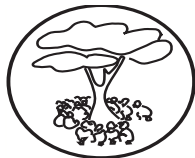


CONFEDERATION NATIONALE DES ORGANISATIONS PAYSANNES DE GUINEE



MAROPA

Maison Régionale des
Organisations Professionnelles
Agricoles

BP 302 KANKAN GUINEE

E-Mail : mropakankan@yahoo.fr

Tél.: 71 07 20 Radio : 7470 LSB

DYNAFIV

La commercialisation de l'igname en Guinée

**Capitalisation de l'expérience de contractualisation entre
l'Union des Producteurs d'Igname de Kankan (UPIK) et
l'Association des Vendeurs d'Igname de Conakry (AVIC)**

Youssef TRAORE, Projet DYNAFIV

M. Sadji Lamine KABA, Représentation régionale CNOP-G/HG

CNOP-G

mai 2007

Liste des sigles et abréviations

ACA :	Agence pour la commercialisation des produits agricoles
AVIC :	Association des vendeurs d'igname de Conakry
CAOPA :	Centre d'appui aux OPA
CPC :	Chambre préfectorale du commerce
CRG :	Crédit rural de Guinée
CNOP-G :	Confédération nationale des organisations paysannes de Guinée
CRA :	Chambre régionale de l'agriculture
CTA :	Centre technique de coopération agricole et rurale
DYNAFIV :	Projet de Dynamisation des filières vivrières
ENAE :	École Nationale de l'agriculture et de l'élevage
FAO :	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FNPC :	Fédération nationale des producteurs de café
FOGUIRED :	Fonds guinéo-italien pour la reconversion de la dette
FPC :	Fédération des planteurs de coton
FPFD :	Fédération des paysans du Fouta Djallon
FOP-BG :	Fédération des organisations paysannes de Basse Guinée
IRAEEF :	Inspection régionale de l'agriculture de l'élevage et des eaux et forêts
MAROPA :	Maison régionale des OPA
MRE :	Maison régionale de l'entrepreneur
OPA :	Organisation professionnelle agricole
SNSA :	Service national des statistiques agricoles
UPIK :	Union des producteurs d'igname de Kankan

Table des matières

1- CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE.....	1
2- PRÉSENTATION DE LA FILIÈRE IGNAME	3
L'igname, une culture régionalisée et peu étudiée.....	3
Une production en forte augmentation.....	4
Une filière en voie de structuration.....	4
Un circuit de commercialisation en pleine mutation.....	5
3- LES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIÈRE IGNAME.....	6
Les producteurs	6
Les gros producteurs	6
Les petits producteurs.....	6
Les collecteurs et pisteurs	6
Les grossistes.....	7
Les détaillantes.....	7
Les transporteurs	7
4- CONTRACTUALISATION ENTRE L'UPIK ET L'AVIC	8
À l'origine, un échec de négociation tripartite producteurs-transporteurs-grossistes de Kankan	8
Organisation d'une réunion interprofessionnelle de concertation et accord tripartite.....	8
L'accord tripartite non respecté entraîne le boycott des producteurs et leur nouvelle stratégie de vente directe à Conakry "sans intermédiaire"	8
Le fait de venir à Conakry et de mieux connaître le marché entraîne une nouvelle dynamique : vers la contractualisation avec les vendeurs de Conakry	8
Proposition de contrat.....	9
Contractualisation sur la quantité et la qualité d'igname	9
Contractualisation sur le système de mesure lors de la vente de l'igname	9
Les modalités de fixation des prix d'achat.....	10
Le calendrier d'enlèvement et mode de paiement.....	10
Mise en œuvre du contrat d'achat	10
Au niveau de l'UPIK, collecte et groupage de l'igname dans les centres de regroupement	11
Au niveau de l'AVIC, organisation du transport avec le syndicat des transporteurs et de la distribution à Conakry avec les commerçants.....	11
5- RÉSULTATS OBTENUS	12
Les acquis.....	12
Les difficultés et leçons à tirer	12
Le problème de fonds de roulement au niveau des commerçants de Conakry et des producteurs	12
Le manque de moyens de transport.....	12
L'absence de magasins de vente au marché de Conakry	12
Le non-respect des normes de qualité	12
6- CONCLUSION ET PERSPECTIVES.....	13
Stratégie organisationnelle de l'UPIK.....	13
Stratégie au niveau de l'AVIC.....	13

1- CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

La commercialisation des produits agricoles à des prix rémunérateurs est une demande récurrente soulevée le plus souvent par les producteurs et leurs organisations faïtières. En Guinée comme dans différents pays d'Afrique, les organisations de producteurs agricoles ont des initiatives de mise en marché ou de contractualisation avec les opérateurs. Cependant, ces expériences réussies ou non, sont en général pas ou peu connues, rarement analysées et capitalisées. En un mot, les échanges sont très faibles entre les différents porteurs d'expériences.

C'est dans le souci de valoriser les démarches et stratégies locales de mise en marché des produits agricoles par les OPA que Inter-réseaux Développement rural et le Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA) en appui à la Confédération nationale des organisations paysannes de Guinée (CNOP-G) ont décidé la réalisation des études d'initiatives de commercialisation en Guinée en vue de partager ces expériences au cours d'un forum.

Le travail de définition du champ d'étude a débuté par une première mission d'Inter-réseaux en avril et mai 2005 puis suivie d'une deuxième mission en septembre 2005. Au cours de ces différentes missions, des initiatives intéressantes se trouvant à des stades différents de structuration ont été identifiées. Ces initiatives portent sur 5 produits agricoles dont l'igname à Kankan pour la Haute Guinée.

La capitalisation de l'expérience de commercialisation de l'Union des producteurs d'igname de Kankan objet de la présente étude, vise trois objectifs :

1. participer au renforcement de la dynamique en cours et augmenter les références des acteurs directement impliquer dans la filière igname ;
2. organiser des échanges entre ces acteurs afin d'améliorer leur compréhension des mécanismes de commercialisation et de mise en marché ;
3. mettre les résultats de ces réflexions-débats à la disposition d'un plus grand nombre d'acteurs comme support de construction de savoirs et pratiques dans le cadre de leurs activités.

La démarche méthodologique pour mener l'étude a reposé sur les trois éléments suivants :

1. La **recherche documentaire** sur les différentes activités menées par l'UPIK et l'AVIC dans le cadre de la commercialisation de l'igname au cours des années précédentes.
2. **L'organisation de deux ateliers** en novembre 2006 par deux groupes de travail à Kankan et à Conakry :
 - le groupe de travail de Kankan coordonné par la CNOP /MAROPA¹ (cf. encadré ci-dessous) a travaillé avec les producteurs d'igname à travers l'Union des producteurs d'igname de Kankan (UPIK) ;
 - le groupe de travail de Conakry dont la coordination a été confiée au projet DYNAFIV a travaillé avec l'Association des vendeurs d'igname de Conakry (AVIC).
3. **Un atelier de mise en commun** des rapports des deux groupes a été organisé à Kankan en mai 2007. Cet atelier dont l'animation a été confiée à DYNAFIV a regroupé 14 participants dont 6 représentants de l'Union des producteurs, 6 représentants de l'Association des vendeurs d'igname, un représentant de la CNOP-G et un représentant de DYNAFIV.

Cet atelier de Kankan visait deux objectifs :

- faire la synthèse des rapports intermédiaires en validant les informations sur l'expérience de contractualisation entre l'UPIK et l'AVIC grâce à un débat collectif sur des facteurs d'échec et de réussite de l'expérience ;
- plancher sur un programme de collaboration entre l'UPIK et l'AVIC pour la prochaine campagne sur la base du renouvellement éventuel des documents contractuels entre les deux parties.

Le résultat issu de cet atelier a permis de mieux connaître la filière igname et de décrire l'expérience de la contractualisation entre l'UPIK et l'AVIC présentée en deuxième partie de ce document.

¹ Depuis la fin de l'appui du SCAC en juin 2006, l'organisation interne de la MAROPA évolue en tant que représentation régionale où les techniciens sont désormais basés sur le terrain en qualité de techniciens de zone pour un suivi plus efficace et une intégration de la part des OPA.

LA CONFEDERATION NATIONALE DES ORGANISATIONS PAYSANNES DE GUINEE (CNOP-G)

En 2000, se sont réunies les organisations paysannes menées par les quatre organisations régionales faïtières:

- la Fédération des Producteurs du Fouta Djallon (FPFD),
- la Fédération des Organisations Paysannes de la Basse Guinée (FOP-BG),
- la Fédération des Planteurs de Coton (FPC),
- la Fédération Nationale des Producteurs de Café (FNPC).

Elles ont alors décidé la création de la Confédération Nationale des Organisations Paysannes de Guinée (CNOP-G).

L'objectif de la CNOP-G est de contribuer au développement d'une véritable représentation professionnelle agricole capable de discuter et de négocier avec d'autres acteurs et partenaires au développement sur les aspects agricoles qui intéressent réellement les OPA.

Entre 2000 et 2004, la CNOP-G s'est réunie régulièrement pour définir ses objectifs généraux qui se résument comme suit :

- assurer la représentation de toutes les OP de Guinée dans les différentes rencontres nationales et internationales,
- appuyer la structuration des OP,
- informer les OP tant au niveau national, sous régional que international sur les politiques et sur les produits,
- renforcer la solidarité entre les OP,
- créer les conditions favorables pour le développement économique des OP,
- renforcer les capacités économiques des OP en leur favorisant l'accès au fonds d'initiative, à des garanties bancaires, des prêts bonifiés etc....

Un conseil d'administration composé de 5 membres est chargé de coordonner ses activités.

La CNOP-G regroupe aujourd'hui 9 fédérations et 46 unions non fédérées.

En tant que plate-forme nationale des OPA de Guinée, la CNOP-G a contribué à la mise en place du ROPPA (Réseau des Organisations Paysannes et des Professionnels Agricoles) dont il est un membre fondateur et siège au comité exécutif de cette organisation.

LA MAISON RÉGIONALE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES AGRICOLES

La MAROPA est pilotée et sous tutelle de la CNOP-G qui a recruté une équipe technique contractuelle issue du Centre d'appui aux OPA (CAOPA).

Sa philosophie est en adéquation avec la politique de développement agricole qui est l'autopromotion du monde rural.

La MAROPA intervient au niveau des producteurs organisés en OPA et OPE, de différentes filières, et des autres acteurs au développement.

Ses principales missions sont :

- renforcer la bonne gouvernance
- renforcer la maîtrise économique de la filière par l'OPA
- renforcer la structuration régionale des OPA
- appuyer l'insertion professionnelle des sortants des ENAE
- pérenniser le dispositif d'appui aux OPA

Deux MAROPA ont vu le jour:

- une au niveau de la Guinée forestière à N'Zérékoré
- l'autre en Haute Guinée à Kankan.

2- PRÉSENTATION DE LA FILIÈRE IGNAME

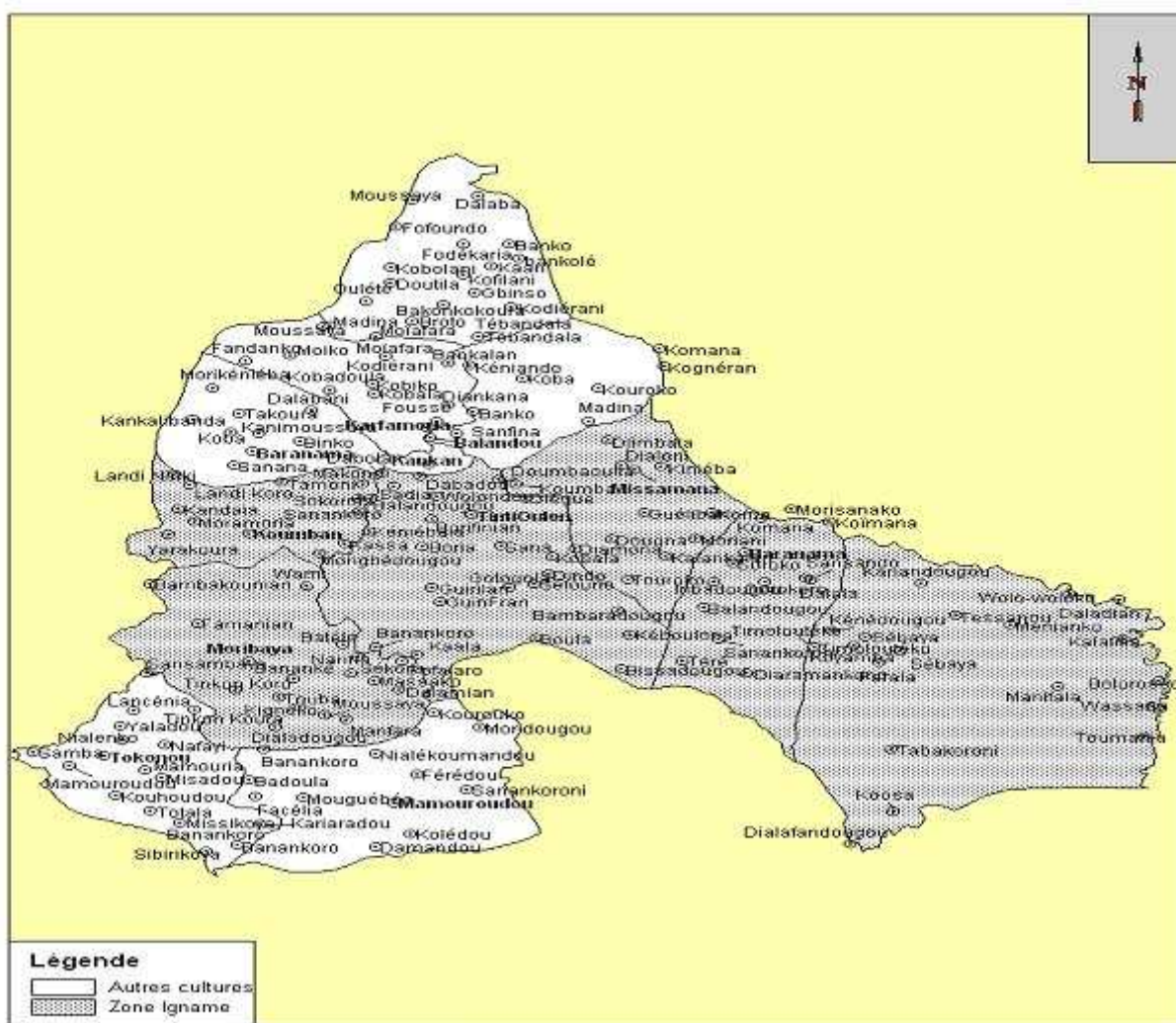
L'igname, une culture régionalisée et peu étudiée

L'igname est une culture fortement régionalisée. La Haute Guinée reste la principale zone de production où 75 % des volumes commercialisés en Guinée y sont produits.

Dans cette région, les principales zones de production se situent dans les préfectures de Kankan (sous-préfectures de Tintioulén, Sabadou-Baranama, Missamana, Moribaya, Koumban et Boula), Kérouané (sous-préfectures de Komodou, Sibidibaro et Banakoro) et Mandiana (sous-préfectures de Kantoumania, Koundian et Saladou).

Ces zones sont comprises entre les 9° N et 11°N et entre les 8° W et 11,5° W et correspondent à la suite de la ceinture igname de l'Afrique de l'Ouest dans sa limite occidentale marquée par une pluviométrie annuelle supérieure à 1 000 mm.

Zone de production d'igname dans la préfecture de Kankan



Réalisation: DIAKITE M., TRAORE Y., SIG/CRA Bordo, Septembre 2006

Une production en forte augmentation

La production d'igname en Guinée a fortement augmenté ces dernières années :

- au cours de la campagne 2005-2006, la production d'igname en Guinée est évaluée à plus de 100 000 tonnes (t);
- en 2003 le Service national des statistiques agricoles (SNSA) annonçait seulement 49 351 t et la FAO estimait la production à 44 500 t. ;
- en 1995, l'estimation de F. Camara était de 52 000 t.

Cette augmentation de la production est due à une demande soutenue du marché entraînant une croissance des surfaces emblavées et une augmentation du nombre des producteurs.

En effet, il existe un regain d'intérêt chez les producteurs en raison du prix intéressant qu'il génère avec l'ouverture de débouchés porteurs dans la sous région (Mali, Sénégal, Sierra Leone et le Libéria).

On rencontre deux types de producteurs : les petits producteurs (surface moyenne variant entre 0,75-1 ha par exploitant) et les gros producteurs (surfaces cultivées variant de 2 à 6 ha en moyenne- soit 5 000 à 30 000 buttes).

Dans la savane guinéenne, l'igname est l'un des piliers de l'autonomie vivrière où elle occupe la 4^{ème} place après le riz, le maïs et l'arachide. Bien que son développement soit handicapé par plusieurs contraintes (durée de conservation limitée, prix élevé), l'igname est un produit amylicé qui dispose d'un fort potentiel pour l'alimentation des populations urbaines.

Une filière en voie de structuration

Les acteurs de la filière igname sont engagés dans une dynamique de structuration grâce à l'appui des structures d'encadrement, et au dynamisme des producteurs et des commerçants eux-mêmes.

- *Au niveau des producteurs*, l'appui du CAOPA/HG a favorisé la création en 2002 de l'Union des producteurs d'igname de Kankan (UPIK).

L'Union des producteurs d'igname de Kankan (UPIK)

L'union comptait 18 groupements au démarrage en 2002. En 2007 elle compte 23 groupements avec un effectif de 485 producteurs.

L'UPIK se fixe comme objectif d'aider les producteurs d'igname à améliorer leur commercialisation en vue de contribuer à leur développement socio-économique.

Dans ce cadre, les interventions de l'UPIK consistent à :

- rechercher le marché,
- négocier le prix avec les commerçants,
- et regrouper l'offre au niveau de pôles de regroupement.

Sur le plan organisationnel, l'UPIK est dirigée par un bureau de 5 membres (Président, Trésorier, Secrétaire administratif, Secrétaire à la commercialisation, Secrétaire à la production) et 5 délégués techniques chargés d'appuyer l'union pour l'information et la représentation.

- *Au niveau des commerçants*, grâce à une sensibilisation de la CNOP en 2002, les commerçants grossistes évoluant au marché de Madina se sont constitués en Association des Vendeurs d'Igname de Conakry (AVIC).

L'AVIC composée de 17 membres à sa création en 2002 en compte 23 en 2007.

Elle est dirigée par un bureau de six membres.

Son objectif est d'améliorer les conditions de travail et augmenter les revenus des membres.

Un circuit de commercialisation en pleine mutation

La filière igname se caractérise par un système de commercialisation s'opérant sur trois types de marchés situés dans trois zones géographiquement séparées :

- les marchés ruraux dans les zones de production (essentiellement Haute Guinée) ;
- le marché de regroupement de Kankan en Haute Guinée (à 667 kilomètres de la capitale Conakry en Basse Guinée), fonctionnant comme centre de redistribution de l'igname ;
- les marchés urbains dans les grands pôles de consommation finale représentant le dernier stade, comme Conakry (667 kilomètres de Kankan), Siguiri (Haute Guinée, 187 km de Kankan ; 789 km de Conakry) et Banankoro (170 km de Kankan ; 600 kilomètres de Conakry). L'approvisionnement urbain en igname est exclusivement fait par des flux de tubercules frais.

Il y a aussi des débouchés en dehors de la Guinée vers le Mali, le Sénégal, le Libéria, le Sierra Léone, et aussi le Maroc, la France, les USA et le Royaume-Uni.

Schématiquement, la commercialisation de l'igname s'organise à travers différents circuits :

- Kankan – Mandiana (Haute Guinée)– Mali (Bamako)
- Kankan – Labé (Moyenne Guinée)– République de Guinée Bissao / Sénégal (Dakar)
- Kankan – N'zérékoré (Guinée Forestière) / Guéckédou (Guinée Forestière)– Libéria
- Kankan – N'zérékoré (Guinée Forestière) – Libéria
- Kankan – Conakry (Basse guinée)– Sierra Léone
- Conakry – Maroc / France / USA / Royaume-Uni

Dans ces circuits, la commercialisation connaît l'intervention de plusieurs acteurs jouant des fonctions spécifiques. Les acteurs rentrent en relation pour remplir cinq fonctions verticales qui sont : production, collecte, regroupement, détail et consommation.

Dans ces fonctions les coûts des transactions (recherche des zones de collecte bords champs et transport de l'igname de Kankan à Conakry) sont importants. On peut distinguer les coûts d'identification des partenaires (effort, temps et dépenses nécessaires à la collecte d'informations), les coûts de négociation et les coûts du produit. A ces coûts doit s'ajouter le prix d'achat de l'igname au producteur.

Dans les marchés ruraux, la collecte de l'igname est réalisée par des collecteurs locaux financés ou non par les grossistes magasiniers distributeurs basés à Kankan.

Le réseau de gros du marché de Madina à Conakry, principal marché d'igname, est composé d'une quinzaine de grossistes tous originaires de la Haute Guinée. A Conakry, les détaillants viennent s'approvisionner auprès des grossistes de Madina en achetant au comptant, parfois à crédit pour ravitailler les marchés Enco 5, Aviation, Matoto et Enta. Les grossistes de Madina sont directement approvisionnés par des collecteurs installés à Kankan.

Généralement pour faciliter leur transport sur Conakry, les commerçants regroupent leurs produits pour remplir un camion de 15-20 t (environ 12 000 à 15 000 tubercules).

Nous présentons en deuxième partie cette expérience telle que perçue par les acteurs impliqués. Dans le souci de faciliter sa compréhension et son appropriation éventuelle, nous allons retracer les principales étapes de l'aventure, si possible ses impacts, et les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre.

3- LES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIÈRE IGNAME

Le développement récent de la production d'igname en Guinée incité par la demande croissante du marché a mis en activité plusieurs catégories d'acteurs qui trouvent des revenus substantiels pour leur subsistance. Ces acteurs intervenant au niveau de la filière jouent des fonctions spécifiques dans le système de commercialisation de l'igname.

Nous présentons ici les principaux acteurs de la filière et les liens qu'ils entretiennent entre eux.

Les producteurs

Il existe deux types de producteurs présentant des stratégies différentes de mise en marché de leur production : les gros et les petits producteurs. Cette distinction est faite par rapport aux capacités de production qui varient de 5 000 à 30 000 buttes pour les gros producteurs (soit 2 à plus 6 ha), et de quelques centaines à 1 500 buttes pour les petits producteurs (0,4 à 1 ha).

Les gros producteurs

Depuis quelques années, certains paysans se sont engagés dans l'expédition et la vente de leur production sur les marchés de Conakry, de Siguiri (Haute Guinée) et Banankoro (zone diamantifère, préfecture de Kérouané, Haute Guinée). En intégrant verticalement les différentes fonctions dans la filière igname, ils ont réussi à casser le monopole des grossistes traditionnels de Kankan et de Conakry. Ce phénomène des « gros producteurs ou producteurs-grossistes » dans le commerce de l'igname est un phénomène relativement récent.

Les barrières à l'entrée du marché pour le producteur-grossiste sont assez faibles. En amont de la filière, il n'est pas obligé d'acheter et financer un stock d'igname parce qu'il vend ses propres récoltes. En aval, il n'a pas le problème de clientèle parce qu'il vend toujours moins cher par rapport aux grossistes des marchés de distribution situés à Kankan et Conakry.

Les petits producteurs

De loin les plus nombreux, les petits producteurs sont souvent limités par le facteur financier. Pour le financement de la production, ils dépendent en grande partie des grossistes traditionnels de Kankan et de Conakry, qui préfinancement les frais de campagne ou autres besoins financiers (voir infra) et rachètent via des collecteurs.

La vente de leur production d'igname se fait au niveau du village dans le marché rural ou dans l'exploitation même via les collecteurs. Dans la pratique, la fixation des prix se fait par marchandage entre les producteurs et les collecteurs. A l'issue de ces négociations, les tubercules sont classés par catégories selon leur grosseur et la fixation des prix se fait conséquemment en tenant compte des contraintes d'accès au champ, des quantité et qualité de l'igname offerte ainsi que la période de mise au marché.

Les collecteurs et pisteurs

Les collecteurs sont des intermédiaires entre les producteurs et les grossistes de Kankan. Ils sont chargés de dépister les champs paysans. Ils sont très actifs durant les périodes de récoltes.

S'ils ne vendent que l'information sur l'igname (localisation, quantité) aux grossistes, ce sont des « pisteurs ». Mais les collecteurs à proprement parler achètent aussi aux producteurs et revendent l'igname à Kankan aux grossistes ou aux détaillants à Kankan. Ils peuvent eux-mêmes organiser la collecte de l'igname depuis l'exploitation des producteurs jusqu'à Kankan - après avoir déduit ses frais de transport et de stockage ; ils peuvent aussi vendre à un grossiste qui organise le transport depuis l'exploitation -où reste stockée l'igname- jusqu'à Kankan. Ces collecteurs disposent d'un fonds de roulement qui est soit un fonds propre ou soit une avance du grossiste.

Les collecteurs détiennent le monopole de la collecte de l'igname et entretiennent un solide capital social et de confiance en raison des affinités ethniques qui les lient aux producteurs.

Ce sont des femmes en majorité (75 %) qui assurent cette fonction. En plus de l'igname, elles achètent divers produits vivriers.

Les grossistes

Les grossistes sont chargés de la distribution de l'igname à Kankan et dans les marchés terminaux de l'intérieur.

A l'achat, les grossistes de Kankan entretiennent des liens privilégiés avec les producteurs à qui ils accordent des prêts informels, soit pour couvrir les frais de campagne (semences, intrants et main d'œuvre), soit pour d'autres dépenses familiales (matériaux de construction, de motos et autres biens de consommation). Le remboursement de ces prêts se fait en nature au moment de la récolte ce qui permet de garantir un approvisionnement régulier en igname pendant la récolte.

A la vente, ils entretiennent des alliances avec les grossistes de Conakry avec qui ils ont des relations étroites (à quelques exceptions près, ce sont toujours leurs enfants ou leurs protégés).

Les barrières à l'entrée du marché d'un grossiste sont :

- le capital de départ ou fonds de roulement souvent indisponible à cause de l'imperfection du marché de crédit ;
- le capital humain ou le savoir-faire (la maîtrise de la négociation du prix, du crédit et la qualité du produit, etc.) est une tâche qui prend plusieurs années ;
- le capital social est probablement le facteur le plus important pour un grossiste d'igname. La construction d'un réseau commercial lié par des relations de confiance prend du temps. Ces réseaux sont régulièrement caractérisés par une monopolisation familiale et clanique qui marque leur imperméabilité. Ils sont néanmoins indispensables comme assurance contre le non-paiement des marchandises, car rares sont les transactions qui sont réalisées avec un accord écrit à l'exception du contrat d'achat entre l'AVIC et l'UPIK.

Les détaillantes

Il existe deux catégories de détaillantes : les détaillantes assises et les détaillantes ambulantes.

Les détaillantes assises s'approvisionnent auprès des grossistes en achetant au comptant ou à crédit et vendent l'igname au tas ou par tubercule aux consommateurs.

Les détaillantes ambulantes prennent presque toujours à crédit l'igname chez les grossistes parce qu'elles sont les plus démunies.

Les transporteurs

Les transporteurs interviennent dans la filière igname, comme des prestataires de services. Ils sont propriétaires ou locataires de leurs camions vers les champs paysans et les marchés forains villageois sur la demande des producteurs, des collecteurs, des grossistes ou même des magasiniers. Ils sont payés en fonction de la distance, de l'état de la route et du volume transporté.

De ce qui précède, il s'ensuit que les acteurs intervenant au niveau de la filière igname jouent des rôles spécifiques dans le système de commercialisation entraînant des coûts de transaction importants. Ces coûts sont les coûts d'identification des partenaires (effort, temps et dépenses nécessaires à la collecte d'informations), de négociation, de transport, et de stockage du produit.

4- CONTRACTUALISATION ENTRE L'UPIK ET L'AVIC

À l'origine, un échec de négociation tripartite producteurs-transporteurs-grossistes de Kankan

Organisation d'une réunion interprofessionnelle de concertation et accord tripartite

Pour promouvoir la vente de l'igname au poids, l'Union des producteurs d'igname, avec l'aide de la structure d'appui le CAOPA, a organisé une réunion interprofessionnelle de concertation avec les acteurs et partenaires de la filière igname à Kankan le 7 septembre 2004.

Cette réunion a regroupé notamment les responsables de l'union, le syndicat des transporteurs et les grossistes et commerçants d'igname de Kankan et de Conakry. Outre ces acteurs directs de la filière igname, ont pris part à la rencontre le CAOPA (actuelle MAROPA), l'Inspection régionale de l'agriculture de l'élevage et des eaux et forêts (IRAEEF), l'Agence pour la commercialisation des produits agricoles (ACA), la Maison régionale de l'entrepreneur (MRE), la Chambre régionale d'agriculture (CRA) et la Chambre préfectorale du commerce (CPC).

A la suite de la dite rencontre, une convention tripartite a été signée entre les producteurs, le syndicat des transporteurs et les commerçants de Kankan. Pour la mise en œuvre de la convention, l'UPIK, après l'identification et l'organisation des points de collecte de l'igname, a contacté la Maison régionale de l'entrepreneur (MRE) pour l'octroi de crédits pour l'achat du matériel de pesée (bascules). Cette démarche n'a pas abouti par manque d'activité génératrice de revenus pouvant garantir le remboursement du crédit. C'est ainsi que l'Union a négocié auprès des commerçants l'achat à crédit de 4 bascules.

L'accord tripartite non respecté entraîne le boycott des producteurs et leur nouvelle stratégie de vente directe à Conakry "sans intermédiaire"

Malgré la mise en place de ce dispositif organisationnel pour garantir une bonne campagne de commercialisation, les transporteurs et les commerçants de Kankan n'ont pas respecté l'accord. Ils ont estimé que cette négociation était à leur désavantage parce qu'habituellement à des pratiques non transparentes.

Devant le désistement des grossistes, la réaction de l'Union a été de demander à ses membres de bloquer leurs productions. Comme conséquence de cette mesure, les producteurs ont certes perdu une partie de leur production à cause des conditions de conservation mais par contre, la rareté de l'igname sur le marché a fait que le prix du tubercule a fortement augmenté.

Suite à l'échec avec les commerçants et les transporteurs de Kankan, l'Union avec l'appui du CAOPA a défini une nouvelle stratégie de commercialisation. Conformément à sa nouvelle vision, l'UPIK s'est engagée à vendre directement l'igname sur le marché de Conakry. La démarche de recherche d'un nouveau marché comme celui de Conakry par l'UPIK se justifie par la volonté de l'Union de jouer le rôle d'interface entre les producteurs et les commerçants afin de contribuer à l'augmentation du revenu des membres en leur garantissant des prix équitables pour leur production. Elle a de fait effectué deux expéditions de 3 934 tubercules (1 613 tubercules au premier envoi et 2 321 au second).

Le fait de venir à Conakry et de mieux connaître le marché entraîne une nouvelle dynamique : vers la contractualisation avec les vendeurs de Conakry

C'est au cours de la deuxième expédition que l'Union a fait la connaissance de l'Association des vendeurs d'igname de Conakry (AVIC). L'UPIK a ensuite rencontré en juillet 2005 les membres de l'AVIC (Appuyé par le CAOPA-HG et avec la médiation de Dynafiv : Cf. encart). La rencontre visait la contractualisation d'une partie de la production d'igname des producteurs de l'Union.

ROLE JOUÉ PAR DYNAFIV DANS LA CONTRACTUALISATION ENTRE AVIC ET UPIK

Le Projet Dynafiv est la 4^{ème} phase du programme d'appui à la sécurité alimentaire du MAEEEEF initié avec l'appui de la Coopération française en 1993. Le projet a pour finalité de contribuer à l'augmentation des revenus des producteurs et opérateurs économiques des filières vivrières en Guinée et de soutenir les efforts du Gouvernement Guinéen en faveur du renforcement de la sécurité alimentaire.

A travers son volet « appui à la commercialisation », le projet DYNAFIV contribue à la création d'un environnement technique, financier, organisationnel et juridique plus favorable au développement des activités des opérateurs des filières vivrières. Il œuvre entre autres à l'identification des expériences de commercialisation des OPA et à la réflexion à l'élaboration d'un plan d'action adapté pour mieux intégrer les OPA dans les circuits commerciaux.

Dans le cadre de la contractualisation entre l'UPIK et l'AVIC, le projet Dynafiv a joué le rôle de facilitateur et d'appui conseil au cours de la négociation qui s'est tenue dans ces locaux en juillet 2005.

En prélude à cette rencontre, il a réalisé sur la demande du CAOPA-HG, des enquêtes sur les circuits de commercialisation de l'igname à Conakry et dans les principales villes de commercialisation de l'igname en Guinée. Cette étude sommaire a permis d'identifier les zones de production et le circuit de l'igname en Guinée. Elle a aussi contribué à comprendre d'une part, le statut et la stratégie des opérateurs impliqués dans la filière igname et d'autre part, le niveau d'approvisionnement des marchés, les prix et les modalités de vente et d'achat.

Grâce à cette expérience acquise sur la filière igname, le projet DYNAFIV a été proposé et retenu par la CNOP-G pour faciliter les travaux de capitalisation de l'expérience de contractualisation entre l'AVIC et l'UPIK (dont ce document est un produit).

Proposition de contrat

Le protocole d'accord entre les deux parties à l'issue de la rencontre a surtout mis l'accent sur la stratégie organisationnelle à mettre en place et sur la modalité de fonctionnement du contrat dont entre autres, les questions de qualité de produit, du système de vente, de la modalité de fixation des prix, du calendrier d'enlèvement et du mode de paiement.

Contractualisation sur la quantité et la qualité d'igname

Le contrat prévoyait la livraison de 550 000 tubercules d'igname étalée sur les deux périodes de récolte : 110 000 tubercules à la petite récolte (entre septembre et novembre) et 440 000 à la grande récolte (entre décembre et février).

L'enlèvement était prévu au niveau des points de collecte sur la base de 11 000 tubercules par chargement de 15-20 tonnes (soit 50 chargements pour réaliser le contrat).

Compte tenu de l'exigence des femmes détaillantes de Conakry pour les gros tubercules, le contrat prévoyait les tubercules de gros et moyen calibres (poids de 1 à plus de 2 kg/pièce).

Contractualisation sur le système de mesure lors de la vente de l'igname

Traditionnellement, l'igname est vendue en tas ou par tubercule. Dans le cadre de la réalisation de ce contrat, les producteurs ont souhaité vendre au poids.

En effet, pour l'Union, tous les produits agricoles se vendent au poids en Guinée, sauf l'igname. Et de plus, dans les pays voisins comme la Côte d'Ivoire, le Bénin et le Nigeria, les transactions de l'igname se font au poids.

Ce contrat devait donc être l'occasion d'expérimenter la vente au poids de l'igname dont l'intérêt pour les producteurs est de pouvoir quantifier la production et de faciliter la tenue des comptes d'exploitation.

Les commerçants se sont opposés à cette proposition de vente au poids faite par les producteurs. Pour eux, ce mode de vente présente des inconvénients :

- d'abord, la perte de poids : l'igname étant récoltée et commercialisée avec de la terre, la vente au poids présente pour les commerçants un risque économique majeur lié à la perte de poids quand la terre se détache des tubercules après quelques jours de stockage ;
- ensuite, les difficultés pour les commerçantes de répercuter ce mode de vente à la pesée à leurs propres clients
 - o les commerçantes perçoivent un risque de mévente causé par l'hostilité éventuelle des clients aux pesées. En effet, les clients (généralement des femmes détaillantes) lient fondamentalement leur gain à la grosseur et à la longueur des tubercules qui sont des critères de marchandage des prix (elles achètent des tubercules gros et longs qui sont bouillis et vendus par tranches ou morceaux aux consommateurs). De ce point de vue, la vente au poids pourrait entraîner, selon les commerçants, le désistement de cette clientèle de loin la plus importante à acheter de l'igname ;
 - o ensuite, les commerçants ne sont pas prêts à acheter au poids d'un côté (achat aux producteurs) et à revendre en tas ou par tubercule de l'autre (vente aux clients de Conakry).

Dans un cas comme dans l'autre, pour les commerçants et les clients, un nouvelle unité de mesure pose des difficultés pour évaluer la rentabilité de leur activité.

Ces arguments ont débouté les producteurs qui ont fini par accepter la vente par tubercule. En effet, tous les appuis ont concouru à l'augmentation du revenu des producteurs. Avec la méthode de vente par tubercule, celle-ci a été jugée plus profitable car le prix de vente au kilogramme a été multiplié par deux.

Les modalités de fixation des prix d'achat

Après discussions, les parties ont convenu de faire une décote de 100 FG/tubercule par rapport au prix observé dans le magasin du grossiste de Kankan. Cette disposition a mis fin aux polémiques sur le type de contrat à établir dans un environnement instable marqué par de forte fluctuation de prix

Les producteurs et les commerçants sont se mis d'accord pour fixer une marge de 100 GNF/tubercule qui devait servir de ristourne au bénéfice de l'AVIC (notamment pour ses coûts de fonctionnement).

Le calendrier d'enlèvement et mode de paiement

La date d'enlèvement est fixée par contact téléphonique entre l'AVIC et l'UPIK.

Le délai entre la commande ferme par téléphone et l'enlèvement doit convenir aux deux parties pour permettre aux acheteurs de l'Association de trouver des camions et à l'Union d'organiser le déterrage, le regroupement, et le stockage de l'igname dans les cinq centres de stockage qui ont été retenus (Tintioulen, Missamana, Komodou centre, Moribaya et Djamona). Ce délai ne doit en aucun cas dépasser une semaine.

Les stocks sont vendus à l'AVIC au comptant dans les centres de regroupement.

Mise en œuvre du contrat d'achat

La négociation entre les deux parties a permis de préciser les fonctions et responsabilités de chaque acteur.

L'UPIK assure, la collecte et le groupage de l'igname dans les centres de regroupement. L'AVIC assure le transport de l'igname des centres de regroupement vers le marché de Conakry pour la distribution.

Au niveau de l'UPIK, collecte et groupage de l'igname dans les centres de regroupement

Après signature du contrat, les responsables de l'Union ont organisé une assemblée générale pour restituer et élaborer un programme de mise en œuvre. Celui-ci comprenait les activités suivantes:

- l'organisation de la logistique ;
- le prélèvement par l'Union de 50 FG/tubercule acheté aux producteurs pour couvrir ses frais de fonctionnement ;
- la formation des membres en technique de transformation de l'igname de petits calibres² invendus en farine et en cossette.

Dans le montage, l'Union se proposait de jouer le rôle d'intermédiaire. En effet, elle ne comptait pas acheter l'igname au comptant à ses membres par manque de ressources propres. Elle souhaitait assurer la collecte et l'acheminement de l'igname jusqu'au point de livraison à l'AVIC et à ce niveau, une fois le produit livré et payé, elle devait alors procéder au paiement des membres au prorata de leur livraison.

Malheureusement, ce schéma n'a pas été accepté par les producteurs qui ont exigé d'être payés bord champ. C'est ainsi que l'Union a entamé des négociations avec l'appui de la MAROPA auprès du Crédit rural de Guinée (CRG) et de la Maison guinéenne de l'Entrepreneur (MGE) pour l'obtention d'un fonds de roulement. Ces négociations sont restées sans succès à cause du manque de ressources au niveau du CRG.

Toutefois, l'UPIK dans le souci d'honorer ce contrat a négocié et obtenu avec un particulier un montant de 4 millions FG. Ce montant lui a permis d'acheter une certaine quantité aux producteurs. Avec le succès de cette première opération, l'AVIC a accepté d'augmenter le fonds de roulement de l'UPIK pour une valeur de 5 000 000 FG.

Au niveau de l'AVIC, organisation du transport avec le syndicat des transporteurs et de la distribution à Conakry avec les commerçants

Trois commissions parrainées chacune par un membre du bureau de l'Association ont été mises en place pour garantir le succès de l'opération :

- une commission d'approvisionnement basée à Kankan, dont le rôle est de discuter les prix d'achat de l'igname avec l'UPIK et les tarifs de transport avec le syndicat des transporteurs. Les volumes et la périodicité des prélèvements sont consignés sous forme d'un contrat entre la commission, les transporteurs et les producteurs.
- une commission de distribution chargée de la répartition à Conakry de l'igname à part égale entre les membres de l'Association. Les prix de cession aux membres de l'Association sont fixés par trois membres de son bureau (président, vice-président et le trésorier), sur la base du prix de revient de l'igname à Conakry augmenté d'une marge pour renflouer le fonds de roulement de l'Union de producteurs. Chaque membre vend sa dotation au prix qu'il se fixe et rembourse à l'Association la valeur de la dotation reçue en vue du renouvellement de l'approvisionnement ;
- une commission de recouvrement dont le mandat est de recouvrer la valeur de l'igname placée auprès des membres qui rend compte au bureau de l'AVIC à Conakry.

En 2005, l'AVIC détenait un fonds de roulement de 7 millions constitué par des contributions individuelles. A la fin de chaque campagne de commercialisation, le bénéfice de l'AVIC est réparti au prorata des apports individuels.

En 2007, l'Union n'a pas les moyens de mobiliser un fonds de roulement qui de toute évidence se posera par la suite comme l'un des facteurs limitant pour le rachat de la production aux producteurs.

² Cette formation a permis de créer un nouveau marché pour les petits calibres et amener du coup les producteurs à adhérer au contrat.

5- RÉSULTATS OBTENUS

Les acquis

Sur le plan qualitatif, l'expérience a eu 3 acquis :

1. la reconnaissance des acteurs de la filière igname par les organismes d'appui (MAROPA, Dynafiv, CRG) et les organisations professionnelles (CNOP-G) ;
2. l'implication des producteurs à travers l'UPIK dans la fixation des prix et la garantie de l'écoulement de leur production ;
3. la "suppression" des intermédiaires (pisteurs, collecteurs) entre producteurs et vendeurs.

Sur le plan quantitatif, le contrat a permis de commercialiser 20 716 tubercules d'igname dont 2 315 de calibres moyens et 18 401 de gros calibres. Cette quantité rapportée à l'objectif du contrat (550 000 tubercules) donne un taux de réalisation d'environ 4 %. Toutefois, ce volume comparé à celui commercialisé par l'UPIK en vente directe sur Conakry en 2004 (3 934 tonnes) peut être qualifié de progrès.

Les difficultés et leçons à tirer

En matière de volume traité, le bilan est faible. Cette contre-performance est due au manque d'expérience de l'AVIC et de l'UPIK et aux nombreuses difficultés rencontrées au cours de la mise en œuvre du contrat. L'on pourrait retenir en particulier :

Le problème de fonds de roulement au niveau des commerçants de Conakry et des producteurs

Au niveau de l'AVIC, pour drainer la production en continu, il était nécessaire de mobiliser deux camions nécessitant un fonds de roulement de 30 millions de FG (15 millions/chargement de 20 tonnes, soit 11 000 tubercules en moyenne). Or, le total des cotisations des membres de l'AVIC n'a guère dépassé 7 millions (23 %) des besoins en fonds de roulement.

Au niveau des producteurs, le besoin de fonds de roulement s'est posé dès lors que les membres de l'Union ont exigé la vente de leur production au comptant bord champ. En effet, à cause de l'insuffisance de ses fonds de roulement, l'AVIC a revu ses achats d'igname à la baisse car l'association a la capacité de collecter les stocks mais pas de racheter la production à l'union. Cette situation a eu pour conséquence le blocage de l'igname dans les centres de regroupement où des stocks non enlevés durant plusieurs jours ont créé des frustrations chez les membres de l'Union qui ont failli avoir de lourdes pertes dues aux pourritures et à la déshydratation des tubercules d'igname au niveau des centres de ramassage.

Le manque de moyens de transport

Une autre difficulté signalée par les commerçants est le manque de véhicules surtout pendant la période de commercialisation du café en Guinée Forestière. Il est établi par les transporteurs que le transport d'igname est économiquement moins intéressant que le transport de café à cause des modalités de fixation des prix de transport. Les prix de transport de l'igname sont fixés par tubercule (compté un à un au moment du chargement) alors que, pour le café, ils sont fixés par tonne kilométrique.

L'absence de magasins de vente au marché de Conakry

La rénovation des magasins du marché M'Ballia au marché de Madina à Conakry a entraîné la mise à la rue des commerçants d'igname. Pendant toute la campagne, plusieurs parmi eux ont stocké et vendu leur igname à domicile ou dans des magasins étroits à l'étage. Cette situation a entraîné des perturbations dans les approvisionnements et dans l'écoulement de l'igname à Conakry. Cette situation est conjoncturelle car la rénovation des magasins est en cours.

Le non-respect des normes de qualité

Les producteurs n'ont pas été rigoureux dans le respect des normes de qualité. Au cours de la deuxième livraison, les commerçants de Conakry ont enregistré de grandes pertes à cause de plus 3 000 tubercules « d'igname rouge » provenant sur des sols jaunes de termitière. Ces tubercules se présentent sous forme de « main » non appréciés par les clients.

6- CONCLUSION ET PERSPECTIVES

En dépit de la faiblesse des quantités commercialisées, l'ensemble des acteurs présents à l'atelier de Kankan trouve cette première expérience de collaboration assez intéressante et novatrice. Les travaux en commission organisés le deuxième jour de la rencontre ont été suivis de la discussion, amendement et validation des propositions faites par chaque groupe. Ce travail a permis d'élaborer les axes de contractualisation pour la campagne 2007-2008. Les débats ont porté entre autres sur la stratégie organisationnelle à mettre en place par chaque partie, la quantité d'igname, les lieux et périodes de livraison, les modalités de fixation des prix et le mode de financement.

Stratégie organisationnelle de l'UPIK

L'Union des producteurs compte, pour mieux se positionner dans la filière, se centrer sur le rôle d'interface entre les producteurs et les commerçants :

- assurer la collecte primaire et le regroupement de l'igname dans les magasins de l'Union nouvellement construits par un financement de FOGUIRED³ ;
- comme tâche prioritaire, elle comptait dans les jours qui suivaient l'atelier, rencontrer les responsables des groupements afin de convenir sur la constitution d'une équipe de commercialisation dont la mission sera d'identifier les producteurs, de quantifier les productions, définir les périodes de commercialisation et déterminer les points de collecte.

Stratégie au niveau de l'AVIC

- recensement des vendeurs d'igname à Kankan et à Conakry,
- recherche de financement pour la constitution d'un fonds de roulement conséquent placé auprès des commerçants de Kankan;
- constitution d'une commission de commercialisation qui aura pour tâche de veiller sur l'approvisionnement (commerçants de Kankan) et la vente (commerçants de Conakry).

Lieux de stockage et de livraison

Pour les producteurs, le stockage de leur production doit se faire dans leurs magasins construits dans deux centres de production. Cela suppose qu'ils ne prennent en charge que les frais de collecte et du premier transport jusqu'aux magasins de regroupement.

Mais les commerçants loin d'accepter cette proposition avancent trois arguments qui sont :

- le risque du transfert d'argent dans une situation d'insécurité grandissante ;
- l'augmentation des coûts de commercialisation par la multiplication des points de rupture de charges (zones de collecte, centres de regroupement, Kankan puis Conakry) ;
- l'état des pistes en saison des pluies surtout pour les gros véhicules ;
- la dépréciation de la qualité de l'igname à cause des multiples manipulations.

Ce point de discorde a fait l'objet de beaucoup de discussions. Mais la formule consensuelle retenue exige aux producteurs de livrer l'igname à Kankan pendant la saison des pluies correspondant à la première récolte (septembre en novembre) et aux commerçants de se rendre dans les magasins de l'Union au cours de la deuxième tranche du contrat correspondant à la deuxième récolte à partir du mois de novembre.

Quantité contractée : 400 000 tubercules.

Qualité de l'igname : tubercules de gros et moyen calibre dont le poids minimum est égal ou supérieur à 2 kg.

Prix : le prix fera l'objet de négociation en début de campagne. Toutefois, le principe d'une décote par rapport au prix des grossistes magasiniers de Kankan a été retenu.

Financement : les deux parties se sont engagées à prendre toutes les dispositions pour obtenir un fonds de roulement afin de conférer un total succès à ce programme.

³ Fonds guinéen de Reconversion de la Dette du Gouvernement Italien