mais résulte de la conjonction d'un ensemble d'éléments pour lesquels l'entreprise se trouve en situation favorable face à ses concurrents : prix, qualité des produits, qualité du service après-vente, mais aussi capacité d'adaptation aux mutations de la demande des consommateurs ou aux innovations des autres entreprises.
- **Le concept de la « compétition stratégique »** de Porter (1993, 1997) qui résulte de la conjonction d'un ensemble d'éléments pour lesquels l'entreprise se trouve en situation favorable face à ses concurrents.
- **Et surtout sur le concept de « filière »** avec Goldberg et Davis (1957) qui affirment que l'approche filière englobe tous les acteurs impliqués dans la production, la transformation et la commercialisation d'un produit agricole. La filière concerne toutes les institutions telles que les institutions gouvernementales, les marchés, les associations de commerce qui affectent et coordonnent les niveaux successifs sur lesquels transitent les produits. Elle est donc caractérisée par tous ces agents ainsi que les flux.

CASE repose sur des piliers au nombre de trois, et des valeurs qui lui sont propres. Les trois piliers de CASE sont les suivants : la formation de pôles d'entreprises agricoles (PEA), le développement de chaînes de valeur et le renforcement de l'environnement institutionnel.

1.2.2 Les piliers de CASE

▪ La formation de Pôles d'Entreprises Agricoles (PEA)

Le professeur de stratégie d'entreprise de l'Université de Harvard, Michael Porter s'est inspiré de la théorie des avantages comparatifs de l'économiste David Ricardo pour proposer en 1990 la notion de pôle de compétence (Competitive clusters)

Michael E. Porter définit le terme de 'pôle' (*cluster*) comme étant la concentration géographique d'entreprises, sous-traitants, prestataires de services et institutions dans un domaine particulier, qui sont potentiellement en concurrence et néanmoins développent des coopérations.

La formation de Pôle d'Entreprises Agricoles qui est l'un des piliers de CASE a pour objectif de renforcer les compétences individuelles et collectives et les relations professionnelles entre les exploitations et les entreprises au niveau local. Les Pôles d'Entreprises Agricoles, pour bien fonctionner ont besoin des acteurs moteurs du processus de formation et ces derniers sont appelés les 'champion locaux' ou « champion de l'idée d'affaire ». Le processus de formation des PEA est parfois appuyé ou enclenché par des Services d'Appui aux Entreprises (SAE) qui peuvent être des organisations privées/publiques, à but lucratif ou non lucratif.

▪ Développement des chaînes de valeur

La chaîne de valeur telle que définie par son précurseur (Porter, 1986) est reconnue comme un outil d'analyse stratégique à l'usage des entrepreneurs. Pour Porter, la chaîne de valeur permet de décomposer l'activité de l'entreprise en séquence d'opérations élémentaires et d'identifier les sources d'avantages concurrentiels potentiels.

L'analyse chaîne de valeur peut amener des améliorations des conditions de vie de la population rurale et contribuer à la sécurité alimentaire. En effet elle permet de relever les difficultés rencontrées à chaque maillon de la chaîne et à apporter des solutions. Elle permet également de déterminer les spéculations porteuses.

Dans des articles de Ruben *et al.*, 2007 et Vorley *et al.*, 2007, il ressort que l'importance accordée au développement des chaînes de valeur ces dix dernières années est sûrement due au fait qu'il est difficile de renforcer la participation des petits producteurs et des entrepreneurs aux marchés

domestiques et globaux. Cette prise de conscience a été causée par les résultats peu satisfaisants des interventions du développement rural par un seul acteur et/ou restreints localement, et aussi par les ajustements macroéconomiques

La notion de chaîne de valeur est large. En effet, Kaplinsky et Morris dans leur ouvrage 'A handbook for value chain research' parut en 2000 ont adapté une définition de la chaîne de valeur selon laquelle elle décrit une gamme d'activités qui sont nécessaires pour faire passer un produit de la phase de conception, en passant par toutes les phases de production, jusqu'aux consommateurs finaux. Elle peut aussi comprendre le stockage et la vente finale du produit ou du service après-vente.

L' Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI) à travers une étude en 2011 sur le diagnostic de la chaîne de valeur industrielle affirme que l'analyse de la chaîne de valeur est une méthode permettant de comprendre comment les acteurs, dans des conditions cadres données, opèrent et coordonnent leurs activités afin de s'assurer que les matières premières soient transformées, stockées, transportées et atteignent, avec une certaine forme et une certaine qualité, les consommateurs finaux.

L'avantage d'utiliser l'analyse chaîne de valeur est qu'à chaque maillon ou niveau de la chaîne il est possible de mesurer les valeurs ajoutées. En plus l'ACV dans le contexte de la production agricole permet de connaître les spéculations porteuses et potentiellement rentables.

▪ **Le renforcement de l'environnement institutionnel**

Le renforcement de l'environnement institutionnel des entreprises agricoles est une notion vaste. La notion plus limitée de capacité de gouvernance des transactions est pertinente parce qu'elle attire l'attention précisément sur les éléments essentiels de l'environnement du développement des entreprises agricoles qui stimulent directement l'extension du commerce.

La gouvernance correspond à toutes sortes de dispositions institutionnelles qui facilitent et permettent la coordination dans la formation des PEA et le développement des chaînes de valeur. Les aspects de gouvernance sont entre autre l'établissement, l'application et la supervision. Selon l'approche CASE, la gouvernance d'application des règles est en lien avec tous les processus qui permettent aux agents du PEA et de la chaîne de respecter les lois, les règles et les normes fixées ainsi que la capacité d'imposer des sanctions.

1.2.3 Les valeurs de CASE

Tout comme les piliers, les valeurs de CASE sont au nombre de trois

- **L'équité**

C'est l'une des valeurs de l'approche CASE qui consiste à inclure les groupes marginalisés. Les populations qui vivent en milieu rural, vivent dans des conditions extrêmes de subsistance, sans les services minimum de base. Les différents PEA ont été créés en milieu rural et sont ouverts à toutes personnes ou groupes de personnes et cela sans distinction de revenus et de statut social. Une place de choix est réservée aux femmes.

- **L'appropriation**

Les pôles d'entreprises agricoles ne peuvent devenir efficaces et durables que s'ils sont poussés par les acteurs locaux eux-mêmes. Une stratégie concurrentielle est basée sur des champions locaux qui innovent et agissent pour impliquer d'autres acteurs et parties prenantes dans une stratégie coordonnée. Pour la formation de PEA, il faut donc des mécanismes locaux pour un apprentissage continu (et interactif), un échange d'informations et une innovation.

Pour renforcer l'appropriation au niveau des producteurs et/ou des entrepreneurs locaux et impliquer des SAE locaux, il faut donc une approche sur deux fronts. Dans cette approche double, les acteurs locaux sont propriétaires du processus de formation du PEA ou du plan d'action et ils peuvent choisir de sous-traiter avec les SAE avec des fonds venant de l'extérieur ou des fonds propres, et les SAE à leur tour peuvent bénéficier d'un renforcement des capacités et d'une formation de la part du projet pour améliorer leurs services

- **La durabilité**

La durabilité, dans le développement de l'agriculture et des entreprises agricoles, est la capacité de tous les acteurs et parties prenantes concernés de maintenir leur compétitivité dans leurs entreprises respectives, sans compromettre les moyens d'existence d'autres personnes travaillant dans la même zone cible ni ceux des générations futures. De ce point de vue, la durabilité a trois dimensions à savoir la dimension économique, sociale et écologique ou environnementale.

1.3 Généralité sur l'oignon hivernal (Préma 178)

La littérature sur l'oignon est abondante et variée, cependant pour l'oignon hivernal, qui est une innovation au Burkina Faso et dans d'autres pays de la sous-région, cela est plus délicat.

Les résultats du recensement général sur le maraîchage, publié par la Direction de la Prospective et des Statistiques Agricoles et Alimentaires (DPSAA) en 2011, montrent que la production totale d'oignon bulbe au Burkina Faso en 2008 était de 242 258 tonnes soit 32,4% de la production maraîchère. Une étude du Ministère de l'Agriculture et de l'Hydraulique(MAH) en 2008 démontre l'importance de l'oignon dans les stratégies de lutte contre la pauvreté. En effet, le chiffre d'affaires de la culture d'oignon au niveau national est passé de 4,3 milliards en 2005 à 24 ,8 milliards en 2008 (MAH, 2008).

Depuis quelques années, les producteurs d'oignon utilisent une variété d'oignon adaptée à la saison pluvieuse à savoir la variété 'Préma 178'

La Préma 178 est une variété d'oignon développée par une entreprise néerlandaise basée en Thaïlande East West Seed, promue et commercialisée au Burkina par Burkina Primeur. C'est une variété adaptée aux milieux tropicaux et à la saison hivernale permettant ainsi aux producteurs d'oignon de produire toute l'année. Dans le cadre de la promotion de la Préma 178, l'entreprise Burkina primeur a procédé à plusieurs tests à Réo, Ouahigouya et Kaya avec les producteurs et également avec l'INERA. Les derniers tests réalisés avec les producteurs de Kaya ont donné un rendement de 30 tonnes à l'hectare (ha). Cette culture semble offrir de bons rendements, mais, la plupart des producteurs qui l'ont expérimenté ont rencontré certaines difficultés. En effet, ces derniers ont rencontré des problèmes d'ordre technique et dans la commercialisation. Il y a également le prix élevé des semences qui constitue une difficulté importante pour ces producteurs.

1.4 Caractérisation de l'innovation dans le système de production des PEA

L'innovation est l'introduction d'une nouvelle variété d'oignon qui s'adapte à la saison pluvieuse (Préma 178) et qui offre des opportunités aux producteurs et aux différents PEA oignon du Burkina.

Cette innovation est à la fois technologique, technique et organisationnelle. Elle est technologique car c'est une nouvelle variété d'oignon et non une mutation d'une variété existante dont les producteurs burkinabè ignoraient l'existence. Elle est également technique car la culture de la Préma 178 se fait hors irrigation et les procédés diffèrent des autres variétés déjà connues. Cette innovation peut également être qualifiée d'organisationnelle en ce sens où les producteurs des PEA oignon Passoré et Korsimoro, dans leur dynamique de recherche de solution et d'innovation ont commencé à expérimenter cette nouvelle variété d'oignon.

L'innovation n'a pas encore été adoptée par tous les producteurs mais pour les campagnes à venir, le nombre de producteurs devrait augmenter car l'introduction de cette nouvelle variété est une opportunité pour les producteurs d'accroître leurs revenus et également contribuer à la baisse de l'exportation de l'oignon surtout hollandais au Burkina.

1.5 Démarche Méthodologique

La démarche méthodologique a comporté trois étapes à savoir la recherche documentaire, la collecte des données secondaires et primaires, le traitement et l'analyse des données.

La recherche documentaire nous a permis de rechercher tous les documents et ouvrages pour mieux cerner le thème et de dégager certains éléments de l'aspect théorique. A la suite de la recherche documentaire, nous avons effectué deux sorties terrain pour collecter les informations nécessaires à l'analyse de la chaîne.

Une première sortie terrain nous a permis de comprendre la dynamique des PEA, faire un diagnostic de la chaîne et identifier les différents acteurs et leurs rôles. Cela a été possible grâce à des entretiens avec les responsables des PEA, des entretiens de groupe avec les groupements

produisant l'oignon hivernal ainsi que des entretiens avec les commerçants et les fournisseurs d'intrants de la localité.

Une deuxième sortie terrain nous a permis d'approfondir nos recherches à travers des entretiens individuels et une étude de cas. A travers cette deuxième sortie, nous avons recueilli les informations et des données quantitatives pour l'analyse économique de la chaîne ainsi que l'analyse du marché.

1.5.1 Choix des PEA

Nous avons choisi précisément les PEA oignon Passoré et Korsimoro pour plusieurs raisons

- Ils sont tous deux dans des zones de forte production d'oignon ;
- Certains producteurs d'oignon de ces PEA ont expérimenté l'oignon hivernal
- Ces 2 PEA semblent avoir des dynamiques différentes ce qui peut être riche d'enseignement.

1.5.2 Techniques et outils de collecte et d'analyse de données

1.5.2.1 Techniques de collecte

Pour recueillir nos données, nous avons utilisé comme techniques le focus group, l'entretien de groupe, les entretiens individuels et l'étude de cas.

- **Le focus group**

C'est une méthode qualitative de collecte de données importante qui permet de recueillir des informations sur un sujet ciblé. Le focus group constitue une méthode indispensable pour l'étude d'un thème sur lequel on sait peu de chose ou sur lequel les écrits antérieurs ne sont pas nombreux comme c'est le cas de l'oignon hivernal au Burkina

- **Les entretiens individuels**

Tout comme le focus group, les entretiens individuels sont des techniques qualitatives de collecte de données mais ils peuvent également être des techniques quantitatives qui permettent de confirmer et d'approfondir certaines informations.

Dans le Passoré comme à Korsimoro, nous avons eu des entretiens individuels avec certains commerçants de la localité et les producteurs qui ont expérimenté l'oignon hivernal afin de déterminer les difficultés ainsi que les opportunités. Les fournisseurs d'intrants de Korsimoro n'étant pas organisés en association, nous avons également eu des entretiens individuels avec les 3 fournisseurs d'intrants de la localité. Pour les producteurs, nous nous sommes entretenus avec au total 25 producteurs dont 12 à Korsimoro et 13 dans le Passoré.

- **Etude de cas**

Spécifique aux recherches qualitatives, elle consiste en une description détaillée et affinée de l'unité d'étude. Il s'agit de collecter des informations complètes, systématiques et approfondies sur le cas présentant un intérêt pour le sujet de recherche.

Notre choix s'est porté sur le cas de la société Burkina Primeur qui joue plusieurs rôles dans cette chaîne de valeur.

1.5.2.2 Outils de collecte

Concernant les outils de collecte des données, nous avons utilisé essentiellement des guides d'entretiens et un questionnaire. En effet, pour des focus groups, des entretiens de groupe ou même des entretiens individuels, le guide d'entretien est l'outil le plus indiqué car il permet de diriger la discussion et de recueillir le maximum d'informations. Le questionnaire nous a servi pour les entretiens individuels avec les producteurs afin de recueillir des données quantitatives.

1.5.2.3 Techniques et outils de traitement de données

Après la collecte des données, nous avons dépouillé les différentes données qualitatives que nous avons recueillies lors des entretiens. Cela nous a donc permis de faire la synthèse des informations et d'élaborer la cartographie de la chaîne ainsi que le tableau récapitulatif des différents acteurs et leurs rôles.

Pour le traitement de certaines données quantitatives, nous avons utilisé le logiciel Sphinx pour les graphiques et Excel 2007 pour l'élaboration des comptes d'exploitation.

1.6 Les difficultés rencontrées

Notre stage qui a débuté le 21 janvier 2013 et pris fin le 21 mai 2013 à l'IFDC s'est bien déroulé dans son ensemble mais sur le terrain nous avons été confronté à certaines difficultés.

Durant la phase terrain, le problème de langue s'est posé malgré le fait que nous nous exprimons dans la langue locale. En effet faire des entretiens et des enquêtes en langue locale n'est pas aisé car il est souvent difficile de traduire certaines expressions techniques.

Aussi, la plupart des producteurs et même des commerçants ne tenant pas de cahier de charges, nous avons eu du mal à estimer leurs charges pour l'élaboration des comptes d'exploitation. Pour la main d'œuvre familiale, il nous a été impossible de l'estimer car les producteurs ne se rappelaient pas du nombre de jours et d'heures que ces derniers ont passé dans les parcelles.

Nous avons été également confronté à la non disponibilité de certains acteurs surtout les producteurs ce qui nous a contraint à enquêter 25 producteurs au lieu des 35 producteurs prévus au départ.

CHAPITRE II : CADRE ET ZONES D'ETUDE

2.1 Présentation du Centre International pour le Développement des Engrais (IFDC)

L'International Fertilizer Development Center (IFDC), dont le siège se trouve à Muscle Shoals dans l'Etat d'Alabama aux Etats Unis d'Amérique (USA) a été créé en 1974 durant la crise alimentaire, et avait pour mission de relever les défis de la sécurité alimentaire à l'échelle planétaire à travers l'utilisation des engrais et des nouvelles technologies de production.

L'IFDC a actuellement pour mission d'accroître de manière durable la productivité agricole à travers le développement technologique et l'expertise du marketing agricole. Il intervient dans les domaines tels que le développement des technologies, la composition et la fabrication des engrais (smart Fertilizer), la gestion intégrée de la fertilité des sols (GIFS), le développement du secteur des intrants agricoles, la mise en relation des producteurs au marché, le développement des systèmes d'information de marchés, le renforcement des capacités (formation) et le plaidoyer....

Pour réussir sa mission, l'IFDC gère un ensemble de projet dont des projets de gestion des ressources naturelles et des projets d'Agribusiness qui va de l'harmonisation d'un marché régional des intrants à celui de l'appui aux producteurs pour l'écoulement de leurs produits. Dans le cadre du projet Agribusiness et depuis 2006, l'IFDC a soutenu en Afrique de l'Ouest des initiatives agricoles à travers son projet « *Des Milliers aux Millions : Accélérer l'Intensification Agricole et la Croissance Economique Durable en Afrique de l'Ouest* » en abrégé projet 1000s+. Le but du projet 1000s+ était de faciliter l'intensification agricole, d'améliorer la sécurité alimentaire et les conditions de vie pour un million de ménages. Il a été mis en œuvre dans sept pays dont le Burkina Faso.

Le projet 2SCALE qui fait suite au projet 1000s+ a débuté au Burkina en juin 2012 pour une durée de 2ans au Burkina Faso. Le passage de 1000s+ à 2SCALE fut marqué par un projet transitoire d'une année à savoir le projet « Accelerating Agribusiness in Africa _Bridge (AAA/B) », en français « Accélérer l'Agribusiness en Afrique ». Ces projets s'appuient sur l'approche CASE pour faciliter les innovations et le renforcement des capacités des Organisations Paysannes (OP), des

entreprises agricoles et des institutions d'appui. Cette approche permet le développement institutionnel et la mise en relation entre les différents acteurs au niveau local autour d'une filière ou de manière spécifique d'une chaîne de valeur.

Le projet 2SCALE contribue à la stabilité nationale et régionale des économies par la création d'emplois et la génération de revenus dans le secteur de l'agro-industrie. L'amélioration de la productivité agricole, la disponibilité de vivres à plus grande valeur nutritive et l'efficacité accrue dans l'utilisation des ressources vont améliorer les niveaux de vie et les revenus des petits producteurs agricoles concernés.

A travers ce projet l'IFDC a plusieurs défis à relever :

- Améliorer les moyens de subsistance ainsi que la sécurité en milieu rural
- Développer un portefeuille de 500 agrobusiness dans neuf (09) pays
- Renforcer les capacités des Pôles d'Entreprise Agricole (PEA)

2.2 Présentation des zones d'étude

Notre étude s'est effectuée dans deux provinces du Burkina Faso à savoir la province du Passoré dans la région du Nord et celle du Sanmatenga dans la région du Centre –Nord.

▪ Le Passoré

Le Passoré est l'une des quatre provinces de la région du Nord avec une superficie de 4 078 Km². Avec ses neuf communes (Arbolé, Bagaré, Bokin, Gomposom, Kirsi, La-Todin, Pilimpikou, Samba et Yako), le Passoré compte 322 873 habitants (RGPH 2006) soit 27,25% de la population totale de la région. Les principales ethnies sont les Moossés fortement majoritaires, suivis des Peuls. Le climat est de type soudano-sahélien avec une pluviométrie moyenne annuelle de 400 à 600 mm.

L'agriculture est la principale activité économique de la province et occupe près de 80% de la population, suivent ensuite, l'élevage, le commerce, l'orpillage, la pêche et l'artisanat

▪ Le Sanmatenga

La province du Sanmatenga est située dans la Région du Centre Nord et couvre une superficie de 9. 419 km² avec une population estimée à 598. 232 habitants selon les résultats du Recensement

Général de la Population et de l'Habitat(RGPH) 2006 soit 49,75% de la population totale de la région. La province compte onze (11) départements (Barsalogo, Boussouma, Dablo, Kaya, Korsimoro, Mané, Namissiguima, Pensa, Pibaoré, Pissila et Ziga), peuplés en majorité par les mossis et les peulhs.

L'Agriculture, tributaire d'une pluviométrie capricieuse, reste la principale activité, suivie de l'élevage, du commerce et de l'artisanat en l'occurrence la maroquinerie. Cette dernière y est très développée d'où le nom de « *cité du cuir* » attribué à la ville de Kaya (chef lieu de la région).

Korsimoro qui est l'une des communes du Sanmatenga située à 70 km de route de la Capitale politique Ouagadougou. La commune de Korsimoro a une superficie de 603,40 km² et une population de 46 907 habitants. L'accès libre que cette localité a sur la route nationale N°3 (Ouagadougou-Kaya) permet à ses producteurs d'évacuer les produits de récolte avec un minimum de contraintes vers les marchés régionaux, nationaux et internationaux.

La commune rurale de Korsimoro compte 29 villages. Ces habitants sont mobilisés autour des activités agricoles, pastorales, de pêche, de la cueillette (mangues, fruit de karité), de l'artisanat (couture, transformation des arachides, préparation de la bière locale, etc.). Le commerce dans les marchés ruraux est aussi une habitude des paysans de la commune ; ils se rencontrent une fois tous les trois jours.

2.3 Présentation des PEA

▪ PEA oignon Korsimoro

Le département de Korsimoro, situé dans la province du Sanmatenga est aujourd'hui le département pilote de la production de l'oignon dans cette province. Il totalise 54% des superficies emblavées en oignon faisant de cette culture une importante source de revenus pour la localité. Cependant, malgré ces succès, certains défis à relever se posent encore au PEA concernant l'absence de contractualisation avec les partenaires commerciaux, la capacité de stockage toujours faible face à l'accroissement de la production, la faible maîtrise des techniques de production de l'oignon en saison pluvieuse, etc.

Les producteurs de Korsimoro se sont organisés en groupements pour promouvoir la production de l'oignon. Depuis 2007, la taille des groupements et le nombre des membres ne cessent de s'accroître. En 2007 l'union était composée de 27 groupements dont 5 groupements féminins et 22

groupements mixtes. Le nombre de membres était de 1500 dont 1250 femmes et 250 hommes. En 2010, l'Union Des Groupements de Producteurs Maraîchers (UDGPM) comptait 43 groupements totalisant 1879 personnes dont 1520 femmes. De nos jours, l'effectif des groupements est de 45 dont 11 groupements féminins qui sont impliqués dans le PEA avec 2171 femmes. La quantité d'oignon produite et vendu annuellement par l'UDGPM/K est estimée à environ 17 000 tonnes.

Le PEA oignon de Korsimoro est composé de plusieurs acteurs qui sont en relation d'affaires. Cependant, le niveau des relations varie en intensité selon le type d'acteurs. En effet, le PEA est composé de deux grandes catégories d'acteurs qui sont : les acteurs directs et les acteurs d'appui. Les acteurs directs sont ceux impliqués dans le processus de production, de négociation, de commercialisation et de consommation à savoir les producteurs, les fournisseurs d'intrants, les commerçants et les consommateurs. Les acteurs d'appui sont ceux qui soutiennent le processus de production et de commercialisation tant sur le plan technique que financier. Ces acteurs d'appui sont l'Etat et ses différents services, les institutions de micro-finance, les Organisations Non Gouvernementales (ONG), les structures d'appui technique et financier.

- **PEA oignon du Passoré**

Située dans la région du Nord, la province du Passoré compte 8 communes rurales. Contrairement à Korsimoro où se sont des groupements, dans le Passoré les producteurs se sont organisés en coopératives pour mieux valoriser l'oignon. La province compte 8 coopératives communales et une coopérative provinciale avec environ 4950 membres.

La production de l'oignon du Passoré a augmenté depuis les 4 dernières années et cela grâce aux différents renforcements des capacités reçus par les membres de la Coopérative Agricole du Passoré (CAP). Les producteurs membres de la CAP produisent plus de 10.000 tonnes d'oignon à travers la province. Cependant une grande part de cette production est bradée dans un marché non maîtrisé avec la complicité du trop plein d'intermédiaires.

Les producteurs du PEA oignon du Passoré à travers leurs coopératives s'attèlent donc à mieux organiser le volet commercialisation afin d'augmenter les revenus de ses membres ce qui va entraîner une amélioration de leurs conditions de vie. Aussi, Avec les nouvelles techniques (*épargne baoré et épargne buudu*) la CAP travaille à réunir ses membres vers une stratégie d'autonomisation plus renforcée.

CHAPITRE III : ANALYSE PARTIELLE DE LA CHAÎNE DE VALEUR OIGNON HIVERNAL

3.1 Diagnostic fonctionnel de la chaîne de valeur

3.1.1 Description des différents maillons

L'analyse de la chaîne de valeur oignon hivernal dans le Passoré et à Korsimoro fait ressortir le maillon production, le maillon commercialisation et le maillon consommation. Ces différents maillons regroupent des acteurs directs et des acteurs indirects.

3.1.1.1 Le maillon production

Les producteurs sont organisés en groupements et en coopératives dans notre zone d'étude et regroupent aussi bien des hommes que des femmes qui sont les plus nombreuses à Korsimoro.

Dans le Passoré, sur les 8 coopératives communales qui travaillent sur l'oignon, seulement certains producteurs de 2 coopératives ont essayé la production de l'oignon hivernal soit environ 15 producteurs individuels parmi lesquels seulement 6 femmes car l'accès des femmes à la terre reste un véritable défi dans cette province.

A Korsimoro, pour l'oignon hivernal 6 groupements sur 45 sont impliqués soit environ 20 producteurs individuels dont plus de la majorité sont des femmes contrairement au Passoré.

Ces derniers s'approvisionnent en engrais et en produits phytosanitaires chez les fournisseurs d'intrants de la localité mais pour les semences adaptées à la saison pluvieuse, c'est la société Burkina Primeur qui est le principal fournisseur.

Leur production est vendue directement bord champ étant donné la rareté de l'oignon à cette période de l'année. L'oignon bulbe récolté est vendu en grande majorité aux grossistes et une partie aux détaillantes des différentes localités

3.1.1.2 Le maillon commercialisation

Dans le volet commercialisation on rencontre principalement 2 catégories de commerçants dans notre zone d'étude à savoir les grossistes ambulants et les détaillantes fixes. L'oignon hivernal n'étant pas encore produit en grande quantité dans ces localités, et la demande étant forte à cette période, les grossistes viennent s'approvisionner en bulbe d'oignon bord champs et les revendent principalement aux détaillantes. Les détaillantes se procurent l'oignon bulbe au près des grossistes et les proposent sur les marchés locaux aux consommateurs (restaurants, ménages). Certaines productrices après avoir écoulé l'oignon bulbe vendent également les feuilles de l'oignon elles même sur les marchés locaux ou avec les détaillantes. Les bulbes d'oignon sont vendus dans des filets de 25 kg ou 50 kg et dans des sacs de 100 kg.

Dans ce volet, dans le Passoré comme à Korsimoro, le problème des intermédiaires se posent véritablement. Ces derniers sont des négociants et interviennent souvent entre les producteurs et les grossistes. Cela est dû au manque de contractualisation formelle dans la commercialisation.

3.1.1.3 Le maillon consommation

L'oignon hivernal produit dans les deux zones est surtout destiné à la consommation. Dans cette chaîne de valeur, le consommateur est le destinataire final du produit. Les consommateurs regroupent principalement les ménages et les restaurants. Les producteurs sont également des consommateurs car l'oignon en mauvais état est souvent trié pour l'autoconsommation.

3.1.2 Cartographie de la chaîne de valeur oignon hivernal dans la zone d'étude

Après le diagnostic fonctionnel, nous distinguons 4 fonctions principales tout au long de la chaîne à savoir la fourniture d'intrants, la production, la commercialisation et la consommation.

A partir de ces 4 fonctions, nous élaborons la cartographie de la chaîne de valeur en tenant compte des 3 étapes proposées par la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), en français l'agence de coopération technique allemande pour le développement, dans sa méthodologie d'analyse des chaînes de valeur. Il s'agit de l'identification des fonctions de la chaîne, l'identification des agents au niveau micro et les liens entre eux et l'identification des agents au niveau méso et macro

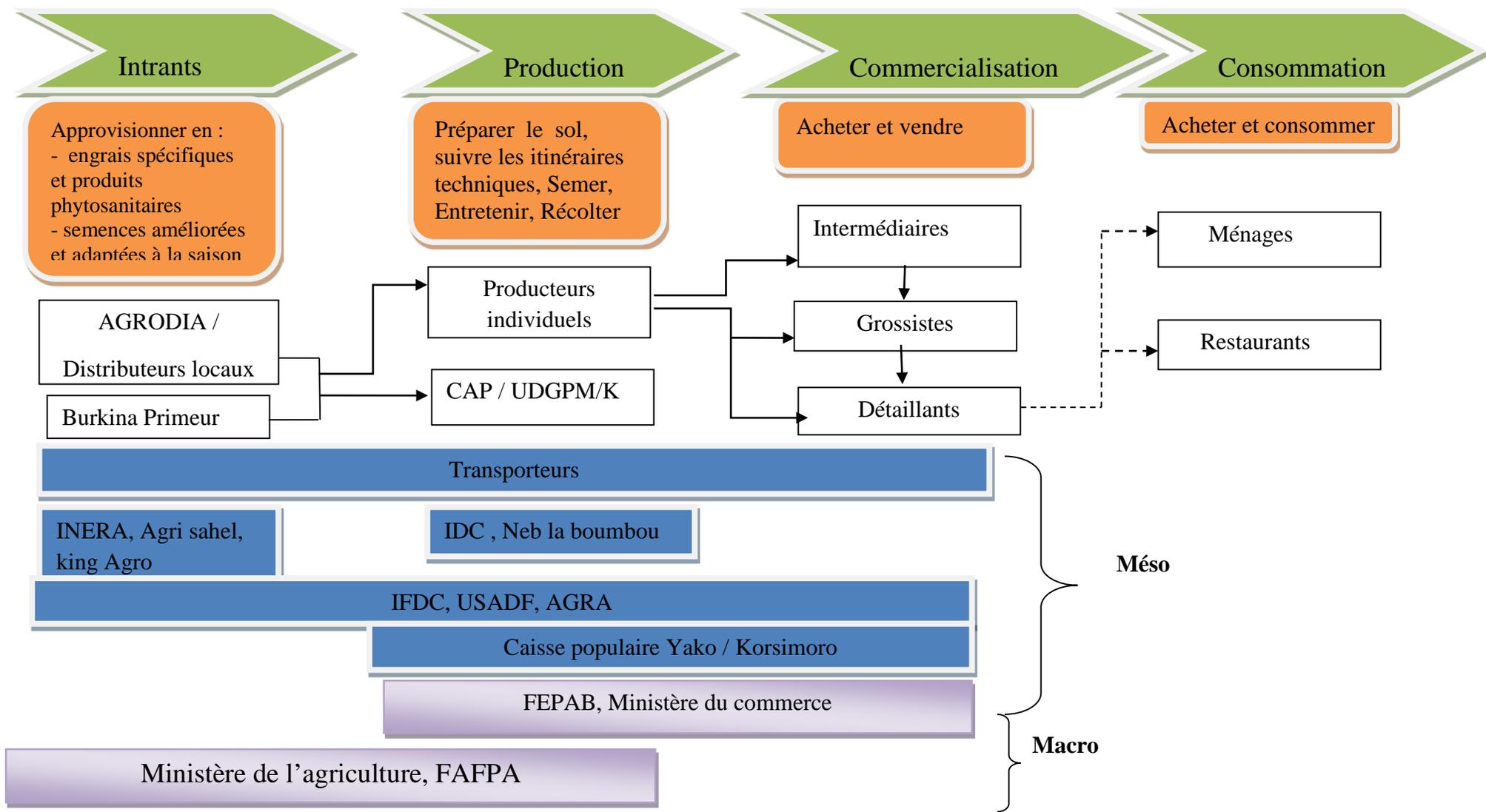


Figure 1 : Cartographie de la chaîne de valeur oignon hivernal

La cartographie de la chaîne fait ressortir les différents liens qui existent entre les différents acteurs à plusieurs niveaux de la chaîne. Le rôle de chacun des acteurs sera abordé dans le point suivant.

3.2 Diagnostic organisationnel de la chaîne

Le diagnostic organisationnel est tourné vers les acteurs ; il permet de déterminer les différentes formes de coordinations qui existent entre les agents à différents stades de la chaîne. Il consiste également à faire la synthèse du comportement et de la fonction de chaque acteur aussi bien les acteurs directs que les acteurs indirects.

3.2.1 Les acteurs directs de la chaîne

Les acteurs directs de la chaîne se composent de fournisseurs d'intrants, de producteurs, de commerçants et de consommateurs.

3.2.1.1 Les fournisseurs d'intrants

La société Burkina Primeur est le principal fournisseur de semences d'oignon hivernal dans le Passoré et à Korsimoro, la principale difficulté que rencontre cette société avec les producteurs, c'est par rapport au prix élevé des semences. En effet, il faut environ 4kg de semence pour une superficie d' 1 hectare (ha) à raison de 45 000 Fcfa le kg soit 180 000 F CFA par ha, ce qui constitue un important investissement qui n'est pas à la portée de la majorité des producteurs.

Quant aux autres intrants à savoir les engrais (NPK, Urée) et les produits phytosanitaires, le type de fournisseur change en fonction de la localité. Dans le Passoré, depuis plusieurs années, les fournisseurs et distributeurs d'intrants se sont mis en association dans le but d'être plus efficace. L'Association des Grossistes et Détaillants d'Intrants Agricoles (AGRODIA) section Passoré est constituée de plusieurs distributeurs d'engrais et de pesticides dans la localité. Les engrais sont vendus à environ 20 000 Fcfa le sac et le prix des pesticides varie entre 1 500 et 2 500 Fcfa le demi-litre. Leurs principaux acheteurs sont les coopératives agricoles et les producteurs individuels. L'adhésion à l'association est conditionnée par le versement d'une somme de 15000 Fcfa et le respect des frais de cotisation qui s'élèvent à 25000 Fcfa/ an. Les difficultés auxquelles fait face AGRODIA Passoré résident surtout dans le manque de moyens financiers pour construire des

boutiques bien équipées, le problème de qualité d'intrants provenant de leurs fournisseurs et parfois la mévente des intrants.

A Korsimoro, il n'y a pas encore d'association de fournisseurs d'intrant, il ya donc principalement trois grands fournisseurs d'intrants dans la localité. Il ya une certaine concurrence entre ces derniers entrainant la diversité de prix d'une boutique à une autre.

Tout comme dans le Passoré, le problème de qualité des intrants se pose avec acuité entrainant le mécontentement des producteurs. L'indisponibilité des engrais à certaines périodes de l'année entrainant l'augmentation des prix constitue également une difficulté pour les fournisseurs d'intrants de la localité.

Pour résoudre ces différents problèmes auxquels font face les fournisseurs d'intrant, l'Etat devrait intervenir pour plus de contrôle quant à la qualité des intrants et si possible les subventionner pour permettre aux producteurs d'augmenter leur rendements car l'oignon est une filière porteuse au Burkina et l'oignon hivernal une opportunité pour améliorer les conditions de vie des producteurs. L'état subventionne les semences pour d'autres filières, il devrait donc l'étendre à la filière oignon. Quant à AGRODIA, elle devrait développer des partenariats avec des structures privées et publiques dans le but de garantir la qualité des intrants et aussi développer toute sortes d'initiatives tendant à résoudre les différents problèmes auxquels font face les distributeurs d'intrants.

3.2.1.2 Les producteurs

Comme nous l'avons décrit dans le maillon production, dans la zone d'étude, les producteurs sont organisés soit en coopératives comme c'est le cas dans le Passoré, soit en groupements comme à Korsimoro, mais il ya également des producteurs et productrices individuels qui ne font partie ni des groupements ni des coopératives, ces derniers ne sont donc pas des acteurs des PEA.

Pour avoir accès à la semence, les producteurs versent la somme à l'union ou aux coopératives qui se charge de s'approvisionner à Burkina Primeur.

L'oignon hivernal étant une innovation, les producteurs rencontrent certaines difficultés et l'adoption de cette innovation n'est pas encore totale chez les producteurs de ces deux zones

Les principales difficultés sont entre autres la non maîtrise des itinéraires techniques, les aléas de la pluie, la cherté des semences, la qualité des engrais et la présence de beaucoup d'herbes dans les parcelles pendant la saison pluvieuse. Les producteurs (surtout ceux de Korsimoro) évoquent également la faiblesse de la formation reçue avant leur essai sur la culture de l'oignon. De ce fait, ils préfèrent d'abord utiliser de petites superficies en attendant de bien maîtriser les itinéraires techniques. Malgré les petites superficies utilisées, les producteurs reconnaissent que l'oignon hivernal est rentable et est une opportunité pour eux d'améliorer leurs conditions de vie.

En plus de ces difficultés, dans le Passoré, il ya également le problème d'accès à la terre qui préoccupe certains producteurs surtout les femmes. En effet dans cette zone, il est difficile pour une femme de posséder une parcelle ou même de louer pour cultiver, le rôle de la femme étant de s'occuper des enfants et des tâches ménagères. Certaines femmes ont réussi à convaincre leurs maris qui ont accepté leur octroyer une petite partie de leur parcelle mais elles ne sont pas nombreuses. Ces dernières se sont essayées à l'oignon hivernal et avec le revenu de cette culture, elles arrivent à épauler leurs maris et à mieux s'occuper de leurs enfants.

Les producteurs sont des acteurs importants de la chaîne, il leur faudra donc une bonne formation pour mieux maîtriser les techniques culturales, une subvention des intrants de qualité en particulier les semences ce qui motivera beaucoup plus les producteurs dans cette culture, l'accompagnement des partenaires financiers pour la construction de barrières dans le but de mieux protéger les parcelles. Dans le cas particulier du Passoré, il faudra trouver des solutions par exemple des séances de sensibilisation pour que toute femme désirant cultiver puisse avoir accès à la terre.

3.2.1.3 Les commerçants

La rencontre avec les commerçants des deux zones a permis de distinguer deux types de commerçants à savoir les grossistes ambulants et les détaillants fixes qui sont pour la grande majorité des femmes.

Les grossistes s'approvisionnent directement bord champ avec les producteurs qui leur vendent le sac de 100 kg à environ 60 000 Fcfa contrairement à l'oignon de contre saison qu'ils vendent habituellement entre 12 000 Fcfa et 40 000 Fcfa le même sac selon la période. Ces commerçants visent les marchés locaux car la production de l'oignon hivernal est encore faible et n'arrive même pas à satisfaire ces marchés.

Les détaillantes achètent l'oignon avec les grossistes et quelques rares fois, directement avec les producteurs. L'oignon hivernal coûtant plus cher que l'oignon de contre saison, ces dernières sont souvent obligées de s'associer à deux ou à trois pour acheter un sac et faire le partage. Elles revendent l'oignon sur les marchés locaux aux consommateurs. L'oignon hivernal est vendu sur les marchés à partir de fin Octobre.

Les commerçants rencontrent également des difficultés dans la chaîne. Il ya le déséquilibre entre l'offre et la demande, c'est-à-dire que les commerçants n'arrivent pas à répondre à la demande des consommateurs vue la faible production. Ils sont donc obligés d'importer l'oignon d'autres pays comme la Hollande. Le problème d'intermédiaires se pose également dans ces zones et cela entraine souvent des spéculations. En effet nous avons eu du mal à différencier les intermédiaires des grossistes car ces derniers se font passer pour des commerçants et entravent le bon fonctionnement du volet commercialisation.

Tout comme les producteurs, les commerçants devraient être accompagnés à travers des formations et également le financement pour la construction de comptoirs de commercialisation qui permettra de mieux organiser les ventes.

3.2.1.4 Les consommateurs

Les consommateurs sont les derniers acteurs directs de la chaîne. Ils s'approvisionnent auprès des détaillantes au niveau des marchés locaux. Ces derniers apprécient l'oignon hivernal pour sa qualité et sa belle couleur plus foncée que le violet de galmi. Par rapport au goût, ils ne le trouvent pas différent de l'oignon de contre saison qui est le plus rependu au Burkina mais le préfère à l'oignon importé d'Hollande pendant les périodes de pénurie. Les consommateurs trouvent le prix du kg élevé mais cela est normal car la production n'est pas encore de grande quantité.

3.2.2 Les acteurs indirects ou acteurs d'appui de la chaîne

Ces acteurs sont aussi importants car ils accompagnent les acteurs directs tout au long de la chaîne. Les acteurs indirects sont constitués souvent des structures d'appui technique et des structures d'appui financier qui varient selon le PEA. Les structures d'appui technique ont pour rôle le renforcement de capacité des producteurs, les formations et l'appui conseils. Par contre, les

structures d'appui financier accompagnent financièrement les producteurs à travers des constructions de magasins, l'achat des équipements et la mise en relation avec les institutions financières.

A Korsimoro, les structures d'appui technique sont entre autres l'IFDC, King Agro, IDC, le Ministère de l'agriculture ; et pour l'appui financier il ya encore l'IFDC, SOS SAHEL, USADF, la caisse populaire et le Ministère du commerce. Il faut noter que le bureau d'étude IDC est le SAE des PEA oignon Passoré et Korsimoro.

A Yako, en plus de IFDC comme structure d'appui technique et financier, nous avons également la FEPAB, l'association sahel vision et l'association neb la boumbou qui sont des partenaires techniques et comme partenaires financiers il ya AGRA le PAM, FEPAB et la caisse populaire.

Tableau 1: Synthèse des acteurs et leurs rôles

Acteurs Directs	Rôle
Les fournisseurs d'intrant	
Burkina primeur AGRODIA/Yako Fournisseurs locaux	Approvisionner les producteurs en semences, en engrais et en produits phytosanitaires
Producteurs	
Coopératives (Passoré) Groupements (Korsimoro)	Produire l'oignon hivernal, le récolter et le vendre
Commerçants	
Grossistes ambulants Détaillantes fixes	Acheter l'oignon hivernal auprès des producteurs et le revendre sur les différents marchés aux consommateurs
Consommateurs	
Restaurants Ménages	Acheter l'oignon auprès des détaillantes sur les marchés locaux et le consommer
Acteurs indirects	Rôle
Les structures d'appui technique	
IFDC IDC INERA FEPAB Agri Sahel Ministère de l'agriculture	Mettre en relation les différents acteurs directs, appui conseil, renforcer les capacités des producteurs

Les structures d'appui financier	
IFDC SOS SAHEL USADF AGRA Caisses populaires Ministère du commerce	Appuyer financièrement les acteurs directs surtout les producteurs et également les mettre en relation avec les institutions financières

3.3 Diagnostic technique

La culture de l'oignon hivernal (de la pépinière à la récolte) va de mi-mai à fin octobre. Les producteurs commencent à préparer les pépinières en mi-mai et les semis se font environ en mi-juin ou juste après les premières pluies de la saison quand la température baisse.

Activités	Mois de l'année											
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Pépinière												
Repiquage												
Récolte												

Figure 2: Calendrier Cultural des producteurs

(Source : Nos enquêtes, avril 2013)

La culture se faisant en saison pluvieuse, le problème d'eau est moins récurrent. Les producteurs se procurent eux même les intrants sur les marchés locaux où à travers les coopératives et les groupements surtout pour l'achat de la semence (Prema178).

Dans notre zone d'étude, la culture de l'oignon hivernal est assurée par des exploitations de type familial caractérisé par de petites superficies (Figure 3)

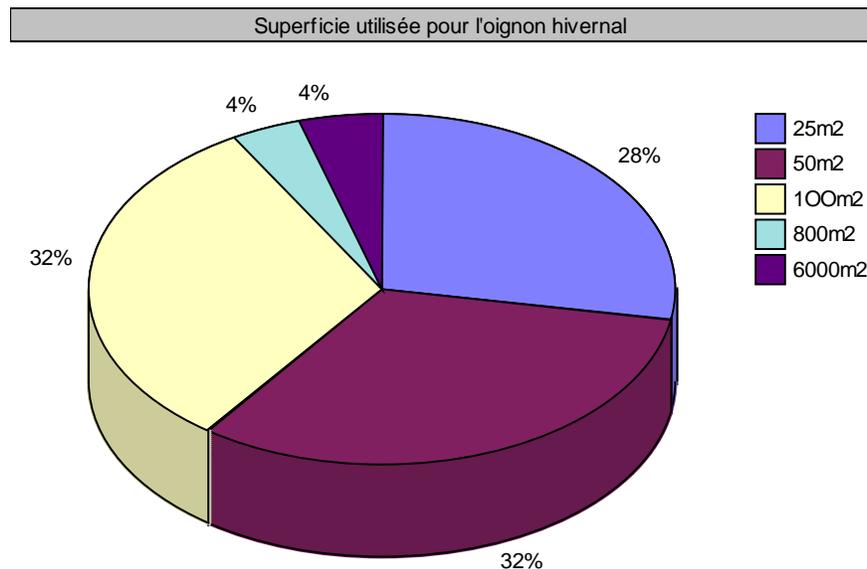


Figure 3: Superficie utilisée pour l'oignon hivernal

(Source : nos enquêtes, 2013)

D'après le graphique, la majorité de nos enquêtés consacrent entre 50 à 100 m² à la culture de l'oignon hivernal. Cela peut s'expliquer par le fait que les producteurs sont toujours dans une phase d'expérimentation et ne maîtrisant pas encore très bien les itinéraires techniques, préfèrent se limiter à de petites superficies. Mais beaucoup se disent prêts pour les campagnes à venir à augmenter les superficies et à même laisser certaines cultures (maïs) pour la culture de l'oignon hivernal car elle présente de nombreuses opportunités.

Concernant le niveau d'équipement de producteurs il est faible dans les deux localités (Figure 4)

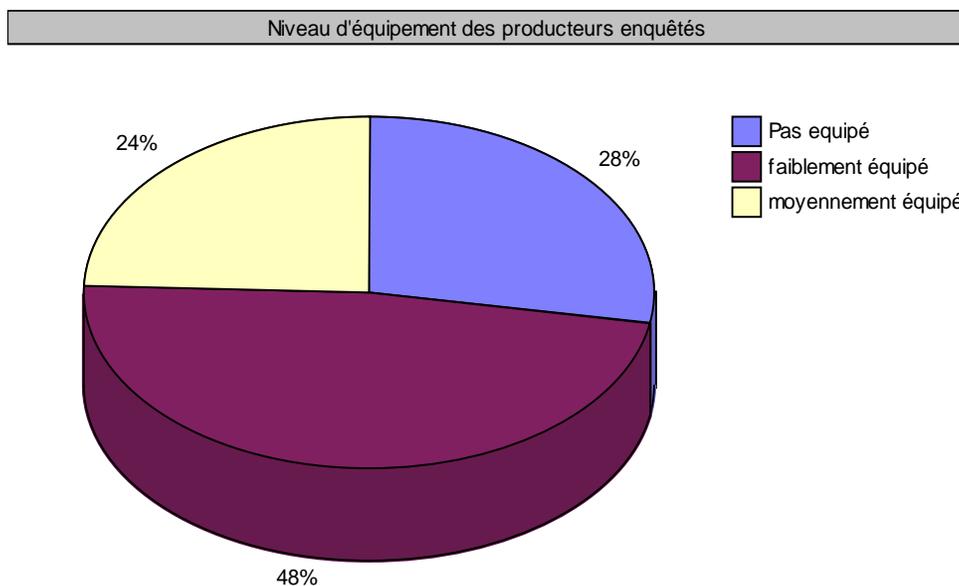


Figure 4: Niveau d'équipement des producteurs enquêtés

(Source : nos enquêtes, 2013)

Le niveau d'équipement des producteurs dans ces localités est en moyenne faible. Nous remarquons que 48% de nos enquêtés sont faiblement équipés c'est-à-dire qu'ils possèdent tout au plus une charrette et une daba, 28% disent ne même pas être équipés du tout car ils possèdent juste des daba et seulement 24% sont moyennement équipés. Ces derniers en plus de la charrette et des dabas possèdent une brouette et un pulvérisateur. La grande majorité de nos enquêtés à savoir 96% font la location des charrues et des motos pompes. Le faible équipement des producteurs est l'un des facteurs qui joue sur la productivité.

Il y a également le niveau de technicité des producteurs. La culture de l'oignon hivernal exige beaucoup de précautions, des formations ont été faites avec quelques producteurs mais le faible niveau d'instruction limite le bon apprentissage et l'application correcte des techniques de culture. En effet, ils sont encore nombreux les producteurs sans niveau d'instruction même si beaucoup s'inscrivent de plus en plus dans les centres d'alphabétisation.

3.4 Diagnostic économique

3.4.1 Comptes d'exploitation des producteurs

La culture de l'oignon hivernal nécessite l'utilisation de beaucoup de matières organiques (20 tonnes/ha), de fumure minérale (environ 400 kg/ha) et de traitements phytosanitaires, mais les producteurs réduisent leurs charges en ayant juste recours à une main d'œuvre familiale. Dans l'incapacité de valoriser ce type de main d'œuvre, nous ne la prendrons pas en compte dans l'élaboration des comptes de productions. Ne pouvant pas établir un compte pour chaque enquêté, nous allons établir à partir des références moyennes des exploitations enquêtées, un compte de production pour chaque zone comptant pour la campagne 2011/2012

Notons que pour l'élaboration des comptes, nous avons regroupé les engrais chimiques, la fumure organique et les semences en intrants. Aussi, presque tous les enquêtés ne sont pas propriétaires des parcelles d'où leur location. Le rendement obtenu pour 100m² est respectivement de 200 kg pour le Passoré et 250 kg pour Korsimoro.

Tableau 2: Compte de production de l'oignon hivernal en FCFA pour 100m2 (Campagne 2011/2012 dans le Passoré)

CHARGES		PRODUITS	
▪ Location parcelle :	12 000	Quantité produite*prix de vente	
▪ Location charrue et moto pompe :	12 000	▪ Production :	
▪ Petits matériels de semis :	1 000	(vente de 2 sacs de 100 kg) :	130 000
▪ Intrants :	29 375	▪ Vente de feuille d'oignon :	7 000
Total charges variables :	54 375	TOTAL PRODUIT :	137000
Coût d'opportunité (3%) :	1 631		
TOTAL CHARGE :	56 006		
Marge brute = Total produits-Total charges			
Marge brute :	80 994		
Revenu de l'agriculteur pour 100m² :	80 994		

Source : Nos enquêtes, avril 2013

Le compte d'exploitation dans le Passoré pour une superficie de 100 m² nous donne un revenu de 80 994 Fcfa par agriculteur. Cela s'explique par le fait que les producteurs n'utilisent que la main d'œuvre familiale et non une main d'œuvre salariale qui engendre d'autres dépenses. Aussi, ces derniers n'ont pas de coûts fixes. En effet, les équipements comme la charrue ou la motopompe sont louées donc pas d'amortissements. L'oignon hivernal n'a également pas besoin de bâtiment de stockage car les producteurs écoulent leur production bord champ.

Tableau 3: Compte de production de l'oignon hivernal en FCFA pour 100 m² (Campagne 2011/2012 Korsimoro)

CHARGES	PRODUITS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Location parcelle : 12 000 ▪ Location charrue et moto pompe : 9 000 ▪ Petits matériels de semis : 1 750 ▪ Intrants : 35 875 	Quantité produite*prix de vente <ul style="list-style-type: none"> ▪ Production (vente de 2,5 sacs de 100 kg) : 150 000 ▪ Vente de feuille d'oignon : 6 500
Total charges variables : 58 625	TOTAL PRODUIT : 156 500
Coût d'opportunité (3%) : 1 759	
TOTAL CHARGE : 60 384	
Marge brute = Total produits-Total charges	
Marge brute : 96 116	
Revenu de l'agriculteur pour 100m² : 96 116	

Source : Nos enquêtes, avril 2013

Tout comme dans le Passoré, à Korsimoro la main d'œuvre est également familiale et il n'y a pas de coûts fixes. Ce qui permet à l'agriculteur d'avoir un revenu de 96 116 Fcfa pour 100 m²

La marge brute des deux comptes est positive, le total des produits est donc supérieur au total des charges. Les producteurs ont réalisé une marge bénéficiaire.

Le revenu des producteurs pour 100 m² dans les deux localités est en moyenne de 88 555 Fcfa. Ce revenu est plus élevé à Korsimoro que dans le Passoré et cela s'explique par le fait que les producteurs de Korsimoro ont des sols plus adaptés à la culture de l'oignon hivernal. En effet, les sols à Korsimoro sont pour la plupart des sols de type argileux ce qui s'adapte bien à la Prema 178. Nous constatons que les producteurs de Korsimoro ont plus de charges que ceux de Yako, cela s'explique par le fait que les producteurs de Korsimoro ont utilisé beaucoup plus d'engrais, ce qui est nécessaire pour cette variété d'oignon et le prix des intrants dans cette localité est plus élevé à cause du manque d'association des fournisseurs d'intrants.

Grâce à la culture de l'oignon hivernal, les producteurs ont vu leurs revenus augmenter de manière considérable car selon les producteurs, avec l'oignon de contre saison ils avaient à peine 20 000 Fcfa pour 100 m², soit une augmentation d'environ 342,78%

3.4.2 Comptes d'exploitation des commerçants

Nous allons élaborer les comptes d'exploitations des commerçants grossistes et détaillants dans les deux localités dans le but de calculer leur marge afin de déterminer les acteurs qui tirent le plus de bénéfice dans la chaîne. Nous n'avons pas pu distinguer les intermédiaires des grossistes ces derniers se faisant passer pour des commerçants, nous n'avons donc pas pu les prendre en compte dans l'élaboration des différents comptes d'exploitation.

Pour l'élaboration des comptes, nous avons pris en moyenne 200 kg la quantité d'oignon achetée par les grossistes ainsi que les détaillants des deux localités.

Tableau 4: Compte d'exploitation des grossistes du Passoré en Fcfa du Passoré en Fcfa

Charges		Produits	
▪ Achat oignon (200kg) :	130 000	▪ Vente oignon 200 kg) :	150 000
(Quantité achetée*prix d'achat)		(Quantité vendue*prix de vente)	
▪ Transport :	1 000		
▪ Emballage :	500	Total produit :	150 000
Total charges :	131 500		
Marge brute = Total produits-Total charges			
Marge brute :	18 500		
Revenu du grossiste pour 200 kg :	18 500		

Pour élaborer les comptes d'exploitation des grossistes dans les deux localités, en plus de l'achat des oignons, nous avons pris en compte le transport des oignons des parcelles au marché ainsi que le prix des emballages.

Dans le Passoré, pour une production de 200 kg, le grossiste a une marge brute de 18 500 Fcfa

Tableau 5: Compte d'exploitation des grossistes de Korsimoro en Fcfa

Charges		Produits	
▪ Achat oignon (200kg) :	120 000	▪ Vente oignon 200 kg) :	130 000
(Quantité achetée*prix d'achat)		(Quantité vendue*prix de vente)	
▪ Transport :	500		
▪ Emballage :	400	Total produit :	130 000
Total charges :	120 900		
Marge brute = Total produits-Total charges			
Marge brute :	9 100		
Revenu du grossiste pour 250 kg :	9 100		

Source : Nos enquêtes, avril 2013

A Korsimoro la marge brute est de 9 100 Fcfa ce qui est moins élevé que celle du grossiste dans le Passoré. Cela s'explique par le fait qu'à Korsimoro le sac de 100 Kg était acheté à 60 000 Fcfa et revendu à 65 000 Fcfa contrairement dans le Passoré où il était revendu en moyenne à 75 000 Fcfa.

Tableau 6: Compte d'exploitation des détaillants du Passoré en Fcfa

Charges		Produits	
▪ Achat oignon (200kg) :	150 000	▪ Vente oignon 200 kg) :	160 000
(Quantité achetée*prix d'achat)		(Quantité vendue*prix de vente)	
▪ Transport :	500		
▪ Achat d'emballage:	1 000	Total produit :	160 000
Total charges :	151 550		
Marge brute = Total produits-Total charges			
Marge brute :	8 500		
Revenu du détaillant pour 200 kg :	8 500		

Source : Nos enquêtes, avril 2013

Les coûts des détaillantes du Passoré et de Korsimoro sont constitués essentiellement de l'achat des oignons, du transport jusqu'au marché local et des emballages pour vendre au kg.

La marge brute des détaillantes du Passoré pour une quantité de 200 kg est de 8 500 Fcfa.

Tableau 7: Compte d'exploitation des détaillants de Korsimoro en Fcfa

Charges		Produit	
▪ Achat oignon (200kg) :	130 000	▪ Vente oignon 200 kg) :	140 000
(Quantité achetée*prix d'achat)		(Quantité vendue*prix de vente)	
▪ Transport :	500		
▪ Sachets (emballage) :	1 250	Total produit :	140 000
Total charges :	131 750		
Marge brute = Total produits-Total charges			
Marge brute :	8 250		
Revenu du détaillant pour 250 kg :	8 250		

Source : Nos enquêtes, avril 2013

Pour 200 kg d'oignon hivernal vendu sur le marché local, les détaillantes se font une marge brute de 8 250 Fcfa.

Pour la synthèse des marges bénéficiaires, nous prendrons en compte la moyenne des différentes marges des deux localités.

Tableau 8: Synthèse des marges bénéficiaires par acteur en Fcfa

Acteurs	Marge bénéficiaires
Producteurs	88 555
Grossistes	13 800
Détaillants	8 375

Source : Nos enquêtes, avril 2013

L'élaboration des différents comptes fait ressortir une marge bénéficiaire pour tous les acteurs. Les producteurs ont la marge bénéficiaire la plus élevée, ce qui voudrait dire qu'ils sont les acteurs qui tirent le plus de bénéfice dans la chaîne. Mais cette marge brute rémunère la main d'œuvre familiale que nous n'avons pas pu estimer. Même si l'on soustrait cette main d'œuvre de la marge brute, les producteurs auraient toujours une marge bénéficiaire assez élevée.

3.5 Le prix de l'oignon hivernal du producteur au consommateur

L'une des particularités de l'approche CASE est que c'est une approche tournée vers les aspects du marché. Dans la province du Passoré, nous nous sommes intéressés aux marchés de Yako, Bokin et Song-Naaba. Cela s'explique par le fait que les producteurs du PEA qui ont expérimenté l'oignon hivernal se trouvent dans les localités de Bokin et de Song-Naaba. L'oignon produit dans ces localités est vendu sur les marchés locaux mais également sur le marché de Yako, tandis qu'à Korsimoro, l'oignon est juste vendu sur le marché local et le marché d'oignon de Korsimoro.

3.5.1 Le marché de Tema Bokin

Situé à une soixantaine de km de la ville de Yako, huit (8) producteurs de Tema Bokin se sont essayés à la culture de l'oignon hivernal et ces 8 producteurs sont uniquement des hommes.

On retrouve dans le marché de Tema Bokin un commerçant grossiste et quelques commerçantes détaillantes. Le prix au producteur ou le prix à bord champs pour la campagne passée était de 60 000 à 65 000 Fcfa le sac de 100 kg. Sur le marché de Bokin, les détaillantes revendent l'oignon hivernal aux consommateurs à 700 Fcfa le kg. Le marché de Bokin a lieu tous les 3 jours et attirent les commerçants et populations des localités voisines.

3.5.2 Le marché de Song Naaba

La commune rurale de Song Naaba est située à environ 9 km de Yako et le marché se tient tous les 3 jours. Les commerçants grossistes de Yako viennent s'approvisionner auprès des productrices à

raison de 65000 Fcfa le sac de 100 kg et le revendent sur le marché de Yako à 75000 Fcfa. Le grossiste de la localité s'approvisionne auprès des producteurs à raison de 62 500 Fcfa le sac et le revend aux détaillantes de la localité à 65 000 FCFA. L'oignon est revendu sur le marché local à raison de 700 Fcfa le kg où à l'étalage.

3.5.3 Le marché de Yako

La ville de Yako a un grand marché sur lequel, les grossistes qui se sont approvisionnés chez les producteurs et productrices à environ 65000 Fcfa le sac de 100kg revendent aux détaillantes à 75000 Fcfa et parfois à 80000 Fcfa. Afin de supporter les charges, des détaillantes s'associent souvent pour prendre un sac et faire le partage. Elles revendent l'oignon à des prix plus élevés que sur les marchés de Bokin et de Song Naaba. Le prix du kg varie entre 800 et 850 Fcfa sur le marché de Yako.

3.5.4 Le marché de Korsimoro

Le marché de Korsimoro est marqué par la présence de quelques grossistes et de nombreuses détaillantes d'oignon. Pour l'oignon hivernal, les grossistes achètent chez les producteurs et productrices à 60000 Fcfa/100kg et les revendent à 65000 Fcfa avec les détaillantes, qui à leur tour vendent le Kg à 700 Fcfa ou 750 Fcfa aux consommateurs.

Il faut noter qu'à Korsimoro, il ya un marché uniquement réservé à l'oignon qui se tient tous les 3jours et c'est sur ce marché que les détaillantes viennent s'approvisionner pour revendre sur le marché local.

Pour la campagne passée, un grossiste de Korsimoro qui s'est approvisionné auprès des producteurs au prix de 60 000 Fcfa le sac de 100 Kg a écoulé ces sacs avec des commerçants de Léo et de la Cote d'Ivoire à des prix allant de 85 000 à 90 000 Fcfa. Cela s'explique par le fait qu'à cette période l'oignon est vraiment convoité et la demande est supérieure à l'offre.

Tableau 9: Synthèse du prix de l'oignon dans les différentes localités

Localités	Prix au producteur par kg	Prix des grossistes aux détaillants par kg	Prix des détaillants aux consommateurs par Kg
Bokin	600-650	650-675	700
Song-Naaba	625-650	650	700
Yako		750-800	800-850
Korsimoro	600	650	700-750

Source : Nos enquêtes, avril 2013

L'analyse du tableau fait ressortir que le prix du sac de 100 kg bord champ dans les différentes localités tourne autour de 60 000 à 65 000 Fcfa. Les commerçants de Yako qui viennent s'approvisionner chez les producteurs de Song-Naaba et de Tema Bokin paient un peu plus que les autres à savoir 65 000 Fcfa. L'oignon hivernal est donc rentable pour les producteurs.

Le prix des grossistes aux détaillantes est plus élevé sur le marché de Yako. Cela peut s'expliquer par le fait que les grossistes de Yako se déplacent vers les localités comme Bokin ou Song-Naaba pour chercher l'oignon hivernal, ce qui comporte des coûts de transport qu'ils récupèrent en fixant le prix aux détaillantes.

Nous constatons également que le kg de l'oignon est plus cher dans le marché de Yako que dans les autres marchés, ce qui est logique car les détaillantes paient le sac de 100 kg à un prix plus élevé.

Après les différents diagnostics, nous faisons une synthèse des goulots d'étranglements tout au long de long de la chaîne de valeur.

Tableau 10: Synthèse des goulots d'étranglements le long de la chaîne de valeur

Les maillons de la chaîne	Les goulots d'étranglements
Fourniture d'intrants	Mauvaise qualité des intrants Manque de moyens financiers pour la construction de boutiques d'intrants bien équipées (AGRODIA/Passoré)
Production	Non maîtrise des itinéraires techniques Le faible 'équipement Les aléas de la pluie La cherté des semences L'accessibilité des femmes à la terre (Passoré)
Commercialisation	Le manque des comptoirs de commercialisation La présence des intermédiaires

Source : Nos enquêtes, avril 2013

3.6 Etude de cas : la société Burkina Primeur

La société Burkina Primeur est une société burkinabè de production, de conservation et de commercialisation d'oignons et d'échalotes en partenariat avec la société néerlandaise East West Seed International.

A travers le projet régional *Agribusiness and Trade Promotion* (ATP) financé par USAID/WA dont l'objectif est d'accroître en volume et en valeur les échanges commerciaux d'oignon dans la zone ouest africaine, la société a initié une collaboration avec l'INERA pour la formation des formateurs sur la culture de l'oignon en hivernage et la conduite d'essais variétaux d'oignon hivernal en faveur des producteurs de la sous-région.

L'objectif poursuivi à travers ces essais était de trouver des variétés d'oignon adaptées pour une production au cours de la saison pluvieuse afin de mettre à la disposition des producteurs et consommateurs une gamme de variétés productives et tolérantes aux différents aléas climatiques et biotiques de la saison pluvieuse du Burkina Faso.

A l'issue de ces essais qui a concerné les variétés GVS 36180 HYB, GVS 36234 HYB, YALI, GVS 36175 HYB, PREMA 178, 727 et VIOLET de GALMI, seule la variété Prema 178 s'est démarquée des autres et semble la mieux adaptée à la saison pluvieuse du Burkina car elle peut donner un rendement de 30 tonnes à l'ha.

Cette société joue des fonctions essentielles dans la chaîne de valeur oignon hivernal à savoir la distribution de la semence Préma 178, la production et la commercialisation.

Elle approvisionne en semences les producteurs individuels aussi bien que les groupements et les coopératives. Burkina primeur est d'ailleurs le fournisseur principal des producteurs de notre zone d'étude

Aussi, elle possède environ 20 ha dans la région du centre nord plus précisément à Kaya qu'elle met à la disposition de la culture de l'oignon hivernal.

Pour avoir une bonne production, il faut environ 4 kg de semence pour une superficie d'un hectare à raison de 45 000 Fcfa/kg. Si toutes les mesures sont prises, la production peut aller jusqu'à environ 30 tonnes/ha.

La société travaille avec une vingtaine de producteurs auxquels ils fournissent tout le nécessaire pour la culture. Après la récolte, la production des producteurs est rachetée par la société à raison de 400 Fcfa le kg, ce qui est bénéfique pour ces derniers car l'oignon de contre saison est généralement acheté à 150 Fcfa le kg à la récolte.

Egalement, Burkina primeur exporte l'oignon de contre saison vers les Pays Bas et certains pays de la sous région. Pour l'oignon hivernal, le commerce s'effectue surtout sur le plan national car l'offre est faible pendant cette période de l'année. Les commerçantes des différents marchés de Ouagadougou viennent s'approvisionner au sein même de la société qui vend l'oignon par kg aux grossistes comme aux détaillantes. Contrairement à l'oignon de contre saison qui se vend à 200

Fcfa/ Kg, l'oignon hivernal est vendu à 500/Kg. Les femmes le revendent sur les marchés à 700 Fcfa voir 750 Fcfa/ kg, ce qui semble être une bonne opportunité pour elles.

Cependant, Burkina primeur rencontre des difficultés dont la principale est la concurrence et la mauvaise politique des autres semenciers. Ces derniers mettent tout en œuvre pour dissuader les producteurs d'utiliser la préma 178 car Burkina primeur est la seule société à proposer cette variété d'oignon au Burkina et même dans d'autres pays de la sous région. Il y a également la demande de l'oignon hivernal qui est supérieure à l'offre donc il est difficile de satisfaire le marché national.

3.7 Coûts d'opportunités liés à la culture de l'oignon hivernal

La culture de l'oignon hivernal étant récente, il convient de se demander si les producteurs ont dû abandonner certaines cultures pour l'oignon hivernal et quels peuvent être les coûts d'opportunités liés à cette culture. A cette question, 100% de nos enquêtés affirment qu'ils n'ont délaissé aucune culture pour l'oignon hivernal. Ne maîtrisant pas complètement les itinéraires techniques, ces derniers utilisent de petites superficies mais sont disposés à augmenter les superficies pour les campagnes à venir. Les coûts d'opportunités liés à cette nouvelle culture sont donc faibles par rapport aux plus values.

La majorité des enquêtés disent être prêts à abandonner certaines cultures pour l'oignon hivernal lorsqu'ils auront bien maîtrisés les techniques culturales. En effet ils trouvent l'oignon hivernal plus rentable que le mil et le maïs car ces derniers engendrent beaucoup de dépenses comparativement à l'oignon. Aussi, malgré les petites superficies utilisées, les producteurs ont eu des rendements assez importants d'où leur envi d'abandonner ou de réduire certaines cultures au profit de l'oignon hivernal.

3.8 Analyse selon l'approche CASE

L'approche de Systèmes et entreprises agricoles compétitifs (CASE) est une approche orientée vers les acteurs, au niveau des communautés de base, pour le développement agricole et agrobusiness. Les PEA ne comprennent pas seulement les acteurs locaux mais également les services d'appui qui

sont entre autre les Institutions de Micro Finance (IMF) au niveau local et les Services d'Appui Entrepreneurial. Tous ces acteurs sont mobilisés autour d'une denrée qui est produite, transformée, stockée et commercialisée'. Cependant il est important que tous les acteurs aient conscience de leurs intérêts interconnectés car cela améliore la collaboration et réduit les risques d'activité opportuniste qui pourrait mettre en danger la compétitivité du PEA.

Au sein des PEA oignon Passoré et Korsimoro où nous avons mené nos enquêtes et entretiens, il ya une bonne dynamique assurée par le champion local de chaque PEA à savoir la Coopérative Agricole du Passoré (CAP) et l'Union Des Groupements de Producteurs Maraichers de Korsimoro (UDGPM/K). Ces derniers travaillent pour le renforcement des capacités de leurs membres, pour favoriser leur participation efficace dans les instances de prise de décision et de facilitation de l'accès aux intrants agricoles. En effet, les producteurs passent par la CAP ou l'UDGPM/K pour avoir accès surtout à la semence.

Ces PEA fonctionnent dans l'équité car ils sont ouverts à toute personne sans distinction de revenus et de statut social. Dans ces PEA on y trouve effectivement aussi bien des femmes que des hommes de couches sociales différentes.

Les différents acteurs de ces PEA sont en interrelation, mais la solidité des liens dépend des acteurs en relation. Il existe un fort lien entre les producteurs et les acteurs d'appui financier et technique. En effet, ces acteurs d'appui accompagnent les producteurs à tout moment et les mettent en relation avec les institutions financières, ils sont vraiment importants dans le fonctionnement des PEA. Par contre, entre les producteurs et les commerçants, le lien n'est pas solide et cela est dû en grande partie à la présence des intermédiaires qui se disent eux aussi commerçants et fixent souvent les prix sans trop tenir compte de l'avis des autres acteurs de la chaîne.

Les relations qui existent entre les différents acteurs des PEA sont fonctionnelles mais non formelles. Pour un bon fonctionnement des PEA, les liens doivent être renforcés au niveau des différents acteurs surtout entre les producteurs et les commerçants.

La CAP et l'UDGPM/K dans l'optique de rendre leurs PEA plus compétitifs à long terme et ne plus dépendre techniquement et financièrement des différents partenaires, travaillent à réunir tous les membres vers une stratégie d'autonomisation plus renforcée. La CAP a déjà élaboré de

nouvelles techniques à savoir l'épargne baoré et l'épargne buudu dans le but d'atteindre cet objectif. Quant à l'UDGPM/K, des techniques ne sont pas encore développées mais les membres y réfléchissent.

Les enquêtes et les entretiens au sein des deux PEA nous ont permis de faire l'analyse partielle de la chaîne de valeur oignon hivernal. Il ressort que la chaîne n'est pas encore bien structurée car l'introduction de cette variété d'oignon est récente au Burkina Faso. En effet, la chaîne n'étant pas bien structurée, il nous a été difficile de faire une description des différents flux géographiques (entre les zones) et physiques (entre les agents).

Tous les maillons sont à renforcer mais le maillon production semble être le plus faible de la chaîne. En effet, les producteurs rencontrent beaucoup de difficultés dans la production de l'oignon hivernal qui est donc produit en faible quantité. Cette faiblesse du maillon production a donc un impact sur les autres maillons de la chaîne. Pour renforcer ce maillon, des séances de formations sont nécessaires car elles permettront aux producteurs de mieux maîtriser les techniques culturales.

La formation des PEA et le développement des chaînes de valeur ont plus de chance de réussir lorsqu'il ya un environnement institutionnel favorable. L'environnement institutionnel correspond à toutes sortes de dispositions institutionnelles qui facilitent et permettent une bonne coordination. Nous considérons les institutions comme comprenant des normes, une éthique commerciale, des lois...Les institutions peuvent avoir un caractère public ou privé.

La CAP et l'UDGPM/K mettent tout en œuvre pour créer cet environnement institutionnel qui permettra d'améliorer la formation du PEA oignon Passoré et le PEA oignon Korsimoro ainsi que le développement de la chaîne de valeur oignon.

Tableau 11: Quelques actions à entreprendre pour dynamiser la chaîne de valeur

Maillons	Objectifs	Activités	Responsable/Acteurs
Production	Augmenter la production	Formations des producteurs sur les techniques culturales et de production Partage d'expérience des producteurs ayant déjà produit l'oignon hivernal à travers des ateliers	Producteurs IFDC Animateurs Burkina Primeur Ministère de l'agriculture
	Faciliter l'accès de la terre aux femmes	Séances de sensibilisation	Propriétaire terriens Responsables des PEA
Fourniture d'intrants	Faciliter l'accès des intrants de qualité à tous les producteurs d'oignon hivernal à travers des subventions		Burkina Primeur L'Etat AGRODIA
Commercialisation	Développer des stratégies de commercialisation	Vente groupée Formation et renforcement des capacités des commerçants	IFDC IDC

Conclusion

La filière oignon est une filière porteuse susceptible d'impulser un développement de l'agriculture et d'améliorer les revenus monétaires en milieu rural. Notre étude a porté spécifiquement sur l'oignon hivernal qui est une innovation au Burkina Faso et qui vient renforcer les attributs de cette filière.

Notre étude était d'autant plus pertinente que la chaîne de valeur de cette variété d'oignon n'est pas encore bien structurée. Son analyse partielle nous a permis de déterminer les différents acteurs de la chaîne, les goulots d'étranglements de chaque maillon, les coûts d'opportunité et les opportunités qu'offre cette variété d'oignon.

Il ressort donc que dans les deux localités où nous avons mené nos enquêtes à savoir dans le Passoré et à Korsimoro les producteurs font face à de nombreuses difficultés. Il s'agit notamment de la mauvaise qualité des engrais, du faible niveau d'équipement et de technicité de ces derniers ainsi que les mauvaises pratiques culturales dues à l'insuffisance de formation.

L'analyse économique montre que l'oignon hivernal est très rentable aussi bien pour les producteurs que pour les commerçants. Les prix diffèrent selon les localités mais la demande reste forte car à cette période de l'année l'oignon n'est pas disponible sur tous les marchés. Cette variété est beaucoup appréciée par les consommateurs en matière de goût, de forme des bulbes et de couleur. En effet ils trouvent l'oignon hivernal plus attirant que les autres variétés et préfère son goût à celui de l'oignon importé d'hollande que l'on trouve généralement sur les différents marchés à cette période par manque d'oignon local.

La culture de cette variété d'oignon est certes une opportunité pour les producteurs d'augmenter leurs revenus et d'améliorer leur condition de vie mais aussi elle vient combler la pénurie d'oignon observé souvent sur les marchés. Elle peut également avoir un impact positif sur l'économie du Burkina à travers la réduction des importations d'oignon.

Pour que cette chaîne rencontre un véritable essor, plusieurs facteurs doivent encore être réunis et certaines entraves levées. C'est dans cette optique que nous proposons quelques suggestions et recommandations qui permettront de bien structurer cette chaîne de valeur et un meilleur accompagnement des différents PEA oignon dans cette innovation qui est une grande opportunité pour tous les acteurs directs de la chaîne et aussi pour l'économie du pays .

- Les producteurs doivent augmenter la superficie d'exploitation de l'oignon hivernal afin de produire en grande quantité et satisfaire la demande du marché national car la demande est largement supérieure à l'offre à cette période.
- Les partenaires techniques et financiers des différents PEA pourraient organiser un atelier national afin de susciter le partage d'expérience autour de l'oignon hivernal et ainsi vulgariser l'innovation. En effet bon nombre de producteurs ignorent toujours l'existence de cette nouvelle variété d'oignon ou hésitent à se lancer dans cette culture par manque d'information.
- Burkina Primeur et les partenaires techniques devraient organiser des séances de formation pour le renforcement des compétences des producteurs surtout en matière de techniques culturales et d'itinéraires techniques afin que ces derniers puissent produire de l'oignon de qualité et aussi de quantité toujours dans l'optique de répondre à la demande.
- Pour le volet commercialisation, des stratégies de commercialisation devraient être développées par chaque PEA afin de réduire les coûts de transaction, ce qui permettra de mieux structurer le maillon commercialisation
- A Korsimoro les fournisseurs d'intrants devraient créer une association comme à Yako, cela leur permettrait de se fournir en engrais de qualité à des prix bien étudiés et donc répondre aux besoins des producteurs. La section AGRODIA de Kaya pourrait renforcer les distributeurs de Korsimoro.
- Burkina primeur qui fournit les semences devrait envisager une collaboration avec l'état pour voir dans quelle mesure une subvention de la semence 'Prema 178' est possible afin d'encourager les producteurs à produire de grandes quantités.
- Les propriétaires terriens devraient faciliter l'accès des femmes à la terre surtout à Yako où ce problème est récurrent. En effet, à Yako les femmes sont confrontées au problème d'accès à la terre pourtant elles sont motivées par cette nouvelle culture.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Ouvrages

- **GABSZEWICZ, Jean J. & VAN YPERSELE**, Social Protection and Political Competition, Center for Operations Research and Econometrics (CORE), 1994
- **Kaplinsky, R., Morris, M**, A handbook for value chain research. Brighton, United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex, 2000
- **Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI)**, Diagnostic de la chaîne de valeur industrielle : Un outil intégré, Vienne Autriche, 2011
- **Porter, M.E.**, The competitive advantage of nations. The Free Press, USA (Première publication en 1990, avec une nouvelle introduction), 1998
- **Ruben, R., Van Boekel, M., Van Tilburg, A. et J. Trienekens**, Tropical food chains. Governance regimes for quality management. Wageningen Academic Publishers, Pays-Bas, 2007
- **Vorley, B., Fearne, A. et D. Ray**, A place for small-scale producers in modern agrifood chains? Gower Publishing Ltd., Royaume Uni, 2007

Rapports

- **Agribusiness Trade Promotion (ATP)**, essais variétaux pour l'introduction de nouvelles variétés d'oignon pour la culture d'hivernage au Burkina Faso, Rapport final, 2011
- **CASE**, Une approche au niveau local du développement de l'agro-industrie en Afrique subsaharienne, Volume I : Cadre de référence et premières expériences, 2008

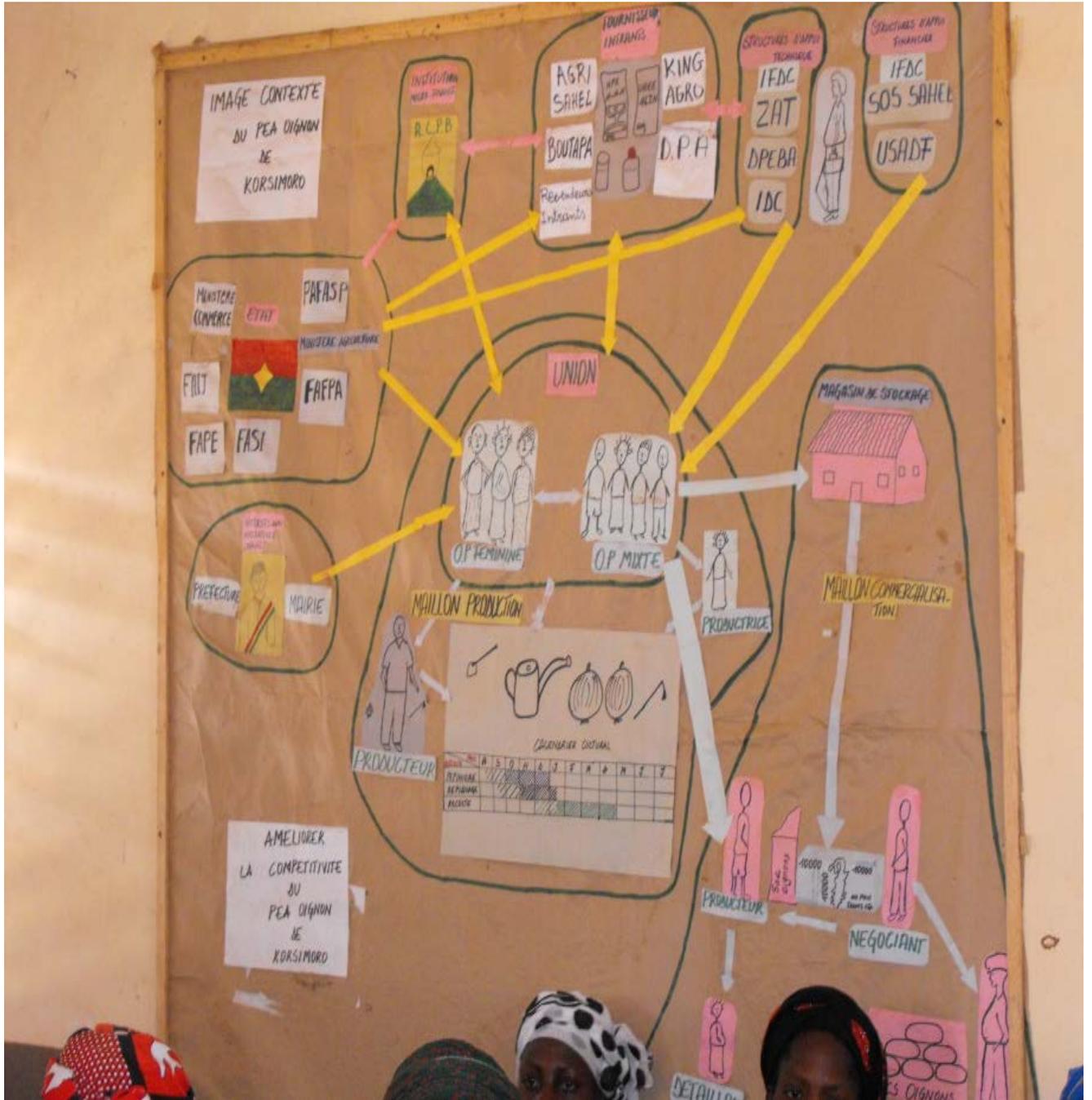
- **Centre International pour la Recherche Agricole orientée vers le développement (ICRA)**, Vers un plan stratégique du pôle d'entreprise agricole oignon de Korsimoro au Burkina Faso 2011 à 2014, rapport 2011, 60p
- **Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD)**, Annuaire statistique Edition 2008, INSD, Ouagadougou, avril 2009, 413p.
- **Ministère de l'Agriculture, de l'Hydraulique et des Ressources Halieutiques(MAHRH)**, Evolution du secteur agricole et des conditions de vie des ménages, 2009, 96p
- **Recensement général de la population et de l'habitation (RGPH)**, monographie de la région du centre nord, 2009, 175p
- **Recensement général de la population et de l'habitation (RGPH)**, monographie de la région du centre nord, 2009, 184p
- **SAVADOGO Aboutraïm**, Rapport définitif : sources de revenu et accès à l'alimentation, 2009, 38p
- **Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD)**, Rapport annuel, 2010

Mémoire

- **BICABA Eva Rebecca**, l'approche CASE comme contribution dans la construction de partenariats à travers les pôles d'entreprises agricoles : cas des PEA niébé et embouche bovine du plateau central au Burkina Faso, Université de Ouagadougou, 2012, 106p
- **SAWADOGO Karim**, Co apprentissage et innovation dans la gestion intégrée de fertilité des sols au sein des pôles d'entreprises agricoles oignon du Passoré, Sanmatenga et Sourou au Burkina Faso, Université de Ouagadougou, 2012 ,60p

ANNEXES

Annexe 1 : Image contexte du PEA Oignon de Korsimoro



Annexe 2: Questionnaire pour les producteurs individuels

Date d'enquête :

Numéro fiche :

Identification du Producteur

-Nom de l'enquêté :

-Relation avec le chef d'exploitation : chef de famille femme fils fille

Autres (à préciser) :

-Année d'affiliation au groupement/ Coopérative : Simple membre Membre du bureau d'exécution

-La tenue des réunions est-elle régulière :

Mensuelle Annuelle Occasionnelle

-Avantages à être dans le groupement :

Renforcement des compétences Accès aux intrants
Main d'œuvre Circuit de commercialisation Epargne
autre,(préciser) :.....
.....

Caractéristiques de l'exploitation

-Superficie de l'exploitation :.....

-Mode d'acquisition du terrain

Legs achat location emprunt

- Avez-vous le titre de propriété ?

Oui Non

-Utilisation d'engrais : Oui Non

-Si oui,

Types d'engrais utilisés	Quantité utilisé	Prix

-Utilisation Fumures organiques : Oui Non

-si oui :

Types de fumure organique	Quantité	Prix

-Utilisation produits phytosanitaires : Oui Non

-si oui,

Types de produits phytosanitaires	Quantités	Prix

-quantité de semence utilisée :.....

Prix :.....

Equipements agricoles

-Utilisation de petit matériel : Oui Non

-Si oui à combien estimez-vous la valeur:.....

-Autres équipement

Type d'équipement	Etat actuel	Valeur actuelle estimée
Charrue		
Daba		
Moto pompe		
Autre (à préciser)		

Composition de la main d'œuvre

-Type de main d'œuvre : Familial salarié les deux

-Niveau d'instruction de la main d'œuvre familiale

Pas instruit Primaire secondaire supérieur

Identification des travailleurs	Nombre	Heures de travail	Salaire/personne	Coût total
Mains d'œuvre familial				
Salarié				

Production, stockage et commercialisation

-Production totale :.....

-Lieu de stockage :.....

-coûts liés au stockage :.....

-Type de vente (a classer par ordre d'importance) : bord champ intermédiaires
détaillants grossistes

-Quantités et prix

Quantité produite	Quantité perdue	Quantité consommée	Quantité vendue	Prix /kg

-Les difficultés rencontrées de la fourniture d'intrants à la commercialisation (Subdivise ta question) :.....
.....
.....
.....

Coûts d'opportunités liés à la production de l'oignon en saison hivernale

- Quelles cultures pratiquez-vous en saison hivernale ?
- Avez-vous délaissé des cultures pour produire l'oignon hivernal ? Si oui les quelle(s) ?
- Quels sont les dépenses liées à la production de ce(s) produit(s) ?
- Prix de vente/kg de ce(s) produits

Information permettant de faire une petite comparaison entre les 2 types d'oignon

- Coûts liés à la production de l'oignon de contre saison
- Différents prix de vente/kg de l'oignon de contre saison
- Difficultés liées à la production de l'oignon de contre saison

Attentes

Selon vous que faut-il faire pour booster la production de l'oignon hivernale, augmenter les revenus des producteurs et donc améliorer leurs conditions de

vie ?.....
.....

ANNEXE 3 : Guide d'entretien avec les commerçants

Date d'entretien :

Numéro fiche :

1. Type de commerçants

Intermédiaires grossiste détaillant fixe ambulant

2. Citez les différents lieux d'approvisionnement de l'oignon hivernal par ordre d'importance et Donnez les différents prix d'achat/kg selon le lieu d'approvisionnement

Lieux d'approvisionnement	Prix

3. Citez les différents lieux d'écoulement de l'écoulement par ordre d'importance (les différents marchés) et Donnez les différents prix de vente/kg selon le lieu d'écoulement

Lieux d'écoulement	Prix

--	--

4. Quelles relations entretenez-vous avec les autres commerçants et avec les autres acteurs de la chaîne ?.....

.....
.....
.....

5. Comment se fixent les prix d'achat et de vente de l'oignon hivernal sur le marché ?.....

.....
.....
.....

6. Listez les difficultés liées à la commercialisation de l'oignon hivernal ?.....

.....
.....
.....
.....
.....

7. Quelles sont vos attentes par rapport au volet commercialisation ?

.....
.....
.....
.....
.....

ANNEXE 4: Guide d'entretien fournisseurs d'intrants

Date d'entretien :

Numéro fiche :

1. Le rôle en tant que fournisseurs

d'intrants.....
.....
.....
.....

2. Type d'intrants vendus et Les différents prix des intrants

Types d'intrant		Prix
Engrais		
Phytosanitaire		
Semences		

3. Les principaux acheteurs d'intrants par ordre

d'importance.....
.....
.....
.....

4. Leur

fonctionnement.....
.....

.....
.....

5. Les relations entre eux et avec les autres acteurs de la chaîne.....
.....
.....
.....
.....

6. Les difficultés rencontrées.....
.....
.....
.....
.....

7. Les attentes.....
.....
.....
.....

Annexe 5 : Liste des participants à l'entretien de groupe avec les groupements produisant l'oignon hivernal à Korsimoro

Liste de présence du 11/04/2018.

Motif de la rencontre Entretien avec des groupements produisant l'oignon hivernal pour collecte de données

N°	Nom et prénom (s)	Villages/Grpmt	N° de téléphones	Signature
1	Kientori Alideru	Song taaba	7850 6111	
2	Balma Souleymane	"	7842 7560	
3	Guedraogo Madi	"	7804 3764	
4	Guedraogo Guirou	Sougr-hooma	7157 1735	
5	Sakande Aisseta	Sougr-hooma	7464 2045	
6	Balma Rasmata	Nel-hooma	6837 3976	B
7	Balma Zalhata	Sougr-hooma	7990 3925	
8	Guedraogo Himata	Teeq-wende'		A.
9	Zabré Mariguissom	Nel-hooma	66 79 3425	3
10	Sawadogo Koudigueta	Teeq-wende'	7528 0548	5
11	Guedraogo Marmoumata	Teeq-wende'	-	6'
12	Nabaloum Rihannata	wend yam	-	9
13	Sawadogo Binta	wend la manegda	-	
14	Zabré Minata	"	-	A
15	Mando Mariam	pingd-wende'	7675 6649	M
16	Bongre Issara	wend n manegda	7803 5046	
17	Guedraogo hamado	wend yam	7919 1137	
18	Guedraogo Nouferu	Song taaba	7233 3527	A
19	Diallo Mariam	Nabors wende'	7583 3379	
20	Guedraogo Guismame	Sougr-hooma	6036 0195	
21	Balma Karim		7516 8998	
22	Guedraogo Nahamoudou	Nabla bumbou	7639 0872	
23	Nabaloum Rasmata	Nel-hooma	-	
24	Ilboudo Victorine	Song-taaba	7181 6603	

ANNEXE 7 : Quelques photos de la récolte de l'oignon hivernal campagne 2011/2012



Annexe 8 : Symptômes de carence et d'excès de minéraux en oignon

Les symptômes suivants sont indicatifs pour les carences ou les excès en minéraux. Pourtant pour être certain, il faut des analyses de sol et/ou des plantes.

Azote :

- Symptômes de carence: Les plantes restent petites avec un feuillage vert-pâle à jaunâtre. Les bouts de feuilles tarissent. Le feuillage a tendance de rester debout. Les bulbes sont plus petites que normal et mûrissent plus tôt.
- Symptômes d'excès: La plante pousse rapidement et la maturation de la bulbe est retardée. Elle est plus molle et plus sensible aux pourritures durant le stockage

Phosphore

- Symptômes de carence: Croissance lente, maturation retardée et un pourcentage élevé de bulbes avec des gros collets au moment de la récolte. Les feuilles ont une couleur vert sans éclat. Les bouts des feuilles se sèchent sans le jaunissement associé avec la carence en azote et en potasse.

Potasse

- Symptômes de carence: Les bouts des feuilles deviennent verts foncé et les bouts des feuilles les plus âgées commencent à flétrir, en particulier sur la face supérieure. Finalement elles s'affaissent et ont une apparence satinée comme du papier. Et elles développent une chlorose similaire à celle causée par la carence en azote.

Magnésium

- Symptômes de carence: croissance lente. Les feuilles les plus âgées jaunissent entièrement sur toute leur longueur.

Zinc

- Symptômes de carence: Les plants poussent lentement. Les feuilles montrent une torsion notable et une légère chlorose entre les nervures. Les oignons sont très sensibles aux carences en zinc

Molybdène

- Symptômes de carence: en pépinière la levée est pauvre car les jeunes pousses meurent. Quand le plant pousse, les feuilles meurent progressivement du bout vers la base avec une zone de transition molle entre le tissu sain et le tissu séché. Les oignons sont très sensibles aux carences en molybdène.

Manganèse

- Symptômes de carence: Croissance lente, maturation retardée et un pourcentage élevé de bulbes avec des gros collets au moment de la récolte. Les feuilles les plus âgées développent une chlorose entre les nervures avec, plus tard, des bouts séchés. Finalement, les feuilles montrent une torsion et se sèchent. Vitosh et al (1994) parlent plutôt d'une couleur olive et l'aspect de flétrissement. Selon eux la carence en manganèse ressemble à celui de l'azote. Les oignons sont très sensibles aux carences en manganèse. En sols minéraux les carences sont associés avec un pH > 6,5. Baisser le pH rend le manganèse plus disponible à la plante.
- Symptômes d'excès: Dans les premiers stades de croissance des plants, les symptômes d'un excès de manganèse ressemblent à ceux d'une carence. Un excès de manganèse est associé avec un pH extrêmement bas du sol (< 5.0).

Bore

- Symptômes de carence: une carence en B cause des torsions et des retards en croissance des plants. Les feuilles deviennent cassantes et changent à une couleur grise-verte à bleu-verte. Les jeunes feuilles peuvent être tachetées jaunes-vertes tandis que les feuilles les plus âgées deviennent chlorotiques avec des zones affaissées et des bouts séchés. Des lignes jaunes transversales peuvent se produire près de la base des feuilles. Celles-ci se transforment en fissures. Vers la récolte une pourriture du collet peut se développer
- Symptômes d'excès: le bout de la feuille montre une chlorose ou une nécrose. Croissance retardée (voir Photo). Un éventuel apport de bore ne doit jamais dépasser le 1 kg/ha!

Cuivre

- Symptômes de carence: les feuilles montrent une chlorose au milieu de la feuille. Et celle-ci se courbe comme la queue d'un cochon

Conditions pour le développement des maladies

Les sols acides ou alcalins entraînent souvent des carences en éléments nutritifs causé par leur immobilisation. Certains sols sont de nature pauvres en éléments nutritifs spécifiques en raison de leur composition. L'utilisation excessive ou déséquilibrée d'engrais peut également causer certains minéraux à devenir indisponible pour les plantes.

Remède

Utilisez un programme de fertilisation équilibrée. Une analyse du sol et des nutriments foliaires peuvent donner des informations importantes sur les carences et les excès en minéraux. La modification du pH du sol et l'utilisation de pulvérisations foliaires d'éléments nutritifs peuvent corriger certaines carences ou excès.