Sugu
Trimestriel d'information
Inter-réseaux Développement rural
JADE
N°01
Decembre 2012
Mieux communiquer pour mieux commercialiser les produits agricoles en Afrique de l'Ouest

Lettre de l'éditeur

Vendre, acheter, communiquer. Depuis 2008, les bourses céréalières internationales d'Afrique verte rassemblent vendeurs et acheteurs. Sugu se fait l'écho de cet événement organisé en décembre 2012, au Burkina Faso. C'est un prolongement de la stratégie de cette ONG, convaincue que les Sahéliens peuvent nourrir le Sahel.

Au Togo, bien produire ne signifie pas bien vendre et encore moins bien gagner. Les exploitants agricoles, intéressés par la mise en marché doivent surmonter deux obstacles : la concurrence des commerçants et les procédures de l'agence nationale de sécurité alimentaire.

Un barrage ensablé : c'est le cauchemar des coopérateurs de Mogtédo. Leur système de commercialisation autogéré, cité en exemple, ne fonctionne plus, faute de production suffisante. Mais les femmes, à l'image de Rasmata, la commerçante dégourdie, s'en sortent bien.

La vente groupée passe par le regroupement des produits. C'est la vocation des unités d'affaires mises en place par la FNZ, une fédération d'OP, dans le centre ouest du Burkina.

Sugu est une initiative de l'Inter Réseaux Développement et de Jade Burkina, soutenue par le CFSI, la Fondation de France, SOS faim et l'AFD dans le cadre du projet « Renforcer les réseaux et l'animation pour améliorer la commercialisation des produits agricoles ». De périodicité trimestrielle, le bulletin valorisera les bonnes pratiques en matière de communicaiton pour la commercialisatoin des produits agricoles. ■

SOMMMAIRE

- **Lettre de l'éditeur** 1
- **Dossier :** 1-5
  Bourse céréalière Internationale : Le Burkina Faso vend et...
  La bourse, espace de communication totale
  Togo : commercialisation des produits agricoles sous contôle
  Interview de M. Khalil KOUYATE, Coordonnateur de l'Association Guinéenne pour la sécurité ...
- **Reportage :** 6
  Mogtédo : l'ensablement du barrage désorganise la filière oignon
- **Portrait** 7
  Rasmata Rouamba, reine de l'oignon
- **Expérience** 8
  Fédération Nian Zwè Des unités d'affaires pour rapprocher le producteur du magasin de stockage

BOURSE CEREALIERE INTERNATIONALE

Le Burkina Faso vend et achète des céréales au Burkina Faso

Achats directs et transfrontaliers

Avec près de 20 000 tonnes de produits agricoles négociés en deux jours, la bourse céréalière internationale, créée en 2008, continue de faire la preuve de son utilité. Organisée par Afrique Verte International, la quatrième édition s'est tenue les 13 et 14 décembre 2012, à Ouagadougou, au Burkina Faso. Une centaine d'opérateurs céréaliers du pays hôte, du Bénin, de la Côte d'Ivoire, de la Guinée, du Mali, du Niger et du Togo y ont pris part.

« Vendeur ou acheteur ?... Vendeur… Qu'est-ce que vous vendez ?... Riz étuvé… Non je cherche plutôt du soja… Du soja vous dites, venez par ici… Vous en avez ?... Oui… Quelle quantité ?... Autant que vous voulez… Vous êtes d'où ?... Bénin… Quelle partie du Bénin ?... Bohicon… Vous pouvez me livrer ça à Pouytenga ?... Ça dépendra du prix…».

La cour du Conseil burkinabé des Chargeurs (CBC), à Ouagadougou, s'est transformée, pour deux jours, en un marché international de produits agricoles, où se côtoient vendeurs et acheteurs. Abdoulaye Ouédraogo est producteur céréalier. Il vient de Banfora, dans l'ouest du Burkina. Il expose des échantillons de ses produits : maïs jaune, sorgho blanc, sésame, anacarde, noix de karité. « Quelqu'un est venu me commander du maïs. Il a demandé 100 sacs de maïs jaune à 12 500F le sac. Ce prix m'arrange, parce que sur le marché, le kilo est à 125F. C'est lui qui prend en charge le transport. Je suis content », dit-il.

SUITE À LA PAGE 2

Avec le soutien de :
CFSI
FONDATION DE FRANCE
SOS FAIM
afd AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

BOURSE CEREALIERE INTERNATIONALE

Abdou Sindaogo, lui, est venu de Pouytenga dans le centre-est du Burkina. «Le commerce de céréales, c'est mon travail. Je ne fais que ça », assure-t-il.
Ce commerçant est venu flairer les bonnes opportunités. « Je suis à la fois vendeur et acheteur. Je suis venu pour vendre le soja, l'arachide, le haricot et le sésame, dit-il. J'ai trouvé quelqu'un qui peut me vendre le soja à un prix moindre que ce que je propose. Il va évaluer la quantité qu'il a dans son magasin et demain on s'entendra sur le prix. Je discute aussi avec la dame de Côte d'Ivoire qui vend du maïs. Mais elle a du maïs jaune alors qu'au Burkina on préfère le maïs blanc », ajoute-il.

La dame de Côte d'Ivoire, c'est Mme Antoinette Koassi. Elle représente la Coopérative des Femmes pour la Production, la Transformation et la Commercialisation des vivriers de Maravi (COVIMA) à Bouaflé. Elle est venue proposer 20 000 sacs de maïs jaune. «J'ai échangé avec quatre personnes, mais pour l'instant je n'ai rien vendu. Le problème, c'est le prix. Ils trouvent que chez nous c'est plus cher. Présentement, en Côte d'Ivoire, le sac de maïs est à 11 000 F. Mais les acheteurs proposent d'acheter à 8 000 ou 8 500 F. Ça ne m'arrange pas. L'écart est très grand, mais j'ai espoir. Je pense que d'ici demain je pourrai avoir un acheteur », dit Mme Koassi. Elle dit ne pas regretter d'avoir fait le déplacement, même si elle ne parvient pas à vendre le moindre sac. « Je reviendrai à la prochaine occasion. Car cette rencontre me permet d'échanger avec d'autres acteurs que je ne connaissais pas. J'ai pris beaucoup de contacts et cela me permettra d'avoir des acheteurs à l'avenir », déclare la secrétaire générale de la COVIMA.

Une solution aux crises alimentaires

La quatrième bourse céréalière internationale constitue un espace d'affaires sans équivalent entre opérateurs céréaliers de la sous-région ouest-africaine. «Avec la régionalisation du marché des céréales et la fréquence des crises alimentaires, la sécurité alimentaire ne peut plus être pensée à l'intérieur des frontières nationales. Les échanges transfrontaliers deviennent donc incontournables pour l'atténuation des crises alimentaires », analyse Mme Christine Kaboré, présidente d'Afrique Verte International.

200 000 sacs vendus

En deux jours de négociation, 51 contrats d'achat/vente ont été signés, soit plus de 20 000 tonnes de produits agricoles. Le maïs blanc est de loin le produit le plus demandé avec 82 tonnes, suivi du sorgho blanc (56 tonnes), du mil (28 tonnes) et du niébé (22,5 tonnes).

Pour autant, ces promesses aboutiront-elles à de vrais achats ? Le débat sur la valeur des contrats signés fait rage. « On a toujours discuté de la valeur de ces contrats. Nous les considérons comme des outils souples destinés à faciliter les relations entre les acteurs. Ce contrat est d'abord moral. Nous procédons ainsi depuis une vingtaine d'années et ça marche », explique Issaka Hébié, chargé des programmes à APROSSA Afrique Verte Burkina. Il existe aussi un dispositif de suivi de la mise en œuvre des différents contrats d'achat signés au cours de la bourse céréalière.

Tracasseries administratives et torts partagés

Cette batterie de mesures ne rassure nullement El hadj Abdou Assane, du Niger, habitué des bourses céréalières : « La traversée des produits à la frontière n'est pas fluide. Les accords de l'UEMOA permettent en principe à chaque pays de s'approvisionner dans un autre pays. Sur les papiers, dans le discours c'est bien, mais pas dans la pratique. Chaque fois qu'on essaie de faire sortir les céréales, on rencontre toujours les mêmes problèmes : des tracasseries routières de tout genre. Parfois on vous interdit formellement de sortir les produits. Cela n'est pas normal », regrette-il. Et la présidente d'Afrique Verte International de le rassurer : « Nous sommes encore là et nous ferons la même chose que les années précédentes. Nous taperons là où il faut taper et peut-être encore plus pour que des solutions soient trouvées et que les tonnages qui ont été commandés par celui-ci ou celui-là puissent arriver à bon port », dit Mme Kaboré.

Mamadou Goïta, président d'Afrique Verte Mali, élu récemment par ses pairs président d'Afrique Verte International, suggère que chaque transaction soit accompagnée d'un courrier signé par les différents présidents du réseau Afrique Verte pour faciliter le passage des produits aux frontières. « C'est extrêmement important, parce que les textes de notre sous-région régissent ces mouvements de céréales. Je suggère aussi aux uns et autres de se munir des documents juridiques qui indiquent que les produits transportés ne doivent pas payer de taxes. En cas de dérangement, il suffit de montrer ces documents. Ainsi, les associations seront plus à l'aise pour gérer les suites », conseille-t-il. Il exhorte aussi les opérateurs à adopter une conduite irréprochable. «Essayez d'être à jour. Vos véhicules doivent être en règle, transportez les produits mentionnés sur vos papiers. Ne mettez pas des choses qui n'y figurent pas, parce que ça complique la tâche de tout le monde ». Aux commerçants donc de mettre fin aux pratiques qu'ils dénoncent pour donner toute sa force au plaidoyer des ONG qui défendent leurs intérêts.▪

La bourse, espace de communication totale

L'organisation de la bourse céréalière internationale nécessite de mobiliser vendeurs, acheteurs de céréales et partenaires techniques et financiers dans les pays de la sous région. Pour bien communiquer sur l'événement, Afrique verte international mise sur ses membres et partenaires au Bénin (Fédération des Unions des Producteurs du Bénin), au Burkina Faso (APROSSA-Afrique verte), en Côte d'Ivoire (Inadesformation), en Guinée (AGUISSA-Afrique verte), au Mali (AMASSA), au Niger (AcSSA-Afrique verte), au Sénégal (Enda) et au Togo (Centrale des producteurs de céréales).

Le réseau diffuse les termes de référence de la Bourse, les conditions de participation, les fiches d'inscription aux offres et demandes, etc. Lettres, courriels, téléphone : la campagne utilise divers outils. Les membres et partenaires relaient l'information auprès des organisations ciblées et répondent à leurs questions.

Dans le pays où se tient la Bourse, des communiqués, des spots radiophoniques ou télévisuels, des affiches permettent d'informer le grand public de la tenue de l'événement. Les médias nationaux (radio, télévision et presse écrite) assurent la couverture journalistique de l'évènement. Les organisateurs de la bourse communiquent aussi sur les offres et les demandes de céréales et sur les résultats des négociations.

Outre le rapport produit et diffusé auprès des membres du groupe Afrique verte international, des correspondants dans les pays et des partenaires collectent l'information post bourse.

De l'information préalable, au contact direct puis au suivi et au partage de connaissances, acheter et vendre, c'est communiquer avant tout.

« La communication est forte en amont pour préparer et organiser la bourse, mais elle reste faible en aval », déplore cependant M. Bassirou Nouhou, secrétaire exécutif de AcSSA-Afrique verte Niger.

M. Philippe Ki, coordonnateur de l'Association pour la Promotion de la sécurité et de la Souveraineté alimentaires (APROSSA-Afrique verte Burkina), relève « l'impossibilité de disposer des statistiques fiables, car les acteurs qui devraient faire remonter ces informations vers les équipes pays d'Afrique verte ne communiquent pas souvent ». Il regrette aussi la discrétion qui entoure parfois les transactions, notamment les transferts d'argent. Ce qui ne permet pas de savoir si la transaction a été réalisée ou pas. S'y ajoute le non respect des délais de validité des contrats qui peut compromettre les acquis de la Bourse.▪

Sugu
Trimestriel d'information
Inter-réseaux Développement rural
JADE
Mieux communiquer pour mieux commercialiser les produits agricoles en Afrique de l'Ouest

Ce bulletin est réalisé dans le cadre d'un projet « Renforcer les réseaux et l'animation pour améliorer la commercialisation des produits agricoles » mené conjointement par Jade Burkina et Inter-réseaux.
Il bénéficie du soutien financier de CFSI, de la Fondation de France; de SOS faim et de l'AFD.

Equipe de rédaction : Adama Zongo, Inoussa Maïga, Gaoussou Nabaloum
Secrétariat de rédaction : Souleymane Ouattara
Maquette : Jade Productions

Retrouvez l'ensemble des bulletins Sugu à : http://www.inter-reseaux.org
Pour inscrire un ami ou un collègue, envoyez un mail à : inter-reseaux@inter-reseaux.org

Inter-réseaux, décembre 2012.

TOGO

Commercialisation des produits agricoles sous contrôle

Même organisés, les exploitants agricoles, membres de la Centrale d'achat des producteurs de céréales du Togo (CPC), ne parviennent pas à éviter le bradage de leurs produits agricoles. Outre la concurrence des commerçants, ils doivent compter avec l'interdiction d'exporter de l'agence nationale de sécurité alimentaire du Togo. Structure publique chargée de constituer et réguler le stock national de sécurité alimentaire du pays, elle peut écouler une partie de ses réserves à l'extérieur. La CPC ne bénéficie pas d'un tel privilège. Interdite souvent de vendre ses excédents de production à l'extérieur, elle les écoule à bas prix, faute de débouché rémunérateur.

« La vente groupée c'est bien, mais avoir de bons débouchés et un environnement institutionnel favorable pour bien vendre, c'est mieux ». M. Yakouba Nagnango, gérant de la Centrale des Producteurs de Céréales du Togo (CPC), a le sens de la formule.

L'histoire de son organisation, la CPC, reflète à quel point les lourdeurs administratives peuvent annihiler les efforts des associations paysannes en matière de commercialisation. A sa création en 2008, la CPC se fixe plusieurs objectifs : mettre fin au bradage des récoltes, assurer l'approvisionnement régulier en intrants (engrais, semences, équipements agricoles, etc.) de ses membres, les former, négocier l'appui des structures de développement. La Centrale parvient à relever tous ces défis, espérant avoir ainsi réuni toutes les conditions pour une bonne mise en marché de ses excédents de production. Mais c'était sans compter avec la réalité du terrain.

Sur le marché, la Centrale doit faire face aux commerçants et à l'Agence Nationale de Sécurité Alimentaire du Togo (ANSAT). Les premiers utilisent des instruments de mesure qui pénalisent le producteur, car les achats ne se font pas au poids mais par mesure. Quant à l'Ansat, elle impose ses prix d'achat au producteur. La Centrale livre 30% de ses surplus à l'agence nationale, chargée de la constitution du stock de sécurité alimentaire, de l'ordre de 15 000 tonnes. La CPC vend 40% de ses excédents sur le marché national et destine 30% au marché extérieur. Si par moments de grands commerçants, généralement des femmes,

M Yakouba Nagnango

peuvent enlever localement jusqu'à 50 tonnes de céréales, l'accès au marché extérieur relève de la quadrature du cercle. L'agence nationale refuse à la Centrale le droit de vendre à l'étranger sous prétexte qu'elle pourrait créer une pénurie et provoquer une flambée des prix des céréales. L'Agence ne s'applique pourtant pas de telles règles. Car après constitution du stock de sécurité, elle collecte des céréales pour les revendre aux organismes internationaux, tels que le PAM, pour approvisionner des pays voisins en crise.

Au Togo, quiconque veut faire franchir la frontière à des céréales doit solliciter un certificat d'exportation auprès de l'agence nationale.

A qui le système profite-t-il ?

«Ce n'est pas le producteur qui passe les frontières, c'est le spéculateur qui achète et s'arrange pour sortir sans certificat d'exportation. Or les producteurs veulent être professionnels. Ils s'adressent à l'autorité et suivent les voies légales pour la commercialisation de leurs excédents », clame M. Nagnango.

Faute de solution, la Centrale prévoit de sensibiliser les autorités. Elle plaide pour un assouplissement des conditions de commercialisation des céréales afin d'encourager la production. La Centrale tient aussi à exprimer sa reconnaissance aux services d'encadrement qui ont permis aux paysans de produire plus et mieux. La Centrale se bat pour la signature de contrats pour fidéliser et encourager les producteurs.

M. Nagnango n'en démord pas : l'Etat qui déclare l'excédent de production, devrait autoriser les producteurs à pouvoir vendre le tiers de leur production à l'extérieur sans affamer les citoyens togolais.▪

M. Khalil KOUYATE, Coordonnateur de l'Association Guinéenne pour la sécurité et la souveraineté alimentaires (AGUISSA) de la république de Guinée

«L'inapplication rigoureuse des traités, entrave à la commercialisation des produits agricoles en Afrique de l'ouest»

L'espace sous-régional ouest africain a mal à son système de commercialisation des produits agricoles. Les entraves à la libre circulation des personnes et des biens plombent les échanges, pourtant promus par l'UEMOA et la CEDEAO. C'est le constat sans détour de M. Khalil Kouyaté, coordonnateur de l'Association guinéenne pour la Sécurité et la Souveraineté alimentaires (AGUISSA) de la République de Guinée.

Sugu (S) : Quel regard portez-vous sur le système de commercialisation des produits agricoles dans la sous région ouest africaine ?

Khalil Kouyaté (KK) : Le système est caractérisé par des circuits traditionnels qui remontent à la période coloniale et même avant. Ces circuits exploitent souvent les complémentarités climatiques et naturelles des différentes régions. De nouveaux circuits de commercialisation sont nés avec les indépendances et les différentes politiques nationales agricoles appliquées par les pays. En fait, il y a toujours eu des échanges entre les opérateurs commerciaux de produits agricoles en Afrique. Mais les décisions politiques limitent la performance de ces circuits à l'échelle sous régionale.

S : A quels autres obstacles la commercialisation des produits agricoles est-elle confrontée ?

KK : Au delà des déficits liés aux aléas climatiques dans certaines régions, les grandes contraintes de commercialisation des produits agricoles en Afrique restent encore les restrictions des autorités (les barrages, les politiques de blocage de transfert des produits, les décisions politiques…). Il s'agit en réalité de problèmes de gouvernance. Sinon, même les déficits qui surviennent dans les pays du Sahel peuvent être comblés par le transfert des excédents des pays côtiers. Mais il est clair qu'avec des politiques de sécurité alimentaire souvent mal définies et des restrictions au transfert des produits, relever le pari pour la sécurité alimentaire dans la région n'est pas pour demain.

S : Cependant, des traités de l'UEMOA et de la CEDEAO font la promotion de la libre circulation des céréales.

> «Il faut lever les restrictions pour garantir la sécurité alimentaire»

KK : Depuis des années, il existe des textes qui garantissent la libre circulation des biens et des personnes dans les espaces CEDEAO et UEMOA. Mais l'application de ces textes n'est pas effective. En 2010, j'ai dirigé une équipe d'experts pour réfléchir à la mise en place d'une bourse régionale des produits vivriers à l'échelle UEMOA. Sans

M Khalil KOUYATE

succès. La raison ? Les contraintes à la circulation des produits à l'intérieur de l'UEMOA.

S : Que suggérez-vous pour lever ces contraintes ?

KK : Des associations comme Afrique Verte, des bailleurs de fonds, USAID à travers le programme ATP (Agribusiness and Trade Promotion) font du bon travail. J'apprécie la structuration des opérateurs, la mise en contact des opérateurs des différents pays de la sous-région pour qu'ils apprennent à travailler ensemble, à résoudre certaines contraintes ensemble. Mais je pense qu'il faudrait un plaidoyer à l'échelle sous-régionale pour que les autorités comprennent que la meilleure façon de garantir la sécurité alimentaire c'est de laisser les opérateurs travailler sans restriction.▪

MOGTEDO

L'ensablement du barrage désorganise la filière oignon

La coopérative de Mogtédo, citée en exemple pour la performance de son système autogéré de commercialisation de l'oignon, peine aujourd'hui à mettre ce produit sur le marché, faute de récoltes suffisantes. En cause: l'ensablement du barrage de Mogtédo.

L'ensablement du barrage provoque le rétrécissement de son lit et son tarissement précoce. Au lieu de deux récoltes l'an, une seule production, axée exclusivement sur le riz pluvial, est possible. L'oignon ne se cultive plus sur le périmètre mais uniquement dans les bas-fonds, sur des terres privées. De fait, la culture de l'oignon échappe à la coopérative, entraînant avec elle une désorganisation du marché de ce produit. Le dispositif de commercialisation qui était mis en place et qui régulait si bien le marché s'est désintégré. On ne parle plus de police de l'oignon, ni de commis, ni de manutentionnaires. Les producteurs sont laissés à eux-mêmes. Les ventes sont devenues individuelles. Elles se font bord champ. Les clients imposent leurs prix et les prix varient d'un producteur à un autre. Les magasins de stockage sont délabrés et à l'abandon. Et pour ne rien arranger, l'orpaillage ou recherche artisanale de l'or, très répandu dans la région, attire les paysans, engendrant une baisse significative de la production. « L'année passée, beaucoup de producteurs ont souffert de la fluctuation des prix de l'oignon. Certains ont enregistré des pertes. Et avec la floraison des sites d'or à Mogtédo, ils ont préféré se reconvertir dans l'orpaillage, espérant des lendemains meilleurs », explique Rasmata Rouamba, une vendeuse d'oignon. Salam est un de ces paysans orpailleur. « La production de l'oignon est une bonne activité. Par contre, si le marché n'est pas bon, tu peux facilement perdre ta récolte et faire faillite. Avec l'orpaillage cependant, en un rien de temps tu peux avoir l'équivalent d'une saison de production. C'est pourquoi, je préfère faire ce métier plutôt que continuer à cultiver l'oignon avec tous les risques de mévente et de perte ».

Mogtédo vit au rythme de l'oignon

Introduit dans la plaine en 1997, l'oignon de Mogtédo a acquis sa renommée grâce à la coopérative rizicole et maraîchère créée en 1968. Environ 380 coopérateurs s'adonnaient à cette culture sur le périmètre aménagé avec la construction, du barrage hydro agricole, en 1963. Les auteurs du guide d'accompagnement de la vidéo « Bel oignon ne craint pas la crise» réalisé en 2009, indiquent que la commercialisation de l'oignon était organisée par la coopérative sur deux marchés: un marché local libre où les commerçants étrangers n'étaient pas autorisés à faire leurs courses et un marché dit « régulé » destiné à l'export où les femmes commerçantes étrangères et burkinabè achetaient l'oignon. Ce dispositif permettait aux producteurs de vendre leurs produits à des prix fort intéressants. Le prix de l'oignon était négocié avec les commerçantes en tenant compte des coûts de production et des prix pratiqués sur les autres marchés. Les clients venaient de la Côte

Suite à la page 8

Oignon d'ailleurs

Deuxième producteur d'Afrique de l'Ouest après le Nigéria, le Niger produit 500 000 tonnes d'oignon par an. Troisième produit d'exportation après l'uranium et le bétail, l'oignon rapporterait annuellement 45 milliards de F CFA au Niger. (Selon Spore N°159, Juin-Juillet 2012). Mais ce pays n'est pas la seule source d'approvisionnement de la sous-région ouest-africaine. La Hollande se positionne de plus en plus comme une alternative au manque d'oignon sur les marchés. De 100 000 tonnes en 2002, les exportations d'oignon «made in Pays-Bas» vers l'Afrique de l'Ouest ont triplé : 300 000 tonnes en 2011, selon Eurostat, l'office qui fournit les statistiques à l'Union Européenne. ■

Rasmata Rouamba, reine de l'oignon

Commerçante à Mogtédo, une ville située à 80 km de Ouagadougou, Rasmata Rouamba vit de la vente d'oignon. Acheter, stocker, vendre, faire l'intermédiaire : c'est le quotidien de cette femme qui s'en sort plutôt bien, vu les difficultés de la filière oignon.

Rasmata ROUAMBA

« Madame, à combien vendez-vous votre oignon ? J'espère que ce n'est pas cher », lance un voyageur de passage. Aussitôt, une femme, puis deux, puis trois le cernent. Bienvenue au marché de Mogtédo, une bourgade du centre du Burkina, sur l'axe Ouagadougou-Niamey, réputée pour la qualité de son oignon. Difficile de passer par là sans repartir avec quelques kilos d'oignon. A moins d'être indifférent aux arguments commerciaux et à la pression psychologique qu'exercent les vendeuses sur la clientèle. Rasmata Rouamba est l'une des plus dégourdies du groupe. La quarantaine sonnée, elle ne rechigne pas à aller au charbon. « Ce travail nécessite beaucoup d'énergie. Il faut courir après les cars de transport, soulever des sacs, gesticuler, parler. Ce n'est pas toujours facile, mais c'est ainsi que nous gagnons notre vie ici. Et je ne compte pas changer de métier », dit-elle.

De l'oignon, pour satisfaire les besoins de la clientèle

Généralement, le mois de décembre marque le début de la campagne d'oignon précoce dans les périmètres maraichers. La commercialisation se fait au rythme des récoltes dans les parcelles. L'oignon de Mogtédo, l'authentique, se fait rare pour l'instant sur les étals des commerçantes. Pourtant, les fêtes de fin d'année constituent une aubaine pour Rasmata et ses collègues. Elles s'organisent donc en conséquence. « Quand l'oignon vient à manquer, je sillonne les périmètres dans les autres zones de production du pays tels que le Sourou, Kongoussi, Barsalogho, Boulsa pour m'approvisionner. Si là aussi, je n'en trouve pas, je vais au Niger qui nous fournit également en oignon », explique Rasmata. « Pour faire face au besoin des consommateurs, nous achetons également de l'oignon en provenance de la Hollande. On en trouve chez des grossistes à Ouagadougou et on les revend sur place ici », confie Rasmata Rouamba.

S'adapter pour rester dans la course

La rareté de l'oignon sur le marché de Mogtédo s'explique par la faiblesse des revenus des femmes. Elles ne disposent pas toujours de fonds de roulement pour mener leurs activités. L'achat de l'oignon précoce pour le revendre sur les marchés nécessite la mobilisation de fonds importants. Et de l'avis de Rasmata Rouamba, ces fonds importants, ce sont les Togolais et les Bissas, une ethnie du Burkina, qui les détiennent. « Les Togolais et les Bissas ont déjà pris d'assaut les jardins. Ces gens peuvent empocher 5 à 10 millions pour faire le tour et collecter l'oignon. Ils achètent tout, même les tout petit oignons et les revendent dans la sous-région. Nous, petites commerçantes, nous n'avons pas d'argent cash à proposer aux producteurs. Nous attendons qu'ils fassent leurs opérations avec les Togolais et les Bissas et s'il en reste, on s'approvisionne ».

Toutes ces difficultés ne découragent pas la reine de l'oignon. Elle s'adapte, développe des initiatives et se diversifie. A défaut de faire jeu égal avec les Togolais, Rasmata joue l'intermédiaire entre les producteurs et les acheteurs étrangers et elle s'en tire à bon compte. « J'ai tissé des liens de collaboration avec les Togolais. Quand l'oignon n'est plus disponible dans les périmètres à Mogtédo, je prends attache avec des fournisseurs dans d'autres périmètres du Burkina et j'assure la mise en relation avec les Togolais. Si l'oignon est disponible chez mes fournisseurs, je m'entends avec eux sur le prix. S'ils vendent le sac à 75 000 FCFA, j'ajoute 2 500 F sur chaque sac et c'est ce prix que je communique aux Togolais. S'ils sont d'accord, on finalise la transaction ». Au-delà, Rasmata va à la conquête d'autres marchés. Elle écoule sa marchandise à Diapaga, Tapoa, Boulsa, des villes moyennes du Burkina. Bon an, mal an, elle s'en sort bien. « La commercialisation de l'oignon est une activité rentable. Si le marché se porte bien, à la fin de saison, je gagne au moins 500 000 F CFA de bénéfice», avoue-t-elle fièrement. ▪

Grain de sel n°58 Avril - juin 2012/ **Valorisation des produits locaux: face aux défis, une diversité de solutions**

Disponible à Inter-réseaux Développement Rural Ouaga

FÉDÉRATION NIAN ZWÈ

Des unités d'affaires pour rapprocher le producteur du magasin de stockage

Produire, conserver, commercialiser : chaque maillon a son importance.

Pour faciliter la mise en marché de la production agricole de ses membres, la Fédération Nian Zwè (FNZ, ex FEPPASI), une organisation paysanne du centre-ouest du Burkina, a mis en place des unités d'affaires. Ces regroupements de deux à trois villages, dans un rayon de 5 à 10 km, servent de cadres d'échanges de proximité entre producteurs pour la recherche de marchés. Le village central est considéré comme le siège.

« Avant pour la vente groupée, le producteur transportait ses produits au chef-lieu de la commune. Certains groupements sont à 50 km, à 30 km, ou à 3 km du lieu du magasin. Mais tous avaient le même prix. Quand on tient compte du transport, certains sont pénalisés par rapport à d'autres », explique Joseph Dagano, président de la FNZ.

Au fil des ans, les paysans, découragés, ne respectent plus leurs engagements vis-à-vis de leur organisation. Beaucoup vendent individuellement. La FNZ engage alors une réflexion qui met en exergue des difficultés liées à l'éloignement de certains de ses membres du lieu de regroupement des produits pour la vente groupée. «Tirant leçon de nos échecs, des difficultés rencontrées, on a pensé à restructurer notre organisation», explique Joseph Dagano. Les unités d'affaires voient ainsi le jour, réduisant considérablement la distance du lieu de production aux magasins de stockage.

Chaque unité d'affaires est autonome et peut ainsi collecter facilement les produits de ses membres puis organiser la vente groupée au niveau local. « Tous ceux qui veulent vendre vont là-bas », dit le président de la FNZ.

Cette organisation semble porter fruit. « Avec les bénéfices réalisés grâce à la vente groupée, chaque unité d'affaires recrute un gestionnaire pour son fonctionnement. Donc, ils n'ont pas besoin d'aller prêter ou bien demander l'argent à un partenaire, un bailleur de fonds, mais eux-mêmes ils peuvent assurer le fonctionnement, payer leur gestionnaire à leur disposition », se réjouit M. Dagano.▪

▶ **Suite de l'article «l'ensablement du barrage désorganise la filière oignon».**

d'Ivoire, du Ghana, du Togo et d'autres villes du Burkina pour s'approvisionner. En ce mois de décembre 2012, l'oignon importé de la Hollande via Abidjan inonde le marché de Mogtédo. A présent, le rôle de la coopérative se limite à la fourniture d'eau aux producteurs et au prélèvement de la taxe d'occupation du lieu de vente, soit 200 FCFA (environ 30 centimes d'euros).

La situation pourrait bientôt changer. Les producteurs d'oignon veulent s'organiser pour mieux commercialiser leur produit. Ils projettent de mettre en place, avec l'aide d'un projet, des comptoirs d'achat où se feront les transactions commerciales. La coopérative rizicole et maraîchère de Mogtédo envisage de fixer des prix rémunérateurs au producteur. De quoi lui redonner son lustre d'antan.▪

◀ **Accès au marché et commercialisation de produits agricoles**
Valorisation d'initiatives de producteurs

Disponible à Inter-réseaux Développement Rural Ouaga