



# AGRIDAPE

Revue sur l'agriculture durable à faibles apports externes

Juin 2013 - volume 29 n°2



**Chaînes de valeur et nouveaux marchés agricoles émergents**





Agriculture durable à faibles apports externes  
VOL. 29.1 - Avril 2013  
AGRIDAPE est l'édition régionale  
Afrique francophone des magazines  
LEISA co-publiée par ILEIA et IED Afrique  
ISSN n°0851-7932

Adresse AGRIDAPE  
IED Afrique  
24, Sacré Coeur III - Dakar  
BP : 5579 Dakar-Fann, Sénégal  
Téléphone : +221 33 867 10 58  
Fax : +221 33 867 10 59  
E-mail : agridape@orange.sn  
Site Web : www.iedafrique.org

Coordonnatrice : Awa Faly Ba Mbow

Comité éditorial : Bara Guèye,  
Awa Faly Ba Mbow, Mamadou  
Fall, E. Hadj Malick Cissé, Aly Faye,  
Lancelot Soumelong-ehode,  
Souleymane Cissé  
Marie Mamour Diop

Administration :  
Maimouna Dieng Lagnane  
Traduction : Bougouma Mbaye Fall

Conception graphique - Impression :  
Imprimerie Graphi plus  
Tél. : +221 33 869 10 16

Edition Internationale

LEISA Magazine  
ILEIA P.O. Box 2067, 3800 CB Amersfoort,  
The Netherlands  
Tél. : +31 33 467 38 70  
Fax : +31 33 463 24 10  
subscriptions@ileia.nl

Edition chinoise  
CBIK, 3rd Floor, Building A  
Zhonghuandasha, Yanjiadi, Kunming  
Yunnan. E-mail : renjian@cbik.sc.cn

Edition espagnole  
La revista de agro-ecologia  
Association ETC Andes, AP.18-0745,  
Lima 18, Pérou  
E-mail : base-leisa@etcandes.com.pe

Edition indienne  
LEISA India  
AME Foundation, PO Box 7836, Bangalore  
560 085, Inde  
E-mail : amebang@giasbg01.vsnl.net.in

# S O M M A I R E

- 4 **Chaînes de valeur et nouveaux marchés agricoles émergents**
- 6 **Guinée : Faire des organisations paysannes des artisans de la lutte contre la pauvreté en milieu rural**  
*Souleymane Diallo*
- 9 **Le rôle des organisations interprofessionnelles (OIP) dans la régulation du secteur laitier au Sénégal**  
*Papa Nouhine Dièye*
- 12 **Le rôle des organisations de productrices dans les chaînes de valeur des produits agricoles en Afrique de l'Ouest : la coopérative de productrices d'échalotes à Ségou au Mali**  
*Aziz Elbehri et Maria Lee*
- 13 **Burkina Faso : promotion de la formation pour l'autonomisation économique et sociale des femmes de la filière beurre de karité**  
*Aziz Elbehri et Maria Lee*
- 14 **Compétitivité du secteur horticole au Sénégal : Étude des filières de la banane, l'oignon et la pastèque**  
*Diabel DIOP*
- 16 **Promouvoir la formalisation des relations entre acteurs pour renforcer la compétitivité de la chaîne de valeur riz dans la vallée du fleuve Sénégal**  
*Ramatoulaye Wagne*
- 19 **Le label IGP, un levier de valorisation économique du miel blanc d'Oku, produit de la région des hautes terres de l'Ouest Cameroun**  
*Félix Meutchieye et Mathilde Sanglier*
- 22 **Les stratégies de commercialisation des produits maraîchers sur le marché de Maroua, au Cameroun**  
*Denis Pompidou FOLEFACK et Darman Roger DJOULDE*
- 25 **Systèmes de commercialisation et chaîne de valeur de l'oignon au Niger**
- 27 **L'avenir de l'élevage au Sénégal : Le salut par la chaîne de valeur**  
*Mohamed Gueye*
- 29 **Sites web**
- 30 **Bibliographie**
- 33 **AGRIDAPE Infos**

## 6 Guinée : Faire des organisations paysannes des artisans de la lutte contre la pauvreté en milieu rural

Souleymane Diallo

En Guinée, le Programme National d'Appui aux Acteurs des Filières Agricoles (PNAFA), un programme destiné à accompagner le développement des filières agricoles à fort potentiel économique, a expérimenté une nouvelle approche dans l'encadrement et l'appui au monde paysan.

Cette nouvelle approche a permis de renforcer la professionnalisation et l'autonomie des organisations paysannes afin d'en faire de vrais acteurs de filières agricoles, capables d'améliorer les services rendus à leurs membres et de mieux lutter contre la pauvreté.

## UN RÉSEAU, UNE DYNAMIQUE !

**AgriCultureS** est un réseau de diffusion et d'échange d'informations sur des approches agricoles respectueuses de l'environnement et adaptées aux réalités agroécologiques et sociales. Ce nom marque bien le fait que l'agriculture n'est pas juste un secteur économique de spéculation ou un ensemble de paquets technologiques, mais qu'elle comporte une dimension culturelle intrinsèque dont la diversité est à valoriser et à protéger. Le réseau réunit sept éditions régionales, dont AGRIDAPE, représentant tous les continents. Ces éditions sont regroupées autour d'un secrétariat international pour renforcer la promotion de l'agriculture durable comme réponse au défi alimentaire mondial. **AgriCultureS** dispose également d'une base de données spécialisée et d'un site Internet interactif qui permet d'accéder à de nombreuses informations et d'échanger sur le développement de l'agriculture durable dans le monde.

Le Programme sur l'Agriculture Durable à Faibles Apports Externes (AGRIDAPE) couvre l'Afrique francophone. Lancé en 2003, son objectif est de promouvoir les bonnes pratiques en matière d'agriculture écologique durable. Il s'appuie sur la production d'un magazine trimestriel tiré à 3500 exemplaires distribués dans 55 pays, la mise en réseau des acteurs de l'agriculture durable au niveau national et le renforcement des capacités en capitalisation des expériences.

AGRIDAPE est porté par Innovation, Environnement et Développement en Afrique (IED Afrique) dont la vision est que le développement durable doit nécessairement s'appuyer sur le renforcement des capacités des catégories les plus vulnérables et l'établissement de relations équitables entre les différents acteurs de façon à permettre leur réelle participation à l'amélioration des conditions de vie et du bien-être des populations. Ainsi, IED Afrique fait la promotion des approches participatives à travers la recherche-action, l'analyse des politiques, la mise en réseau, la formation, la production et la diffusion d'informations en Afrique francophone pour atteindre le développement durable. Et, dans ce cadre, elle propose, aux partenaires, différents supports accessibles à travers son site internet ([www.iedafrique.org](http://www.iedafrique.org)).



Édition brésilienne *Agriculturas, experiências em agroecologia*  
AS-PTA, Rio de Janeiro, RJ Brésil 20091-020  
E-mail : paulo@aspta.org.br

**Sites Web**

<http://www.leisa.info>  
<http://www.iedafrique.org>  
<http://agridape.leisa.info>

**Abonnements**

AGRIDAPE est une revue gratuite, sur demande, pour les organisations et personnes du sud. Pour les organisations internationales, l'abonnement est

de 45 USD (45 euro) et pour les autres institutions du nord, le tarif est de 25 USD (28 euro) par an.

Pour vous abonner, veuillez écrire à [agridape@orange.sn](mailto:agridape@orange.sn)

**Financement AGRIDAPE**

Ce numéro a été réalisé avec l'appui de ILEIA, de ASDI et de DGSJ

**Photo de couverture :**

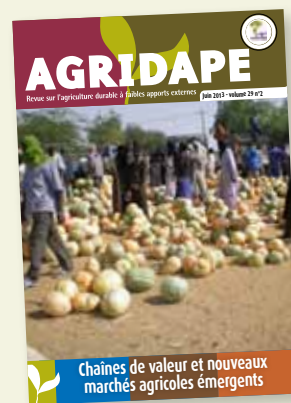
Marché de Tabalack au Burina Faso

**Source :**

IED Afrique

La rédaction a mis le plus grand soin à s'assurer que le contenu de la présente revue est aussi exact que possible. Mais, en dernier ressort, seuls les auteurs sont responsables du contenu de chaque article.

La rédaction encourage les lecteurs à photocopier et à faire circuler ces articles. Vous voudrez bien cependant citer l'auteur et la source et nous envoyer un exemplaire de votre publication.



## 19 Le label IGP, un levier de valorisation économique du miel blanc d'Oku, produit de la région des hautes terres de l'Ouest Cameroun

Félix Meutchiye et Mathilde Sanglier

Le label IGP (Indication Géographique Protégée) a donné une forte valeur ajoutée au miel blanc d'Oku, dans les régions montagneuses du Nord ouest Cameroun. D'un produit de terroir presque inconnu, il est passé à un produit compétitif qui a conquis tout le marché camerounais et qui cherche désormais à s'ouvrir au reste du monde. Les revenus générés par la vente ont beaucoup contribué à l'amélioration des conditions de vie des populations locales.



## 16 Promouvoir la formalisation des relations entre acteurs pour renforcer la compétitivité dans la chaîne de valeur riz de la vallée du fleuve Sénégal

Ramatoulaye Wagne

Pour renforcer la compétitivité de la chaîne de valeur du riz local cultivé dans la vallée du fleuve Sénégal, les structures d'appui au développement recommande une formalisation des relations entre acteurs de la chaîne de valeur.

La formalisation est le chemin qui mène vers la professionnalisation. Elle constitue un moyen efficace de sécurisation des relations entre acteurs.

### Chères lectrices, chers lecteurs,

Quoique des piliers importants des systèmes de production, les petits producteurs sont souvent des participants marginaux dans les chaînes de valeur. Le déficit organisationnel, les rapports de force en faveur de puissants acteurs ainsi que l'absence d'information sur les marchés constituent de sérieux handicaps qui limitent la valeur ajoutée qu'ils tirent de leur participation aux marchés.

A travers des exemples bien documentés, ce numéro d'AGRIDAPE cherche à analyser les chaînes de valeur afin d'en déceler les déséquilibres et contraintes qui limitent la participation et les revenus des maillons les plus faibles. De ces exemples, on peut tirer de nombreuses leçons et recommandations pouvant aider les petits producteurs à saisir les opportunités offertes par les marchés.

Le renforcement de leur position sur les chaînes de valeur constitue un gage pour l'accroissement de leurs revenus et l'atténuation de la pauvreté.

Bonne lecture...



# Chaînes de valeur et nouveaux marchés agricoles émergents

4



Photo : expatunited

Marché de légumes.

Les petites exploitations familiales jouent un rôle considérable dans les systèmes de production des pays en développement. Présentes et très actives dans des secteurs aussi variés que l'agriculture, l'élevage, la pêche, l'artisanat, le commerce, etc., ces petites exploitations familiales reposent généralement sur des systèmes économiques combinant une production destinée à l'autoconsommation et une production orientée vers les marchés. La croissance de la demande en produits divers, induite par la croissance démographique, l'explosion urbaine et la hausse du pouvoir d'achat, a contribué à renforcer la part de la production destinée aux marchés locaux, régionaux, nationaux, voire internationaux. L'implication croissante dans le fonctionnement des marchés a considérablement renforcé le rôle des petits producteurs agricoles dans les chaînes de valeurs.

Il est important de noter, cependant, que la part des avantages que ces acteurs tirent

de leur participation aux chaînes de valeur dépend largement de leur compréhension du fonctionnement général de la chaîne de valeur, de la transparence de l'information et de la communication le long de la chaîne, et de leur pouvoir de négociation. Malheureusement, dans bien des cas, l'isolement dans lequel sont confinés les petits producteurs milite rarement en faveur d'une bonne compréhension de la structure et du fonctionnement des marchés. Le déficit organisationnel et le manque d'information sur les prix constituent de lourds handicaps pouvant compromettre leurs chances de tirer un meilleur parti de leur participation aux marchés.

Dans le contexte de la mondialisation où l'intégration des marchés met les agriculteurs familiaux en contact avec des acteurs internationaux rompus aux techniques de négociation, mieux organisés et financièrement plus assis, les déséquilibres et inégalités se sont davantage creusés. S'élever dans cette chaîne de valeur

mondiale comporte des coûts importants que les petits producteurs peuvent difficilement supporter. Pour être compétitifs, ils sont astreints au respect d'une batterie de normes que leur niveau d'organisation et le caractère informel de leurs activités ne permettent pas.

Dès lors, comment améliorer la sécurité de la chaîne pour les petits producteurs et s'assurer qu'ils obtiennent une grande partie de la valeur ajoutée générée dans la chaîne de commercialisation et une partie équitable du prix final ?

La gestion des disparités dans les chaînes de valeurs est un défi qui se pose avec acuité et qui interpelle tout un chacun.

Ce numéro 29.2 d'AGRIDAPE en se penchant sur la problématique des chaînes de valeurs dans le contexte des nouveaux marchés agricoles émergents, cherche à attirer l'attention sur les déséquilibres qui empêchent les petits producteurs de tirer plus de valeurs ajoutées de la



commercialisation de leurs produits. Ce numéro cherche, par ailleurs, à capitaliser et à partager les expériences, innovations et stratégies mises en œuvre pour relever les nouveaux défis posés par la domination des marchés agricoles par les maillons supérieurs des chaînes de valeurs (entreprises, gros commerçants, etc.).

## S'organiser pour gagner de la valeur ajoutée

Les petits producteurs sont confrontés à des handicaps majeurs qui limitent, à des niveaux très bas, la valeur ajoutée tirée des chaînes de valeur. Parmi ces handicaps, figure, au premier rang, le déficit organisationnel qui oblige certains acteurs à agir seul dans un marché où les lois sont dictées par les plus forts.

Leurs chances d'accroître leurs revenus pourraient être démultipliées si ces acteurs se regroupaient dans le cadre de coopératives ou d'OP. Ces coopératives et OP peuvent aider à concentrer l'offre, faciliter la mise en relation avec d'autres acteurs et leur formalisation (contractualisation entre producteurs et acheteurs) pour assurer un débouché à la production et récupérer une partie de la valeur ajoutée des opérations de collecte.

Ce rôle important des organisations paysannes a été compris par une structure d'appui au développement, en Guinée, le PNAFA qui a expérimenté une nouvelle approche dans l'encadrement et l'appui au monde paysan, à travers un appui organisationnel, pour leur permettre de participer à l'ensemble du processus de mise en œuvre de leurs activités. La démarche innovante du PNAFA, a permis de renforcer la professionnalisation et l'autonomie des organisations paysannes afin d'en faire de vrais acteurs de filières agricoles, capables d'améliorer les services rendus à leurs membres et de mieux lutter contre la pauvreté. Grâce à une meilleure organisation, ces OP sont devenues de réels artisans de la lutte contre la pauvreté en milieu rural. (P6).

Au Sénégal, aussi, les organisations interprofessionnelles (OIP) jouent un rôle de premier plan dans la régulation du secteur laitier. Elles sont très impliquées dans la gestion de l'offre, la négociation sur les prix et la gestion de la qualité. Le lobbying et le plaidoyer occupent, par ailleurs, une place importante dans les actions des différentes organisations. Ces actions de plaidoyer sont relatives à l'application de la législation sanitaire et la réglementation sur la qualité du lait et des produits laitiers, la prise en compte de la spécificité des produits laitiers locaux, les incitations pour l'appui à l'investissement et au financement de la filière et la régulation des prix pour réduire la forte concurrence par les produits laitiers importés.

## Renforcer la participation des femmes aux marchés

Les productrices sont indéniablement les couches qui pâtissent le plus des déséquilibres et inégalités dans les chaînes

de valeur. Beaucoup plus touchées par le manque d'information sur les marchés, elles constituent des proies faciles pour les commerçants et autres intermédiaires qui n'hésitent pas à profiter de leur méconnaissance du marché pour fixer les prix à leur avantage. Les manques à gagner sont énormes pour ces femmes qui, pour mettre un terme à ces abus, se regroupent, de plus en plus, au sein de grandes organisations et coopératives.

Au Mali, dans la région de Ségou l'association Faso Jigi mène de nombreuses activités de plaidoyer afin d'accroître l'accès aux services de crédit, la fourniture de conseils techniques et de faciliter l'achat en gros d'engrais à des tarifs négociés pour les groupements de femmes. Elle compte actuellement 4 200 membres dont 960 sont des femmes spécialisées dans la production et la commercialisation de l'échalote. Les coopératives sont représentées au sein de Faso Jigi par une femme responsable de la commercialisation collective de leur production d'oignons et d'échalotes. Cette représentante veille à ce que les préoccupations des femmes et leurs besoins soient intégrés aux stratégies élaborées par la Faso Jigi. (P12).

Quant à l'Association féminine pour le développement Buayaba (AFDB), une ONG nationale burkinabé qui rassemble 3 200 femmes issues de 42 organisations paysannes, elle mise sur la promotion de la formation pour l'autonomisation économique et sociale des femmes.

Elle a aidé une de ses membres, une organisation de productrices de beurre karité, à mettre sur pied une compagnie de commerce, à développer un plan d'entreprise et à mettre en place une stratégie de développement. Cet appui donne la possibilité aux femmes de cette organisation de concentrer leurs efforts sur des chaînes d'approvisionnement courtes, sur lesquelles elles exercent un contrôle et permet de réduire ou d'éliminer les intermédiaires et d'obtenir de plus grandes marges de bénéfices. (P13).

## Miser sur la qualité des produits pour être plus compétitif

Dans un marché mondialisé, les critères de qualité prennent une importance grandissante auprès des consommateurs.

Les acteurs de la chaîne de valeur qui voudraient tirer leur épingle du jeu commerciale internationale, doivent dès lors, s'assurer que les produits qu'ils mettent sur le marché sont de bonne qualité et respectent les standards mis en place par la communauté internationale. L'adhésion des petits producteurs à la chaîne de valeur mondiale est fortement subordonnée à leur capacité à respecter les standards internationaux et les normes de qualité des produits. Ces normes exigent un respect strict de certaines règles sanitaires et de sécurité dans les processus de production. Ces exigences dépassent souvent leurs capacités, ce qui entraîne

leur exclusion de marchés plus intéressants (Abonyi, 2007).

Mais certains producteurs parviennent, tant bien que mal, à satisfaire à ces exigences de qualité, ouvrant ainsi leurs produits à un marché plus large et plus diversifié. C'est le cas des producteurs de miel blanc du Mont Oku, au Cameroun. Ce produit au goût, à la couleur et à la texture, uniques s'est vu décerner en 2012 le label IGP (Indications géographiques protégées).

Ce label, en ouvrant au miel blanc les chemins de la reconnaissance internationale, a créé une dynamique nouvelle autour de l'apiculture dans la zone d'Oku. L'activité mobilise désormais presque toutes les communautés villageoises vivant autour du mont Oku. Elles sont attirées par les revenus importants générés par la commercialisation du miel et de ses produits dérivés. (P19).

## Améliorer l'environnement des chaînes de valeurs à travers des politiques adaptées

Au regard de ce qui précède, il apparaît clairement que pendant que la mondialisation favorise l'intégration des économies des pays en développement au système économique mondial et apporte de la croissance dans certaines régions, elle est aussi porteuse d'inégalités. L'efficacité des chaînes de valeur, quelles soient mondiales, nationales, régionales ou locales, profite rarement aux agriculteurs familiaux et aux autres petits producteurs qui subissent la loi du marché.

Un assainissement de l'environnement des chaînes de valeur, à travers des politiques adaptées, s'avère dès lors impératif pour corriger les déséquilibres et donner plus de chances aux maillons les plus faibles de tirer plus d'avantages et de revenus de leurs activités.

« Une intervention sur les chaînes de valeur profitable aux populations pauvres consiste en des approches les intégrant dans ces chaînes avec comme objectif d'augmenter leurs revenus, d'abord par l'amélioration des prix au producteur (politique de prix) et la prise en compte de manière coordonnée des contraintes ». (FIDA).

Les politiques devant permettre de corriger les imperfections et déséquilibres liés à la structure des marchés, doivent être basées sur l'approche chaîne de valeur et doivent nécessairement tenir compte des relations de pouvoir entre les acteurs du marché, identifier les activités servant à uniformiser les règles du jeu entre les acteurs les plus riches et donc ayant plus de pouvoir et les populations rurales pauvres qui sont faibles sur le marché.

L'interventionnisme des pouvoirs publics à travers des politiques adaptées et une régulation du marché pourraient aider à assurer la responsabilité sociale permettant une distribution équitable de la valeur ajoutée dégagee dans les chaînes de valeur.



# Guinée : Faire des organisations paysannes des artisans de la lutte contre la pauvreté en milieu rural

Souleymane Diallo

6



Photo : PNA/FA

Transformation du riz des cultiveuses en activités.

*En Guinée, une nouvelle approche dans l'encadrement et l'appui au monde paysan permettant leur participation à l'ensemble du processus de mise en œuvre de leurs activités a été expérimentée avec, en prime, des résultats assez élogieux sur les capacités réelles des Organisations paysannes à prendre en main leur développement*

Faire des organisations paysannes de Guinée de véritables artisans de la lutte contre la pauvreté en milieu rural, capables de répondre durablement aux défis de l'insécurité alimentaire. L'idée, il y a quelques années, semblait hors de propos; car, l'essentiel des activités en milieu

rural étaient soumis à l'exécution de projets dont ils n'étaient ni directement porteurs et n'en maîtrisaient non plus tous les mécanismes. Maintenant, de la formulation de leurs besoins à leur mise en œuvre, en passant par diverses activités incluses (planification et suivi, contractualisation avec des prestataires de services, formation, etc.), les paysans sont désormais maîtres de leur développement.

Depuis plusieurs années, les projets et programmes de développement mis en place dans le cadre de l'amélioration des revenus des paysans et de la lutte contre l'insécurité alimentaire en Guinée ont été bâtis sur des expériences externes, inconciliables avec le vécu, les pratiques et les exigences du monde paysan.

Cette situation, vécue jusqu'à la fin de la décennie 2000, a eu comme conséquences l'augmentation du niveau de pauvreté dans les zones rurales, l'accroissement de la vulnérabilité des paysans et une insécurité alimentaire aggravée par les aléas du climat. Une telle réalité contraste avec les énormes potentialités hydro agricoles dont dispose la Guinée.

En effet, avec des sols riches, une pluviométrie abondante pendant une grande partie de l'année et des ressources hydrauliques quasi-inépuisables, pour pallier au manque d'eau en saison sèche, le potentiel de la productivité agricole en Guinée est considérable.

Malgré cette réalité, que de difficultés sont rencontrées par les agriculteurs ! De

nombreux obstacles expliquent cet état de fait : absence de mécanisation de l'agriculture, faible accès aux intrants de qualité, manque d'information sur les techniques culturales modernes, problème d'encadrement... A cela s'ajoute, le manque d'accès aux crédits pour financer les campagnes agricoles, l'absence d'infrastructures de production et de transformation, l'enclavement des zones de production par rapport aux marchés. Par ailleurs, le taux d'analphabétisme en milieu rural ne favorise guère leur adaptation aux exigences que pose une agriculture moderne et de qualité.

La pauvreté est beaucoup plus présente dans les zones rurales. En effet, les données officielles illustrent mieux le niveau de vulnérabilité et de pauvreté auquel les paysans en milieu rural sont soumis. Selon les statistiques, au moins 67% des Guinéens, jusqu'en 2008, vivaient en milieu rural. La grande majorité pratique une agriculture de subsistance sur de petites parcelles. Dans ces zones, parfois enclavées, la pauvreté se ressent durablement sur les jeunes et les femmes. Parmi ces ruraux (67%), plus de la moitié (63%) sont affectés par la précarité, contre 30% dans les centres urbains.

De nombreux facteurs expliquent cette situation de précarité : manque d'informations des paysans sur les techniques et pratiques culturales adaptées.

## Penser un nouveau mécanisme d'appui-accompagnement des paysans

Grâce à l'appui de bailleurs de fonds et du Gouvernement, la Guinée s'est dotée, depuis 2008, d'un programme novateur en matière d'appui et d'encadrement des organisations paysannes : Programme National d'Appui aux Acteurs des Filières Agricoles (PNAFA). Celui-ci s'affirme certes comme est une innovation, au regard de la forte participation des bénéficiaires à la conception, la mise en œuvre et le suivi de leurs activités ; mais, surtout, il repose sur une stratégie visant à transférer la maîtrise d'ouvrage du programme aux organisations paysannes.

Formulée dans le cadre de la nouvelle stratégie d'intervention du FIDA en Guinée, ce programme repose fondamentalement sur le principe que, pour mieux répondre aux défis que pose l'insécurité alimentaire, la vulnérabilité et la pauvreté en milieu rural, les bénéficiaires devaient être impliqués, au plus près, dans le processus d'identification, de formulation et d'exécution de leurs propres activités.

## Les paysans maîtres de leur destin

La démarche innovante du PNAFA, différente de la mise en œuvre classique des projets, est un gage de réussite. Elle per-

mettra à terme de renforcer la professionnalisation et l'autonomie des organisations paysannes afin d'en faire de vraies acteurs de filières agricoles, capables d'améliorer les services rendus à leurs membres et de mieux lutter contre la pauvreté. Dans ce contexte, le PNAFA apporte appui et encadrement à plusieurs niveaux : formations, approvisionnement en intrants, encadrement, appui-accompagnement, etc.

## Processus concerté de planification.

Le processus de planification, validation et exécution des activités des OPA, implique la participation des organisations paysannes à l'élaboration du Plan de Travail et Budget Annuel (PTBA). L'objectif est d'assurer une meilleure participation de ces acteurs majeurs afin de renforcer l'efficacité du projet mais aussi de renforcer les capacités des acteurs. Ce processus s'opère en plusieurs étapes.

En premier lieu, le Programme supervise l'organisation des ateliers rassemblant tous les acteurs le long de la chaîne de valeur – producteurs, prestataires techniques, commerçants et même restaurants, à l'effet de recenser et discuter de leurs besoins. Ces rencontres, tenues dans le cadre d'ateliers dits « filières » permettent de formuler, pour chaque organisation évoluant dans une filière un plan de travail et de budget annuel.

## Le PNAFA : Un partenariat fécond avec l'Etat et les OP

Le Programme National d'Appui aux Acteurs des Filières Agricoles (PNAFA) a pris en compte des leçons des projets achevés et en cours du FIDA et de ses partenaires en Guinée et dans la sous-région. Le PNAFA est bâti sur un partenariat fécond entre le Gouvernement et les organisations paysannes (OPA) membres de la Confédération Nationale des Organisations paysannes de Guinée (CNOP-G). Il est principalement orienté sur le développement des filières agricoles à fort potentiel économique et accessible au petit paysan

Le partenariat est assis autour d'une collaboration avec les OPA, qui sont des structures pérennes, représentatives de la base paysanne. Cette base agit comme maîtresse d'œuvre déléguée. Le PNAFA appuie le renforcement des OPA dans le domaine technique, commercial, et organisationnel et constituera un moyen privilégié de pérennisation des acquis. Cette option stratégique est plus à même de garantir une durabilité et une appropriation des actions après la phase de financement.

## Des résultats encourageants

Les résultats probants obtenus jusqu'en septembre 2012 dans les filières pomme de terre, riz, maïs palmier à huile et hévéa sont les suivants : (i) 6 500 paysans formés dans les domaines techniques, (ii) une demande forte pour l'alphabétisation avec 1 630 personnes formées; (iii) la multiplication de semences pour 12 100 paysans ; (iv) l'importation par une fédération des semences pour 120 000 palmiers et 100 000 hévéa, de 255 tonnes de semences de pomme de terre; (vii) la mise en place de 25 pépinières et un centre de formation par une fédération ; (viii) l'importation de 304 tonnes d'engrais par une fédération, sur la base d'un crédit commercial ; (ix) le pilotage des mécanismes de financement des filières avec la création des fonds de garantie par les fédérations sur la base des dotations en intrants ; (x) le partenariat direct entre les fédérations/unions et les services étatiques au niveau local, notamment pour l'encadrement de 17 000 paysans ; (xi) les ins-

tances de concertation avec les acteurs des filières pomme de terre, riz, huile de palme, oignon, organisées par les fédérations paysannes ; (xii) la construction de 15 magasins de stockage et mise à disposition des équipements de transformation; (xiii) l'aménagement de 250 ha de bas-fonds, la réhabilitation de 285 km de pistes ; (xiv) un modèle d'appui institutionnel, basé sur des conseillers de zone qui sont des cadres de l'organisation paysanne ; (xv) l'élaboration des modules de formation en gestion fiduciaire et passation de marchés pour accompagner les fédérations paysannes, (xvi) l'élaboration du premier Diagnostic institutionnel participatif des fédérations membres avec comme résultat une typologie des fédérations et un plan de renforcement des capacités de ces fédérations en fonction de leur niveau de maturité.

**Souleymane Diallo**  
PNAFA-Guinée





Photo : PNAafa

Formation d'adultes dans un centre d'alphabétisation à Timbi Madina.

8

Les résultats de ces ateliers sont ensuite repris au niveau régional – où les activités nécessaires au développement de chaque filière sont identifiées. A l'issue de ces concertations, des plans de travail pour chaque OPA sont élaborés et soumis, à consolidation, au niveau régional, puis national par la tenue de session du Comité de pilotage.

Outre qu'il permet de prendre en compte l'ensemble des préoccupations des acteurs impliqués, ce processus permet d'adapter les besoins réels aux contraintes de terrain. Ces ateliers sont aussi des cadres par excellence de partage d'expériences et d'initiatives entre les organisations paysannes

### Produire plus et en qualité pour assurer la sécurité alimentaire et augmenter les revenus

Grâce à cette démarche participative et inclusive, les organisations de producteurs soutenus par le PNAafa ont vu leur rendement nettement s'améliorer ces deux dernières années. L'accroissement des rendements agricoles enregistrés ces deux dernières années par des organisations de producteurs soutenus par le PNAafa, trouve sa justification dans l'introduction de nouvelles techniques culturales et d'intrants de qualité, un encadrement plus systématique des paysans, la formation des paysans, etc.

Sur ces deux dernières années le volume de rendement à l'hectare des spéculations comme la pomme de terre, le maïs, l'oignon ou encore le riz ont augmenté de manière substantielle.

## Apprentissage permanent : Ces paysans alphabétiseurs de Timbi Madina

L'alphabétisation des jeunes et des femmes en milieu rural a été perçue très tôt comme une des voies d'accès à la performance et la professionnalisation des organisations paysannes. Les associations de producteurs ainsi que les commerçants sont conscients du fait que lire, comprendre et compter est fondamental pour constituer des groupements forts, fonctionnant comme de vraies entreprises. Sur ces considérations, ces associations ont formulé de nombreux besoins en matière de formation. Les formations dispensées sont destinées à renforcer les capacités des organisations professionnelles à mieux assumer leurs rôles et responsabilités.

Ainsi, pour faire de l'apprentissage continu un moyen de vulgariser les bonnes pratiques agricoles et renforcer la performance des organisations paysannes, une association de producteurs la Fédération des paysans du Foutah Djallon (FPFD), forte de quelque

30 000 membres a lancé voilà plusieurs années une opération destinée à vulgariser les savoirs et acquis locaux par un apprentissage continu. L'expérience porte le nom de Centre d'Alphabétisation. Mais plus que des lieux d'apprentissage, ces centres constituent de véritables espaces de partage et diffusion de l'excellence.

Les centres d'alphabétisation ont décuplé ces deux dernières années, grâce à l'appui du PNAafa. Les principaux villages où évoluent des producteurs membres de la FPFD ont été dotés de centre d'alphabétisation. Les bénéficiaires sont formés à l'alphabétisation fonctionnelle, à la comptabilité de base et aux techniques agricoles améliorées. L'effet des formations sur les membres s'accroît au moyen de séances de restitution organisées par les bénéficiaires initiaux.

**Souleymane Diallo**  
PNAafa-Guinée

Le PNAafa comprend plusieurs aspects novateurs en Guinée parmi lesquels: i) confier directement la maîtrise d'œuvre des activités aux faitières paysannes, contrairement à l'approche plus classique de recours aux prestataires de service privés ou associatifs ; ii) développer au sein des OPA des capacités d'appui conseil; iii) institutionnaliser le dialogue entre acteurs des filières ; iv) intégrer une stratégie de gestion des savoirs, qui sera mise en œuvre par la

CNOP-G et l'UNC, et ceci en étroite collaboration avec les autres projets du FIDA et FIDAFRIQUE ; v) améliorer l'accès aux intrants, à travers la mise en place d'un mécanisme de financement au sein des OPA ; vi) faciliter l'accès du groupe cible aux crédits pour l'acquisition des équipements (à travers le Guichet 2 des ASF).

**Souleymane Diallo**  
Chargé de la communication, Gestion des Savoirs et Visibilité (Unité de Coordination du PNAafa/FIDA-Guinée)  
sooldia@yahoo.fr ; sooldia@pnaafa-guinee.org



# Le rôle des organisations interprofessionnelles (OIP) dans la régulation du secteur laitier au Sénégal

Papa Nuhine Dièye



Photo : SALL - IED Afrique

Producteurs laitiers traditionnels.

Le développement du secteur laitier est affiché comme une priorité du gouvernement sénégalais. Le Sénégal fait partie des pays dont le déséquilibre de l'offre par rapport à la demande en lait est très important.

Face à une demande de plus en plus importante liée à l'accroissement démographique et à la forte urbanisation, les besoins en lait et produits laitiers ont été essentiellement couverts par les importations durant ces trente dernières années (Dièye et al., 2005).

La production laitière locale est estimée à 143 000 tonnes (FAO stat) et les races bovines locales ont de faibles niveaux de productivité laitière. Les sorties de devises liées à ces importations sont passées de 15 milliards de francs CFA en 1994 à 47 milliards depuis 2006 (ministère de l'Élevage, 2007).

La réduction des importations de lait et produits laitiers par l'amélioration de la production locale constitue ainsi un des objectifs majeurs assignés au sous-secteur élevage.

Le secteur laitier au Sénégal depuis 1994 est caractérisé par deux évolutions :

- La reprise des importations de produits laitiers et le développement d'un tissu de PME /PMI évoluant dans le reconditionnement et la transformation du lait en poudre (Dieye et al., 2005). Parallèlement, des dynamiques localisées de développement de la production laitière locale ont émergé dans différentes zones agro-écologiques. Ces dynamiques sont centrées sur des innovations techniques mais également institutionnelles pour améliorer l'accès aux marchés des producteurs.

- Dans le cadre de ces filières, plusieurs organisations professionnelles et interprofessionnelles ont émergé (Dia, 2004a, 2004b ; Broutin, 2005)

- Le présent article propose d'analyser le rôle des organisations interprofessionnelles dans la régulation du secteur laitier au Sénégal.

## Historique de la structuration de la filière lait local

Pour comprendre les processus historique d'émergence des organisations professionnelles et interprofessionnelles, il convient d'abord de décrire rapidement les filières concernées.

### Caractéristiques de la filière

Les marchés laitiers locaux au Sénégal sont structurés autour des pôles urbains et ruraux approvisionnés pour une grande partie par les systèmes pastoraux et agropastoraux selon trois circuits (Dièye, 2006).

Le circuit de vente directe est un circuit court portant en majorité sur la vente de lait caillé par les femmes mais également de lait frais. La proximité d'un centre urbain ou d'un marché en zone rurale est un facteur prépondérant dans le fonctionnement de ce circuit. Les produits laitiers sont vendus ou font l'objet de troc notamment dans les zones rurales où ils sont échangés contre des produits céréaliers.

Le circuit des colporteurs-collecteurs est un circuit long avec l'implication de divers acteurs. Il comprend une composante de commercialisation directe des produits auprès des consommateurs par le collecteur, après achat du lait sans transformation. Certains collecteurs transforment les produits, notamment le lait frais en lait caillé, ce qui leur permet ainsi d'élargir le rayon de collecte mais également de cibler des marchés d'approvisionnement plus éloignés.

Le troisième circuit est celui des laiteries, approvisionnées directement par des éleveurs et par leur propre production dans le cas d'une intégration ou bien par des collecteurs livreurs. Ce circuit porte sur l'utilisation du lait frais qui est ensuite transformé en caillé, fromages, beurre liquide, crème fraîche, produits lactés.

### Historique et éléments déclencheurs

L'environnement institutionnel des filières laitières locales est caractérisé par la présence d'une diversité d'acteurs : ONG, projets de développement, entreprises privés, recherche. Les actions dominantes concernent l'amont de la filière, notamment l'amélioration de la production. La forte concurrence des importations et l'absence de politiques nationales cohérentes d'appui à la production et à la commercialisation du lait local ont contribué à la naissance des organisations professionnelles d'éleveurs, puis d'organisations interprofessionnelles. Cette dynamique a connu un développement en trois temps.

La première génération d'organisations professionnelles d'éleveurs a bénéficié d'un appui des services de l'Élevage. Cette structuration visait à accompagner l'expérience de la mise en place de fermes laitières dans la zone périurbaine de Dakar. De 1976 à 1982, le GIE COPLAIT fut mis en place dans le cadre d'un système de coopérative pour le développement de la production laitière dans la zone des Niayes.

La seconde génération de dynamiques organisationnelles fut initiée par des associations locales sous l'impulsion de la société civile. Cette structuration s'inscrivait dans le cadre d'actions de développement local

incluant l'élevage et plus spécifiquement la production laitière. Ce fut le cas dans la zone sylvopastorale avec la mise en place de la Fédération des associations d'éleveurs du Djoloff (FBAJ) en 1992 appuyée par l'église luthérienne, l'Association pour le développement de Yang Yang et de Dodji (ADYD) en 1995, les femmes de l'épicentre de Dahra appuyées par Hunger Project.

La troisième génération de structuration concerne la création d'organisations interprofessionnelles à partir 1997. Trois interprofessions furent mises en place avec l'appui de projets, de structures étatiques ou paraétatiques.

La Fédération des éleveurs indépendants et des transformateurs laitiers du Sénégal (FEITLS), mise en place en 1997, regroupe en majorité des transformateurs impliqués dans la valorisation du lait en poudre à Dakar. La Fédération nationale des acteurs de la filière lait local du Sénégal (FENAFILS), mise en place en 2002 avec l'appui de DYNA-Entreprises, regroupe les producteurs de l'Union des producteurs et préposés au rayon laitier (UPPRAL) de Dahra et des transformateurs de lait des autres régions.

Le comité interprofessionnel des acteurs de la filière lait local (CINAFIL) est la dernière-née des organisations interprofessionnelles laitières. Elle a été fondée en 2004 dans la zone cotonnière avec l'appui de la SODEFITEX.

Enfin, une dynamique nationale fut enclenchée autour de la mise en place dans chaque région des Maisons des éleveurs (MDE) et des Directoires régionaux des femmes en élevage (DIRFEL). Certaines de ces organisations jouent aujourd'hui un rôle actif dans la structuration de la filière laitière.

### Typologie des organisations interprofessionnelles

Les organisations interprofessionnelles dans la filière lait peuvent être classées en trois groupes selon leur origine et la base de leur structuration.

Les actions collectives autour de la collecte Les dynamiques organisationnelles sectorielles et localisées dans les zones rurales.

C'est le cas des Groupements d'intérêt économique (GIE) et unions de GIE laitiers dans le cas des ceintures laitières périurbaines de la zone cotonnière mais également les fédérations et associations villageoises dans la zone de Dahra et de Linguère.

D'une action collective autour de la collecte, les organisations ont évolué vers la mise en place de cadres de concertation puis d'organisations interprofessionnelles.

Ces cadres sont des instances de négociation sur le prix mais également d'échanges sur les contraintes de la filière et les différentes solutions.

Une démarche locale de concertation : le cas du CINAFIL Dans le cas des ceintures laitières périurbaines en zone cotonnière, la structuration repose sur une importante dynamique d'action collective avec la coordination horizontale à travers les GIE et unions de GIE regroupant respectivement les producteurs des mêmes villages et des villages de la même zone géographique, l'intégration par la mise en place de cadres de concertation départementaux et d'une interprofession le CINAFIL.

Ces démarches locales d'organisation et de concertation se sont développées pour la plupart avec l'impulsion des structures d'encadrement (ONG, recherche, projets étatiques, sociétés de développement rural). Les stratégies mises en place concernent le développement de pôles de compétences en partenariat regroupant la recherche, la vulgarisation et les producteurs pour mieux appréhender la demande des acteurs et proposer des services pour le développement de la filière. L'expérience la plus originale est celle entreprise depuis 2000 en zone Sud du Sénégal dans les régions de Tambacounda et Kolda avec le pôle de services regroupant l'ISRA /CRZ Kolda, la SODEFITEX /Bamtaare, l'ONG VSF et les acteurs de la filière (producteurs, collecteurs/transporteurs, transformateurs).

### Un positionnement national : le cas de la FENAFILS

Dans le cas de la Fédération nationale des acteurs de la filière lait local du Sénégal (FENAFILS), la stratégie organisationnelle a reposé sur le regroupement des acteurs de la filière local dans une structure fédératrice au niveau national.

La FENAFILS a ainsi été dans un premier temps mis en place par des acteurs individuels et des groupements avec un poids prépondérant des deux pôles constitués par l'UPPRAL et les transformateurs de lait de Kolda et Tambacounda.

Cette organisation s'est ensuite structurée par la mise en place des Fédérations régionales des acteurs de la filière lait local (FERAFIL).

### Les dynamiques d'action collective dans la vente

Dans le cas du la FEITLS l'organisation a été impulsée par des acteurs de l'aval notamment les importateurs et les transformateurs de lait en poudre. Cette organisation prône des stratégies de complémentarité entre la filière lait local et la filière lait et produits laitiers importés.

Le positionnement de proximité par rapport aux marchés urbains et sur la commercialisation du lait en poudre donne à cette organisation une position de sensibilité de ses revendications par les pouvoirs publics.

Cependant, cette capacité de lobbying est plus renforcée du fait des convergences d'in-



térêt avec le secteur industriel plus présent dans la transformation du lait en poudre et les importations des produits laitiers.

### **Les actions collectives sectorielles**

L'État a accompagné la structuration des producteurs avec la création des maisons des éleveurs (MDE) au niveau des différentes régions ainsi le Directoire national des femmes en élevage (DINFEL) et ses démembrements avec les 11 Directoires régionaux des femmes en élevage.

Dans le secteur laitier, le DINFEL intervient dans la promotion de la filière, l'intermédiation pour la recherche de financement, mais également dans la recherche de débouchés pour les produits à travers la contractualisation avec les producteurs.

## **Fonctionnement des inter-professions et rôle dans la régulation de la filière**

Dans le secteur laitier, l'intermédiation privée plus récente fait suite à la libéralisation des services avec les politiques d'ajustement structurel. Les organisations interprofessionnelles abordent les questions de régulation des filières suivant quatre angles : la gestion de l'offre, la négociation des prix, la gestion de la qualité, le lobbying et le plaidoyer. Les interventions sont très fortement concentrées sur le plaidoyer pour des politiques de développement de la filière.

### **La gestion de l'offre**

La gestion de l'offre est traitée du point de vue de la sécurisation des approvisionnements et des débouchés. Cette question abordée par les organisations interprofessionnelles laitières à travers l'accès aux intrants, l'accès aux différents marchés, l'accès aux crédits et les investissements à mettre en place par l'État pour le développement de la filière. La question de la gestion de l'offre est au cœur de la problématique d'élaboration du plan national de développement laitier. En effet, du point de vue des mécanismes de régulation, les OIP comme la FENAFILS et le CINAFIL posent le problème en termes de taxation ou non des filières importées pour protéger la filière lait local. Tandis que pour une organisation comme la FEITLS, la gestion de l'offre doit être basée sur la complémentarité entre les filières d'importation et les filières locales.

Le cas du lait est l'exemple qui pose le plus la complexité des questions de régulation. La problématique réside ici entre la protection d'un secteur domestique ou favoriser l'approvisionnement des consommateurs. Les mécanismes de régulation par la gestion de l'offre en faveur de la production locale, bien que posés par les OIP, sont difficiles à mettre en œuvre du fait de l'importance du déficit structurel de l'offre.

### **La négociation sur les prix**

Les négociations sur le prix du lait local se font surtout à un niveau local. Dans le cas de la CINAFIL, les cadres départementaux de concertation servent d'instances de fixation des prix en saison sèche et en hiver. Au niveau national, le recours à des mécanismes de régulation par les prix est récent. Elle concerne les produits laitiers importés et fait suite à la hausse des prix à la consommation. Les mesures qui ont été mises en place à travers le conseil de la consommation concernent la suspension temporaire de la tva sur les produits laitiers importés en vue d'atténuer la répercussion sur les prix intérieurs. Il faut noter que cette mesure est plus conjoncturelle et ne s'inscrit pas dans le cadre de politiques de régulation visant un approvisionnement du marché sur le long terme. Ces mesures émanant de l'État au moment de l'élaboration du programme national de développement laitier traduisent ainsi la complexité des enjeux ainsi que des types d'arbitrages concernant le fonctionnement des filières. Les politiques de régulation font intervenir des jeux d'acteurs qui peuvent certes obéir à des logiques économiques mais également sociopolitiques. Dans le cas des filières laitières locales, les organisations interprofessionnelles ne sont pas cependant outillées pour appréhender le fonctionnement de ces marchés surtout du point de vue de la collecte et de la gestion de l'information.

### **La gestion de la qualité**

Les questions de qualité ne sont pas abordées du point de vue des normes et de la réglementation en vigueur mais beaucoup plus du point de vue de l'amélioration des conditions de production, de collecte, de transformation et de commercialisation. Ainsi, dans leurs axes d'intervention, les différentes OIP insistent plus sur le renforcement des capacités des membres à travers la formation et l'amélioration des conditions de travail par l'accès à des équipements.

Une démarche originale qui a été portée par la FENAFILS sous l'impulsion de l'Ong GREC et en partenariat avec les différentes structures intervenant dans la filière a été l'élaboration d'un guide de bonnes pratiques en matière d'hygiène. Pour les OIP comme le CINAFIL et la FENAFILS, cette étape est préliminaire à une démarche de construction collective de la qualité et de labellisation des produits laitiers locaux (Broutin et al., 2005 et 2006).

### **Le lobbying et le plaidoyer**

Le plaidoyer occupe une place importante dans les actions des différentes organisations. Les instances de concertation regroupant les OIP, les structures d'appui conseil, les Ong et la recherche ont fortement contribué à la production d'argumentaires sur le rôle de l'État dans le développement de la filière. Les plaidoyers sont relatifs à

l'application de la législation sanitaire et la réglementation sur la qualité du lait et des produits laitiers, la prise en compte de la spécificité des produits laitiers locaux, les incitations pour l'appui à l'investissement et au financement de la filière, la régulation des prix pour réduire la forte concurrence par les produits laitiers importés.

## **Conclusion : quelles perspectives avec la LOASP ?**

Les organisations interprofessionnelles laitières dans leurs objectifs et leurs axes stratégiques sont fortement préoccupées par les questions de régulation de la filière. Ces structures organisationnelles sont cependant limitées par le faible niveau d'intervention au niveau des marchés tant du point de vue de la connaissance des marchés, des informations sur les produits et les prix, des stratégies de vente et de promotion des produits. En effet, les organisations ne disposent pas d'autonomie financière mais également des ressources humaines permettant de réaliser les différents objectifs prévus dans leur plan stratégique. Les activités réalisées sont ainsi fortement influencées par les opportunités de financement.

Une autre limite est liée à la composition de ces organisations. Les organisations interprofessionnelles regroupent essentiellement les producteurs et les petites entreprises de transformation artisanale. La non présence des structures industrielles constitue une limite importante du fait de leur poids économique mais également de leur capacité de lobbying. D'autres acteurs, notamment les provendiers ainsi que les vendeurs de matériels et d'équipements, jouent également un rôle déterminant dans le fonctionnement de la filière.

Dans le cas du lait, la consolidation des organisations interprofessionnelles ne peut se substituer entièrement aux interventions de l'État dans la consolidation de la structuration de la filière. Les OIP ne peuvent pas au stade actuel de leur niveau d'organisation et de structuration prendre en charge des questions aussi stratégiques que la gestion de la qualité, la gestion de l'offre ainsi que la génération de l'information et sa transmission aux acteurs de la filière. Le transfert de compétences doit être accompagné par la mise en place d'un cadre d'accès à des services pour les acteurs de la filière. La stratégie devrait porter sur la mise en place d'un cadre national de concertation comme instance d'échanges sur les orientations politiques, les questions d'intérêt national comme les cadres de concertation locaux.

### **Papa Nouhine Dièye**

Docteur vétérinaire, Docteur en agroéconomie et ancien chef de l'ISRA -BAME  
pndieye@yahoo.fr ;  
pdieye@usaid.gov

**Source** : Duteurtre G. et Dièye PN. (coord.), 2008 : « Les organisations interprofessionnelles agricoles au Sénégal : de nouveaux outils de régulation des marchés ? », Bureau d'analyses macro-économiques de l'Institut sénégalais de recherches agricoles (ISRA -BAME), Dakar, 192 p.



# Le rôle des organisations de productrices dans les chaînes de valeur des produits agricoles en Afrique de l'Ouest : la coopérative de productrices d'échalotes à Ségou au Mali

Aziz Elbehri et Maria Lee

12

Culture à forte potentialité économique, l'échalote constitue une importante source de revenus pour les exploitants agricole de la région de Ségou au Mali. Les échalotes sont cultivées essentiellement par des paysannes sur des terrains relativement petits (0,20 hectare). Elles sont utilisées dans la préparation de tous les plats maliens et au vu de la demande croissante des consommateurs, elles offrent d'importantes opportunités de commercialisation. Les femmes sont traditionnellement présentes au niveau de la production et de la vente au détail alors que les hommes assurent la majorité des activités de commercialisation de gros. La coopérative de productrices d'échalotes de Benkadi avait des difficultés à écouler toute sa production sur le marché local et devait se résigner à la vendre à des prix extrêmement bas avant que la récolte ne se perde. Elle s'est associée à 21 autres coopératives de productrices d'échalotes (comprenant un ou deux hommes) afin de se positionner sur le marché de gros de l'échalote et de vendre les surplus. Une fois regroupées, elles ont mené des activités de plaidoyer afin de devenir membres de la Faso Jigi, une association malienne de coopératives d'agriculteurs basée à Ségou qui s'occupe de la gestion de produits agricoles destinés au commerce de gros tels que les céréales, le riz, les oignons et récemment les échalotes.

## Le réseau Faso Jigi et le renforcement des capacités organisationnelles des femmes de Ségou

Les coopératives féminines sont devenues membres de l'association Faso Jigi en 1997 et sont représentées au Conseil d'administration. Elles ont négocié avec elle la construction de deux structures de stockage pour la conservation des échalotes. La Faso Jigi achetait la production d'échalotes des coopératives, l'entreposait et la vendait lorsque les prix du marché étaient plus favorables (le prix au kilogramme variait entre 150 Francs CFA en mai à 900 Francs CFA en septembre). Suite au succès de cette initiative, la Faso Jigi a investi dans la construction de 19 structures de stockage supplémentaires d'une capacité de 400 kg chacune.



Photo : Le Routard

Productrices d'échalotes en pays dogon au Mali

L'association Faso Jigi mène de nombreuses activités de plaidoyer afin d'accroître l'accès aux services de crédit, la fourniture de conseils techniques et de faciliter l'achat en gros d'engrais à des tarifs négociés pour les groupements d'exploitants. Elle compte actuellement 4 200 membres dont 960 sont des femmes spécialisées dans la production et la commercialisation de l'échalote. Les coopératives sont représentées au sein de Faso Jigi par une femme responsable de la commercialisation collective de leur production d'oignons et d'échalotes. Cette représentante veille à ce que les préoccupations des femmes et leurs besoins soient intégrés aux stratégies élaborées par la Faso Jigi.

## Amélioration des conditions de vie et ouverture à de nouvelles technologies

Le revenu des productrices d'échalotes qui ont adhéré à l'association s'est accru du fait qu'elles ont eu la possibilité de vendre leur

production à un meilleur prix. Les femmes ont pu conserver une partie de la récolte d'échalotes fraîches pour obtenir des graines qu'elles utilisent la saison suivante, ce qui leur permet de réduire le coût de l'achat d'intrants.

L'expansion des activités de commercialisation de l'échalote offre de nouvelles opportunités aux productrices qui sont en train de tester une technologie mise au point pour le séchage et le découpage des échalotes afin de traiter les surplus ne pouvant être entreposés dans les structures de stockage.

Cependant, elles ne pourront bénéficier pleinement des opportunités offertes par le marché que dans la mesure où elles reçoivent une formation et des ressources adéquates pour améliorer la qualité des opérations de découpage, de séchage, d'emballage et d'étiquetage.

Aziz Elbehri et Maria Lee FAO 2011

Sources : Le rôle des organisations de productrices dans les chaînes de valeur des produits agricoles : enseignements pratiques tirés d'expériences en Afrique et en Inde



# Burkina Faso : promotion de la formation pour l'autonomisation économique et sociale des femmes de la filière beurre de karité

Aziz Elbehri et Maria Lee



Productrices de beurre de karité au Burkina.

*L'Association féminine pour le développement Buayaba (AFDB) est une ONG nationale qui rassemble 3 200 femmes issues de 42 organisations paysannes.*

Quatre-vingt-dix pour cent (90%) des membres sont des femmes. L'objectif de l'AFDB est d'assurer l'autonomisation économique et sociale des femmes à travers des activités favorisant l'alphabétisation, l'éducation, l'apprentissage des techniques agricoles et de transformation ainsi que la fourniture de conseils techniques pour lancer et développer de petites «entreprises sociales» en vue de former des productrices à la profession de chefs d'entreprise. Les membres de l'organisation de l'AFDB participent à un éventail de filières dont celles du beurre de karité, des céréales, des produits maraîchers, de l'élevage et autres produits.

Au Burkina Faso, les travaux de récolte, de traitement et de la commercialisation des noix de karité, qui sont assurés principalement par les femmes, représentent une des sources de revenus les plus importantes des ménages ruraux. Toutefois la production et la commercialisation du beurre de karité, qui bénéficient d'une plus forte valeur ajoutée, peuvent procurer des

gains beaucoup plus élevés. De par leurs traditions, les femmes possèdent déjà un savoir-faire pour produire le beurre de karité mais manquent de capacités et de ressources pour transformer cette activité en une entreprise économiquement viable.

## Appui à la création d'entreprises

L'AFDB a aidé une de ses membres, une organisation de productrices de beurre de karité, à mettre sur pied une compagnie, développer un plan d'entreprise et une stratégie de développement. La compagnie Assana – une entreprise commerciale qui s'est fixée comme objectif d'apporter un soutien social aux femmes en appuyant la production du beurre de karité – a vu le jour en 2007. Une des modalités principales du soutien de l'AFDB à l'Assana est un prêt opérationnel de 1 à 3 millions de Francs CFA afin que la compagnie puisse investir dans des activités génératrices de revenus.

L'Assana compte actuellement 300 femmes, réparties en cinq groupes, et employées à la transformation du beurre de karité en produits cosmétiques biologiques (savons, shampoings, crèmes corporelles) et atteint une production annuelle d'environ 5 tonnes.

## Faciliter l'accès à des chaînes d'approvisionnement courtes

Bien que les cosmétiques à base de beurre de karité aient potentiellement de nombreux débouchés d'exportation, la compagnie Assana commercialise actuellement ses produits sur les marchés local et national, par le biais d'une boutique à Ouagadougou, de petits marchés locaux, de foires et de salons. Cette stratégie donne la possibilité aux femmes de concentrer leurs efforts sur des chaînes d'approvisionnement courtes, sur lesquelles elles exercent un contrôle et permet de réduire ou d'éliminer les intermédiaires et d'obtenir de plus grandes marges de bénéfices. Néanmoins, il est reconnu qu'il n'est pas suffisant de se cantonner à la vente des produits aux échelles locale et nationale. À cet effet, la compagnie Assana envisage d'établir des liens avec des acheteurs/commerçants de détail à l'échelle internationale afin de mettre en place une filière du beurre de karité commercialement équitable.

La création du «Réseau des femmes actives dans le karité» (REKAF) participe au renforcement de la force collective des femmes.

**Aziz Elbehri et Maria Lee FAO 2011**

**Sources :** Le rôle des organisations de productrices dans les chaînes de valeur des produits agricoles - enseignements pratiques tirés d'expériences en Afrique et en Inde



# Compétitivité du secteur horticole au Sénégal : Étude des filières de la banane, de l'oignon et de la pastèque

Diabel DIOP

14



Photo : lepaysdeletranga.blogspot

La pastèque inonde les marchés du Sénégal.

*L'horticulture joue un rôle économique important, au Sénégal. Le pays produit une large gamme de produits horticoles à forte valeur ajoutée pour répondre à la demande des marchés nationaux, sous-régionaux et internationaux.*

*Mais pour tirer davantage partie de ce secteur pourvoyeur d'emplois et de revenus et renforcer la compétitivité des produits horticoles sur le marché des exportations, le pays a intérêt à concentrer ses efforts dans le développement des filières les plus performantes et qui présentent des avantages comparatifs à la commercialisation.*

Dans cette étude, nous cherchons à évaluer le niveau de compétitivité du secteur horticole sénégalais de façon globale (par rapport aux économies mondiales) et comparativement aux autres pays d'Afrique, plus particulièrement de la sous-région ouest africaine : la CEDEAO. Nous nous limiterons aux spéculations suivantes : l'oignon, la pastèque et la banane<sup>1</sup>. Les outils d'analyse utilisés dans le présent article sont les indicateurs d'avantage comparatif de Balassa pour évaluer le niveau de compétitivité des produits, le degré d'engagement qui fournit une information sur la structure interne du pays en prenant en compte la demande intérieure. Aussi, une analyse de la matrice de segmentation des performances commerciales sur chaque produit sera faite

pour évaluer les déterminants de la compétitivité des produits.

## Analyse de la production des filières

Il faut rappeler que d'importantes politiques agricoles ont été mises en œuvre dans le pays visant à améliorer la production globalement mais aussi la productivité et la compétitivité des produits agricoles, notamment des produits horticoles tels que la mangue, la pastèque, l'oignon, etc. Pour l'atteinte de ces objectifs, d'importants financements ont été réalisés dans le secteur agricole. Nous pouvons citer le Plan national de développement de l'agriculture (PNDA), la Grande offensive agricole pour la nourriture et l'abondance (GOANA), la Stratégie de croissance accélérée (SCA) avec la grappe agro-industrie. Le socle commun de ces programmes s'ap-

puie sur la loi d'orientation agro-sylvo-pastorale du 4 juin 2004<sup>2</sup>. Si on se limite seulement aux objectifs de la SCA, toujours d'actualité, celle-ci vise, entre autres à :

- accroître le potentiel de contribution du secteur agricole à la croissance du PIB et des investissements privés,
- stimuler l'innovation, porter à environ 800.000 tonnes la production horticole annuelle du Sénégal et à plus de 50.000 tonnes par an les exportations de produits horticoles réduisant ainsi le déficit de la balance commerciale d'au moins 15% et améliorant le Produit intérieur brut de 2%.

Le tableau ci-après fournit des statistiques sur la production horticole depuis 2008.

<sup>1</sup> Le choix de ces spéculations horticoles a été fait sur proposition du CEPOD en la personne de M. Souleymane Diallo, encadreur de cette étude, dans l'optique poursuivre les travaux initiés avec les élèves de l'ENSAE portant sur la compétitivité des produits horticoles.

<sup>2</sup> La LOASP sur une vision de long terme pour la période 2004-2024, Loi n° 2004-16 du 4 juin 2004. Cette loi fonde la politique de développement agro-sylvo-pastoral et se repose entre autres principes sur la compétitivité au niveau de la sous-région et du marché commun agricole au sein de l'UEMOA et de la CEDEAO.



**Tableau 1 : Evolution de la production horticole**

Années	2008	2009	2010	Variation de la production (2009-2010)
Productions (en tonnes)	548.000	550.000	578.000	5%

Source : bulletins statistiques (décembre 2010, 2011), ANSD

Bien que le gap avec les objectifs de la SCA reste important, des progressions ont été consenties sur le niveau de production horticole. En 2010, celui-ci a atteint 580 000 tonnes, soit un taux de croissance de 5% par rapport à l'année 2009. Ce niveau de production est largement tributaire de celui de l'oignon. En effet, ces dernières années l'on assiste à une expansion fulgurante des performances productives dans ce secteur. La quantité d'oignon produite a progressé de 13% par rapport à 2004 atteignant 4500 tonnes en 2005. La croissance de la production a atteint son niveau record en 2007 avec une hausse de 137%. En 2011, le niveau de la production était de 235000 tonnes. Pour la banane, la production était de 47000 tonnes en 2010, soit 7000 tonnes de plus que l'année 2009. La principale zone de production est la région de Tambacounda. Cependant, il faut noter que l'amélioration de la production est due en partie à l'appui de l'Office africain pour le développement économique et la coopération (OFADEC<sup>3</sup>) en partenariat avec l'OCCDP<sup>4</sup>.

En ce qui concerne la pastèque, les producteurs en ont une grande expérience étant donné que la spéculation fait partie des produits les plus mieux connus par les paysans. Aussi sa production est-elle plutôt hivernale et rurale bien que certaines zones comme les Niayes ont commencé à s'y intéresser. C'est dans les régions de Kaolack, Kaffrine et Thiès que sa production est plus intensive. En 2010, la production de pastèque a atteint 240000 tonnes.

## Echanges commerciaux et niveau de compétitivité

En faisant une comparaison par pays sur les performances commerciales, le Sénégal est de loin moins performant que beaucoup de pays<sup>5</sup>, notamment sur les spéculations considérées. Respectivement, le Mexique, l'Inde et l'Equateur sont les pays les plus performants sur le marché international au commerce de la pastèque, de l'oignon et de la banane. Dans la sous-région, les produits du Sénégal sont en concurrence avec ceux des autres pays. On peut citer la Côte d'Ivoire et le Mali pour la banane et le Niger pour l'oignon. Sur ce dernier, le Niger est plus spécialisé et présente une diversité culturelle incomparable. En sus, il faut ajouter que le Sénégal reste toujours importateur d'oignon. La production d'oignon, bien qu'améliorée, reste insuffisante pour assurer la demande inté-

rieure. Pour la banane, le Mali présente les meilleurs rendements même sur le plan international. Aussi s'agit-il d'un produit dont la demande intérieure dans ces deux pays est très importante alors qu'au Sénégal il est consommé que pour le dessert. Cependant, le Sénégal est l'un des plus grands producteurs de pastèque dans la sous-région. L'expérience accumulée dans la production ces dernières années a permis d'accéder à des niveaux de production tels que l'ouverture sur le marché mondial était inévitable. La demande intérieure en pastèque est très importante mais ces dernières années, le marché européen, notamment l'Espagne et la France, a été prospecté pour écouler le produit.

## Résultats économétriques

L'estimation du niveau de compétitivité des produits s'appuie sur l'approche néo-classique mettant l'accent sur les performances commerciales. L'indicateur utilisé est l'avantage comparatif de Balassa. L'avantage comparatif indique pour un produit donné si la part des exportations du pays est significativement différente de la part chez les concurrents. Le degré d'engagement sur une spéculation reflète la structure de sa production tout en tenant compte des flux commerciaux avec le marché international.

Le tableau suivant fournit les résultats pour les trois produits.

**Tableau 2: évaluation du niveau de compétitivité par produit et analyse de la matrice de segmentation des performances commerciales.**

Indicateurs	Oignon		Banane*		Pastèque	
	2005	2002/2009	2005	2002/2009	2005	2002/2009
Avantages comparatifs	0,09	0,122	1,32	1,29	3,9	8,4
Degrés d'engagement	0,3	0,49	0,64	0,66	1	1,01
Déterminant du niveau de compétitivité	Problèmes Structurels (-)		Faible Compétitivité-prix de la banane locale (-)		Bonne qualité de la production (+)	

\* L'avantage comparatif de la banane est calculé selon les importations. Dans ce cas, si l'indicateur est supérieur à 1 alors le produit présente un désavantage comparatif.

Source : FAO, Diabel Diop.

L'analyse des avantages comparatifs par produit montre que seule la pastèque présente un fort avantage comparatif. En moyenne, sur la période de 2002/2009, son niveau s'élève à 8,4. Il a été de 17,9 en 2009 montrant un fort degré de spécialisation dans la production de la pastèque. Le degré de spécialisation sur la même période est supérieur à 1, montrant ainsi que la production intérieure augmente plus rapidement que la demande

intérieure. Etant donné que les importations sont presque insignifiantes sur ce produit, ce degré de spécialisation reflète le poids conséquent des exportations de pastèques, notamment sur les dernières années. Outre, le déterminant intrinsèque du niveau de compétitivité de la pastèque est dû à la bonne qualité de la production. Concernant les deux autres produits, il est noté un désavantage commercial sur toute la période 2002/2009 surtout pour l'oignon où le degré de spécialisation reflète une quasi-absence du produit sur le marché des exportations et du niveau des importations toujours pesant pour combler la demande intérieure. La comparaison faite par rapport aux pays de la sous-région donne une faible compétitivité-prix du produit local. Ce désavantage commercial est surtout imputable à un problème structurel sur la production d'oignon et une faible compétitivité-prix pour la banane.

## Conclusion et recommandations

Il ressort de cette étude que sur les trois produits étudiés à savoir l'oignon, la banane et la pastèque, seule cette dernière présente un avantage comparatif à sa commercialisation sur le marché des exportations. Cet avantage est imputable à la qualité du produit attirant les partenaires commerciaux tels que la France et l'Espagne. Etant donné que les exportations en pastèque sont insensibles à la demande mondiale, l'on devrait en profiter en augmentant notre capacité de production tout en veillant à sa bonne qualité et aux respects des accords sur la normalisation des produits à l'exportation vers l'Europe.

Pour les deux autres produits, l'oignon et la banane, présentant des niveaux de compétitivité faibles, l'on devrait revoir les chaînes de production et les revaloriser. Respectivement, les désavantages enregistrés sur ces deux produits sont dus à des problèmes structurels qui font que la production locale est insuffisante pour combler la demande intérieure, et aussi à une faible compétitivité-prix reflétant une faible maîtrise de la production comparativement aux concurrents de la sous-région.

### Diabel DIOP

Elève Ingénieur statisticien économiste, ENSA  
diabel.math@gmail.com

<sup>3</sup> OFADEC : Office africain pour le développement et la coopération.

<sup>4</sup> OCCDP : Organisation catholique canadienne pour le développement et la paix.

<sup>5</sup> Rien qu'en termes de production, certains sont dotés de fort potentiels productifs sur ces spéculations notamment les pays d'Amérique latine.



# Promouvoir la formalisation des relations entre acteurs pour renforcer la compétitivité de la chaîne de valeur riz dans la vallée du fleuve Sénégal

Ramatoulaye Wagne

16



Photo : Ramatoulaye Wagne

Magasin de stockage du riz dans la vallée du fleuve Sénégal

*Les relations entre les acteurs de la chaîne de valeur riz de la Vallée du fleuve Sénégal sont encore largement basées sur des arrangements informels. Aujourd'hui, une formalisation des engagements entre acteurs s'avère plus que nécessaire, pour renforcer la synergie entre les parties prenantes de la chaîne de valeur et hausser le niveau de compétitivité de la filière riz*

**A**u Sénégal, la principale céréale consommée est le riz, aussi bien en milieu urbain qu'en milieu rural. Toutefois, la demande intérieure, en constante progression, est de loin supérieure à la production nationale.

Pour satisfaire cette demande nationale et contourner les difficultés d'accès au marché asiatique, l'Etat a décidé de se tourner vers la production locale. C'est dans ce contexte que la Grande offensive agricole pour la nourriture et l'abondance (GOANA) a été lancée en 2008 avec comme programme

phare le Programme national pour l'auto-suffisance en riz (PNAR) dont l'objectif principal est d'accompagner la production afin d'arriver à un million de tonnes de riz blanc en 2012. Durant l'année 2008, la conjoncture a été très favorable à la relance de la riziculture. Les effets conjugués de l'augmentation des prix du riz et des interventions de la GOANA ont entraîné, selon le rapport d'exécution de la GOANA en 2009, une production record de plus de 500 000 tonnes pour l'ensemble du pays.

La Vallée du Fleuve Sénégal (VFS), prin-

cipale région productrice du pays, est au centre de cette relance avec des productions de paddy qui ont augmenté de 50 % pour atteindre 350 000 tonnes en 2008<sup>1</sup>. Cependant, malgré la relance de la production et les performances obtenues, l'organisation entre acteurs de la filière est restée en deçà des attentes. Ces acteurs continuent à évoluer dans l'isolement en mettant en avant l'intérêt individuel sans chercher les synergies nécessaires à une meilleure organisation.

Pourtant l'amélioration de la qualité par le biais d'échanges d'informations et d'expériences est devenue une option stratégique de marketing pour être au rendez-vous de la compétitivité.

<sup>1</sup> GERGELY, N. et BARIS, P. Etude sur la compétitivité du riz de la vallée du fleuve Sénégal (VFS) sur les marchés nationaux et régionaux, p 6.



## La confiance et la parole donnée, les lignes directrices qui ont longtemps régulé les rapports entre acteurs

Il existe une diversité d'acteurs intervenant dans la chaîne de valeur riz au niveau de la vallée du fleuve Sénégal. Ces acteurs sont entre autres les grandes unités de production, les réseaux de producteurs, les transformateurs, les distributeurs et des acteurs indirects constitués principalement des institutions de crédit.

Du fait de la cohabitation séculaire, des liens sociaux presque inextricables se sont formés et structurent les relations entre les différents groupes. Dans la chaîne de valeur riz, c'est aussi le social qui régit le gros des relations entre acteurs.

Selon les résultats d'une enquête menée auprès des populations de la vallée, les contrats non formels ont toujours lié les différents acteurs de la chaîne de valeur riz dans la région. Elles soutiennent que les rapports basés sur la confiance et les normes relationnelles entraînent une meilleure efficacité que celles contractuelles.

Les acteurs préfèrent des contrats oraux car il y a moins de risques en cas de non respect de l'engagement pris. Ce sont des contrats informels et la conclusion se fait après échange de paroles. C'est cette dernière qui remplace l'écrit. Aucune avance n'est donnée pour garantir la relation. C'est pourquoi on peut considérer ces contrats comme une promesse mutuelle de la part des deux parties qui s'engagent. L'expression du consentement ne nécessite aucune formalité particulière puisque la conscience est engagée par la promesse et aucune exigence de forme n'est énoncée. C'est une sorte de contrat moral qui se base sur le respect de la confiance et de la parole donnée.

Les contrats informels qui lient producteurs et saisonniers illustrent bien ce type de relation. Les engagements du travailleur saisonnier comme ceux de son employeur ne sont consignés sur aucun document, mais souvent il y a des témoins. En général c'est le chef de village qui joue ce rôle et on peut même confisquer la carte d'identité du saisonnier jusqu'en fin de saison correspondant à l'arrivée à terme du contrat oral. Ceci s'explique par le fait que la plupart des saisonniers, sinon tous sont des immigrants venus d'autres terroirs et qui ne sont pas bien connus des populations autochtones. Cependant, il arrive qu'il y ait parmi eux des gens qui ont séjourné pendant plusieurs saisons et qui finissent par y trouver des attaches.

Toutefois, même si un contrat verbal peut être valable, la difficulté réside dans la capacité des parties à prouver son existence

ou même à en identifier le contenu, c'est-à-dire les termes du contrat (délai d'exécution, modalités, répartition des charges etc.) qui ont été retenus, surtout en cas de conflit. Ce qui fait que chaque partie essaie de mettre les avantages de son côté.

## Une nouvelle ère de formalisation des relations entre acteurs s'amorce avec le PCE

L'avènement des GIE vers la fin des années 80 a permis une plus grande synergie entre les acteurs favorisant du coup la tendance à la formalisation.

Dans la plupart des structures, la formalisation des relations a démarré au début des années 90. Cependant, cette formalisation était loin de respecter les principes requis pour des relations équilibrées entre les acteurs. Les actes permettant de garantir le respect des accords étaient souvent des bons de commande qui justifiaient l'existence d'une relation quelconque. Certes les relations se sont améliorées en étant plus formelles mais il y avait des incohérences à relever. Car les deux parties au contrat n'étaient pas associées au même niveau.

C'est en 2005, avec le Projet de croissance économique (PCE) mis en œuvre avec l'aide de l'USAID, que la formalisation devient un élément central de la structuration des relations entre les acteurs de la chaîne de valeur riz dans la vallée. Ce projet qui devrait se poursuivre jusqu'en fin 2013, cherche à rompre l'isolement des acteurs et à mettre en place des actions concertées afin de répondre au marché et de satisfaire les besoins des populations. Pour ce faire, il adopte l'approche chaîne de valeur qui mise sur l'interrelation des acteurs d'une filière. C'est-à-dire des relations qui reposent sur la concertation, l'échange d'informations, bref, sur des relations de confiance qui peuvent déboucher sur des engagements. Ces derniers peuvent être oraux c'est-à-dire basés sur un arrangement informel ou formalisés à travers un document écrit (contrats).

Pour familiariser les acteurs avec cette nouvelle approche, le PCE/USAID a organisé, dès les débuts de sa mise en œuvre, des sessions de formation sur la contractualisation à l'endroit des acteurs de la chaîne. La plupart des structures représentées dans la zone ont pu bénéficier de ces formations. C'est à la suite de ces formations qu'on a assisté, dans certaines structures, à un début de sensibilisation sur la nécessité d'adopter une telle démarche. Cependant, l'adoption est encore timide dans certaines structures même si elles projettent de la généraliser dans les prochaines cam-

pagnes agricoles. La démultiplication des acquis au niveau des structures facilitera une meilleure prise en compte de cette démarche dans les relations futures.

## La formalisation des accords, un gage de performance pour la chaîne de valeur

Globalement les enquêtes révèlent que la contractualisation est considérée comme un outil efficace qui permet de lutter contre les imperfections du secteur agricole. Les acteurs estiment que le respect des accords contractuels leur est bénéfique à long terme. Pour eux c'est le chemin qui mène vers la professionnalisation. C'est, en même temps, une réponse à l'instabilité des prix. La contractualisation est importante car elle peut constituer pour le secteur un autre mécanisme de gouvernance souvent susceptible d'améliorer l'efficacité et l'efficience de la chaîne de valeur. Elle a l'avantage de permettre aux producteurs, non seulement d'avoir accès aux services de production et au crédit, mais aussi et surtout de réduire les risques et incertitudes concernant les prix du riz. C'est ce que traduisent les propos d'une présidente de GIE qui dit : « il est vrai que nous peinons à respecter tout le dispositif que requiert la formalisation des contrats du fait de beaucoup de paramètres d'ordre économique et socioculturel. Mais nous comprenons bien que la formalisation sécurise nos activités et arrange tous les acteurs de quelque bord que ce soit. » D'après les acteurs, le bradage de la production, surtout en période de récolte, peut être dissipé par la formalisation des relations. Aussi, certains soutiennent que c'est un moyen qui met en avant leurs intérêts communs et leur permet de travailler ensemble dans un cadre d'échange et de dialogue.

La formalisation des accords donne plus de certitudes quant à la réalisation de ce qui a été conclu. Elle offre plus de sécurité aux deux parties surtout quand elles respectent le processus de la contractualisation tel que souhaité par le PCE/USAID. La formalisation aide à attirer l'attention des contractants et à éviter les engagements irréfléchis. Ce type d'accord a l'avantage d'offrir aux parties une assurance quant aux conditions d'exécution. Les désaccords ou les différends sur ce qui a été conclu peuvent être évités lorsque l'entente a été discutée, partagée et mise sur papier.

En outre, pour ce qui est des saisonniers, la formalisation donne plus d'assurance au propriétaire de l'exploitation car les risques d'abandon en cours de saison sont amoindris. On note, aussi, que chaque partie

connaît ses rôles et responsabilités et en cas de litige, le contrat peut les départager. C'est pourquoi la notion de sécurité est attachée à la formalisation des accords.

Aussi, une bonne partie des structures soutiennent que l'accès au crédit et aux intrants est le premier facteur qui favorise la formalisation des relations entre acteurs de la chaîne de valeur riz dans la vallée du fleuve. Cela se justifie par le fait qu'une bonne partie des agriculteurs n'a pas les moyens nécessaires pour l'exploitation de leurs terres. Ils ont besoin d'appui et de soutien. Pour eux, le moyen le plus aisé est de ficeler un contrat avec les fournisseurs dans le but d'assurer la campagne et subvenir aux besoins familiaux. Dans ce type de contrat, le producteur ne dispose que de la terre, tout le reste est assuré par le fournisseur c'est-à-dire l'octroi des intrants nécessaires à la production mais aussi la totalité du service qui accompagne la campagne. Ils soutiennent que c'est une opportunité à saisir pour le producteur. L'un d'eux l'illustre en ces termes : « *le contrat est un outil qui fait sortir de l'informel et clarifie les engagements des uns et des autres* ». Ainsi, les producteurs sous contrat obtiennent un meilleur accès aux intrants et services permettant d'être au rendez-vous de la compétitivité dans le secteur.

### Encore de nombreuses contraintes à lever pour généraliser la contractualisation

Pour la majorité des acteurs rencontrés, l'une des contraintes majeures de la formalisation est liée au marché. Les prix qui ne sont pas fixes. C'est ce qui témoigne de la rareté des contrats de vente. Les acteurs préfèrent évoluer dans des accords verbaux puisque cela pose moins de risques. Sans contrat formel, la vente se fait par rapport au prix du marché, ce qui est plus rentable pour le producteur. Le plus souvent pour les contrats verbaux, les acteurs peuvent revenir sur certaines clauses notamment le prix qui peut être rediscuté à l'avantage du producteur ou du distributeur.

La contractualisation se heurte, aussi, aux contraintes liées à la nature même de l'agriculture. Des incertitudes peuvent affecter de façon brutale et souvent imprévisible la production. C'est ce qui fait que dans ce secteur, les relations contractuelles sont considérées comme des engagements risqués. C'est pourquoi la plupart des acteurs n'accepte pas de formaliser et préfère produire d'abord et vendre après. Ils ont d'énormes difficultés pour respecter les délais car souvent la date de la récolte peut accuser un retard. Dans ce cas si l'autre partie au contrat n'est pas compréhensive cela peut se traduire par des pénalités à verser au meilleur des cas et au pire des cas par un recours à la jus-

tice. C'est pourquoi certains ne veulent pas prendre de risques et préfèrent évoluer dans les arrangements informels car dans ces cas, le non respect des engagements pose moins de problèmes.

Au plan culturel, certains acteurs sont encore réticents à l'idée de changer de modes de fonctionnement. Très ancrés dans la tradition et avec des méthodes de travail héritées du passé, ils voient souvent mal changer la nature des relations qu'ils entretiennent avec les autres acteurs de la chaîne. Pour eux, les relations contractuelles constituent une entrave aux relations traditionnelles basées sur la confiance et qu'ils ont entretenues depuis longtemps.

A cela s'ajoute les représentations que les populations se font des contrats, car pour certains c'est synonyme de recours à l'autorité judiciaire. Dans les négociations à chaque fois que l'on parle de justice certains deviennent réticents quant à la signature du contrat.

Enfin, d'autres estiment que la démarche de la contractualisation n'est pas adaptée aux réalités du milieu du fait de l'analphabétisme de la plupart des acteurs surtout que les contrats sont rédigés en français. Un acteur le confirme en ces termes : « *c'est très difficile dans un milieu où la population est en majorité analphabète d'intégrer la formalisation des contrats dans les relations. Le contrat écrit suppose que chaque partie participe à la définition des clauses et puisse comprendre leur portée et leur implication* ». Et un autre d'ajouter : « *les contrats sont rédigés en français alors que la plupart des acteurs sont analphabètes. Ils se sentent lésés car il faut que quelqu'un traduise pour eux* ».

### Conclusion et recommandations

Dans un souci de renforcer le cadre de contractualisation de la chaîne de valeur dans la vallée du fleuve il est nécessaire d'améliorer la nature des relations entre acteurs. Il s'avère, aussi, nécessaire de mettre en place un dispositif où tous les acteurs qui entrent en relation trouvent leurs intérêts. Cela, permettra aux acteurs d'avoir une plus grande motivation quant à la formalisation et le respect des accords afin d'être plus compétitif.

Les partenaires au développement ont un rôle important à jouer dans le cadre de la contractualisation surtout avec la libéralisation du secteur agricole depuis quelques années. Le libéralisme économique ne signifie pas le «laisser-aller» et le «laisser-faire». Sinon, on risque de voir s'installer une situation où les plus forts écraseront les plus faibles. C'est pourquoi, il revient aux acteurs eux même, de définir «les règles du Jeu» pour créer ou développer leurs affaires dans le respect du cadre

qu'ils ont défini pour la sauvegarde de l'intérêt de tous les maillons de la chaîne de valeur.

Par ailleurs, dans le cadre de la lutte contre l'analphabétisme les partenaires au développement doivent permettre aux organisations légalement constituées de bénéficier de formation dans les langues nationales. Enfin, il est important d'aménager un cadre juridique prenant en compte les réalités socioculturelles du milieu.

La plupart des contrats même formels ne sont pas respectés car certains acteurs ne connaissent pas leur valeur juridique. C'est souvent le cas lorsqu'au moment de l'exécution il y a un changement sur les prix. C'est pourquoi dans une perspective d'améliorer les relations entre acteurs et d'encourager le respect des clauses ils doivent d'abord avoir une idée sur la portée d'une relation contractuelle. D'où la nécessité d'une meilleure sensibilisation. Cette sensibilisation peut se faire à travers les médias locaux, les fora et les rencontres entre acteurs de la chaîne de valeur.

Parallèlement aux actions de sensibilisation, il faut renforcer les capacités des acteurs et les compétences administratives des structures pour leur permettre de prendre en charge efficacement tout le processus et le suivi de la contractualisation.

Un renforcement de la dynamique organisationnelle des acteurs s'impose, par ailleurs, si on veut tendre vers la professionnalisation. Il s'agira, d'une part, d'encourager les contrats en langue nationale et, d'autre part, de mettre en place un organe de gestion des conflits qui ne soit pas seulement la gendarmerie ou le recours à la justice.

Enfin, il faut insérer dans les contrats des clauses relatives au risque. Le risque fait référence à la survenance, à la possibilité de survenance d'un événement aléatoire néfaste pour une personne. La maladie peut bien correspondre à cet événement. D'après les enquêtes d'autres catégories de risques sont ressorties. Il s'agit des ruptures dans l'approvisionnement en eau pour diverses raisons, des attaques des oiseaux granivores... qui ont des conséquences sur les rendements escomptés.

De ce fait, pour protéger les maillons les plus faibles et encourager les accords formels, les contrats doivent inclure le partage des risques dans les clauses. Ce qui permettrait de réduire les problèmes liés à l'endettement des acteurs vulnérables qui n'ont pas beaucoup de moyens et en même temps encourager certains qui ont des réticences par rapport à la contractualisation.



# Le label IGP, un levier de valorisation économique du miel blanc d'Oku, produit de la région des hautes terres de l'Ouest Cameroun

Félix Meutchieye et Mathilde Sanglier



Apiculteurs d'Oku.

Photo : Félix Meutchieye

19

Forêt classée de Près de 20 000ha, située entre 1 600 et 3 011 mètres au dessus du niveau de la mer, la réserve montagnarde de Kilum-Ijim, dans la région administrative du Nord Ouest Cameroun, se caractérise par l'exubérance de sa végétation et sa diversité biologique. Le Mont Oku, autour duquel gravitent plus de trente villages, s'inscrit dans cet ensemble qui représente l'un des plus importants « hot spots » du Cameroun.

Plus de 60% des populations de la zone sont rurales et dépendent des ressources naturelles disponibles pour vivre et s'épanouir. Réputées pour leur ingéniosité, les populations de cette zone d'accès difficile (routes peu carrossables) ont appris à tirer parti des produits naturels de la forêt.

L'agriculture et l'exploitation des produits forestiers ont été pendant longtemps les principales activités autour du mont Oku. Mais avec la déprise caféière, spéculation phare qui a jadis porté l'économie de la région, les populations rurales ont été obligées de se tourner vers l'agriculture de subsistance, malheureusement peu productive. Il fallait dès lors trouver

des activités à haute valeur ajoutée pouvant permettre de diversifier et d'accroître les revenus. L'apiculture, une pratique ancienne, est alors apparue comme une excellente alternative pour réduire la pauvreté rurale.

Autrefois basée, essentiellement sur la récolte de miel sauvage, la production de miel a pris aujourd'hui les formes d'une activité organisée et plus moderne. Les apiculteurs utilisent, de plus en plus, des ruches traditionnelles et, plus récemment, des ruches à cadres mobiles dites modernes.

La région produit principalement du miel blanc, appelé miel blanc d'Oku. Les estimations actuelles sur la base des données récoltées auprès des producteurs font état de 44.255kg de miel produits au cours de l'année 2012, soit plus de la moitié du miel produit dans l'ensemble de la région du nord Cameroun. Ces estimations ne tiennent pas compte de la consommation domestique, largement ignorée dans les décomptes faits par les producteurs. La production est principalement assurée par des coopératives et des associations.

Des actions de formation sont mises en œuvre, depuis vingt ans par des structures d'appui au développement, y compris à l'endroit des femmes, pour renforcer les capacités des producteurs et améliorer les techniques de production.

## Le miel blanc, un produit tributaire de la spécificité floristique du Mont Oku

Le miel d'Oku est un produit unique. Sa couleur blanche contraste fortement avec celle des autres miels africains aux couleurs variant de l'ambre au brun sombre. La texture remarquable et les arômes de fleurs qui se dégagent de ce miel en font un produit très apprécié. Sa haute qualité, le miel blanc d'Oku la doit à la forêt de Kilum-Ijim à l'intérieur de laquelle se développe le gros de l'activité de production.

Le travail de production débute dans les clairières herbeuses basses (en dessous de 800m dans la vallée) quand les apiculteurs posent, en saison sèche, des ruchettes ou des ruches cylindriques pour piéger les essaims d'abeilles (*Apis mellifera andansonii*).

Ces abeilles sont attirées par des mélanges particuliers faits en proportions souvent « secrètes » (recettes individuelles) de cire, bananes sur-matures, miel et autres attractifs. Les ruches colonisées au bout de 3-5 mois sont alors transportées à tête d'homme pour être déposées dans les parcelles boisées situées plus en altitude dans la forêt de Kilum-Ijim.

Cette zone protégée, caractérisée par sa remarquable biodiversité, abrite des espèces végétales typiques des forêts tropicales d'altitude. La forêt présente une variété exceptionnelle d'essences d'arbre à fleurs que les essaims d'abeilles aiment à butiner. Mais la préférence des abeilles va surtout à deux espèces emblématiques de la forêt, le *Schefflera abyssinica* et le *Nuxia congesta*. Ce sont les fleurs de ces deux espèces qui donnent au miel d'Oku sa couleur blanche, sa consistance et son goût très recherchés.

En dehors de ses propriétés physiques, le miel d'Oku ou « Oku Honey », présente des vertus nutritives et médicinales avérées qui ont décloisonné sa réputation.

Du fait de ses particularités uniques, le miel blanc est le produit qui incarne le mieux l'identité de la région d'Oku. Ce produit de terroir s'impose, petit à petit sur le marché national et cherche à s'ouvrir des parts de marché à l'international. Il constitue un véritable levier de développement pour la région.

### L'IGP, un label garant de qualité et de valeur ajoutée pour le miel d'Oku

Le miel blanc d'Oku serait sans doute resté un produit quelconque sans réelle valeur sur le marché, si les structures d'appui au développement n'avaient pas entrepris des démarches pour faire reconnaître sa spécificité et ses qualités et ensuite engager un processus pour sa labellisation.

C'est, en mai 2012, que le miel blanc d'Oku s'est vu décerner par l'OAPI le label Indication Géographique Protégée (IGP), ajoutant ainsi un crédit indéniable à la renommée montante de ce miel crémeux, aux arômes uniques, fruit d'une grande intelligence écologique des communautés locales.

Le label IGP ne se borne pas à assujettir la qualité du miel blanc d'Oku à son origine géographique. Il s'accompagne d'une formalisation des règles de production à travers la mise en place d'un cahier des charges. Pour maintenir la qualité du miel d'Oku, les liens entre le produit et son terroir doivent être consolidés afin de préserver sa spécificité et promouvoir sa valeur historique et patrimoniale.

Au-delà d'un simple label, il s'agit véritablement d'un brevet, protégeant des savoirs immenses, valorisant non seulement



Photo : Félix Weutcheye

Bol de miel blanc.

des individus, mais une démarche collective spécifique et localisée.

En apportant une garantie de qualité au miel blanc d'Oku, Le label IGP augmente sa valeur ajoutée. Le produit peut désormais être vendu plus cher sur le marché tandis que sa distribution et son exportation sont considérablement facilitées. Avec ce label, le miel d'Oku obtient un véritable « passeport » lui permettant de gagner facilement les marchés européens.

### Un label porteur de changements et levier de développement

D'un produit de terroir qui passait presque inaperçu sur les marchés locaux, le miel blanc d'Oku est passé à un produit dont l'acquisition est synonyme de prestige. Il a acquis ses lettres de noblesse avec le label IGP.

Ce label, en ouvrant au miel blanc les chemins de la reconnaissance internationale, a créé une dynamique nouvelle autour de l'apiculture dans la zone d'Oku. L'activité mobilise désormais presque toutes les communautés villageoises vivant autour du mont Oku. Elles sont attirées par les

revenus importants générés par la commercialisation du miel et de ses produits dérivés.

Avant de parachever le processus de labellisation du miel blanc d'Oku, l'OAPI, appuyée par l'Agence Française de Développement (AFD) et le CIRAD, a initié un programme de renforcement des capacités commerciales (PRCC), destiné aux acteurs de la filière miel blanc. Ce programme a permis d'étendre le réseau de commercialisation du miel blanc qui, petit à petit, est sorti de son cantonnement sur les petits marchés locaux pour gagner les rayons des grandes surfaces de ventes des villes. Deux supermarchés de la métropole de Yaoundé exposent déjà parmi leurs produits le miel d'Oku. Le réseau de commercialisation s'est aussi étendu à d'autres grandes villes camerounaises telles que Bamenda et Douala où on a identifié des boutiques qui assurent la collecte et la vente régulière du miel d'Oku. Les contacts avec l'ONG Guiding Hope permettent d'entrevoir des partenaires extérieurs pour investir le marché international.

Les capacités organisationnelles des producteurs ont aussi été renforcées afin qu'ils puissent défendre au mieux leurs intérêts



**Tableau résumant les avantages directs de l'apiculture dans la région d'Oku.**

Revenus	Educa-tion	Santé	Alimentation	Médecine	Tradition
Le miel pour les ménages de Oku permet de réunir les moyens pour l'alimentation domestique, les frais périodiques d'électricité, les vêtements, les besoins de la famille, et un appoint disponible facilement convertible.	Frais de scola-rité des enfants	Frais hospita-liers en cas de maladie	Consommation domestique. Une partie de la produc-tion est destinée à la consommation familiale	Usages dans la pharmaco-pée.	Pratiques ances-trales

et tirer profit de leurs activités. Il faut relever que plus de 75% des apiculteurs de la zone appartiennent à, au moins, un groupe ou à une association permettant des échanges et le renforcement mutuel des capacités de production. L'ensemble de ces associations de producteurs de miel blanc a constitué le Kilum-ijim White Honey Association (KIWHA) qui suit de très près les procédures de la valorisation commerciale du miel blanc d'Oku. La diversité des partenariats, plus ou moins structurée permet aujourd'hui aux apiculteurs d'Oku d'espérer un décollage des ventes directes de leur produits.

La manne financière apportée par le miel a déjà favorisé le développement d'une micro-finance locale (Manchok Credit Union Cooperative).

Cette nouvelle dynamique autour du miel blanc et les changements intervenus dans les systèmes de production et de commercialisation ont eu un impact socioéconomique non négligeable sur les communautés d'Oku. Le miel blanc est devenu un véritable levier sur lequel beaucoup de familles s'appuient pour sortir de la pauvreté.

### Contraintes et défis de la valorisation des produits apicoles

Les contraintes majeures de la production et de la commercialisation du miel d'Oku sont d'ordre technique, communicationnel et environnemental.

Au plan technique, les équipements utilisés dans la production sont souvent « rustiques » ; c'est le cas des enfumoirs à l'origine des feux de brousse accidentels, et souvent des accidents corporels (brûlures) en cas de manipulation inappropriée. Les types de ruches et les méthodes de récolte ne permettent pas d'avoir toujours un produit final de haute qualité exempt de débris ou corps étrangers pour un marché urbain de plus en plus exigeant. Les clarificateurs sont souvent hors de portée des apiculteurs ruraux. L'exploitation des sous-produits de la ruche, (produits à base de cire, de propolis et de déchets de filtration) reste encore peu développée. La fermentation du miel pour obtenir l'hydromel est également très peu maîtrisée et se fait souvent dans des conditions d'hygiène à améliorer pour rendre ce produit plus sain

et plus apte à la consommation. Le conditionnement, fait sans contrôle et avec les moyens du « bord », limite l'attractivité du produit. Le renforcement des capacités devrait être orienté vers la recherche de solutions à ces problèmes.

Ensuite, au plan communicationnel, la communauté des apiculteurs d'Oku et environs ne dispose pas encore de solides bases de marketing pour tirer partie de la particularité de leur produit spécifique. Les démarches actuelles sont certes prometteuses, mais nécessitent une meilleure appropriation de l'ensemble des opportunités liées à la labellisation. Aussi, sans une réelle connaissance du cadre juridique protégeant les producteurs contre les contrefaçons, les abus des trafiquants et l'anarchie du marché, les apiculteurs d'Oku auront du mal à asseoir les bases d'une confiance mutuelle et durable avec les consommateurs.

Enfin, les contraintes environnementales sont liées à la déforestation massive qui réduit sans cesse le vivier naturel et l'écosystème particulier où se développent les espèces dont le nectar confère au miel d'Oku sa couleur et sa texture remarquables. L'absence de mesures incitatives et même coercitives, ou communautaires/participatives suivies, en direction de la protection de la forêt de montagne est décriée. Mais depuis quelques années, les activités de sensibilisation, menées par les structures d'appui au développement, ont aiguisé la conscience éco-citoyenne des communautés.

Elles semblent aujourd'hui moins ingrates à l'égard de la forêt nourricière qui est à la base de l'activité apicole. La régénération de la forêt est aujourd'hui une préoccupation majeure pour les populations.

Voici quelques actions déjà envisagées par la communauté apicole dans quasiment l'ensemble de la zone, allant de l'éducation à la plantation en passant par la conservation.

Education	Conservation		Plantation
	Préventive	Curative	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilisation sur les bénéfices de la forêt</li> <li>- Identification des alternatives au brûlis des résidus et adventices agricoles (en direction des femmes)</li> <li>- Organisation des échanges sur les contraintes de l'apiculture et une amélioration collective</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inventaire et protection des espèces mellifères</li> <li>- Interdiction de la coupe des arbres verts en forêt</li> <li>- Interdiction de la pâture dans la forêt</li> <li>- Validation d'un mode opératoire de gestion des enfumoirs lors de la récolte</li> <li>- Protection systématique de la forêt contre les feux de brousse</li> <li>- Formation de la communauté aux techniques de lutte contre les feux de brousse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arrêt complet de l'utilisation du feu en forêt</li> <li>- Dénonciation et amende des pyromanes membres de la communauté ou non</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantation régulière des espèces mellifères</li> <li>- Choix appropriés des espèces à planter pour les autres besoins (éviter les espèces « gourmandes » en eau)</li> </ul>

**Félix Meutchieye**, Enseignant-Chercheur, Département des Productions Animales, FASA-Université de Dschang (Cameroun), B.P : 188 Dschang ; fmeutchieye@gmail.com

**Mathilde Sanglier**, Bachelor of Science, Larenstein University-WUR (Hollande)

**Source:** Cet article est tiré de la thèse de B.Sc en Marketing and Fair Trade (Larenstein University-WUR), thèse dont les travaux se sont déroulés de Septembre 2012 à Mai 2013 dans la région d'Oku. Nous sommes reconnaissants à l'ensemble de la communauté et des partenaires, ainsi que des collègues qui ont collaboré de manière exemplaire.



# Les stratégies de commercialisation des produits maraîchers sur le marché de Maroua, au Cameroun

Denis Pompidou FOLEFACK et Darman Roger DJOULDE

22



Photo : Folefack

Marchands d'Oignon sur le marché de Maroua

*La ville de Maroua, dans le Nord Cameroun, constitue un important centre de commerce pour les produits maraîchers. La demande est croissante du fait de l'augmentation de la population. La chaîne d'approvisionnement du marché de la ville est entretenue par un réseau de grossistes, d'intermédiaires et de détaillants qui s'appuient sur des circuits de commercialisation complexes pour assurer la collecte et la redistribution des produits maraîchers.*

Le maraîchage joue un rôle économique considérable pour les populations du Nord Cameroun. Il constitue un appoint non négligeable dans l'alimentation. C'est aussi une source de revenus substantiels qui permet à certaines populations locales de compléter les recettes issues de la vente du coton.

La ville de Maroua est l'un des centres de collecte et de redistribution les plus dynamiques de la région. La demande urbaine croissante en produits maraîchers liée à l'explosion démographique (soutenue par la création de l'Université de Maroua) et les traditions culinaires qui imposent l'utilisation presque systématique de certains

produits maraîchers (par exemple l'oignon rentre dans 80% des préparations culinaires dans la ville de Maroua), sont parmi les facteurs qui entretiennent le développement du commerce des produits maraîchers dans la ville.

Aussi, dans la chaîne de valeur des produits maraîchers, la commercialisation



est l'un des maillons qui assurent les plus fortes valeurs ajoutées. C'est pourquoi, elle mobilise un nombre important d'acteurs. Les commerçants dans l'immédiat ont des stratégies comportementales variées. Ils s'approvisionnent sur des zones en fonction de l'offre de la zone et de la demande sur le marché. Ainsi, avec le développement de l'agriculture peri-urbaine au cours de ces dernières années, les zones d'approvisionnement les plus proches se trouvent à l'intérieur même de la ville ou à sa périphérie immédiate.

L'oignon, la tomate, le piment, le gombo et les légumes feuilles sont les produits les plus commercialisés. L'essentiel des produits, vendus sur le marché de Maroua, proviennent des zones périurbaines de la ville mais aussi des localités de Koza, de Mora, de Mokolo et de Yagoua. Ces zones présentant plus ou moins des avantages comparatifs et le ravitaillement de certaines zones est fortement tributaire des saisons. Il faut aussi signaler les apports non négligeables en provenance du sud Cameroun pour combler les déficits de production de la région en saison sèche.

Le commerce de produits maraichers a un impact important sur l'économie locale de Maroua et de toute la région qu'elle polarise. Certains auteurs estiment que les produits maraichers contribuent au total pour près de 30 millions de francs CFA par jour, aux revenus des différents acteurs au Nord Cameroun, soit environ plus de 6 milliards de FCFA par an.

### Diversités des acteurs dans le système de commercialisation des produits maraichers

A Maroua, on observe dans le circuit de commercialisation, une certaine spécialisation des acteurs autour des catégories de produits dont les principaux sont : l'oignon ; la tomate ; les légumes de type Européen (laitue, Carotte, Choux, Aubergine, Poireau, Courgette, ...) et les légumes locaux (Gombo, Foléré, Lalo, Gouboudou...). L'offre des produits sur les marchés est fortement saisonnière. Cette saisonnalité des produits entraînent une fluctuation et une instabilité permanente des prix sur les marchés.

Suivant le volume de marchandises écoulé et la structure du commerce, les acteurs les plus prépondérants dans le circuit de commercialisation sont les grossistes, les intermédiaires et les détaillants.

Les *grossistes* sont des acteurs très importants dans la filière oignon et tomate. Ils approvisionnent les marchés de la ville en volume de produit importants. La production maraîchère de la zone urbaine de Maroua n'étant pas suffisante pour satisfaire la demande des marchés de Maroua. Ils sont chargés de collecter ou d'évacuer

la production vers les zones de consommation. Ils livrent les quantités achetées des zones de production sur les principaux marchés de consommation à des détaillants.

Cette activité est exercée, le plus souvent, par des personnes de sexe masculin, possédant ou non des camions. Les grossistes entretiennent des relations très intenses avec les producteurs et les détaillants, ce qui régularise harmonieusement leurs échanges. Cette activité est très rentable pour ces acteurs.

Les *intermédiaires* ou « *dilalis* » sont présents entre grossistes et producteurs. Ils sont des maillons importants de la filière oignon, car, intervenant dans la régulation au sein du marché et acceptant les produits quelle que soit la situation sur le marché. La plupart des commerçants ne connaissent pas les producteurs : ils confient aux intermédiaires le soin de collecter les quantités dont-ils ont besoin. Cette opération doit se faire rapidement pour permettre aux commerçants, informés régulièrement de l'évolution des prix sur les marchés, d'expédier leurs produits dans les marchés de Maroua ou du sud du pays. Le rôle d'un « *dilalis* » consiste à repérer les producteurs, leur distribuer les sacs vides des commerçants, en surveiller le remplissage et assurer le chargement des camions. Il perçoit pour ce service une rémunération d'environ 200 FCFA par sac. Bien qu'il joue un rôle dans le circuit de distribution, les actions sont très souvent décriées par les producteurs et les grossistes. Ils contribuent à réduire sensiblement les marges bénéficiaires des grossistes et des producteurs.

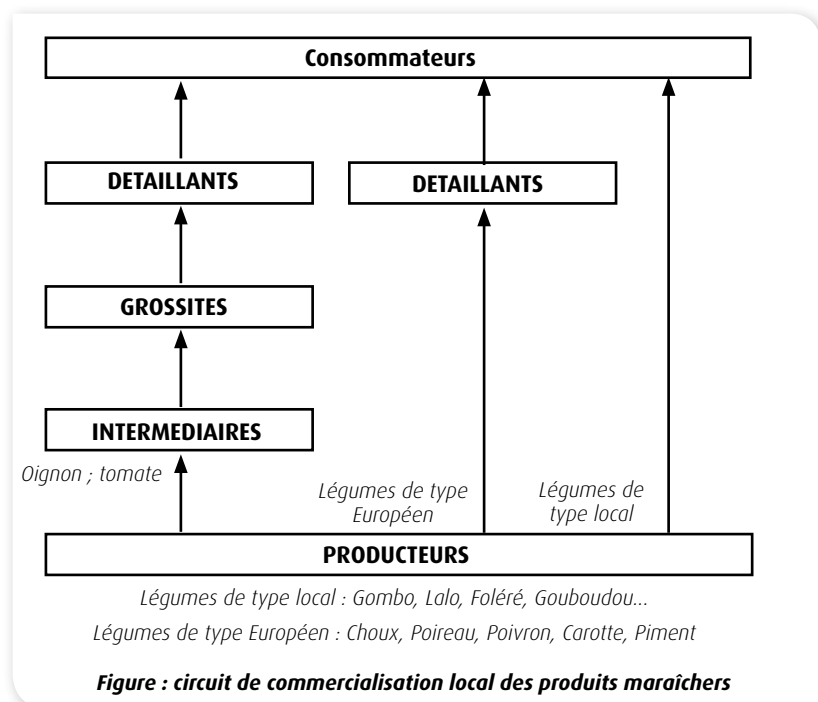
Les *détaillants*, occupent le dernier maillon de la chaîne de commercialisation. Dans une région, où la pauvreté est très pré-

sente, la vente en détail des produits maraichers est une activité très dynamique, qui intéresse les deux sexes dans les marchés de Maroua. A partir de leurs capitaux modestes, les détaillants commercialisent des quantités relativement importantes et sont spécialisés par produit ou type de produit. Ils sont dispersés dans les marchés selon l'organisation du marché. Leur offre varie selon les saisons et dépend de l'approvisionnement des grossistes. En outre, du fait de la non structuration du marché par type de produit, on rencontre aussi des détaillants ambulants qui distribuent surtout des produits périssables et arrêtent leur activité pendant la saison sèche (offre faible). On rencontre aussi des détaillants de rue qui proposent des petites quantités de produits pour les ménages du quartier. Enfin, les revenus des détaillants sont modestes, ils varient de 500 FCFA à 3 000 FCFA par jour selon les saisons et les produits vendus.

### Des circuits de commercialisation complexes

L'analyse des circuits de commercialisation met en exergue trois types de circuit à travers lequel les produits transitent des producteurs aux consommateurs :

- Les circuits longs ou complexes pour l'oignon et la tomate. Les filières longues empruntées par la tomate et l'oignon sont liées à la durée de conservation ou périssabilité des produits, aux volumes et aux zones de production. Quatre ou cinq intermédiaires interviennent le plus souvent dans la distribution : grossiste, semi-grossiste, intermédiaire, détaillant.
- Les circuits courts pour les légumes de type européen. Dans ces cas, il existe peu d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs.



- Les circuits directs pour les légumes de type locaux, où il n'existe presque pas d'intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs.

Dans ce circuit, l'on observe qu'en période de surproduction les grossistes attendent que les maraîchers viennent les trouver alors qu'en période de rupture, les grossistes se déplacent sur les champs pour continuer leur activité. C'est l'occasion pour eux de nouer des relations avec les maraîchers. Le même phénomène est observé en période de surproduction entre les intermédiaires et les détaillants : les intermédiaires se déplacent vers les détaillants pour vendre la marchandise qui leur est confiée et qu'ils ne peuvent pas refuser. En période de pénurie ou pour les autres légumes, les détaillants doivent se déplacer et trouver les producteurs, la demande étant supérieure à l'offre. Les maraîchers quant à eux se déplacent rarement, ils attendent les détaillants dans leur champ (ils se déplacent quelquefois en période de surproduction pour certains produits). Nous constatons aussi que la majorité des produits maraîchers vendus dans les marchés de Maroua proviennent des circuits locaux (dans la province de l'extrême nord) et/ou régionaux (sud du pays vers l'extrême nord).

Enfin, dans les circuits de commercialisation, la régulation du marché se réalise au niveau de tous les acteurs. On constate qu'en période d'abondance le crédit est courant et accepté pour tous les acteurs. Par contre en période de pénurie, le crédit n'est plus accepté, ce qui conduit à l'élimination des acteurs les plus pauvres qui se replient alors sur la vente d'autres produits où arrête l'activité.

### Des contraintes de la commercialisation assez fortes

La commercialisation des produits maraîchers dans la zone est soumise à plusieurs distorsions qui entraînent le dysfonctionnement des marchés dans la ville de Maroua.

#### \*Asymétrie d'information

L'Asymétrie d'information constitue un goulot d'étranglement pour de nombreux acteurs. Elle porte aussi bien sur la qualité des biens que sur la connaissance des « prix de marché » : des petits producteurs isolés ayant un accès restreint à l'information sur les prix moyens pratiqués sont en situation d'infériorité vis-à-vis des commerçants et grossistes. Cette situation est due probablement à l'émiettement des structures de production, de la vitesse de dégradation des produits, de la non standardisation des unités de mesure. Cela est source d'instabilité des prix qui perturbent l'efficacité des ajustements entre l'offre et la demande dans les marchés.

#### \*Absence des structures de marchés

Le développement des cultures maraîchères dans la zone ne s'est pas accompagné d'une politique d'aménagement des marchés avec des structures adéquates et adoptées. Ainsi, l'on observe une saturation et mauvaise organisation des marchés, ce qui suscite l'apparition de marchés spontanés informels sur les bords de route ou dans les quartiers et la vente ambulante. Les problèmes posés par ces nouveaux marchés sont l'absence de protection contre les intempéries mais également l'absence d'aménagements favorisant la circulation des produits ou de dispositions concernant l'évacuation des déchets, d'où des engorgements fréquents et par conséquent, le problème de qualité. On note aussi, une absence de structures de stockage (magasin, chambre froide) et de capacité de transformation dans les marchés. Face à la saisonnalité et la périssabilité des produits, cela entraîne des pertes énormes pour les producteurs et les commerçants. Car ils n'ont pas la possibilité de stocker et de transformer les produits en période de grandes productions.

#### \*Difficultés de transport

Ces problèmes se rencontrent d'une part à cause de l'atomisation de l'offre et d'autre part du fait de l'éloignement des producteurs par rapport aux marchés. Dans les marchés, les commerçants éprouvent d'énormes difficultés de transport des produits des zones de production vers les marchés. L'on observe des difficultés pour les producteurs par exemple d'organiser de trouver des transporteurs les conduisant sur des marchés (Maroua, du sud du pays et en République centrafricaine) en période de grandes récoltes. On peut aussi signaler le mauvais état des pistes en zone périurbaine et enfin, on note, des tracasseries policières qui ne permettent pas toujours aux commerçants de transporter les produits dans les meilleures conditions jusqu'au différents marchés. Tout cela entraîne des coûts de transactions importantes, qui augmentent les prix de détail et limitent la commercialisation des produits.

#### \*Mauvaise organisation logistique des filières

Dans la zone, on observe une mauvaise organisation des acteurs des filières aux niveaux du transport, du conditionnement, de l'expédition et de la vente dans les marchés. Ces facteurs sont également rattachés à l'instabilité forte de ces marchés pour des produits frais. Cette mauvaise organisation a un impact sur la fluidité des échanges des produits frais. Enfin, la surproduction conjoncturelle, qui provoque l'effondrement des cours est fréquente dans le marché du maraîchage.

Lever les contraintes liées à la commercialisation des produits maraîchers pour une meilleure rémunération des acteurs

Pour régler le problème des distorsions qui entravent le bon fonctionnement des marchés des produits maraîchers à Maroua il y a nécessité de mettre sur pied un système d'information de marché efficace et de favoriser une meilleure coordination des acteurs.

En effet, les systèmes d'information de marché (SIM) ont été introduits dans le cadre des politiques de libéralisation, au cours des années 1980, comme des dispositifs publics ayant pour fonction de collecter et diffuser des informations sur les échanges de produits agricoles, cela permet de renforcer davantage les échanges entre les acteurs du système de commercialisation.

Plus spécifiquement, les SIM visent à améliorer la transparence du marché et à réduire les asymétries d'information, afin de faciliter les arbitrages spatiaux et temporels et de favoriser une distribution équitable de la valeur entre les différents acteurs, du producteur au consommateur.

Ils permettent, en outre, d'assurer un suivi des marchés et de fournir des analyses aux décideurs publics, pour orienter les politiques agricoles, alimentaires et commerciales, et apprécier l'impact des mesures mises en œuvre (la situation du marché constituant plus largement un révélateur de l'état du secteur agricole).

Nous pensons que les principaux effets attendus de la diffusion en temps voulu d'une information sur les marchés adaptée aux besoins des acteurs locaux sont entre autres :

- une amélioration de l'efficacité du marché grâce à l'intensification des arbitrages et de la concurrence, à la réduction des coûts de transactions et à une meilleure allocation des ressources, qui doivent se traduire par une réduction du différentiel de prix entre le producteur et le consommateur et une meilleure intégration des marchés ;
- une amélioration de l'équité par la réduction des asymétries d'information, notamment entre les commerçants et les producteurs, qui se traduirait par une meilleure rémunération des producteurs.

#### Denis Pompidou FOLEFACK

Chercheur, Agronomiste, PhD, Institut de Recherche Agricole pour le Développement (IRAD), Ministère de la Recherche Scientifique et de l'Innovation (MINRESI), B.P. 1457 Yaoundé, Cameroun.  
dfolefack@yahoo.fr

#### Darman Roger DJOULDE

Enseignant - Chercheur, PhD, Institut Supérieur de Sahel (ISS), Université de Maroua, Maroua, Cameroun.  
djoulde@gmail.com



# Systemes de commercialisation et chaine de valeur de l'oignon au Niger

Synthèse Aly Faye



Le violet de galmi.

25

## Importance économique de la culture de l'oignon

Depuis plus de cinq décennies, la production d'oignon a connu une hausse spectaculaire au Niger. Avec une production annuelle passée de 170 000 tonnes dans les années 90 à près 500 000 tonnes de nos jours, le pays occupe la deuxième place au rang des plus grands producteurs d'oignon d'Afrique de l'Ouest et s'arroge la place du plus grand exportateur de la sous-région. L'oignon nigérien, réputé de grande qualité, jouit d'un avantage commercial considérable dans les marchés locaux et sous-régionaux. « Le violet de Galmi », Le plus célèbre des oignons ouest africains est particulièrement apprécié pour son goût épicé et ses qualités à la cuisson.

La filière qui concentre plus d'un million d'acteurs est l'un des principaux piliers économiques du Niger. « L'or violet », (surnom donné à l'oignon nigérien du fait de sa forte contribution au PIB national), a rapporté 22 milliards FCFA à l'économie nationale en 2012.

L'oignon est cultivé dans toutes les régions du Niger où les conditions pédoclimatiques le permettent, avec des superficies et des

productions variables d'une région à une autre.

A l'échelle locale, la culture d'oignon constitue une source importante de revenus et contribue à la sécurité alimentaire et financière des producteurs. L'oignon est souvent la plus grande source de revenus monétaires et permet de faire face aux besoins des familles. La culture de l'oignon, étant une activité de contre-saison, contribue, par ailleurs, à atténuer le phénomène de l'exode rural dans les grands bassins de production. La rentabilité financière de l'oignon incite beaucoup de paysans à rester au village plutôt que d'aller gonfler les rangs de chômeurs urbains à la fin de l'hivernage.

## Les acteurs de la chaîne de valeur: une multitude de parties prenantes

Le secteur de l'oignon est régi par un grand nombre d'acteurs qu'on peut classer en quatre sous-groupes : Les opérateurs de la chaîne de valeur ; les supporters de la chaîne; des acteurs institutionnels et des intervenants et facilitateurs externes.

Les opérateurs de la chaîne de valeur sont ceux qui produisent, achètent, vendent ou transforment l'oignon. A un moment ils sont propriétaires du produit. Ce groupe d'acteurs concerne les producteurs, les producteurs-intermédiaires et producteurs-commerçants, les commerçants, les transformateurs et les grossistes et détaillants d'oignon.

Les supporters de la chaîne sont multiples. Un premier groupe est constitué des acteurs qui fournissent les intrants et crédits pour la production, le stockage et commercialisation de l'oignon. Il s'agit des fournisseurs de semences, d'engrais et de produits phytosanitaires, des vendeurs de motopompes et revendeurs d'essence, des banques et IMF, des intermédiaires et des transporteurs. En plus de ces supporters, il existe toute une gamme d'autres acteurs qui gagnent leur vie à travers la prestation de services payants. On peut entre autres mentionner : la main d'œuvre agricole, les dockers et gardiens des centres de commercialisation, les femmes et enfants confectionneurs de chapeaux des sacs d'oignon, des charretiers et chameliers pour transporter l'oignon etc.

Les acteurs institutionnels concernent notamment les structures de l'administration publique (ministères, préfectures, communes, chefs coutumiers, douane, police, gendarmerie, services publics de recherche et vulgarisation, bureau de normalisation, etc.). Pour le cas de la filière oignon nigérienne, on observe que ces acteurs semblent se trouver 'à distance'. Ils sont toutefois plus impliqués que l'on ne pense au premier vue.

Les intervenants et facilitateurs externes concernent surtout les bailleurs de fonds, les ONG internationales et les ONG et conseillers nationaux travaillant pour des projets de développement. Cette catégorie d'acteurs se donne un rôle public pour favoriser le développement socio-économique des zones rurales. A travers leurs décisions de financement et assistance technique, ils exercent une grande influence sur les orientations de développement de la filière d'oignon et l'appui effectif donné aux populations impliquées.

En observant cette diversité d'acteurs, il n'est pas surprenant que l'oignon crée beaucoup d'emplois directs et indirects. En effet, il y a plus d'un million de Nigériens, donc environ 10% de la population, qui vivent - au moins partiellement - sur la base des valeurs ajoutées par la filière.

### Des systèmes de commercialisation informels et complexes

En aval de la chaîne de valeur, les producteurs entretiennent des relations avec les intermédiaires, transporteurs et commerçants d'oignons. Les systèmes de commercialisation et d'exportation sont surtout informels. Le niveau d'implication formelle de l'Etat est faible. En fait, la filière oignon est largement autogérée à travers des conventions entre les acteurs commerciaux. Au besoin, ceux-ci s'arrangent avec les représentants des pouvoirs publics pour franchir toutes les étapes entre « la fourche et la fourchette », des villages de production jusqu'aux détaillants et consommateurs des villes côtières de l'Afrique de l'Ouest. Il existe toute une gamme d'acteurs commerciaux qui opèrent sur ces étapes : commerçants étrangers, cosignataires, logeurs, chefs de gare, intermédiaires titulaires et auxiliaires, intermédiaires et collecteurs villageois, transporteurs et camionneurs, grossistes et détaillants. Et pendant toutes ces étapes ces acteurs commerciaux créent des emplois, directement pour dockers, chauffeurs et gardiens et indirectement pour tant d'autres.

Les relations et transactions entre les acteurs commerciaux sont basées sur la confiance.

Des ressortissants nigériens résidant dans les principaux pays importateurs maintiennent par exemple des liens avec les

grands centres de commercialisation des ceintures d'oignon importantes au Niger. Des commerçants étrangers se confient généralement aux mêmes logeurs ou intermédiaires principaux. Ces réseaux sont relativement fermés et connaissent des nœuds d'hommes influents sans lesquels il n'est pas possible de faire des transactions. Ils disposent des canaux de communication divers pour s'informer sur l'évolution de la demande et des prix à différents marchés dans la sous-région.

A côté de ce système de commercialisation « traditionnel » dominant, il y a des entreprises d'envergure qui se sont lancées dans la production et la commercialisation d'oignon (ASI-Wankoye, SAFIE). Celles-ci sont plus inclinées à utiliser des systèmes d'information de marché modernes, à se lancer dans la production contractuelle ou la production en régie, à investir dans le stockage moderne, l'ensachage, la labellisation et la transformation.

Elles sont sur l'Internet, prospectent de nouveaux marchés et savent aborder les partenaires au développement.

### Des contraintes multiformes à lever !

Les contraintes au développement de la filière oignon sont principalement d'ordre techniques, économiques et organisationnels.

Plusieurs variétés d'oignon sont produites au Niger, la principale étant le violet de Galmi. Cependant, il est de plus en plus admis que la pureté génétique de ces variétés n'est pas certaine. Ce qui peut compromettre la diversification de l'offre sur les marchés et la labellisation de la ou des variétés souhaitées par les clients. La recherche pourra contribuer à lever ce doute en précisant les caractéristiques génétiques des différents écotypes et, par la même occasion, en permettant la production de semences de base certifiées.

Le Niger produit de l'oignon dans différentes zones agro-écologiques et à différentes périodes de l'année. C'est un atout très important pour occuper un marché, il faut l'approvisionner toute l'année. Cependant la production principale reste la culture de saison sèche avec une commercialisation en mars / avril. La période de rarefaction des oignons sur le marché de l'Afrique de l'Ouest se situe entre novembre et janvier de chaque année. Pour mettre de l'oignon sur les marchés à cette dernière période il faut soit le conserver entre mai et octobre, c'est-à-dire lui faire passer la saison pluvieuse aux conditions de stockage les plus difficiles, soit produire en saison hivernale pour commercialiser dès octobre.

Aux plans organisationnel et économique, les entraves au développement de la filière oignon sont aussi nombreuses.

On observe de nombreux intervenants dans la filière, surtout en aval de la production, dans la phase commerciale. A ce stade, les acteurs sont nombreux, tant nationaux qu'étrangers et les transactions sont basées sur la confiance. Le fonctionnement et les résultats économiques de la filière ne sont pas bien connus et maîtrisés.

Des réseaux spécifiques se sont développés et ces derniers, relativement fermés, connaissent des acteurs influents sans lesquels il n'est pas possible de faire des transactions

Or, ils disposent de canaux de communication divers pour s'informer sur l'évolution de la demande et des prix à différents marchés dans la sous-région. Dans ce contexte, les producteurs font face à des frais de transaction élevés, causés par la méconnaissance du prix de marché, des préférences des clients et des conditions d'achat.

Par ailleurs, 80 à 95% de la production nationale d'oignons sont destinés à l'exportation et, aussi bien en amont qu'en aval de la production, il n'existe aucune organisation ni aucun mécanisme pour évaluer la dynamique et l'évolution du marché de l'oignon et de ses dérivés. Compte tenu de l'importance économique du produit, il est souhaitable qu'un mécanisme de veille informationnelle et de prospective sur cette dynamique et cette évolution soit mis en place pour s'imposer dans la régulation du marché.

**Synthèse Aly Faye**  
allykaram@iedafrique.org

Source : Eplucher l'oignon - Un projet de recherche-action de WUR-CDI, SNV-Niger, FCMN-Niya et Agri-Bilan

[http://www.snvworld.org/sites/www.snvworld.org/files/publications/importance\\_de\\_loignon\\_s.pdf](http://www.snvworld.org/sites/www.snvworld.org/files/publications/importance_de_loignon_s.pdf)

Source : Amélioration de la productivité de l'oignon au Niger (Appel à propositions de projets de Recherche)  
<http://www.reca-niger.org/IMG/pdf/OIGNONSvcf2.pdf>



# L'avenir de l'élevage au Sénégal : Le salut par la chaîne de valeur

Mohamed Gueye



Marché de petits ruminants

Photo : IED Afrique

27

*Jusqu'à présent, les politiques de modernisation de l'élevage au Sénégal se sont focalisées sur les soins à apporter au bétail. Des spécialistes estiment qu'il faut maintenant prendre en compte toute la chaîne de valeur et, surtout, stabiliser le bétail dans sa zone de prédilection.*

**P**arole d'expert : « qualitativement et quantitativement, au Sénégal, nous mangeons de la mauvaise viande, de la vieille carne. » L'homme qui fait cette forte affirmation semble savoir de quoi il parle, car il est le président du Conseil de l'ordre des vétérinaires. En plus, le Dr Abou Mamadou Touré, qui possède un cabinet de consultation à Dakar et dans la zone sylvo-pastorale, à l'intérieur du pays, a un long passé de praticien dans plusieurs localités et hameaux du Nord et du centre du pays. Il indique que si la situation est telle qu'il la décrit, c'est parce que le système de production et de commercialisation ne permet pas de fournir de la viande de qualité à la consommation. Pour en finir avec cette situation, le vétérinaire indique qu'il faut que le Sénégal modernise le secteur, en assurant que cela passe par un élevage intensif, ainsi que par la pratique de l'emboche bovine.

Et si ses confrères de la Fonction publique sont d'accord avec lui concernant ce diagnostic, les deux parties ne se retrouvent pas toujours sur la démarche à suivre.

## Préserver l'agropastoralisme

Ainsi, le directeur de l'Élevage au ministère de l'Agriculture, le docteur Sakho, vétérinaire comme son collègue, pense que la modernisation de l'agriculture ne doit pas nécessairement en finir avec le pastoralisme, en particulier l'agropastoralisme. Le Dr Sakho estime que l'agropastoralisme est l'un des éléments qui fondent le dynamisme de l'élevage et de l'agriculture, et que l'on ne peut se permettre de passer l'éponge dessus, à moins de vouloir en finir avec l'élevage au Sénégal, ce qui est impensable. Le directeur de l'Élevage fait remarquer que, même dans la phase actuelle de son développement, l'agriculture sénégalaise ne peut aller loin sans l'élevage. Il indique que quasiment chaque famille, chaque concession agricole, dans le pays, comprend au moins un animal d'élevage, mouton, cheval, âne ou vache. Et la culture attelée a besoin de chevaux, d'ânes et de bœufs. « Mais vouloir faire de

l'élevage intensif, c'est, d'une certaine manière, priver l'agriculture sénégalaise de ces appoints indispensables », estime-t-il.

## Production de viande en baisse

À ces arguments, le docteur Touré rétorque que la production de lait et de viande a fortement baissé au Sénégal depuis les premières années de l'indépendance, signe d'une très mauvaise exploitation du secteur. Ainsi, indique-t-il, « la production de viande est passée, dans notre pays, de 21kg par tête d'habitant en 1960, à 13kg en 2008 ». Le docteur Abou Mamadou Touré a voulu organiser des États généraux de l'élevage, au mois de septembre, dans la ville de Thiès, à 75 km de la capitale Dakar. Cette rencontre, qui devait mobiliser tous les acteurs du secteur de l'élevage, pour lancer une réflexion sur son développement futur, avait été boudée par les instances officielles, qui ont même monté une partie des éleveurs contre ses promoteurs. Cela, sous prétexte que la manifestation avait des motivations politiques. Néanmoins, d'autres acteurs et éleveurs, considèrent que plusieurs points soulevés



lors de ces États généraux méritent d'être pris en considération. L'élevage au Sénégal, c'est 3,5 millions de bovins, pour 10 millions de petits ruminants, et environ un demi-million d'ânes et de chevaux. Le secteur produit également, bon an mal an, 25 millions de volailles diverses, ainsi que 6.000 chameaux et dromadaires. Et surtout, les statistiques officielles indiquent qu'il polarise 3,5 millions d'individus, pour 35 % du Pib du secteur primaire, et 7 % du Pib national. Le secteur pèse globalement, 600 milliards de francs Cfa (environ 916 millions d'euros). Pourtant, tout le monde convient que le secteur pourrait rapporter plus à l'économie nationale, et jouer un rôle plus important dans la sécurité alimentaire, s'il était mieux structuré...

C'est là qu'entre en jeu la modernisation intensive. Le docteur Touré fait remarquer : « Actuellement, l'État subventionne à coup de milliards de francs Cfa. L'État paie les semences, subventionne les produits jusqu'à 80 %. Vu l'enclavement de certaines zones d'élevage, c'est l'État qui emmène les inséminateurs jusque dans les coins les plus reculés. En retour, on a vu que certains troupeaux ont déjà commencé à produire des génisses, dont certaines ont même déjà commencé à donner du lait. Mais à quoi sert ce lait produit dans des zones reculées ? » Il ajoute que s'il n'y a pas de route, le paysan ne peut pas écouler son lait. De plus, s'il n'a pas de ressources suffisantes, pour nourrir son bétail, et si ce dernier est confronté à des problèmes d'eau, les vaches laitières finiront par réduire, pas arrêter, leur production de lait.

Donc, à quoi bon se lancer dans de l'insémination avant d'avoir pu régler les contraintes en amont ?

Ces remarques permettent au spécialiste d'affirmer que « la modernisation de l'élevage ne doit plus nécessairement se focaliser sur les animaux, mais sur toute la chaîne ». Cette analyse met au même plan la formation des hommes et les soins à accorder aux animaux. Si l'on veut obtenir des produits animaux de qualité, il faut que les personnes chargées d'en prendre soin, à savoir les éleveurs, les vétérinaires et les commerçants, sachent comment s'occuper de ce bétail.

## Une agence pour le Ferlo

Le président de l'Ordre des vétérinaires explique : « quand un éleveur se trouve avec son troupeau dans le fin fond du Ferlo, dans la zone sylvo-pastorale, aux environs de Linguère, là où il n'y a quasiment pas de bonne route pour accéder aux grands centres urbains, comment fait-il pour écouler ses animaux ? Il ne faut pas oublier que là bas, les troupeaux sont importants, et il n'est pas rare de trouver un berger propriétaire de mille ou deux mille têtes de bétail, sinon plus »

Cet enclavement a par ailleurs, fait que le système financier traditionnel n'y a pas pris pied. On ne trouve pas de banque dans la zone sylvo-pastorale, et les institutions de micro finance y sont encore peu nombreuses.

Un commerçant qui s'aventure dans cette zone pour acquérir des animaux doit avoir de l'argent liquide. Mais la sécurité impose de ne pas non plus posséder des sommes trop importantes, pour ne pas attirer l'attention de malfaiteurs. Alors, s'est imposé un système, que le Dr Touré accuse d'être à la base de la stagnation de l'élevage au Sénégal. Il s'agit d'une sorte de vente à tempérament, ou de crédit au fournisseur. Le commerçant, qui cherche à rentabiliser son voyage, va prendre le maximum de bêtes qu'il peut, parfois même plus d'une centaine de têtes. Mais comme il n'a souvent pas les moyens financiers de les acquérir au comptant, il va avancer un certain montant au propriétaire, avec la promesse de lui remettre le solde une fois les bêtes vendues dans les grands centres urbains.

Mais comme l'éleveur ne peut jamais être certain à 100 % qu'il va être payé dans un délai raisonnable, il préfère se débarrasser des sujets les plus faibles de son troupeau, et les moins résistants, et garder ceux qui peuvent encore supporter les dures conditions de l'élevage pastoral.

Ainsi, se dit-il, même s'il n'est pas payé, au moins il n'aura pas complètement perdu dans l'opération.

Pour mettre fin à ce système, dans lequel, en fin de compte, personne ne trouve véritablement son compte, le Dr Touré ainsi que plusieurs autres acteurs demandent la mise en place d'une entité qui serait chargée du développement de la zone sylvo-pastorale, « et donc de la modernisation de l'élevage ».

## Doly, base de la modernisation de l'élevage

Pour les intéressés, l'entité à mettre en place serait chargée de l'aménagement des terres et du développement des infrastructures.

Ils expliquent que le Ferlo a la chance d'abriter le ranch de Doly, une propriété de l'État composée de 88.000 ha de bonne terre et d'une végétation des plus variées.

« Une formidable réserve de biosphère, mais qui a été très mal exploitée depuis les indépendances », estime le Dr Touré.

Ses collègues de l'Ordre des vétérinaires estiment que cet endroit pourrait servir de base à la modernisation intensive de l'élevage. « En fait, la seule ressource qui ne soit pas disponible en abondance dans la réserve, comme dans tout le Ferlo en général, c'est l'eau.

Or, il suffit que l'État, par le biais de l'entité qu'il va mettre en place, en fasse l'une de ses priorités, pour que les choses se dé-cantent », souligne Bocar Ly, enseignant-chercheur à l'École vétérinaire de Dakar.

Le manque de voie d'accès a toujours renvoyé de la zone sylvo-pastorale, l'image d'un lieu peu propice à la vie, avec des conditions d'existence précaires. Ce qui en fait une « terra incognita » au beau milieu de la carte du Sénégal. Une route qui passerait au beau milieu, comme on en parle depuis des années, servirait plus qu'à réunir le Nord du Sud du Sénégal. Elle relancerait fortement les activités économiques, tout en facilitant la vie des éleveurs. C'est l'existence d'une route qui permet d'envisager des investissements structurants, d'installer des unités de transformation laitière, ou des abattoirs.

Une entité qui serait composée, à part égale d'associations d'éleveurs, de fonctionnaires des services de développement rural, ainsi que de commerçants impliqués dans la commercialisation du bétail, serait la mieux à même de donner une impulsion au développement de la zone. Elle déciderait des lieux où installer les forages, des axes routiers principaux à établir, qui seraient à même de faciliter les mouvements économiques dans la zone.

Ces axes verraient le développement des lieux d'échanges entre éleveurs et commerçants. Et par-dessus tout, l'entité donnerait aux éleveurs et aux commerçants les cautions bancaires dont ils auraient besoin pour leurs transactions.

En plus, l'entité de gestion de la zone sylvo-pastorale devrait s'occuper de l'électrification, car « sans l'électricité, on ne peut parler de modernisation de l'élevage », affirme Bocar Ly. C'est l'électricité qui permet de stabiliser les populations. Car l'intensification ne peut se faire sans stabilisation des populations, assure Abou Touré. La zone sylvopastorale pourrait bénéficier des avancées technologiques modernes, en utilisant l'énergie solaire, tirant avantage de son fort ensoleillement.

### Mohamed Gueye

Coordonnateur de la rédaction du journal sénégalais « le Quotidien ».  
mgueye@lequotidien.sn

Source : Défis sud n° 98 - décembre 2010, janvier 2011 (Dossier : L'avenir de l'élevage africain)

# SITES WEB

## <http://pip.coleacp.org>

Le PIP est un programme de coopération européen géré par le COLEACP. Il est financé par le Fonds européen de développement et a été mis en œuvre à la demande du Groupe des États ACP (Afrique, Caraïbes et Pacifique). En accord avec les Objectifs de Développement du Millénaire, l'objectif global du PIP est de « Préserver et, si possible, accroître la contribution de l'horticulture d'exportation à la réduction de la pauvreté dans les pays ACP ».

Il propose de la documentation dont des guides sur l'approche chaîne de valeur, une approche pouvant permettre d'appréhender les interrelations existant entre les différents maillons de la chaîne de valeur horticole en vue d'envisager des politiques adaptées pouvant permettre une meilleure compétitivité pour le secteur et générer plus de valeurs ajoutée pour les acteurs.

## <http://www.ruralfinance.org>

Spécialisé dans la finance rurale, ce site aborde également la question des filières et chaînes de valeur et la problématique de leur compétitivité. Un guide posté sur le site décline de manière très pratique comment s'effectue une analyse de filière, en partant d'un exemple simple et concret d'une filière. La méthodologie présentée dans ce guide est le produit de trois mois de recherche sur le terrain d'une équipe de la FAO. L'objectif de l'équipe était de tester une méthodologie opérationnelle, rapide et peu coûteuse pour l'analyse de la chaîne de valeur dans la filière pêche artisanale au Cameroun en vue d'orienter les politiques et institutions pour l'amélioration du secteur pos-capture. Ce guide expose la démarche à entreprendre pour aborder l'analyse de la chaîne de valeur dans le cadre de l'Approche pour des Moyens d'Existence Durable dans la Pêche (AMED).

## <http://www.omafra.gov.on.ca/french/food/valuechains.html>

Ce site du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation de l'État de l'Ontario au Canada est une mine d'information sur la chaîne de valeur surtout dans les domaines de l'agriculture, de l'agroalimentaire et des produits agro industriels. Il vous propose une série de documents scientifiques, notamment, un guide sur les chaînes de valeur. Ce guide, facile d'utilisation, est un excellent outil qui vous permettra de connaître étape par étape le processus

conduisant à la mise en place de votre propre chaîne de valeur.

Le site présente aussi des études de cas sur des chaînes de valeur des produits agroalimentaires en Ontario, au Canada et à l'étranger. Les études de cas portent, pour la plupart, sur des industries agroalimentaires et vous aideront à comprendre le modèle d'affaires des chaînes de valeur.

## <http://www.ipar.sn>

L'Initiative prospective agricole et rurale (IPAR) est un espace de réflexion, de dialogue et de proposition pour des politiques agricoles et rurales concertées au Sénégal et dans la région ouest-africaine. Son site présente une série de dossiers, des articles d'information et des publications sur différentes thématiques dont la chaîne de valeur.

Parmi les dossiers consacrés aux filières agricoles et à la chaîne de valeur, au menu de ce site, figure une publication sur « la reconfiguration de la filière arachide face à la libéralisation » ; « la filière riz face aux enjeux de sécurité alimentaire » ; la filière tomate industrielle, etc.

## <http://www.intracen.org>

A consulter absolument ! Ce site présente de nombreux dossiers sur les chaînes de valeur dans le monde et les marchés émergents. Dans le « forum du commerce international », une revue publiée en ligne sur le site, les auteurs se penchent sur les difficultés et les possibilités découlant de l'intégration à ces chaînes d'approvisionnement. Ils analysent aussi en détails, les chaînes de valeur dans le continent africain, notamment la chaîne de valeur du coton qui peut être développée en mettant l'accent sur l'apprentissage et la collaboration entre pays producteurs et en établissant des liens commerciaux durables entre eux.

## <http://www.alimenterre.org>

Plateforme de partage de documents en anglais et français, ce site présente une série de documents dans sa rubrique « ressource » et vous sert de portail pour accéder à des rapports, des études de toutes sortes sur la chaîne de valeur, particulièrement en Afrique.

Le site propose aussi une banque de photos et de films qui illustrent le fonctionnement des chaînes de valeur. Vous avez la possibilité de poster des commentaires

et faire des contributions aux différentes publications du site en vous inscrivant sur la plateforme.

## <http://www.value-chains.org/dyn/valuechains/bds2search.home2>

Bienvenue dans la base de données inter-agences sur le développement des chaînes de valeur, les liens et les marchés de services, exploitées par le CDDE. Vous trouverez ici des informations provenant de centaines d'organismes, qui travaillent partout dans le monde, et des contributions de spécialistes, qui vous donnent leur vision du développement des chaînes de valeur.

## <http://www.fidafrique.net>; [www.ifadafrica.org](http://www.ifadafrica.org)

Ce site du FIDAfrique est une plateforme de promotion et de partage des savoirs pour la réduction de la pauvreté rurale en Afrique subsaharienne. Il a pour objectif principal de faciliter la diffusion, l'échange d'informations et de connaissances entre les projets du FIDA et leurs partenaires.

Vous pouvez y consulter toutes sortes d'information sur la problématique des chaînes de valeur avec des expériences innovantes mises en œuvre dans les pays où intervient le FIDA et destinées à optimiser la valeur ajoutée générée par la vente des produits agricoles.

La section ACTUALITES de ce site affiche les dernières actualités publiées par les institutions membres du réseau. Les visiteurs ont aussi la possibilité d'être redirigés vers les pages des institutions membres du réseau pour plus d'informations sur les expériences qu'elles partagent.

## <http://www.fao.org>

Le site de la FAO est une véritable librairie virtuelle qui vous présente toute une panoplie de documents sur les filières agricoles et les chaînes de valeur. Le site s'attarde, beaucoup, sur les questions de financement des chaînes de valeur agricoles en Afrique.

Parmi les autres documents qui pourraient retenir votre attention figure des documents écrits dans une perspective pédagogique et qui vous présentent dans les détails les principes de l'analyse filière et chaîne de valeur. Vous pouvez y trouver un module introductif sur l'analyse des filières; il définit la structure et les contours de cette approche.

# BIBLIOGRAPHIE

## Stratégie sectorielle pour la promotion et la valorisation de la gomme arabique au Burkina Faso pour la période 2011/2016.

MEDD, 2010. 65 pages

STRATEGIE SECTORIELLE POUR  
LA GOMME ARABIQUE AU  
BURKINA FASO

2011 - 2016



30



Ce document de stratégie de développement de la filière gomme arabique est le fruit des réflexions, débats et concertations menés par les différents acteurs de la filière au Burkina Faso. C'est une consolidation des propositions des acteurs de la filière et des études préliminaires réalisées sur la question de la gomme arabique au Burkina Faso. Cette stratégie vise à assurer le développement durable d'une filière gomme arabique intégrée et professionnalisée en vue de positionner le Burkina Faso sur le marché mondial et de permettre une meilleure redistribution des revenus au profit des acteurs de la filière.

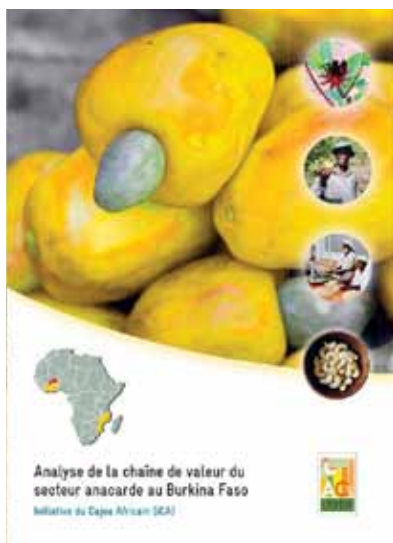
Ainsi, la stratégie envisage de renforcer la filière afin qu'elle puisse contribuer de manière significative à la lutte contre la pauvreté, notamment en soutenant le développement rural et en combattant la dégradation des terres. Elle vise également à sortir la filière de l'ornière et positionner le Burkina Faso sur la liste des pays producteurs et exportateurs de gomme.

## Analyse de la chaîne de valeur du secteur anacarde au Burkina Faso,

ICA, Février 2010. 20 pages

Cette étude a été réalisée dans le cadre

du projet Initiative du Cajou Africain (iCA)



financé par la Fondation Bill & Melinda Gates et mis en œuvre dans cinq pays africains qui produisent et exportent des noix de cajou sans grande valeur ajoutée. Le but de l'étude est donc de disposer d'une meilleure compréhension de la chaîne de valeur de l'anacarde au Burkina Faso.

Selon le document, l'activité de production et de transformation qui a commencé à se développer vers les années 60, fait vivre plus de 45000 personnes. L'une des difficultés majeures des acteurs de la filière reste l'accès au financement. Les transformateurs disposent de moins en moins de fonds de roulement pour le démarrage de leur campagne.

## Renforcer la compétitivité de l'agriculture africaine

Guide des concepts de chaîne de valeur et de leurs applications

C. Martin Webber et Patrick Labaste, 2010

ISBN: 978-0-8213-7952-3

eISBN: 978-0-8213-7964-6 - 210 pages



Ce guide est destiné à diverses audiences. La plus immédiate est celle des planificateurs, décideurs politiques et responsables de la mise en œuvre des décisions, à laquelle il fournit des outils pratiques pour mettre sur pied des programmes de développement de chaînes de valeur et de chaînes logistiques efficaces. Il offre également aux parties prenantes publiques et privées un cadre commun pour la conception de stratégies et la prise de décisions prioritaires relatives à la compétitivité des secteurs et sous-secteurs. Les décideurs politiques, les chefs d'entreprises, les membres de la communauté du développement, les chercheurs et les professionnels peuvent avoir recours à ces méthodes et approches pour promouvoir le développement de chaînes de valeurs traditionnelles et non traditionnelles en Afrique subsaharienne.

## Chaînes de valeur de la filière karité au Burkina Faso

Zacharie Badini, Moïse Kaboré, Jennie van der Mheen - Sluizer et

Sietze Vellema, Rapport d'étude, Août 2009

45 pages



La filière Karité a une importance socio-économique non négligeable au Burkina, elle contribue aux recettes d'exportation. Pendant longtemps, elle a été considérée comme troisième produit d'exportation même si actuellement cela est moins certain, elle procure des revenus aux femmes et participe au renforcement des liens sociaux entre les femmes et leurs orga-



nisations. Ce rapport s'intéresse à certains aspects de cette problématique à savoir : quelles activités peuvent contribuer à l'amélioration des revenus des femmes ? Quelles formes d'organisations permettent aux femmes de mieux tirer profit de l'activité du karité ?

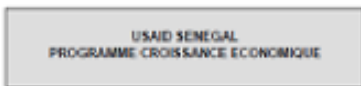
## Les organisations paysannes innovent pour se positionner dans les chaînes de valeur agricoles : Recueil des expériences des producteurs de la région des Grands Lacs d'Afrique Centrale, novembre 2011

Bertus Wennink (KIT) ; Jean Damascène Nyamwasa (IFDC) ; Dik van de Koolwijk (Agriterro),

Ce livre est un recueil d'articles qui décrivent comment des organisations de producteurs agricoles au Burundi, en République Démocratique du Congo et au Rwanda ont pu se positionner dans des chaînes de valeur agricoles au bénéfice de leurs membres. Les organisations concernées considèrent ces cas comme des succès d'innovation. Les articles sont le résultat d'un processus de rédaction qui a donné un rôle clé aux organisations de producteurs en question.

## LA CHAÎNE DE VALEURS BISSAP AU SENEGAL, (Hibiscus sabdariffa L.) : Analyse et Cadre stratégique d'initiatives pour la croissance de la filière.

USAID, PCE, Septembre 2006



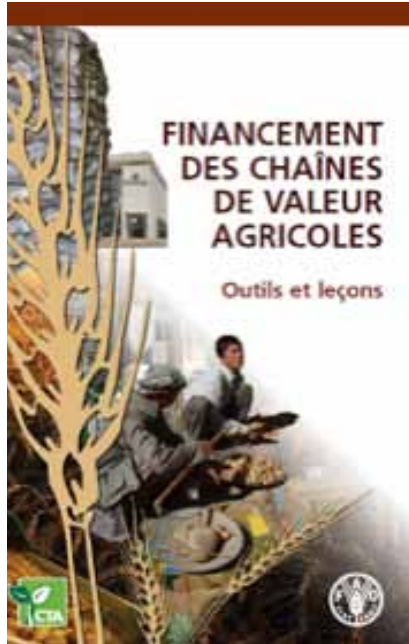
Septembre 2006

Le rapport a été traduit sur la base de l'original de Jacques Torny, Consultant International de J.E. Aulry-Nassouba Inc. par Christine Poulain, Chef de file et Patricia Regier de l'Unité EC2 du programme USAID Croissance Économique en collaboration avec Wanda-Claire, Consultant Local au Senegal.

D'origine soudanaise, le bissap a été introduit au Sénégal au début du 19<sup>ème</sup> siècle et est cultivé de manière traditionnelle par les femmes en vue d'une consommation locale des feuilles et des calices des fleurs pour la sauce, les boissons et les confitures. Aujourd'hui, sur l'ensemble du territoire national mais principalement dans le Bassin arachidier (centre du pays) comprenant les régions de Diourbel, Kaolack, Fatick et Thiès, les populations cultivent le bissap. Avec la crise du secteur agricole, le bissap est devenu pour certaines localités du pays, en particulier la zone centre (bassin arachidier), une alternative à la monoculture de l'arachide.

## FINANCEMENT DES CHAÎNES DE VALEUR AGRICOLES : Outils et leçons.

Calvin Miller et Linda Jones, FAO, 2013



Ce volume passe en revue les expériences et les enseignements concernant le vaste sujet du financement des chaînes de valeur agricoles dans les pays en développement. Les chaînes de valeur agricoles impliquent un ensemble d'acteurs qui participent à une séquence d'activités liées entre elles, créant une valeur ajoutée et visant à porter un produit de son état de matière première au consommateur final. Le financement des chaînes de valeur, tel que le décrit ce volume, se réfère aux flux de financements vers ces acteurs appartenant à une chaîne, à la fois à l'intérieur de la chaîne elle-même et provenant de l'extérieur de la chaîne.

## LE RÔLE DES ORGANISATIONS DE PRODUCTRICES DANS LES CHAÎNES DE VALEUR DES PRODUITS AGRICOLES

ENSEIGNEMENTS PRATIQUES TIRÉS D'EXPÉRIENCES EN AFRIQUE EET EN INDE

Aziz Elbehri et Maria Lee  
FAO 2011

Cette étude examine la façon dont les différentes organisations de productrices appuient les petites paysannes pauvres et les travailleuses afin d'optimiser la commercialisation de leurs produits, d'améliorer leur situation au sein des filières agricoles et d'accroître leur influence sur les politiques d'orientation. Elle présente l'approche et les accomplissements de l'Association des femmes exerçant une activité indépendante (SEWA) et décrit comment celle-ci est parvenue à faciliter l'accès des femmes aux marchés et à promouvoir leur place en tant que chefs d'entreprise. Le rapport donne ensuite une vue d'ensemble des expériences et des accomplissements d'un ensemble représentatif d'organisations féminines des filières agricoles de Afrique de l'Ouest et du Centre.

Le rapport propose, enfin, des enseignements d'ordre général à prendre en considération dans l'élaboration et la mise en place de programmes visant à intégrer les petites productrices dans le développement des chaînes de valeur.

## Chaîne de valeur fonio Sénégal

ANALYSE ET CADRE STRATEGIQUE D'INITIATIVES POUR LA CROISSANCE DE LA FILIERE  
September, 2008



# BIBLIOGRAPHIE

Cette étude sur la chaîne de valeurs du fonio s'inscrit dans l'analyse des chaînes valeurs initiées et réalisées par le Programme Croissance Economique de l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID) qui soutient le gouvernement du Sénégal dans la mise en œuvre de son programme Stratégie de Croissance Accélérée (SCA). Cette dernière accorde, en effet, une importance particulière aux cultures d'exportation à travers les grappes de convergence.

L'objet de ce travail est de réaliser l'analyse de la chaîne de valeurs du fonio au Sénégal afin d'aboutir à des recommandations pertinentes guidant les initiatives et orientations stratégiques pour développer à plus grande échelle la culture du fonio dans les zones favorables. Ce travail vise aussi à favoriser le développement de marchés local et international, dynamiques et compétitifs.

## Financement de la chaîne de valeur agricole de l'Afrique

3è forum des banques agricoles de l'AFRACA  
Rapport de synthèse  
AFRACA FAO  
54 pages - Avril 2008

ATELIER SOUS REGIONAL AFRIQUE FRANCOPHONE (WAGARTI) (CACHAT)



Thème: AMÉLIORATION DU FINANCEMENT DE LA CHAÎNE DE VALEUR À TRAVERS LES INNOVATIONS

Rapporteur: Darsandi Jilóel Son SAFARI, du 05-07 octobre 2011

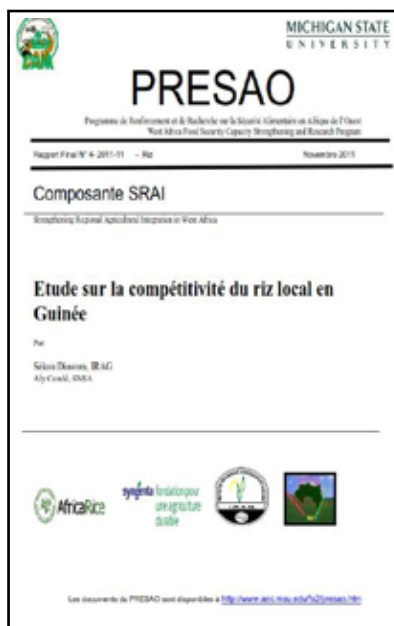


Ce rapport produit à l'issue du 3è forum des banques de l'AFRACA organisé en octobre 2007 à Nairobi, par l'AFRACA et la FAO, analyse le système de financement de la chaîne de valeur agricole de l'Afrique.

L'intermédiation financière basée sur des innovations financières en faveur des pauvres, a constitué le principal thème du 3ème Forum des banques agricoles de l'AFRACA, avec diverses études de cas financières et non financières en faveur des pauvres, partagées et discutées en profondeur aux fins de reproduction éventuelle.

## Etude sur la compétitivité du riz local en Guinée

Par: Sékou Diawara, IRAG  
Aly Condé, SNSA

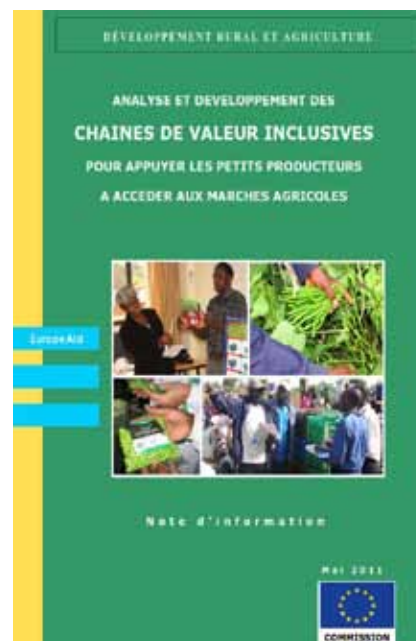


En Guinée, la filière rizicole continue d'être tout naturellement au centre des préoccupations des politiques nationales de développement agricole. L'autosuffisance en riz, qui a été toujours considérée par les décideurs politiques comme un enjeu prioritaire, a conduit les pouvoirs publics à mettre en œuvre plusieurs stratégies de développement de la production rizicole.

La présente étude a pour but d'analyser les facteurs qui influencent la compétitivité du riz local en Guinée afin de contribuer à une meilleure formulation d'une politique de relance de cette production. Cette analyse se fera par une spécification de la situation actuelle de la production du riz et par l'évaluation des incitations de la politique des prix de l'Etat ainsi que de la compétitivité de l'activité de production. Cette spécification s'intéressera surtout à la production, la demande de consommation et la commercialisation en riz local et importé en Guinée.

## ANALYSE ET DEVELOPPEMENT DES Chaînes DE VALEUR INCLUSIVES POUR APPUYER LES PETITS PRODUCTEURS A ACCEDER AUX MARCHES AGRICOLES

Mai 2011  
EuropeAid



Cette note d'information montre comment le concept de chaîne de valeur (CdV) qui a été emprunté au domaine de la gestion des entreprises peut répondre efficacement aux préoccupations de développement pour aider les petits producteurs ruraux des pays en développement (PED) à mieux accéder aux marchés.

L'analyse et le développement de chaînes de valeur (CdV) peuvent amener des améliorations des conditions de vie de la population rurale et contribuer à la sécurité alimentaire. Les éléments-clé sont: la connaissance d'un sous-secteur qui s'établit peu à peu en son sein, la confiance qui se crée entre certains acteurs et la dynamique qui en découle. Les deux défis principaux consistent à impliquer les acteurs pour qu'ils s'approprient de l'outil d'analyse et ensuite de trouver le bon point d'entrée pour l'analyse, celui qui va encadrer l'exercice pour qu'il soit orienté vers une certaine fin - en tout premier lieu, selon l'objectif principal de notre coopération, l'éradication de la pauvreté - tout en restant rigoureux dans le traitement des informations.

## OPINION

### La commercialisation des produits agricoles : un enjeu renouvelé pour l'agriculture familiale

*La globalisation de l'agriculture et des industries agroalimentaires est un défi pour les agricultures familiales. En effet, de nouveaux intermédiaires privés de grande taille (firmes multinationales, centrales d'achat de grands distributeurs) prennent un poids croissant dans la commercialisation ; ils se substituent aux circuits de commercialisation locaux et aux organismes publics ou parapublics. Les agricultures familiales doivent aussi faire face à des marchés agricoles de plus en plus concurrentiels. En effet, la baisse des protections douanières et les gains de productivité en matière de transport à l'échelle mondiale permettent aux distributeurs de mettre en concurrence des producteurs très éloignés.*



Photo : Afriquemondé

Commercialisation des produits agricoles en Afrique

### Les mutations des débouchés de l'agriculture familiale

L'enjeu pour les agricultures familiales n'est pas le même en fonction des produits ou des pays considérés. Ainsi, les agricultures familiales des pays du Nord bénéficient toujours d'un niveau de protection élevé, alors que celles du Sud sont beaucoup plus exposées aux marchés mondiaux. Cela se traduit pour elles par une concurrence de plus en plus vive, même pour les produits destinés à la consommation locale (produits alimentaires transformés ou non). Des caractères comme la qualité, la régularité, prennent un poids croissant dans la détermination de leur compétitivité. Les firmes multinationales sont devenues les principaux acteurs de la commercialisation des cultures d'exportation. En ce qui concerne les produits alimentaires destinés à l'approvisionnement des centres urbains du Sud, les fonctions commerciales se concentrent de plus en plus entre les mains de grands groupes de distribution.

### De nouvelles thématiques pour la recherche

Alors qu'un des enjeux majeurs des décennies passées était d'apprécier l'aptitude des agricultures familiales à se moderniser,

afin d'augmenter leur productivité, on sait aujourd'hui que leur avenir n'est pas seulement conditionné par la capacité à produire, mais aussi par la capacité à vendre.

Jusqu'à la libéralisation des marchés agricoles, peu de recherches portaient sur la commercialisation des produits de l'agriculture familiale. La question était abordée le plus souvent sous l'angle de l'efficacité comparée des systèmes privés de commercialisation et des organismes publics, en soulignant généralement le dynamisme des premiers et le coût élevé de fonctionnement des seconds. Une décennie de libéralisation et la multiplication des recherches, en symbiose avec le développement de l'économie institutionnelle, ont amplement démontré que l'établissement d'un marché concurrentiel n'est en rien un processus "naturel". Au contraire, il est nécessaire de concevoir et de mettre en œuvre des mécanismes correcteurs afin de limiter les effets négatifs de la libéralisation sur les agricultures familiales et de leur permettre d'en tirer le plus grand bénéfice.

### Le renouvellement des politiques publiques et des objets d'intervention

L'amélioration de la commercialisation des produits de l'agriculture familiale peut passer par deux types de stratégies : consoli-

der les parts de marchés de l'agriculture familiale, ou développer de nouvelles niches de marché.

La consolidation des parts de marché repose sur la réduction des coûts de commercialisation (infrastructures et transport), des coûts de transaction (système d'information) et sur l'amélioration des techniques de transformation post-récolte. Le développement de nouvelles niches de marché dépend de la mise en valeur des qualités des produits commercialisés : qualité organoleptique, mais aussi propriétés liées aux conditions de production du produit (agriculture biologique, insertion de la production agricole dans un ensemble plus large de fonctions remplies par l'exploitation...).

Ces stratégies de segmentation du marché s'appuient fortement sur les liens privilégiés qui unissent les agricultures familiales à leurs terroirs. Ces deux stratégies requièrent un renforcement des capacités des agriculteurs et des autres acteurs locaux (commerçants, petites industries de transformation), pour qu'ils puissent mieux maîtriser les risques inhérents à leur insertion dans un marché mondialisé.

**Frédéric Lançon**  
frederic.lancon@cirad.fr

**Jean-François Le Coq**  
jean-francois.le\_coq@cirad.fr  
Cirad, Agricultures familiales



JME 2013

## Le PNUE appelle à réduire l'impact environnemental des choix alimentaires



Le thème de la journée mondiale de l'environnement pour l'année 2013 est: Pensez-Mangez. Préservez. Selon l'organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), 1,3 milliards de tonnes de nourriture sont gaspillées chaque année. Cette quantité équivaut à la production de l'Afrique sub-saharienne dans son ensemble. Dans un même temps, 1 personne sur 7 dans le monde se couche le soir en ayant faim et plus de 20 000 enfants en dessous de 5 ans meurt chaque jour de faim. Approximativement 98% des personnes souffrant de faim dans le monde vivent dans les pays en développement.

34

Etant donné la disparité énorme des styles de vies et les effets dévastateurs sur l'environnement qui en résulte, le thème de cette année-Pensez. Mangez. Préservez-vous encourage à réduire votre empreinte écologique. L'idée est de vous permettre d'être plus conscient de l'impact environ-

nemental de vos choix alimentaires et de vous doter de moyens de prendre des décisions informées.

Alors que la planète a du mal à fournir suffisamment de ressources pour soutenir une population de 7 milliards de personnes (qui atteindra 9 milliards en 2050), la FAO estime qu'un tiers de la production alimentaire mondiale est perdu ou gaspillé. Les déchets alimentaires représentent une perte énorme de ressources naturelles et contribuent aux impacts négatifs sur l'environnement

Si la nourriture est gaspillée, cela signifie que toutes les ressources et éléments utilisés pour la production sont perdus. Par exemple, 1000 litres d'eau sont nécessaires pour produire 1 litre de lait et 16 000 litres d'eau sont nécessaires pour la nourriture d'une vache destinée à la consommation. Les émissions de gaz à effet de serre provenant des vaches et à travers la chaîne d'approvisionnement alimentaire

sont libérés dans l'atmosphère lorsque nous gaspillons de la nourriture.

En fait, la production alimentaire au total de nourriture occupe 25% de la surface habitable et consomme 70% d'eau potable. Elle est responsable en outre à 80% de la déforestation et 30% des émissions de gaz à effet de serre. Il est le plus important facteur de perte de biodiversité et de changement d'utilisation des terres.

Prendre des décisions informées signifie par exemple que vous choisissiez délibérément des aliments qui ont moins d'impact sur l'environnement, tels que les aliments organiques ne nécessitant pas l'utilisation de produits chimiques dans leur processus de production. Choisir d'acheter localement signifie que les aliments ne sont pas transportés à travers le monde ce qui limite donc les émissions.

<http://www.unep.org/french/wed/wedpack/thinkeatsave/#sthash.135YUjPF.dpuf>

## 17 Juin 2013 : Journée mondiale de la lutte contre la désertification et la sécheresse

**Thème : « N'asséchons pas notre futur »**

Le Sahel ainsi que de nombreuses autres régions du monde subissent depuis quelques décennies une sécheresse sans précédent. Cette sécheresse persistante s'est traduite par une désertification et une dégradation des sols qui impactent de façon dramatique sur les conditions d'existence des populations.

En 1994, l'Assemblée générale des Nations Unies a déclaré le 17 juin Journée mondiale de la lutte contre la désertification et la sécheresse pour sensibiliser l'opinion publique à ce problème et mettre en application la Convention des Nations Unies pour la lutte contre la désertification dans les pays éprouvés par de sérieuses sécheresses et/ou par la désertification, particulièrement en Afrique.

L'objectif de la Journée mondiale de la lutte contre la désertification et la sécheresse est de sensibiliser sur les risques de

sécheresse et de pénurie d'eau dans les zones arides et au-delà, attirant l'attention sur l'importance de maintenir la qualité des sols dans le cadre des objectifs définis lors de la conférence Rio +20, ainsi que ceux définis pour l'après 2015 en matière de développement durable.

Le slogan de cette année 2013, « N'asséchons pas notre futur », incite tout le monde à prendre des mesures pour promouvoir la résilience à la raréfaction de l'eau, la désertification et la sécheresse. Le slogan implique que nous sommes tous responsables de la conservation de l'eau et des terres et de leur utilisation durable, et qu'il existe des solutions à ces graves problèmes de ressources naturelles. La dégradation des terres ne doit pas menacer notre avenir.

<http://www.un.org/fr/events/desertificationday>



*« Les sécheresses sont difficiles à éviter, mais leurs effets peuvent être atténués. [...] Le prix de la préparation est minime par rapport au coût des secours en cas de catastrophe. Passons donc de la gestion des crises à la préparation aux sécheresses ainsi qu'au renforcement des capacités d'adaptation. »*

*M. Ban Ki-moon,  
Secrétaire général de l'ONU  
17 juin 2013*

## Pour appuyer le développement de la production nationale, la Gambie va mettre un terme aux importations de riz en 2016

La riziculture est une activité ancienne en Gambie. Le pays qui jouit de conditions pédoclimatiques très favorables dispose de réels atouts pour le développement de la culture du riz. Malheureusement, à cause des importations, la production locale a du mal à décoller.

Selon des données officielles, jusqu'en 2009, en Gambie, le riz arrivait en tête des principaux produits agricoles importés (en brisures, décortiqué ou non décortiqué) devant le sucre raffiné et les huiles végétales (lin, palme, soja).

Le riz est un des aliments de base des Gambiens, mais la production nationale est encore très insuffisante pour satisfaire la demande. Les importations, principalement d'Asie du Sud-est, fournissent l'essentiel de cette demande nationale, d'après des spécialistes du secteur.

Pour promouvoir la culture du riz et limiter les importations qui grèvent lourdement le budget de l'Etat, le président Yaya Jammeh a pris la ferme mesure d'interdire l'importation de ce produit à partir de 2016 et d'appuyer le développement de la riziculture locale.

"En 2016, nous allons interdire l'importation de riz afin de renforcer les industries alimentaires locales et de promouvoir l'autosuffisance alimentaire", a affirmé M.



Jammeh dans une déclaration diffusée par la radiotélévision publique GRTS.

Il s'exprimait lors d'un meeting ayant rassemblé des milliers de personnes à Basse (ville située à environ 260 km à l'Est de Banjul), dans le cadre de rencontres avec des paysans qu'il organise chaque année à l'approche de la saison des pluies pour, officiellement, s'enquérir de leurs difficultés sur le terrain.

Cette annonce du président gambien intervient une dizaine de jours après l'interdiction de l'importation de cuisses de poulet congelées.

<http://www.jeuneafrique.com>

35

## Les énergies renouvelables, une option forte dans la stratégie nationale de production énergétique en Mauritanie.



La Mauritanie vient d'entreprendre la construction d'une centrale éolienne de 31,5 mégawatts. La pose de la première pierre a été effectuée le 9 mai 2013 par le président mauritanien Mohamed Ould

Abdel Aziz en compagnie de son ministre du Pétrole, de l'Energie et des Mines, Taleb Ould Abdi Vall. Cette nouvelle centrale financée conjointement par l'Etat mauritanien et le Fonds arabe pour le développe-

ment économique et social (Fades), sera mise en service en 2014.

Ce projet intervient quelques mois seulement après l'inauguration d'une centrale solaire photovoltaïque d'une capacité de 15 mégawatts à Nouakchott. Cette nouvelle installation fournira environ 10% de la capacité énergétique de la Mauritanie et devrait éviter les émissions de dioxyde de carbone de l'ordre de 22000 tonnes environ chaque année.

Selon les autorités du pays, ces initiatives s'inscrivent dans le cadre de la nouvelle stratégie nationale de production énergétique qui prévoit d'accroître à hauteur de 20% la part des énergies renouvelables dans la production énergétique nationale d'ici à 2020.

<http://www.enerzine.com/1/15645+la-mauritanie-inaugure-sa-premiere-centrale-photovoltaïque-denvergure+.html>



## Initiative 3PL

### Partager les Pratiques, Partager les Leçons pour le changement



36

L'initiative 3PL, conduite par IED Afrique, met la communication, la gestion de connaissances et l'apprentissage mutuel au cœur du processus de changement et d'amélioration de la performance des projets et programmes. Elle accompagne les projets FIDA en Afrique de l'Ouest et du Centre dans la conception et la mise en œuvre de processus de communication et de capitalisation pour une gestion efficace des savoirs. Les résultats attendus de la

mise en œuvre du 3PL sont entre autres :

- la mise en place d'un Programme d'Echange d'Expertises entre Projets (PEEP) avec comme composantes la création d'une plateforme virtuelle de mise en relation des experts et de suivi-évaluation de l'application des recommandations et des changements ;
- la contribution à la diffusion de bonnes pratiques à travers l'édition de numéros spéciaux du magazine

AGRIDAPE et la production de plusieurs autres supports de communication centrés sur la documentation des expériences développées par les projets ;

- le renforcement des capacités des projets et/ou l'accompagnement des initiatives nationales spécifiques en matière de communication et gestion des connaissances grâce à des appuis ciblés et à la demande des projets.

### Documentation des savoirs

La gestion des connaissances occupe une place de choix parmi les axes stratégiques d'IED Afrique. Dans le cadre de l'initiative Partagez les Pratiques, Partagez les Leçons financé par le FIDA, IED Afrique aide les organisations et projets partenaires du FIDA en Afrique de l'Ouest et du Centre à mieux analyser et organiser la gestion des connaissances en leur sein.

L'intervention d'IED Afrique dans ce projet consiste à faciliter tout le processus et à permettre aux projets de disposer d'informations facilement transmissibles aux bonnes personnes, au bon moment, afin que ces dernières disposent de connaissances requises pour prendre les décisions qui s'imposent.

C'est dans ce cadre qu'une fiche de systématisation des expériences, qui pourrait être adaptée à chaque projet, a été élaborée. En complétant cette fiche, chaque projet procède à la documentation des savoirs qu'il a lui-même créé ou qu'il a acquis de l'extérieur, en vue d'atteindre un objectif fixé.

Consulter les fiches réalisées par les projets du Tchad, du Mali ou encore du Bénin sur <http://www.3sl-iedafrique.org/?q=fichesExperiences>. Si vous aussi vous avez des expériences intéressantes que vous souhaitez documenter, vous pouvez nous envoyer un mail à [suivi@3sl-iedafrique.org](mailto:suivi@3sl-iedafrique.org) ou [contact@iedafrique.org](mailto:contact@iedafrique.org)

Lisez le premier N° spécial d'AGRIDAPE produit dans le cadre du Programme 3PL.

Il est consacré à la Gestion axées sur les résultats (GAR). Produit dans le sillage du forum de Banjul organisé du 12 au 15 novembre 2012, il capitalise et tire les leçons des expériences d'application de la GAR dans le cadre des projets FIDA.



Pour lire et ou télécharger ce N°, visiter le site web d'IED Afrique : [www.iedafrique.org](http://www.iedafrique.org)