

## Les OP\* s'organisent pour mieux commercialiser

► Anne Lothoré,  
Patrick Delmas,  
Inter-réseaux.  
anne.lothore@  
inter-reseaux.org;  
patrick.delmas@  
inter-reseaux.org

Depuis 2004, l'Inter-réseaux, avec l'appui du Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA), mobilise des acteurs du Sud pour partager des initiatives de commercialisation mises en place par des OP, en particulier au Bénin, Cameroun, Mali et en Guinée. Nous donnons ici un aperçu<sup>1</sup> de certaines d'entre-elles pour illustrer la diversité des stratégies.

1. Certaines expériences ont déjà été étudiées et restituées lors de rencontres (cf. GDS 30 p. 11, article en ligne sur le site de l'Inter-réseaux : [www.inter-reseaux.org](http://www.inter-reseaux.org)). D'autres sont en cours ou prévues pour 2006. Elles seront partagées lors d'un forum régional prévu pour le deuxième semestre 2006, nous aurons l'occasion d'en reparler.

« **P**RODUIRE, C'EST BIEN. Trouver un débouché, c'est mieux. Et un bon prix, encore mieux ! ». Car s'il n'est pas toujours évident de trouver un débouché à ses produits - collecteur, commerçant, marché ou coopérative. Trouver un bon prix n'est pas non plus une mince affaire. Cependant, au-delà du prix produit, c'est le revenu qui importe à l'agriculteur ou éleveur.

Puisqu'ils influent sur les prix, les moments et lieux de vente sont bien sûr importants à considérer (d'où l'intérêt des systèmes d'information sur les marchés), mais ce sont surtout l'environnement (conditions de stockage, transport, collecte, communication, état des marchés) et la capacité des producteurs à s'organiser pour y faire face qui détermineront au final leurs revenus. Quand le producteur traite seul avec un intermédiaire, collecteur ou commerçant, il y a une asymétrie d'information et de pouvoir de négociation : contrairement au producteur, l'acheteur connaît en général l'état de l'offre, demande et prix, et peut payer au producteur un prix bien inférieur à celui du marché. Il y a aussi les tricheries classiques sur le poids, la qualité, le calcul, le paiement. Aussi, ce sont souvent des actions collectives qui permettent aux producteurs de mieux maîtriser certains coûts et de tirer leur épingle du jeu.

Dans ce contexte, les OP développent différentes stratégies. Celles-ci vont de la simple mise en relation d'acteurs à la mise en circulation d'informations ou l'organisation d'actions plus complexes de regroupement de l'offre, contractualisation entre producteurs et acheteurs ou organisation de marché. Toutes ces actions sont possibles à différentes échelles pour un rééquilibrage des rapports de force, un prix attractif pour le producteur et une plus grande sécurité de son revenu. Nous présentons ci-dessous un certain nombre d'expériences et d'enseignements...

**Achat-stockage pour capter le différentiel de prix entre périodes de récolte et de soudure.** À la récolte les prix sont bas et à la période de soudure les prix augmentent, parfois nettement. Le rêve de tout paysan serait que son

\* Organisations de producteurs.

OP lui achète ses produits à la récolte au prix de la période de soudure. De nombreuses OP ont fait des tentatives dans ce sens. C'est le cas d'une union de groupement de producteurs de maïs du Bénin (cf. encadré).

Mais, l'accès au financement est une limite importante et récurrente de ce type d'opération qui nécessite un fonds de roulement sur une longue période, les achats étant payés cash au producteurs. Il faut souligner que les commerçants réalisent rarement des opérations de stockage et spéculation de ce type, préférant faire tourner rapidement leur fonds de roulement. En outre, les prix à la soudure ne sont pas toujours à la hauteur des espérances des producteurs et des coûts occasionnés (stockage, crédit, etc.).

**Mise en relation entre opérateurs et vente groupée pour gagner de la valeur ajoutée.** L'OP peut aider à la concentration de l'offre, la mise en relation et contractualisation entre producteurs et acheteurs pour assurer un débouché à la production et récupérer une partie de la valeur ajoutée des opérations de collecte. Concrètement, elle peut agir à plusieurs niveaux. Côté producteurs, l'OP peut participer à évaluer les volumes disponibles ; favoriser la communication entre producteurs pour trouver un accord sur les quantités, les prix ; organiser la collecte les pesées et le conditionnement ; assurer une discipline collective des producteurs impliqués pour faire respecter le contrat et ne pas discréditer l'OP. Côté acheteurs, l'OP peut identifier des acheteurs, négocier les conditions de livraison, les modalités de paiement (comptant, crédit, délais, etc.) ; les formes de contractualisation peuvent être plus ou moins formelles et rigides suivant les cas.

Dans ce type d'opération, le fait de ne pas acheter le produit évite d'avoir besoin d'un fonds de roulement important pour réaliser l'opération. Pour l'acheteur, l'intérêt de quantités regroupées et négociées à l'avance est de diminuer son risque sur l'approvisionnement (pas de préfinancement à des collecteurs dont il ne contrôle pas les activités, garantie du produit en quantité et en qualité) et un gain de temps... si l'OP respecte effectivement son engagement : l'acheteur

### COLLECTE ET STOCKAGE DE MAÏS AU BÉNIN

**U**NE OP a, durant plusieurs années, acheté le maïs à ses membres juste après la récolte (quand le prix est le plus bas) à un prix légèrement supérieur au prix du marché (gain supplémentaire de 5 F CFA/kg). L'OP assurait le traitement du maïs, le stockage, et la vente à la soudure quand les prix sont théoriquement plus élevés. L'OP supportait l'ensemble des coûts (achat du maïs et des produits de traitement, conditionnement, location du magasin, gardiennage). L'OP a parfaitement maîtrisé le stockage, couvert les charges et réalisé un petit bénéfice réparti entre les différents niveaux d'OP et les producteurs. Les producteurs ont surtout été gagnants par le prix d'achat un peu supérieur au marché et surtout par une pesée plus juste de leur maïs. Mais l'OP n'a pas pu dépasser 50 tonnes de maïs, faute d'accès à des financements. ■

ne se déplacera pas deux fois si son camion revient à moitié vide.

### Travail sur la qualité pour conquérir ou garder des parts de marché.

Les critères de qualité prennent une importance grandissante auprès des acheteurs (consommateurs et transformateurs), et pas seulement pour l'exportation. Le problème de qualité se pose notamment pour des produits récoltés et stockés dans des conditions hétérogènes. Des OP mènent différentes actions pour y remédier : sensibilisation, formation, appui technique, définition de cahiers des charges (itinéraires techniques, traitements, conditions de récolte-stockage, procédures de tri, etc.), mise en place de contrôles (règles de traçabilité, contractualisation avec des organismes de contrôle).

Des organisations de riziculteurs de la commune de Dangbo, au Bénin, confrontées à des problèmes d'écoulement de leur production (du fait en particulier de riz importé à bas prix et de la qualité insuffisante de leur propre riz) ont mené des actions pour obtenir un riz de meilleure qualité : formation des producteurs sur les techniques de récolte et de séchage, contacts avec la recherche pour améliorer les variétés, comparaison de techniques

de décorticage... La coopérative de Woko en Guinée quant à elle, à la recherche d'une meilleure valorisation du café, propose à ses adhérents une démarche « qualité » contractualisée avec la recherche agronomique qui réalise l'analyse du produit.

#### Contrôle des quantités et pesées pour une valorisation du prix au kilo.

Il existe une multiplicité de pratiques et d'unités de mesure et le prix réel au kilo du produit peut varier en conséquence. Si uniformiser les unités de mesure est illusoire, par contre certains moyens permettent de vérifier les quantités mesurées : la coopérative de Mogtédou au Burkina Faso fait effectuer un contrôle des mesures par des producteurs mandatés dont les prestations sont rémunérées. Un tel contrôle a apporté un gain de 15 % par rapport aux acheteurs traditionnels en 2003. On peut aussi citer l'instauration de la vente de la banane au kilo (et non plus par régime), obtenue par l'union des producteurs de Macenta en Guinée.

#### Mise en place de marché/bourse pour une meilleure confrontation entre offre et demande.

Ce sont par exemple des bourses de céréales organisées par l'ONG Afrique verte, les marchés à bétail autogérés au Bénin (sur les marchés auto-gérés du Bénin, cf. article de GDS 28, septembre 2004, p. 21 : « Les éleveurs béninois de l'Udoper, une grande capacité à nouer des relations avec d'autres acteurs »), les marchés spécialisés de la Fédération des producteurs de banane au Mali. Ces actions améliorent l'information sur les prix et permettent plus de transparence dans les transactions.

Ce n'est là qu'un aperçu d'actions possibles d'OP pour améliorer la vente des produits et la rémunération des producteurs. Il y en a d'autres bien sûr. Mais pour finir nous pouvons signaler différents facteurs évoqués fréquemment par les acteurs pour la réussite de leurs actions de commercialisation, comme : l'engagement volontaire à un projet collectif et la discipline de groupe pour limiter les comportements individualistes ; la construction collective de capacités d'analyse de l'environnement (mécanismes de base de fonctionnement d'un marché, fixation des prix) ; la

participation des membres aux décisions et compréhension du système de commercialisation collective par tout le groupe ; le travail progressif (tests à petite échelle avant de se lancer dans des grosses opérations) ; la diversification des stratégies commerciales ; une gestion rigoureuse et transparente au plan administratif et dans l'application des règlements, avec des systèmes de contrôle permettent de garder une situation saine sur les responsabilités de chacun. Enfin, la connaissance et reconnaissance de l'autre et la construction de relations de confiance dans la durée entre producteurs, OP et acheteurs sont des éléments clés.

Les intermédiaires n'ont pas été exclus du système — ce qui n'aurait été pour eux ni économiquement ni socialement soutenable, et donc remis en cause à plus ou moins brève échéance. Ils ont tout au contraire été intégrés au cours même du nouveau marché, avec une nouvelle fonction : reconvertis en témoins facilitateurs des transactions entre éleveurs et acheteurs, ils étaient désormais chargés de pointer la vente des animaux, d'enregistrer les transactions et de collecter les taxes. ■

#### MISE EN CONTACT DIRECT DES PRODUCTEURS DE NOIX DE CAJOU GROSSISTES POUR RÉCUPÉRER LA PLUS VALUE DES OPÉRATIONS DE COLLECTE

EN 2004, l'union départementale des producteurs de l'Atacora a contacté directement un grossiste au port de Cotonou pour lui livrer leurs noix. Les producteurs ont pris en charge des opérations auparavant réalisées par des collecteurs : collecte primaire, tri, conditionnement et transport. Ce type d'opération demande peu d'investissement puisque la valeur de la récolte n'est pas avancée par l'OP : seul le transport est pré-financé depuis la zone de production (Nord Bénin) jusqu'au port (500 km). Les producteurs ont été payés deux semaines après la livraison. Une fois déduits les coûts des opérations, ils ont obtenu une plus-value de 20 % par rapport à la vente sur place. L'OP a récupéré la différence de prix entre les lieux de production et d'exportation et la valeur ajoutée qui est liée, mais surtout elle a gagné sur le poids (les collecteurs payant un poids inférieur au poids réel). Cependant, les producteurs ont évalué les risques qu'ils ont encourus lors de l'opération de transport (taxes informelles, problèmes mécaniques des camions et avec le transporteur). Un temps alors, ils ont pensé qu'il serait plus judicieux de regrouper un volume de noix suffisamment conséquent au niveau local et trié selon la qualité pour inciter des représentants d'exportateurs de Cotonou à venir chez eux. ■

