



N° 003 -  
Mai 2015

## Mise en réseau des actrices et acteurs du développement agricole et rural (DAR) en Afrique de l'Ouest et du Centre



### SOMMAIRE

#### LETTRE DE L'ÉDITEUR

2

#### ENTRETIEN

Moumini Bikienga : « On se rend pas compte que les producteurs sont aussi une priorité pour le Burkina »

3-5

#### APPUI AU MONDE RURAL

L'expérience du FADEC/SUD, au service du monde agricole

6

Le Projet d'appui aux filières agricoles (PAFA) vole au secours des producteurs du bassin arachidier

7

#### PORTRAIT

Kouka Hamado Bouéné, devenu « El hadj » grâce à l'agriculture

9


#### MARCHES

Filière Cacao au Cameroun : exit les commerçants intermédiaires

10-11



## La lettre de l'éditeur



**L**e voyage à travers l'Afrique dans la découverte d'histoires intéressantes de paysans à vous raconter se termine avec ce troisième numéro.

A Fatick dans le bassin arachidier du Sénégal, le Programme d'appui aux filières agricoles (PAFA) améliorent les pratiques et techniques de production des agriculteurs. Afin d'accroître la productivité, ce programme met à la disposition des agriculteurs du matériel agricole adapté à leurs besoins. Pendant ce temps, la promotion de la culture maraîchère donne des résultats surprenants dans le département de Tivaoune au Sud du Sénégal. Plus qu'un slogan, l'opération « un ménage, un périmètre a fait le bonheur de plus de 500 familles.

Ce numéro nous amène aussi à la découverte de deux personnages. L'un, Kouka Hamado Bouéné, est producteur semencier à Boulsa, une ville de la région du Centre Nord du Burkina Faso. L'autre, Moumouni Bikienga, secrétaire général de l'Union provincial des professionnels agricoles du Namentenga, nous embarque dans les relations commerciales qui lient les producteurs aux acheteurs nationaux ou internationaux tel que le Programme alimentaire mondial (PAM).

Dans la rubrique « Dossier » le piment camerounais est à l'honneur. Rouge ou jaune, la panoplie de piments sur le marché fait le bonheur des commerçants qui approvisionnent tout le territoire national. Autre filière, autre réalité. Les « coxeurs » entendez par là, les commerçants intermédiaires, mènent la vie dure aux acteurs de la filière Cacao. Pour y remédier, les organisations professionnelles agricoles et le Ministère du commerce mutualisent leurs forces. Mieux organisés, les producteurs négocient des prix attractifs et accèdent à des appuis de l'Etat pour développer la filière Cacao.

A travers ce bulletin sur le développement agricole et rural en Afrique de l'Ouest et du Centre, SAILD, IED-Afrique et Jade Burkina, espèrent vous avoir informé utilement et suscité en vous l'envie de vous engager sur une thématique aussi importante.

Merci à toutes et tous pour la fidélité !

## Moumini Bikienga : « On ne se rend pas compte que les producteurs sont aussi une priorité pour le Burkina »

Le stylo toujours en main...le calepin soigneusement rempli d'informations... telles sont les réflexes de Moumini Bikienga pour une quelconque réunion au nom de son organisation paysanne. Après être passé agent d'encadrement et de vulgarisation pour le ministère de l'environnement, M. Bikienga du haut de ses 54 années de vie est depuis 17 ans le secrétaire général de l'UPPA Nammentenga. Il a un regard assez critique sur les partenariats de son OP dans les domaines de la production et de la commercialisation.

### Comment s'organise la commercialisation au sein de l'Union ?

Avec la FEPAB (Fédération des professionnels agricoles du Burkina) nous avons bénéficié à travers le projet AGRA du matériel post récolte. Ce matériel nous permet de battre et vanner rapidement la récolte et d'obtenir des graines en un rien de temps. Nous avons un comité de collecte de la production qui est logé dans la commission commercialisation. Ce comité rassemble l'ensemble de la production dans les magasins. Au moment de collecte de la production celle-ci est vérifiée pour voir si les normes de qualité et les emballages ont été respectés. On fait la pesée pour déterminer le tonnage pour chaque membre avant le stockage au magasin. L'intéressé signe dans le registre et reçoit son papillon. Si c'est de la semence améliorée, c'est le service national de semence qui vient faire les prélèvements pour des analyses au laboratoire. Si votre production est certifiée vous recevez un certificat. Au cas contraire on déclassifie votre production et celle-ci est retirée des magasins. Après cette étape, on reconditionne les produits dans des emballages donnés soit par l'union soit par la DGPV (ndlr direction générale des productions végétales) avant de commencer à exécuter les contrats de vente.



M. Bikienga

### Quelle est la contribution de la FEPAB en matière de commercialisation ici dans le Namentenga ?

Au niveau de la commercialisation, tout ce que nous faisons est communiqué à la FEPAB. Que ce soit la production vivrière ou semencière, tous les tonnages sont communiqués à la FEPAB qui a aussi ses canaux d'information. La FEPAB a en son sein des techniciens qui s'occupent de la commercialisation et qui accompagnent les différentes unions pour la commercialisation de leur production. Le projet Agra nous a vraiment appuyés dans ce sens. Il y a eu la mise à disposition de différents manuels et outils de travail, ainsi que des formations, celle sur les techniques de marketing notamment. À ce niveau, la FEPAB a beaucoup fait pour ses unions membres. En tout cas, ici dans le Namentenga nous sommes toujours bénéficiaires de ces efforts. En plus de la FEPAB, nous approchons aussi d'autres partenaires comme l'ONG Afrique verte qui a aussi son réseau.





Suite page 3

## **Quel a été le contenu des formations en marketing ?**

Au niveau du Namentenga une vingtaine de personnes issues des différentes unions départementales ont bénéficié de la formation en marketing. Quand on parle marketing, on parle marché. Et lorsqu'on s'adresse à un marché il faut savoir décrire le marché auquel vous vous adressez : quels sont ses besoins ? Quels sont ses exigences ? Suis-je à mesure de répondre à ces besoins et exigences ? Comment m'améliorer pour m'adapter à ce marché-là ? Comment être dans les bonnes grâces de ce marché-là ? Il faut se poser ces questions, parce que le marché réagit en fonction de la disponibilité du produit. Lorsqu'il est rare vous êtes assaillis de toute part. Mais lorsque le produit est abondant, il appartient à ce moment au producteur de faire un peu de lobbying, d'approcher les gens, de faire de la publicité, de bien embellir son produit, et de bien le vendre. Il faut que le produit puisse intéresser d'éventuels acheteurs qui vont ensuite vous approcher pour négocier. En résumé le marketing est un ensemble de techniques sur comment se vendre pour qu'on vous achète.

## **Arrivez-vous à mettre ces connaissances en application ?**

Je réponds oui. Parce que nous arrivons à avoir des marchés avec le PAM (programme alimentaire mondial). Nous avons déjà vendu avec la SONAGESS (société nationale de gestion des stocks de sécurité). Je crois que ce n'est pas rien. Pour avoir un marché avec ces structures, il faut vous lever de bonheur, parce que pour les normes de qualité la barre est placée haut. Pour un simple problème d'emballage, on vous retourne toute votre production. Quand vous avez des contrats avec ces institutions-là, on vous donne des délais très courts avec des normes très hautes. Si vous n'arrivez pas à vous inscrire dans ce rythme et à respecter les normes vous allez toujours arrivés en retard ou voir votre produit rejeté.

## **Quelles sont les normes que ces institutions vous imposent ?**

Le plus souvent c'est d'abord la qualité du produit : taux de brisure et d'impureté. Quand vous prenez le produit, le taux de brisures est précisé en pourcentage dans la commande. Pour les impuretés aussi on vous impose de très faibles pourcentages. Ce qui vous oblige même parfois après reconditionnement à recommencer le travail pour vous assurer de la propreté et du respect du calibrage. L'objectif est d'obtenir zéro % d'impuretés. Il y a aussi l'emballage. Certes, ce sont ces institutions qui donnent leurs emballages mais elles imposent une manière de les coudre. Par exemple, le sens que doit prendre la couture de l'emballage. Il y a une panoplie de critères, les exigences variant d'un client à un autre.

## **Quels changements observez-vous après la mise en œuvre des connaissances acquises en marketing ?**

En termes de qualité il n'y a pas de problème à priori. Sur la quantité vendue, les choses commencent à aller doucement. Avec les facilités de contact avec ces organisations nous allons pouvoir vendre plus. Parce que, quand on ne vous connaît pas on vous donne un petit marché d'abord pour voir comment vous allez réagir et quelles sont vos capacités, vos performances. Dès que la confiance est établie, tout commence à aller. J'espère qu'on va avoir de très bons marchés pour vendre plus.

## **Vous faites aussi la production et la commercialisation de semences améliorées. Comment cela se passe-t-il ?**

Au niveau de l'UPPA Namentenga, on avait de sérieuses difficultés pour avoir la semence de base. Nous passons par la FEPAB qui, à son tour, contacte l'INERA. Mais la réaction de l'INERA était parfois tardive, de sorte que rentrons dans la campagne en retard. On a donc senti la nécessité d'avoir des producteurs semenciers parmi nous. Ainsi, avec l'INERA, par le biais du

projet sécurisation alimentaire FEPAB/AFDI, nous avons formé dans un premier temps un certain nombre de membres en technique de production du riz et du niébé et les autres spéculations sont venues par la suite. Aujourd'hui nous sommes à peu près à 200 producteurs semenciers chargés de ravitailler nos membres et vendre à l'Etat. Pour les principales cultures aujourd'hui, il faut nécessairement les semences améliorées.

### **Votre principal client est l'Etat. Y a-t-il des difficultés à commercer avec l'administration publique ?**

L'Etat nous achète la semence améliorée par le biais de l'union nationale des producteurs semenciers. Le paiement ne se fait pas tôt. Cela s'explique d'une part par le fait que les contrats sont signés avec l'union nationale. Vous savez l'administration est trop lourde. De l'union nationale les papiers passent par le ministère de l'agriculture avec qui l'union signe au nom de l'Etat. Ça va prendre un temps pour le traitement. Ensuite, ça doit aller au niveau des finances et vous savez que les finances c'est la caisse de tout le monde. Si vous n'arrivez pas tôt et que vous vous faites devancés, pour des raisons de tension de trésorerie on va vous dire d'attendre parce que ci ou parce que ci. Ce qui occasionne d'énormes retards. Souvent on peut vous retourner votre dossier deux à trois fois. Mais si vous ramener le même dossier une autre fois on l'accepte. En vérité, ce sont des prétextes pour ne pas vous payer. Ce sont des techniques des financiers dans les périodes de tension de trésorerie. On est conscient qu'il y a beaucoup de priorités au niveau des finances publiques, notamment les salaires des travailleurs. Mais j'ai l'impression qu'on ne se rend pas compte que nous les producteurs, sommes aussi une priorité pour le pays. Du reste c'est mon opinion et je crois que c'est justement ce qui fait que les dettes ne sont pas soldées à temps.

### **Cette lenteur dans le décaissement a-t-elle des conséquences significatives sur le producteur ?**

Si vous faites votre livraison et que vous n'êtes pas forts financièrement, vous êtes obligés d'attendre l'argent de ce que vous avez vendu. On va vous dire que dès le mois de juillet tout sera soldé. De juillet à maintenant (ndlr, l'entretien s'est déroulé en décembre) tout n'est toujours pas soldé. Ce qui veut dire que si vous avez pris des crédits pour faire la campagne vous ne pourrez qu'avoir des problèmes avec votre créancier. On a de sérieuses difficultés avec les décaissements de l'État. Par contre avec les autres partenaires le plus souvent c'est un mois ou tout de plus 45 jours d'attente pour avoir son argent. Ce que nous demandons c'est que l'État honore ses engagements. Parce que lorsque vous signez un contrat chacun doit pouvoir respecter les termes qui le concernent. On nous donne un délai pour livrer. En retour il appartient à l'État de payer dans les délais impartis de commun accord. Nous sommes à peu près 86% et c'est nous qui sommes les « moins que rien ». Il suffit que les salariés de la Fonction publique n'aient pas leurs salaires d'un mois et tout le pays va se lever. Alors que nous, nous ne sommes pas payés depuis 7 à 8 mois.

### **Peut-on dire aujourd'hui que votre structure, est très bien rodée en matière de commercialisation ?**

Tout est dynamique et on ne finit jamais d'apprendre. Les techniques évoluent et donc, l'on a toujours besoin d'être formé pour être au diapason des nouvelles techniques. L'on vous dira par exemple que tel mécanisme fonctionne de cette façon dans le système français. Dans le système américain, ce sera tout autre. Mais si vous avez toute cette kyrielle, selon les circonstances vous appliquez ce qui vous semble bon. Il faut donc que nous arrivions à former davantage nos membres surtout sur les techniques de production. Autant la recherche évolue, autant les formations doivent évoluer. L'autre défi pour nous est d'avoir du matériel performant. Il nous faut non seulement les avoir mais aussi savoir les utiliser efficacement pour qu'il soit rentable pour les membres et pour l'Union.

Jade Burkina

# Le Projet d'appui aux filières agricoles (PAFA) vole au secours du monde agricole

À travers la mise en œuvre de sa composante «diversification agricole et accès au marché ». Le PAFA soutient la production et la commercialisation des produits agricoles au profit du monde rural. L'intervention a lieu dans le bassin arachidier du Sénégal.



### Des calebasses de sorgho

Un meilleur suivi technique, une nouvelle approche d'accompagnement du monde rural, ce sont les recettes expérimentées par le PAFA pour améliorer les rendements agricoles. Leur nouvelle technique d'approche de conseil agricole et rural, basée sur l'approche d'organisation des opérateurs (OP) constitue une rupture avec l'ancien système d'encadrement des exploitations familiales en milieu rural. L'approche consiste à identifier au niveau de chaque OP, des relais villageois qui sont formés par les techniciens de l'Agence Nationale de Conseil Agricole et Rural (ANCAR). Ces derniers sont ensuite dotés de guides et de plans de Bonnes pratiques Agricoles (BPA) à diffuser auprès des producteurs et des productrices. Tout cela sous l'œil vigilants des conseillers à l'exploitation familiale qui assure la mise en œuvre des activités des sous projet d'accès au marché (Spam) et assurent la vulgarisation de la formation sur les Bonnes Pratiques Agricoles. L'appui des agents CEF a permis de veiller au respect strict des calendriers et itinéraires techniques par les OP et un meilleur suivi des cultures. Maimouna Faye est présidente de l'Union des groupements de femmes productrices de

niébé à Niakhar dans la région de Fatick. Elle explique la fin de leurs soucis depuis l'arrivée des groupes de relais : « avant l'arrivée de ces relais, toute la communauté rurale se partageait les services d'un seul agent de l'ANCAR, qui nous visitait de manière épisodique. Ce qui n'était pas sans conséquence sur le suivi des cultures. Mais cette difficulté est aujourd'hui dépassée par la mise sur orbite des CEF. Ces jeunes villageois sont toujours présents à nos côtés et leur accompagnement est très apprécié par les producteurs ».

A travers sa composante « appui dans le domaine de la gestion communautaire du matériel agricole, le PAFA facilite l'accès des ménages vulnérables aux semoirs et houes adaptés à la petite exploitation agricole. Chaque OP, après avoir acquis un parc de 10 semoirs et autant de houes, met en place un comité de gestion qui définit les modalités d'utilisation, de maintenance et de renouvellement du matériel. Ensuite l'OP identifie les ménages les plus vulnérables en son sein et totalement dépourvus du matériel avant de fixer un calendrier d'utilisation par ces ménages démunis moyennant un tarif forfaitaire de 10 000 F CFA par campagne. Les ménages les plus vulnérables sont prioritaires dans l'utilisation du matériel.

Depuis le lancement de l'initiative, le PAFA a fourni 2160 semoirs et 1220 houes. À Fass Nguérane, l'accès au petit matériel est devenu aisé et son mode de gestion rassure la communauté des petits producteurs et productrices. Dans un passé proche, les choses étaient différentes, se souvient M'Baye Diouf, président de la fédération des producteurs de Fass Nguérane. « Avant l'arrivée du projet, l'activité battait de l'aile du fait d'un manque notoire de semoirs, de houes. Nous accusions toujours du retard dans les semis car il fallait



Suite à la page 7

# L'expérience du FADEC/SUD, au service du monde agricole

**La Fédération des Associations de Développement Communautaire (FADEC/SUD) intervient dans l'une des régions les plus pauvres du Sénégal. Pour revitaliser le secteur agricole mis à mal par une sécheresse chronique, la FADEC / SUD a initié un projet de diversification agricole, à travers la promotion des activités maraichères.**

Dans le Sud du Sénégal, les rendements céréaliers sont passés de 800 kg/ha à 500 kg/ha durant ces 5 dernières années. En réponse à ces chiffres alarmants, la FADEC/SUD lance l'opération « un ménage, un périmètre ». Objectif : lutter contre l'insécurité alimentaire. Cette stratégie a touché 580 ménages dans le département de Tivaoune au Sénégal. Construction de forages, fourniture d'intrants agricoles, encadrement des producteurs par une équipe technique, les actions développées ont permis d'améliorer les capacités de résilience des populations au changement climatique et de faciliter l'accès à des semences certifiées, grâce au soutien de l'ISRA (Institut Sénégalais de Recherche Agronomique). L'introduction de ces semences a nettement amélioré les rendements des producteurs et du même coup de leurs conditions de vie. C'est le cas à Touba Dior où les paysans récoltent désormais plus de 100 tonnes d'oignon par an alimentant ainsi de nombreux marchés au Sénégal. Les périmètres installés par la FADEC / SUD prouvent sans équivoque qu'il est possible d'améliorer de façon significative ses revenus. Grâce aux infrastructures et à l'appui technique, un producteur peut avoir 350 000 FCFA sur 5 mois de campagne de culture maraichère, même avec des conditions d'exploitation peu optimisées. Ces revenus viennent

s'ajouter à l'activité céréalière qui a connu aussi une amélioration de la productivité grâce à l'utilisation des semences certifiées. De quoi redonner de l'espoir aux jeunes dont nombre d'entre eux préfère rester désormais au village. C'est le cas d'un apprenti chauffeur, aujourd'hui reconverti en maraîcher grâce au projet de la FADEC/SUD qui témoigne. Il témoigne : « grâce à ce nouveau travail, je gagne bien ma vie, je n'ai plus besoin d'aller à Dakar pour me faire de l'argent. J'ai même volé quand j'étais à Dakar pour avoir de quoi survivre. Aujourd'hui je ne fais plus tout cela et je gagne décemment ma vie. »

Certains villages presque totalement désertés par leurs populations à cause de la pauvreté commencent à reprendre vie grâce au maraîchage et à l'amélioration de la productivité céréalière. Faire face aux difficultés du monde rural est bien possible. Mais pour y parvenir, il est crucial que les populations locales s'approprient les initiatives de développement à travers la valorisation des solutions endogènes. C'est l'enseignement majeur de la mise en œuvre du Projet FADEC/SUD.

Babacar MBAYE coordonnateur  
FADEC/SUD  
bacargueye@yahoo.fr

louer le petit matériel au niveau des producteurs équipés. Mais celui-ci n'était pas toujours disponible à temps réel ou on devait attendre que certains terminent. Il était fréquent de voir un semoir tourner à longueur de journée entre les mains de plusieurs ménages ».

L'initiative du projet a connu une réussite considérable dans le quotidien de la population. L'accroissement de la productivité a changé la qualité de leur vie à travers l'amélioration des revenus des ménages..

Semou Diouf coordonnateur du  
PAFA Kaolock, Sénégal



Suite page 6

## Kouka Hamado Bouéné, devenu « El hadj » grâce à l'agriculture

« El hadj », un surnom qu'il ne lâchera plus la silhouette de sieur Kouka Hamado Bouéné, fier d'avoir accompli le cinquième pilier de l'islam grâce à son champ de 15 hectares. Ce désormais grand producteur semencier de Boulsa, reste reconnaissant à l'union départementale des professionnels agricoles de Boulsa qu'il préside et à sa structure faitière nationale la FEPAB pour le renforcement de ses capacités.



### Legende

Le retour à la terre ne sourit toujours pas à tous les aventuriers. Kouka Hamado Bouéné, lui, n'a aucun regret. Il a décidé de travailler la terre et elle le lui rend bien. Sur un terrain de 15 hectares, il produit des semences améliorées et y tire bien son compte : deux tonnes de sorgho et deux tonnes 200 de riz vendues pendant la campagne 2013-2014. « L'argent que j'ai eu m'a permis de construire ma maison et d'effectuer le pèlerinage à la Mecque, explique-t-il fièrement ». Aller au-delà du local. Rentré au bercaïl en 1985 après un long séjour en Côte d'Ivoire, Kouka Hamado Bouéné se lance dans l'agriculture. Avec d'autres producteurs agricoles, il met en place et préside un groupement villageois. Mieux, il milite pour une union des producteurs agricoles de la province du Namentenga. Puis, pour l'adhésion de l'union provinciale à la Fédération nationale des professionnels agricoles du Burkina. Un choix qui facilite le renforcement des capacités des producteurs et la commercialisation de leurs productions

### Vendre en groupe, la stratégie qui arrange chacun

Avec la fédération, le rapprochement entre techniciens et producteurs se fait plus sentir. Grâce

aux conseils des agents techniques, Hamado Bouéné glisse doucement de la production de consommation à la production de semences améliorées. « Je me suis vraiment investi, je faisais ce qu'ils me disaient et j'ai appris toutes les techniques culturales qui sied, témoigne Hamado Bouéné ». Au plan provincial, les producteurs adoptent une stratégie de vente groupée. Une solidarité qui aligne garantie du marché et professionnalisme, car il faut livrer en quantité mais aussi en qualité. Sur sa production de six tonnes 200 kg en 2013-2014, il arrive à écouler, grâce à l'Union, quatre tonnes et demi. Le reste n'est pas certifié et déclassé. Déclassement, retard de paiement, les difficultés de la commercialisation. Des difficultés dans la commercialisation de semences améliorées il n'en manque pas. Outre les éventuels déclassements de la production, les producteurs font le plus souvent face à des retards de paiement. « Les clients traînent beaucoup avant de payer. La production semencière est notre seule source de revenu. Nous comptons sur cet argent pour payer la scolarité de nos enfants, nous nourrir et nous soigner. Si nous recevions la paie un peu plus tôt, on allait plus se développer » estime El hadj Kouka Hamado Bouéné.

### L'agriculture, l'héritage que « ladjj » veut transmettre à ses enfants

Aujourd'hui, le semencier de Boulsa songe à la relève. Il compte faire de ses deux fils de grands producteurs semenciers. « L'un est toujours à l'école tandis que l'autre a raccroché, mais à tous les deux j'ai fait suivre une formation en agriculture et ils ont eu leur attestation de producteur semencier. J'ai fait cela parce que même celui qui fréquente peut échouer à l'école ». Plus qu'un souci de pérennisation de la production semencière, il voit cela comme un devoir d'ainé de l'unité de production : « C'est un devoir pour moi d'initier mes enfants parce que je ne dois pas être le seul à connaître les techniques de production semencière dans la famille ».

Jade Burkina



## Filière Cacao au Cameroun : exit les commerçants intermédiaires

Le phénomène d'achat et de revente du cacao au Cameroun par des commerçants intermédiaires est appelé localement « coxage ». Reconnu comme un fléau contre lequel se battent les organisations professionnelles agricoles et le ministère du commerce du Cameroun (Mincommerce), le coxage a la peau dure en zone cacaoyère où il sévit vaille que vaille. Profitant de l'enclavement des zones rurales et de la précarité des conditions de vie des producteurs, les « coxeurs » les poussent à brader leur cacao bord champ à des prix souvent dérisoires.

Pour en venir à bout de ce système, plusieurs pôles de producteurs dont ceux du département de la Lékié dans la région du Centre, se sont constitués depuis quelques années en organisations au sein desquelles se négocient non seulement des prix de vente plus attractifs, mais aussi des appuis à la production accordés par l'Etat à travers divers projets et programme de développement de la filière cacaoyère.

### Adhérer à la coopérative

Avec la mise en place depuis 2012 du programme d'Appui à l'organisation de la commercialisation (Aoc) mis en œuvre par le Conseil interprofessionnel du cacao et du café (Cicc), un nombre important de marchés groupés a été enregistré, avec des volumes de plus en plus significatifs. Au cours de la campagne cacaoyère écoulée, près de 650 marchés groupés ont été organisés avec une moyenne de 100 tonnes de cacao par marché pour les organisations les mieux structurées, et 50 tonnes pour les petites organisations de producteurs.

Luc Ekembe, membre de la Société des coopératives agropastorales de la Lékié (SOCOPAL) explique : « Notre coopérative est constituée de 4 secteurs coopératifs avec plus de 1500 membres coopérants. Lorsque la production est importante, nous lançons des appels d'offres pour inviter les exportateurs à venir les acheter. Si le marché a lieu le jeudi, les négociations se déroulent le mercredi. Les offreurs s'inscrivent au débat à la somme de 20 000 FCFA. A la fin des débats, le marché est donné au plus enchérisseur suivi d'une signature de contrat d'une somme de 15 000 FCFA.»

Faute d'avoir un grand magasin de stockage pour toutes ces quantités de cacao, les producteurs amènent l'acheteur à faire la collecte du cacao dans les différents sites de vente. « Lorsque nous vendons en groupe, nous bénéficions des meilleurs prix. Je pense qu'au Cameroun, nous de la Lékié sommes en tête des meilleurs prix au producteur. Nous cédon actuellement le kilogramme de cacao à 1 440 FCFA alors que partout ailleurs, c'est dans les 1100 FCFA à 1200 FCFA. Les coxeurs achètent le même kilogramme au producteur à 1000 FCFA voire moins. » Déclare Luc Ekembe. Ce responsable de coopérative de producteurs affirme : « Nous avons vendu groupées plus de 450 tonnes de cacao lors de la campagne précédente. Pour celle qui est en cours, nous comptons vendre plus de 500 tonnes de fèves.»

Au-delà des meilleurs prix de vente, les cacaoculteurs bénéficient aussi des appuis en pesticides pour la protection phytosanitaire du cacaoyer et en encadrement technique pour améliorer davantage la qualité de la production. Les produits phytosanitaires sont accordés à chacun proportionnellement au volume de sa production présentée à la vente groupée. « Ceux des producteurs qui n'adhèrent pas à la coopérative et au système de vente groupée sont d'office exclus de ces avantages. » déclare un autre membre de la coopérative.

### Objectif qualité

Depuis quelques années, la qualité des fèves de cacao vendues bord champ a continué d'être un sujet de grande préoccupation. On note cependant des actions entreprises par les organisations professionnelles. Dans le cadre du programme d'Appui à l'organisation de la commercialisation, on annonce la formation de

300 vérificateurs de la qualité au sein des organisations de producteurs pour la campagne 2014-2015 en cours dont 200 vérificateurs dans la seule Lékié grand bastion du cacao, 50 dans le Nyong-Ekellé et 50 autres dans la Boumba et Ngoko (région de l'Est).

« C'est grâce aux multiples réunions de sensibilisation tenues avec les associations de producteurs que la salubrité du cacao s'est beaucoup améliorée au cours de ces années. » affirme le Délégué départemental du Mincommerce de la Lékié.

La recherche de la qualité a amené les producteurs de la Lékié à rechercher et à obtenir en mai 2013 le label UTZ pour leurs plantations de cacao ; ce qui leur permet de recevoir une prime de 50 FCFA par kilogramme de fèves vendues.

Dans la Lékié, déclare le Délégué Départemental du commerce de ce département, les volumes de cacao commercialisés cette année étaient plus importants que ceux des années précédentes, malgré que certains producteurs continuent de brader leur production en champ aux coxeurs sans aucun contrôle de qualité.

Activité interdite, le coxage est un véritable fléau qui ternit le label cacao camerounais. Certains coxeurs achètent du cacao humide bord champ, non fermenté et le mélangent au bon cacao pour le vendre aux exportateurs. Bien qu'il existe des agents et des réunions de sensibilisation pour promouvoir les ventes groupées, il existe toujours des brebis galeuses au rang des cacaoculteurs qui continuent de brader leur production à ces commerçants sans foi ni loi. Des producteurs vont jusqu'à vendre leur cacao soit en champ et sur pied avant la maturité, soit pendant la récolte, soit non séché, à des prix insignifiants, pour motif qu'ils ont trop de problèmes à régler à l'instant pour attendre la période des ventes groupées.

### Les intermédiaires, un fléau qui persiste

Munis de leurs balances souvent truquées, les coxeurs font la ronde des villages, cherchant qui tromper, parfois sur fond de chantage, voire de menaces. Alain A., planteur dans la localité de Bilik-Bidik dans la Lékié déclare à leur sujet : « On les connaît déjà. Quand il nous arrive de leur proposer notre cacao, nous le pesons d'abord nous-mêmes à leur insu avec notre propre balance. Lorsqu'ils arrivent, si la différence de poids est significative, on laisse tomber la vente. Parfois, c'est le prix bas qu'ils proposent qui nous sépare. Souvent aussi, on leur impose d'utiliser notre propre balance pour peser les fèves, ils hésitent ou refusent et on leur dit alors au revoir. C'est comme ça qu'on jongle les coxeurs pour leur échapper. »

Pour la campagne cacaoyère 2014-2015, des mesures drastiques sont en train d'être mises en place pour contrer le coxage, déclare le Délégué départemental du Mincommerce de la Lékié : « Nous mettrons des barrages mixtes: police, gendarmerie, ministère du commerce sur tous les axes qu'empruntent les coxeurs afin de limiter leur action et saisir les fèves de mauvaise qualité. »

Ces mesures visent à terme à inciter les brebis galeuses du milieu des cacaoculteurs à rejoindre les organisations de producteurs afin d'avoir 100% de ventes groupées et garantir la qualité du cacao produit dans la Lékié.

Néanmoins, relèvent certains observateurs de la filière, ces initiatives n'auront de succès véritable que si l'État camerounais met à la disposition des planteurs des préfinancements pour les aider à tenir pendant la période de vache maigre, moyennant leur production à la récolte.

Evariste BELIBI  
SAILD Yaoundé  
evaristy7@yahoo.fr

## Le piment à la conquête des marchés

**Vendeuses grossistes, les femmes servent d'agents de liaison entre les producteurs de piment frais et les vendeurs au détail. Elles sont nombreuses aux côtés des hommes, à acheminer d'importantes quantités de piment en fruits de la campagne vers les marchés de la ville. Les fruits se vendent en filets de 100 kg, en seaux de 15 litres ; 5 litres et 3 litres, voire moins.**

**R**ouge ou jaune, le piment est commercialisé sur les marchés camerounais. À tous les coins des marchés, des tas de fruits sont posés sur des sacs à même le sol, ou sur des étales. Les ménagères constituent la plus grosse clientèle. Il y en a pour toutes les petites bourses : 50 FCFA, 100 FCFA, 200 FCFA, 500 FCFA le tas de fruits. C'est par cette vente au détail que le vendeur grossiste arrive à se débarrasser de sa cargaison.

Sur le marché, le piment transformé est plutôt rare, excepté le piment sec, ou à la limite le piment en poudre. Très peu de commerçants des villes de Yaoundé et Douala vendent le piment sec ou en poudre.

Pour avoir du piment transformé en forme liquide, il faut fouiner dans les commerces et les supermarchés. Il en existe de différentes marques. La plupart des marques de piment liquide sont importées. Rare de trouver dans les supermarchés du piment liquide, en poudre ou en cube «made in Cameroon». Pourtant le piment en fruits pourrit sur les marchés et est jeté dans les poubelles.

Il y a le « piment Bamiléké » qui vient de l'Ouest du Cameroun. Avec un fruit de forme arrondie, le piment Bamiléké est réputé pour son goût dit « sauvagement piquant ». Les consommateurs avertis expliquent que cela serait dû au fait que ce piment est cultivé presque sans engrais. Le piment Bamiléké est conditionné dans des filets de 50 kilogrammes et abonde sur le marché entre décembre et février. À cette période de l'année, le marché du 8ème arrondissement, premier lieu de ravitaillement des vivres frais en provenance de l'Ouest du pays, est le principal point de vente de piment Bamiléké à Yaoundé.

On trouve aussi le « piment Bertoua », long et effilé qui vient de l'Est du Cameroun. Selon les commerçants, il a l'avantage de pourrir moins vite



Une vendeuse qui va au marché

que les autres variétés. Conditionné dans des filets de 100 kg, il est le plus disponible sur les étales à partir des mois de mai jusqu'à novembre. Dans la même période, le « piment du Centre » fait son apparition sur le marché, avec de gros fruits de forme arrondie. Le marché du Mfoundi à Yaoundé est pendant cette période le principal point de ravitaillement de la majorité des commerçants.

À Douala, le marché Sandaga est le plus grand marché du piment, quel que soit la saison. C'est le lieu de livraison des producteurs du Sud-Ouest, du Mounjo, et même de l'Ouest et du Centre. De passage au Cameroun, si vous avez envie d'épicer vos sauces, vous savez désormais où vous rendre.

LVDP N° 251 - Avril - 2012