

FÉDÉRATION DES ORGANISATIONS DE PRODUCTEURS DE BANANE FOPB,

**LES PRODUCTEURS DE BANANE
VEULENT CHANGER LES RÈGLES
SUR LES MARCHÉS DE BAMAKO**

*Ce document a été rédigé par les responsables de la Fédération des organisations de producteurs de banane FOPB,
en décembre 2006.*

Sommaire

Sommaire	0
Introduction	1
1- Contexte	2
La culture de la banane et l'organisation des producteurs	2
Les premières actions de la Fédération	2
2- Première expérience organisée par la Fédération : le marché de Djicoroni-Para	3
3- Deuxième expérience: le Marché de banane de Badalabougou.....	5
4.- Analyse et synthèse des résultats des enquêtes auprès des producteurs	7
Annexes	9
Annexe 1: Présentation de la Fédération des organisations des producteurs de banane	10
Annexe 2: Description d'itinéraires de commercialisation de la banane de producteurs	13

Introduction

Une étude a été réalisée par la Fédération des organisations de producteurs de banane, avec comme objectif de faire le bilan de ces marchés afin de mieux préciser les actions à mener pour une réappropriation du marché.

Objectifs spécifiques

- comprendre les avantages et inconvénients de chaque marché du point de vue des producteurs et d'estimer la valorisation de leurs productions en fonction des modalités de mises en marché ;
Il s'agissait de voir les liens entre les producteurs et les grossistes ou les comités de gestion des marchés notamment en terme de régulation de la demande, de fixation du prix et des modalités de paiement.
- analyser le fonctionnement des comités de gestion du marché ;
Il s'agissait de comprendre le rôle des comités de gestion, ses relations avec les producteurs, comment s'opère la régulation du marché, comment sont fixés les prix au niveau des producteurs et des acheteurs (femmes vendant au détail).
- analyser le fonctionnement des comités de gestion des marchés de Djicoroni-Para et Badaladougou.

Méthodologie

L'enquête a porté sur six producteurs choisis en fonction de leur rapport avec les acteurs / commerçants des marchés à raison de deux producteurs par marché :

- pour le marché de Namasa Dakan, il a été choisi un producteur ayant des relations de « dépendance » avec les grossistes mûrisseurs et un producteur « indépendant » produisant la banane dans le même village ;
- pour le marché de Djicoroni-Para, il a été choisi un producteur lié aux comités de gestion du marché (même famille) et un producteur n'ayant pas de lien ;
- pour le marché de Badaladougou, il a été choisi un producteur mûrisseur (vendant directement sa production) et un producteur ne vendant pas directement sa production.

Une équipe de trois responsables de la FOPB a rencontré l'ensemble des 6 producteurs dans les zones de production à Banguinéda, Faraba et à Samalé.

Des réunions avec les producteurs et les acteurs de marché ont complété les enquêtes individuelles pour la collecte des informations, les questions de clarification et de précisions, ainsi que l'analyse des résultats.

1- Contexte

La culture de la banane et l'organisation des producteurs

La culture de la banane s'est fortement développée ces dernières années autour de Bamako. Culture nécessitant des investissements assez importants et des possibilités d'irrigation, elle est pratiquée par différentes catégories socioprofessionnelles.

Une Fédération des organisations des producteurs de banane a été créée en mars 1999 et officiellement agréée en juillet 2001 (Annexe: note de présentation de la FOPB). Elle regroupe 45 associations de producteurs réparties dans 7 zones de production sur les régions de Koulikoro, Sikasso, et le District de Bamako, compte environ 800 producteurs, pour une superficie d'environ 1 200 ha de bananiers, avec une production estimée à plus de 35 000 tonnes.

A la création de la Fédération, la totalité de la production était apportée par les producteurs au marché de Namasa Dakan, marché principal des fruits et légumes et le plus ancien de Bamako.

Depuis sa création, la Fédération essaye d'obtenir un meilleur prix pour le producteur, d'abord en essayant de négocier avec les grossistes / murisseurs puis, faute de résultats satisfaisants, en essayant de les contourner par la création de nouveaux marchés.

Traditionnellement les producteurs de bananes apportent eux-mêmes leur production au marché où ils livrent à des grossistes. Dans certains cas, les grossistes appuient et participent financièrement à l'installation des parcelles de culture et à l'achat des intrants. Le producteur est ainsi obligé de lui livrer sa production.

Dans d'autres cas, les grossistes ont su fidéliser les producteurs qui les approvisionnent (même village d'origine, liens familiaux, etc.) ; le producteur ne livre pas au hasard ou au plus offrant sa production mais au grossiste avec qui il a des relations ou qu'il connaît.

Cette dépendance / fidélisation se traduit évidemment au niveau du prix, qui est fixé par le grossiste à la livraison. Le prix est fonction de la qualité, de la période et ... de « la tête du client », c'est-à-dire obéissant à des critères subjectifs non maîtrisés par les producteurs ; pour les producteurs le prix fixé ne prend pas en compte les coûts de production et il n'est pas fixé selon leur avis.

Sauf cas de force majeure, le producteur n'est jamais payé cash mais après un délai fixé par le grossiste. Il faut dire que toute la filière fonctionne « à crédit ». En bout de chaîne des femmes détaillantes prennent la banane aux grossistes ou semi grossistes et ne paieront qu'après avoir vendu les fruits.

Les premières actions de la Fédération

A sa création en 2000, une des premières actions de la Fédération a été de lancer une concertation avec les grossistes / mûrisseurs pour obtenir un meilleur prix de vente et fixer un prix en fonction des périodes. Les grossistes ont participé à trois réunions et par la suite ne sont plus venus, n'étant pas intéressés par ces négociations.

A partir de ce refus, l'idée de créer un nouveau marché a germé. Les producteurs ont cherché un terrain. Ce terrain a été loué avec un contrat pour 10 ans à 100 000 FCFA/mois. C'est devenu le point de vente de banane de Djicoroni-Para, de l'autre côté du fleuve par rapport au

marché central de Bamako. Sur cette parcelle, la Fédération s'est organisée pour construire 20 hangars en tôle grâce à un financement extérieur.

Peu de temps après, en 2001/2002, les producteurs de l'Union Faraba Lèda dont les parcelles sont situées en aval de Bamako, et donc loin à l'opposé du marché de Djicoroni-Para, reprennent l'idée de mettre en place un marché pour vendre directement leur production sans passer par les grossistes du marché central. C'est la création du marché de Badalabougou.

Les marchés créées par les producteurs avaient pour objectifs :

- de garantir un prix rémunérateur aux producteurs ;
- d'assurer aux producteurs une autonomie dans les négociations commerciales ;
- de permettre à la Fédération de générer des revenus pour l'autofinancement de certaines de ses activités ;
- de garantir un bon écoulement de la production sans imposition par les grossistes de calendrier de récolte et d'approvisionnement de marché.

2- Première expérience organisée par la Fédération : le marché de Djicoroni-Para

Marché de Djicoroni -Para

Date de Création en janvier 2001

Nombre de Hangars à la construction du Marché : 22 hangars en tôles de dimension : 10 m x 5m :

Location mensuelle d'un hangar : 15 000 FCFA

Contribution l'organisation pour à la construction des hangars : 40 000 FCFA

Coût du Projet : 6 013 000 FCFA

Subvention du Fonds d'Appui aux Filières Agricoles : 4 158 000 FCFA

Apport de la fédération pour la réalisation du marché : 1 855 000 FCFA

Le différentiel de prix prévu en moyenne entre les deux marchés était de 5 FCFA et la quantité de produit prévue par mois sur le marché était de 800 tonnes (soit 26 T/j). La plus value ainsi générée pour les producteurs sera donc de 4 000 000 FCFA par mois et 48 000 000 FCFA par an.

A l'origine du projet du marché et après négociation du terrain propice, la Fédération a proposé à chaque organisation adhérente d'acheter un hangar et de faire venir une personne pour s'occuper de la vente des bananes de ses membres.

Seules deux organisations (l'Union de Faraba pour deux hangars et l'association de Dangassa pour un hangar) ont payé leurs hangars mais n'ont pas installé leurs vendeurs.

Les hangars ont été occupés par des parents des producteurs ressortissant de l'Union de Mandé. Le marché s'est progressivement développé et de nouveaux hangars se sont ajoutés, on compte de nos jours : 29 hangars en tôles et 41 hangars en paille. Sous chaque hangar, on

compte en moyenne 3 vendeurs pour l'achat de la banane verte aux producteurs et la vente de la banane mûre aux détaillants, soit un peu plus de 210 vendeurs aujourd'hui.

Bien que cela soit la Fédération qui est signée un bail de 10 ans pour la location du terrain, c'est aujourd'hui le comité de gestion mis en place par les vendeurs qui paye directement les frais de location mensuels fixés à 100 000 FCFA.

La quantité de banane commercialisée sur le marché est évaluée à 10 000 t/an (environ 30 t/jour), principalement fournies par des producteurs non membre de la fédération.

Construit au départ pour être géré directement par les organisations de producteurs, ce marché fonctionne aujourd'hui de manière très traditionnelle. Les premiers vendeurs installés ayant un comportement très proche des grossistes traditionnels du marché central.

Cependant on constate des différences : sur le marché de Djicoroni-Para, le prix est souvent négocié et non imposé au moins pour une partie des producteurs, comme c'est le cas sur d'autres marchés. Le différentiel de prix entre ce marché et les autres marchés de banane varie entre 5 à 10 FCFA/kg de banane verte.

Aussi, il existe sur ce marché, un prix préférentiel pour les producteurs –parents et ce différentiel est très souvent de plus 10 FCFA/kg.

Par exemple si le kg de banane se négocie pour 120FCFA/kg, pour les parents du vendeur, le kg se négocie à 140 FCFA (cela fait 20F de différence). Dans tout les cas de figure, la plus value dégagée par le mûrissement ne reviennent pas au producteur quelque soit son statut (5 à 10 F plus prix préférentiel parenté village).

Il faut signaler que pendant, les deux premières années qui ont suivi la construction, les vendeurs de banane n'étaient pas capables de prendre et commercialisés plus de 10 tonnes par jour, cette situation a été un facteur de découragement et a obligé les producteurs à orienter leurs productions vers le Namassa Dakan.

Actuellement, ces vendeurs sont capables de prendre toute la totalité de tonnage qui arrive sur le marché et la paye au comptant ou dans la semaine qui suit grâce à « une amélioration des conditions financières ».

Sur le marché de Djicoroni- Para, les déchets de banane ne représentent pas grande chose comparée (pour 3100 kg de banane, les déchets faisaient 76 KG au marché central où les déchets de banane peuvent constituer plus 70% du poids total de la production, pour certaines livraisons sur ces marchés, c'est le grossiste qui décide du choix et il prend le kg de déchet au prix voulu se situant en général entre 30 à 50 FCFA.

D'une manière générale, le prix du KG de déchets banane sur le marché de Djicoroni représente la moitié du prix du premier choix. Par exemple si le prix du KG du premier choix est de 120 FCFA, le prix du KG du déchet banane sera de 60 FCFA.

Les vendeurs du marché de Djicoroni- Para comme les grossistes d'autres marchés fournissent les producteurs en intrants, en matériels, en carburant et même en vivre. Les producteurs bénéficiaires de ces appuis ont obligation de donner sa production au grossiste fournisseur. Dans certain cas, on assiste à une dépendance du producteur au grossiste.

Cette dépendance fait que le producteur est obligé de prendre le prix que demande le grossiste sans négociation car il est en position de faiblesse. Aussi, le producteur tenu a ne pas changé de client sous peine d'être sanctionné par le syndicat des vendeurs de Namassa Dakan. Par

contre à Djicoroni non seulement il n'existe pas de syndicat mais aussi, le producteur n'a pas obligation de continuer avec le même client après remboursement total du prêt, aussi, durant tout le temps de remboursement et même après, le prix au producteur est toujours négocié et non imposé par les vendeurs de banane

Le comité de gestion ne fixe pas le prix au producteur, chaque vendeur négocie le prix avec son client en rapport au prix pratiqué le marché de Namassa Dakan. Il est un organe surtout de représentation et de défense des intérêts des vendeurs, il est le répondant du collectif des vendeurs.

En plus de la construction de nouveaux hangars, d'autres investissements ont été réalisés

- électrification du marché (coût total de 2 000 000 FCFA)
- achat de 4 compteurs (1000 000 FCFA)
- installation de 5 frigos de refroidissement pour le mûrissement de la banane (11 600 000 FCFA)
- installation de l'adduction d'eau (295 000 FCFA)
- construction de 2 latrines (250 000 FCFA)
- déblayage et ramassage des ordures (150 000 FCFA)
- plantation des arbres fruitiers et à ombrage : 56.

Après, l'acquisition et l'aménagement du marché, les organisations membres de la fédération n'ont pas respecté les consignes consistaient à l'achat et l'installation de vendeur pour la vente de leurs productions. Les membres qui ont payé les hangars n'ont pas installés quelqu'un pour la vente.

Aussi, la fédération bien qu'elle ait été une initiatrice de la création et l'aménagement du marché, n'a mis aucun mécanisme d'accompagnement en place afin de suivre et contrôler le choix et l'installation des vendeurs. Ce comportement de négligence ou de manque de vigilance de la part de la fédération, a fait qu'aujourd'hui, la commande du marché est entre les mains des vendeurs, dont certains parmi eux ne connaissent même l'historique du marché qu'il profite.

Bien que, le marché a profité a certains producteurs parents ou proches des vendeurs, il reste évident que les retombées économiques souhaitées ne sont pas atteintes par la fédération car la gestion du marché lui ait échappée au profit des vendeurs.

3- Deuxième expérience: le Marché de banane de Badalabougou

Caractérisation

Création : 2001

Nombre de hangars : 22 dont une grande partie en paille construits sur fond propres.

Frais de location 50 000 FCFA/mois, pas de contrat écrit avec le propriétaire de la cours.

Existence d'un comité de gestion.

Gestion et Évolutions de la création du Marché à nos jours

La création du marché de Badalabougou fait suite à deux préoccupations majeures :

- les comportements arrogants des grossistes sur le marché de Namassa Dakan qui ont provoqué une crise de confiance ;
- les difficultés d'accès au marché de la fédération au regard de sa situation géographique.

Approvisionnement

Depuis sa réaction, le marché est approvisionné par les villages de Faraba, Manicoura, Courba, Sélingué, Tounoufou, Sikoro, Gouala, Bobola, Kayo etc.

Les producteurs de Faraba ont l'obligation d'approvisionner ce marché en banane: ils apportent une partie de sa production sur le marché et aucune autre production banane ne rentre sans l'autorisation d'un des grossistes de la place.

Sur le marché de Badalabougou, seules les productions des parents ou des amis arrivent et elles proviennent d'une même zone de production. Cette situation d'affinité explique la moralisation et l'humanisation des transactions et des négociations commerciales. C'est pourquoi, il existe toujours 20 FCFA de différence entre les prix au producteur pratiqués sur le marché de Badalabougou et le marché central

Aussi, toute production qui arrive au compte d'un vendeur est tout d'abord pesée en tas de 500 kg et une tonne pesée coûte 500 FCFA. La somme générée par la pesée doit permettre le renouvellement du matériel.

La pesée existe partout et est payée par l'acheteur

Prix aux producteurs

Le comité du marché ne fixe pas un prix aux producteurs étant attendu que c'est nos production arrivent sur ce marché.

Le comité de gestion fixe surtout les règles de fonctionnement et de conduite au niveau du marché. Il n'a pas vocation, ni la responsabilité de fixer le prix de banane, le prix se négocie entre clients, dans le cas où le producteur n'a pas de parents installé sur le marché.

Le comité de gestion est surtout un outil de défense des intérêts des producteurs vendeurs (22 vendeurs).

Le prix au producteur sur le marché se fixe toujours sur une base consensuelle, avec l'accord des parties négociantes. Il n'est pas fixé de façon unilatérale par le vendeur (3500 t soit 10 t/j).

Généralement, le prix au producteur pratiqué ici est supérieur à celui de des autres, sauf pendant la période chaude ou le conditionnement est très difficile par manque de matériels appropriés et adaptés (il n'y avait pas de conditionneurs à froids comme sur les autres marchés). Le prix pratiqué ici est toujours supérieur a celui de Namassa Dakan.

Le prix varie en fonction des périodes et la fréquence des femmes qui viennent acheter au détail.

- prix de vente de la banane mûre aux femmes détaillantes : entre 100 et 200 FCFA/kg
- . prix de banane à la consommation: entre 300 à 350/kg

Le prix au producteur de même que prix de vente au détaillant chute en période des pastèques et des mangues. C'est aussi en cette période que les conditions de conservation ne sont pas bonnes par manque de matériels appropriés et adaptés. Nous avons l'avantage d'être moins cher avec les détaillants que dans les autres marchés à banane.

Risques: Dans la nuit du samedi au dimanche (du 11 au 12 février 2006), un feu d'origine non encore connue a brûlé le marché des producteurs de banane sis à Badalabougou (Bamako), ce sinistre a causé une perte de 9 458 000 FCFA aux producteurs de banane.

Perspectives de développement du marché

- obtention d'un marché sécurisé, moderne et adapté sur la rive gauche du fleuve Niger (coté Badalabougou) ;
- équipement du marché en matériels de mûrissement ;
- garantir un approvisionnement régulier du marché avec de la banane de qualité en toute période de l'année ;
- appuyer le renforcement de leur organisation qui très jeune et informelle, pour qu'elle soit un jour une organisation officialisée et bien structurée pour la production et la commercialisation de la banane.

4.- Analyse et synthèse des résultats des enquêtes auprès des producteurs

Les grossistes sont si bien organisés sur le marché de Namassa Dakan que le producteur, seul face à ces puissants et riches partenaires, ne peut que subir ces prix et accepter les conditions proposées. Ils sont en position de force sur ce marché et ont le pouvoir de décider non seulement du prix au producteur, mais aussi de la façon dont le marché doit être approvisionné en banane par imposition d'un calendrier de récolte.

Le prix au producteur est fixé de façon unilatérale par le grossiste et il est fonction de la qualité, de la période et de la tête du client étant entendu que le prix au producteur n'a jamais été uniforme sur le marché, il y a toujours une différence 5 à 10 FCFA entre les producteurs de manière à créer la confusion chez les producteurs.

Le prix n'est connu qu'au paiement – les grossistes jouent sur le classement.

Par ce comportement, ils pratiquent la politique de division pour mieux régner et ça réussit, malgré les actions entreprises par fédération des organisations des producteurs de banane dans le sens de l'autonomisation des producteurs vis à vis des marchés en gros.

Sur ce marché, les producteurs ont le sentiment de travailler uniquement pour les grossistes, sans aucun profit capable d'assurer l'autofinancement de l'exploitation, dans ces conditions l'exploitation reste tributaire d'autres apports financiers

Le marché de Djicoroni Para, créée par la fédération dans le but d'aider le producteur à obtenir un prix juste et rémunérateur n'a pas été atteint du fait de changement de comportement des vendeurs installés dans le marché par les producteurs. Ces vendeurs à la longue ont adopté presque les mêmes comportements et les mêmes agissements que ceux de Namassa Dakan malgré leur statut différent.

Malgré les abus souvent pratiqués sur le marché de Djicoroni, il est important de notifier qu'il a existé toujours 10 FCFA/kg de différence entre les deux marchés c'est-à-dire entre le marché de la fédération et le Namassa Dakan. De plus le prix est connu lors de la transaction et il y a moins de déchets.

Bien que, le marché a profité à certains producteurs parents ou proches des vendeurs, il reste évident que les retombées économiques souhaitées n'ont pu être atteintes car la gestion du marché a échappé à la fédération au profit des vendeurs installés par certains producteurs dans leur propre marché. La fédération avait responsabilisé les groupements mais qui n'ont pas suivi.

Au regard de ces constats, il existe une réelle volonté de la récupération de la gestion du marché aux vendeurs afin de leur réamener dans une dynamique de dialogue et de concertation pour un prix juste et rémunérateur pour les producteurs.

Le marché de Badalabougou est révélateur de la marge bénéficiaire que peut procurer la vente directe aux détaillants.

Sur les différents marchés, le prix au détaillant est surtout fonction de la période et varie entre 2 500 à 6 000 FCFA pour un tas de 20 kg de banane mûre (125-300 FCFA/kg). Les tas de 20 kg qui sont vendus aux détaillants après mûrissement ne sont jamais au complet, on constate chaque fois une perte allant de 1 à 3 kg (perte pour la vendeuse) Les détaillants s'approvisionnent en général auprès des grossistes en crédits, remboursable après vente au moment du renouvellement de la marchandise. Souvent certains d'entre eux refusent de s'acquitter de son du vis à vis du fournisseur et change de client et même de marché.

Les femmes qui s'approvisionnent en général sur les marchés des producteurs vendent la banane par doigt (exp: 3 doigts pour 100 FCFA/moment). Ces détaillantes ambulantes sont les plus nombreuses et sont celles qui fournissent en banane, les consommateurs les plus pauvres de la périphérie.

Souvent, les détaillants s'approvisionnent directement auprès des producteurs en banane verte, dans ces conditions, ils ont en charge le mûrissement. Bien que les frais de mûrissement soient à leur charge, les détaillants semblent être plus intéressés par le système de vente directe au bord champ. Il y a récupération de valeur ajoutée (importance du phénomène).

En commercialisation de la banane, aucune loi économique n'est respectée, pas même la loi de « l'offre et de la demande » car c'est en période de faible production (mars-juillet) où la banane se fait rare que le prix au producteur chute jusqu'à son niveau le plus bas. Par contre à la consommation c'est l'inverse qui se produit, un kilogramme de banane est vendu entre 300 à 350 FCFA à la même période.(mois de production, période chaude)

Soit les conditions sont plus difficiles (donc pertes); soit il y a moins de volumes et les grossistes essayent de compenser par des marges supérieures.

Annexes

Annexe 1: Présentation de la Fédération des organisations des producteurs de banane

Annexe 2: Description des itinéraires de commercialisation de la banane de producteurs

Annexe 1: Présentation de la Fédération des organisations des producteurs de banane

Responsables/Personnes à contacter

- KEITA Broulaye Président (Adresse : Niamé/Siby)
- KEITA Lassine vice-Président (Adresse : Samalé; Portable : 680 71 98)
- Camara Souleymane Trésorier Général (Hamdallaye Bamako; Tél ; 229 07 02; Portable : 603 95 07)
- COULIBALY Mamadou Lamine Secrétaire Permanent FOPB (Badalabougou Bamako Rue 118 porte 365; BP : Ma 97; Téléphone : 229 27 91; Portables : 674 97 18 / 603 01 57; Email : malaminecoul @ yahoo.fr

Structuration

Les organisations de base au niveau des villages fonctionnent de façon autonome de manière que la fédération ou l'union n'interfère pas dans les prises de décision.

L'union des organisations des producteurs de banane au niveau des zones de production renferme plusieurs organisations de bases.

La Fédération des organisations au niveau national constitue le second niveau de concertation. A ce niveau, les sollicitations des différentes zones sont discutées et des décisions consensuelles sont prises pour être exécuter.

La fédération couvre l'ensemble des zones de production se localisant dans les régions de Hayes, de Sikasso, de Koulikoro et le District de Bamako. Aussi, il a été constaté de nouveaux sites de production de banane à travers le pays notamment à Niono, Kita, Doila, Badalabougou-coura et dans zone de Banifing. Pour le moment, seuls les producteurs de banane de Badalabougou-coura sont membres de la Fédération.

Évolution

création le 13 mars 1999 (récépissé le 20 juillet 2001 n° : récépissé 0528)

La fédération regroupe en son sein 44 associations, et 1 ton villageois. Elle compte environ 800 producteurs, pour une superficie d'environ 1200 ha, avec une production estimée à plus de 35 000 tonnes.

Années	97-98	98-99	99-2000
Nombre d'organisations	28	43	45

Instances

Assemblée Générale, Bureau exécutif, Comité surveillance.

Ressources humaines

Une seule personne s'occupe de tous ces aspects y compris la capitalisation des acquis et expériences. La fédération n'emploie pas encore du personnel salarié, c'est le bénévolat qui prévaut.

Ressources financières

cotisations et des appuis ponctuels à la demande (pas de programme de soutien, ni d'accompagnement).

Principales forces de la fédération

- régularité des réunions mensuelles,
- cohésion du groupe à relever les défis de développement de la culture de banane,
- utilisation de fonds propres dans les activités de promotion de la banane locale,
- implication des organisations de bases à toutes des décisions,
- Facilité de mobilisation des membres.

Aspects à améliorer

- les aspects institutionnels pour rendre la fédération plus fonctionnelle et attractive pour les producteurs indécis
- les aspects techniques de la culture de banane,
- les modalités d'accès aux intrants et matériels agricoles,

- les aspects de la commercialisation de la banane.

Partenaires

CAB Deme So, Coopération française, Helvetas, ODRS, ACORD,...

La FOPB est l'une des organisations fondatrices de la Coordination Nationale des Organisations Agricoles du Mali (CNOP) ; aussi elle est l'initiatrice de la création du Cadre de Concertation Ouest Africain autour de la Filière Banane et du Plantain. Ce cadre concerne pour le moment : le Mali, le Sénégal et la Guinée -Conakry.

Aucun programme de développement ou projet n'accompagne le développement et la promotion de la culture de banane, la fédération procède depuis toujours par demande ponctuelle, ce qui l'oblige à élaborer des projets et demander des appuis.

Services aux clients/programmes

But : de regrouper et d'organiser les producteurs de bananes des organisations membres, en vue de créer et de réaliser les conditions de travail et de production rationnelle afin de contribuer à l'élévation du niveau de vie de ses membres sur les plans économique, social et culturel ;

Objectifs : entreprendre toutes actions et activités en vue de :

- améliorer les pratiques individuelles et collectives de production/transformation de la production des membres
- promouvoir le produit auprès des consommateurs et encourager sa consommation,
- garantir la qualité et la quantité de la production de la banane par un ravitaillement correct des membres en intrants minéraux et matériels d'irrigation,
- développer et renforcer l'esprit coopératif chez les membres en veillant à l'application correcte et au respect de la démocratie, de la collégialité et la solidarité entre tous les membres de la fédération.

Réalisations

La fédération des organisations des producteurs de banane a réalisé les actions suivantes :

- suivi-conseil des producteurs par rapport à l'application des acquis des différentes formations,
- groupage des achats d'engrais et de la vente des productions,
- création et construction d'un marché en gros à Djicoroni Para,
- augmentation du prix au producteur de 40 à 50 FCFA,
- uniformisation du prix au producteur, souvent par zone,
- assistance aux producteurs en difficulté,
- réalisation de cartes de membre,
- appui à l'officialisation des organisations membres,
- mise en place de petits crédits pour les engrais sur fonds propre,
- réparation de la route afin d'améliorer la circulation des personnes et des biens,
- organisation de réunion de concertation et de contractualisation avec des fournisseurs d'engrais
- réalisation de l'auto évaluation de la fédération des organisations des producteurs de banane,
- la suppression des taxes routiers pour les producteurs de banane membre de la fédération,
- mise en place de crédit engrais,
- organisation de réunion de concertation et de contractualisation avec des fournisseurs d'engrais
- auto évaluation afin d'identifier les forces et les faiblesses et doter de la fédération d'un programme triennal,
- introduction des vitro plants de banane.

Elle a aussi à son actif, l'organisation de des ateliers-programmes et des journées de la banane dans le cadre de la promotion de la filière banane.

Grands défis à relever

- rendre autonomes et opérationnelles la fédération et ses membres,
- consolider les capacités techniques des producteurs,
- améliorer les conditions d'accès aux intrants et au matériels,
- améliorer les conditions de commercialisation de la banane locale
- construction du marché commun sous-régional à Bamako.

Principaux domaines d'action

- aspects organisationnels et institutionnels,
- techniques de la culture de banane,
- approvisionnement en intrants et matériels agricoles,
- commercialisation de la banane.

Principales actions en cours

Les actions en cours se résument aux actions de recherche de partenaires et de financements pour la mise en œuvre du plan d'action de la fédération et le programme de recherche variétale et multiplication plants par la méthode PIF. Les actions de renforcement et de consolidation des acquis sont également en exécution.

Bénéficiaires privilégiés

Les producteurs constituent bénéficiaires privilégiés des actions de la fédération de même que les autres acteurs de la filière dans le but de favoriser de création un cadre de concertation interprofessionnel opérationnel.

Forces des services proposés

Les services proposés sont adaptés aux conditions des producteurs étant entendu qu'ils participent aux différentes étapes de processus de mise en place du service : identification, formulation, exécution des services.

Aspects à améliorer

- aspects de planification stratégiques,
- outils de suivi évaluation,
- l'implication des bénéficiaires dans la mise en œuvre des services de manière chacun arrive à jouer pleinement son rôle spécifique sans interférence.

Besoins d'appui prioritaires

Pour la justification des appuis prioritaires se référer au plan d'action assorti des assemblées générales organisées en marge de la journée de la banane proprement dite.

Annexe 2: Description d'itinéraires de commercialisation de la banane de producteurs

6 producteurs venant de 3 unions ont été interrogés pour comprendre l'organisation des marchés.

1- PRODUCTEUR LIBRE DE TOUT CRÉDIT

Région : Koulikoro; Cercle : Kati ; Commune :Baguinéda 30 km ; Village :Kognini

Nom et Prénom du Chef d'exploitation : Djibril Berthé, 40 ans

Nombre de ménages : 1

Nbre Hommes Actifs :1 Nbre Femmes Actives :1 Nbre Enfants : 4 Garçons : 1 Filles : 3 Nombre total : 6

Caractérisation de l'Exploitation

Superficie : 0,30 ha **Production : 4 tonnes/an**

Pratique l'activité depuis : 7 ans

Équipement : pas de motopompe (arrosage avec celle du voisin à qui il a donné une partie de sa parcelle). Il contribue pour le carburant nécessaire pour l'arrosage.

Approvisionnement en engrais : achat sur les marchés au comptant sur fonds propres.

Itinéraire de commercialisation

Ma banane est transportée et vendue verte sur le marché de Namassa Dankan, sur lequel marché, le prix au producteur est fixé par les grossistes entre 60 à 90 FCFA en fonction de la période, de la quantité de production et de la tête du client.

Sur ce marché, je fournis toute ma production à un seul client depuis toujours et très souvent, le prix d'achat n'est connu au paiement 15 jours après (ou même plus tard) la fourniture de la marchandise.

Aussi, c'est le grossiste qui me donne un calendrier de récolte que je dois respecter pour éviter de me voir sur le marché avec ma production sur les bras, dans de tel cas je serai obligé de brader la marchandise pour rentrer à la maison.

Le coût du transport est immédiatement payé par le grossiste en acompte sur la somme due.

Aussi, c'est le grossiste qui décide de prendre telles ou telles quantités en premier choix ou en déchets. Souvent, plus 80 % du chargement de banane apporté au grossiste peuvent être déclassés en déchets et sont achetés à moitié prix ou même à un prix inférieur à la moitié prix.

Malgré le rapport fidélicé, je peux décider de changer à ma guise sans contrainte majeure car je ne me suis pas endetté auprès de mon client grossiste.

Je reste sur ce marché car c'est le plus proche

2. PRODUCTEUR SOUS CRÉDIT DE CAMPAGNE

Région : Koulikoro; Cercle : Kati; Commune :Baguinéda; Village :Kognini

Nom et Prénom du Chef d'exploitation : Lassina Fanto Traoré, 43 ans

Nombre de Ménages : 2

Nbre Hommes Actifs :2 Nbre Femmes Actives :4

Nbre Enfants : 8 Garçons : 4 Filles : 4 Autres : une vieille Nombre total : 14

Caractérisation de l'Exploitation

Superficie : 0,50 ha ; **Production : 6 tonnes/an**

Pratique l'activité depuis : 6 ans

Équipement : motopompe en bon état.

Approvisionnement en engrais: auprès du grossiste client (de 2 à 4 sacs par an) : paiement sur la base prélèvement sur la vente de banane par tranche de 25 00 à 5 000 FCFA Le grossiste fournit aussi par moment le carburant nécessaire pour les arrosages des bananiers à crédit, payable sur les ventes de banane verte

Itinéraire de commercialisation

La banane est vendue verte et transportée au marché par le producteur. Le prix du transport ? du kilogramme de banane verte varie entre 10 à 20 FCFA en fonction de saison et de la quantité de production existante dans la zone.

Le coût du transport est immédiatement payé par le grossiste en acompte sur la somme due.

Le marché de vente est le Namassa Dakan et ma vente se fait à un seul client depuis toujours, c'est lui qui achète toute ma production, à condition qu'il soit avisé avant toute récolte afin qu'il donne son accord de principe.

Le prix de banane est fixé par le grossiste sans concertation et c'est surtout au paiement, 15 jours après (ou même plus tard) que le prix d'achat est connu par le producteur client. Le prix au producteur est jugé bas et varie entre 60 à 90 FCFA, ce qui ne permet pas très souvent au producteur de couvrir toutes les dépenses afférentes à la production.

Aussi, c'est le grossiste qui décide du choix et des fois il peut prendre la totalité du chargement de banane en déchet donc à moitié prix, dans ces conditions, il agit en véritable maître absolu.

Le prix au producteur est encore plus bas en période de production de mangue ou de pastèque, car les grossistes invoquent les difficultés d'écoulement dues à la concurrence des autres fruits. Ils payent donc moins cher les bananes aux producteurs. Mais le prix à la consommation ne subit pas de changement.

Une fois endettée auprès d'un grossiste, le producteur ne peut plus donner sa production à un autre grossiste sur le marché, il est donc obligé de donner toute sa production au grossiste à qui il doit, c'est mon cas actuellement.

Sur le marché, il est formellement interdit à tout grossiste de prendre la production d'un producteur qui doit à un grossiste de la place sous peine de sanction. Cette situation motive les grossistes à placer assez de crédit, afin de se maintenir dans le positionnement de maître absolu qui régule et organise la commercialisation à sa guise et son profit.

3. PRODUCTEUR ET VENDEUR DE BANANE AU MARCHÉ DE BADALABOUGOU

Région : Koulikoro ; Cercle Kati ; Commune : Faraba ; Village : Faraba Leda

Nom et Prénom du Chef d'exploitation : Oumar Coulibaly, 34 ans

Nombre de Ménages : 2

Nbre Hommes Actifs : 2 Nbre Femmes Actives : 3

Nbre Enfants : 8 Garçons : 4 Filles : 4 Autres : 8 manœuvres saisonniers Nombre total : 13

Caractérisation de l'Exploitation

Superficie : 4 ha **Production : 36 tonnes/an**

Pratique l'activité depuis : 10 ans

Équipement : 2 motopompes

Approvisionnement en engrais: paiement de la fumure organique au comptant sur fonds propres.

NB : utilise surtout la fumure organique comme engrais

Itinéraire de commercialisation

Avant la création du marché de Badalabougou, toute ma production de banane était commercialisée au Namassa Dakan dans les conditions imposées par les grossistes.

Au regard, des traitements injustes infligés aux producteurs constamment par les grossistes, des alternatives de solutions se construisent et se concrétisent par la création des marchés notamment celui de Badalabougou par les producteurs de l'union de Faraba en 2001. De sa création au jour d'aujourd'hui, toute ma production est vendue sur ce marché.

Je fais de la vente directe aux détaillants après mûrissement, ainsi il récupère la marge bénéficiaire des grossistes.

Je commercialise moi-même toute ma production et celles de ses frères. Ma capacité de mûrissement par jour varie entre 800 kg à 1,5 tonnes de banane verte.

J'emploie 4 personnes qui sont payées chacune à la tâche en raison de 0,5 FCFA/kg de banane mûre, soit 500 FCFA chacun par tonne de banane mûre.

Il faut rappeler que ces employés sont entièrement à sa charge (logement, nourriture, soin de santé).

Le temps de mûrissement varie entre 2 à 4 jours au plus. Le kilogramme de banane mûre est vendu aux détaillants entre 150 à 200 FCFA. Moins cher que le marché central car le nombre de détaillante est moins important et ce sont celles qui ravitaillent le quartier.

Calcul de Rentabilité Économique (Cas de Oumar Coulibaly)

En tant que producteur de banane :

Pour la commercialisation 1 tonne de banane, on peut estimer un avoir de :

1000 kg X 90 FCFA = 90 000 FCFA

Frais de transport : 1000 kg X 10 FCFA : 10 000 FCFA

Revenu Net = 90 000 – 10 000 = 80 000 FCFA

En tant que vendeur

Durée de mûrissement dans les conditions locales est de 2 à 4 jours au plus.

Dépenses pour 1 tonne de banane verte vendue au vendeur

Achat de produit pour activer le mûrissement d'un tonne de banane verte est de : 1250 FCFA

Frais de main d'œuvre est de 0,5/kg, il utilise 4 manœuvres 1000 kg X 4 X 0,5 FCFA = 2 000 FCFA

Prix de vente aux détaillants varie entre 150 à 200 FCFA

Location de hangar : 5 000 FCFA

Valeur de la vente = 1000 kg X 150 FCFA = 150 000 FCFA

Valeur Nette = 150 000 – (1250 + 2000 + 5 000) = **141 750 FCFA**

Revenu Total Brut = 141 750 FCFA + 80 000 FCFA = 221 750 FCFA

La somme de cent quarante un milles sept cent cinquante (141 750 FCFA) constitue la marge brute qui est récupérée par le producteur au bout de l'exercice.

Selon, le producteur avec la nouvelle fonction additionnelle, mon revenu agricole de l'exploitation ne cesse d'augmenter, se traduisant dans les faits par l'augmentation des superficies des cultures dans le cadre de la diversification des cultures, l'acquisition de matériels agricoles et véhicule de transport, et surtout par une amélioration nette des conditions de vie des membres de l'exploitation.

Comme au niveau de Namassa, je donne des crédits aux producteurs mais ils ne sont pas obligés de me livrer leur banane. Très souvent, ces crédits ne sont pas toujours payés au regard des liens forts de parentés ou d'amitiés qui existent entre moi et mes clients.

4. PRODUCTEUR FOURNISSEUR AU MARCHÉ DE BADALABOUGOU

Région : Koulikoro; Cercle : Kati; Commune : Faraba; Village : Faraba Leda

Nom et Prénom du Chef d'exploitation : 30ans

Nombre de Ménage : 1

Nbre Hommes Actifs : 1 Nbre Femmes Actives : 1

Nbre Enfants : 8 Garçons : 2 Filles : 1

Nombre total : 5

Caractérisation de l'Exploitation

Superficie : 1 ha **Production : 20tonnes/ans**

Pratique l'activité depuis : 8 ans

Équipement : 1 motopompe

Approvisionnement en engrais: paiement de la fumure organique au comptant sur fonds propres

Itinéraire de commercialisation

Depuis, qu'il a commencé à cultiver de la banane, sa production a été toujours vendue sur le marché créé par les producteurs. C'est sur ce marché, qu'il se reconnaît, car son client est lui-même producteur de banane.

Sur le marché de Badalabougou, le prix au producteur est discuté et on ne parle pas très souvent de déchets. Le prix pratiqué sur ce marché est toujours supérieur à celui pratiqué au Nassan Dakan, il y a constamment une différence de 10 à 30 FCFA/kg entre les deux marchés. Le prix de banane varie entre 70 à 100 FCFA et même plus en fonction de la qualité et surtout de la période (période de mangue, de pastèque, etc.).

Le paiement se fait très souvent après vente mais peut se faire également au comptant à la demande de fournisseur producteur.

Aussi, des avances ponctuelles sont obtenues auprès des vendeurs à la demande.

5. PRODUCTEUR ORDINAIRE FOURNISSEUR DU MARCHÉ DE DJICORONI-PARA

Koulikoro, Kati, Mandé, Village : Samale

Nom et Prénom du Chef d'exploitation : Lassine Keïta, 52 ans

Nombre de Ménages : 1

Nbre Hommes Actifs : 1, Nbre Femmes Actives : 4

Nbre Enfants : Garçons : 1 Filles : 3

Autres : 1 manœuvre permanent

Nombre total : 9

Caractérisation de l'Exploitation

Superficie : 2 ha Production : 25tonnes/ans

Pratique l'activité depuis : 21

Équipement : il possède 2 motopompes,

Approvisionnement en engrais : les engrais utilisés sont achetés sur les marchés au comptant sur fonds propres.

Les femmes ne travaillent pas sur la bananeraie mais elles participent aux récoltés en cas de besoin.

Itinéraire de commercialisation

La commercialisation a connue ici trois phases

- Phase 1 : entre les années 1986 et 2002 sa production était entièrement commercialisée au Namassa dakan et a un seul grossiste. Avec ce grossiste, ils étaient arrivés à un rapport fidélisé du fait qu'il ne donnait sa banane qu'à lui seul depuis tout ce temps. Sur toute la période, le prix de banane oscille entre 70 à 90 FCFA quelque soit la qualité et la période. Après plusieurs séances de négociations, le prix a puis se maintenir à 90 FCFA sur période relativement longue. Au regard, des améliorations constantes de la qualité de la production, il proposa une augmentation du prix au producteur qui n'a jamais été accepté par son client potentiel. Face au comportement de son client, il a décidé d'arrêter la fourniture de la banane.

- Phase II: Après la rupture avec son client, il oriente sa production vers le marché de Djicoroni Para où il gagnait entre 140 et 160 FCFA/kg.

Il convient de signaler que le marché de la fédération venait également de se créer. Sur ce marché aussi, il est resté avec le client jusqu'en 2004, période à laquelle, il a décidé une fois encore d'arrêter la fourniture de banane par ce que son client voudrait ramené son prix à 70 FCFA comme au Namassa Dankan.

- Phase III: Au regard des prix pratiqués sur les différents marchés, il a pris la décision de diminuer sa superficie de banane et commencé par suite à vendre sa production à ses femmes et d'autres femmes du village. Cette nouvelle initiative qui a commencé à partir des années 2004 continue son chemin sans difficultés majeures.

Avec la vente de banane en bord champ, qui supprime du coup, le coût du transport qui était de 10 FCFA/kg et le kg de banane verte vendu à 100 FCFA, constituent les facteurs essentiels de sa motivation à cultiver encore de la banane.

L'implication des femmes du village dans la vente de banane a contribué non seulement à la promotion de la consommation en banane, mais aussi, à l'amélioration du revenu monétaire des femmes.

Selon lui, si le marché de la fédération au départ avait vocation d'aider le producteur par la pratique de juste prix, à la longue, cette vocation a disparue avec l'idée de faire un profit maximum comme au Namssa Dakan. Il a eu le sentiment d'être piégé par les vendeurs qui ont été installés par les producteurs dans son propre marché déjà aménagé.

Malgré les abus souvent pratiqués sur le marché de Djicoroni, il est important de notifier qu'il existe toujours 10 FCFA/kg entre les deux marchés c'est-à-dire entre le marché de la fédération et le Namassa Dakan.

6. PRODUCTEUR PARENT FOURNISSEUR AU MARCHÉ DE DJICORONI- PARA

Koulikoro, Cercle : Kati; Commune : Mandé; Village : Samalé

Nom et Prénom du Chef d'exploitation : Daouda Keïta, 35 ans

Nombre de Ménages : 1

Nbre Hommes Actifs : 1 Nbre Femmes Actives : 1

Nbre Enfants : Garçons : 3 Filles : 1

Nombre total : 7

Caractérisation de l'Exploitation

Superficie : 1 ha Production : 15tonnes/ans

Pratique l'activité depuis : 10 ans

Équipement : 1 motopompe

Approvisionnement en engrais: paiement de la fumure organique au comptant sur fonds propres. Appui de mon client qui est mon neveu

Itinéraire de commercialisation

Depuis, que j'ai commencé à la culture de la banane, ma production a été toujours vendue sur le marché créé par les producteurs. C'est sur ce marché, que mon neveu, s'est installé pour la vente de banane à la demande de la famille. Mon neveu, n'est pas lui-même producteur de banane.

Sur le marché de Djicoroni Para, je discute de mon prix, mais aussi des déchets. J'ai eu un prix supérieur sur ce marché comparé à celui pratiqué au Nassan Dakan. Il y'a constamment une différence de 10 à 30 FCFA/kg entre les deux marchés. Mon prix de banane sur l'année passée a varié entre 70 à 100 FCFA et même plus par moment, en fonction de la qualité et surtout de la période (période de mangue, de pastèque, etc.).

Le paiement se fait très souvent au comptant à la demande, aussi, des avances ponctuelles sont obtenues à la demande.