

### 13.1 – Des principes et des exemples

Paradoxalement en agriculture, l'augmentation des quantités produites et livrées (par augmentation de surfaces cultivées, étalement de la production et/ou des rendements) ne se traduit pas par une hausse des revenus des producteurs. Quand il y a trop d'offre de produits sur un marché par rapport aux demandes des acheteurs (demandes qui en général ne varient pas dans les mêmes proportions que les variations de l'offre), les cours des produits chutent et viennent annihiler les efforts consentis par les producteurs pour produire plus.

Les producteurs ne peuvent pas facilement jouer sur la demande locale. Ils s'organisent donc pour réguler et gérer l'offre sur un marché et éviter ainsi des chutes de prix. Les OP mènent ainsi des actions pour planifier la production par rapport aux fluctuations intra-annuelles des prix, et/ou lisser les volumes de produits disponibles sur le marché, et anticiper ainsi les variations brutales, à la baisse comme à la hausse de prix. Par exemple :

- appui technique pour étaler la production de pommes de terre sur une plus grande période de l'année, pour éviter des pics de production au moment de la récolte, et des déficits d'offre venant casser les relations entre producteurs, acheteurs et consommateurs (Fédération Fouta Djallon) ;
- organisation de tours de vente du gingembre et de la tomate sur des marchés locaux par l'OP Nowefor au Cameroun (encarts 13a et 13b) ;
- gestion de l'offre de riz par la Coopérative rizicole de Mogtédou au Burkina Faso, avec la mise en place de fonctions de régulation et de contrôle sur le marché local (encart 13c).

#### (13a) Gestion de l'offre de gingembre et organisation de marché par Nowefor

Nowefor, au Cameroun, a connu la rançon du succès rencontré sur la production de gingembre : les membres de cette Fédération camerounaise ont tant et si bien amélioré la production (itinéraire technique, approvisionnement en intrants à crédit, suivi de production...), que celle-ci est venue saturer le marché local et que les prix ont chuté drastiquement : l'offre de gingembre surabondante par rapport à la demande locale s'est traduite par une baisse radicale du prix (division du prix par cinq en moins de trois ans).

Les membres de l'OP ont poursuivi un long cheminement de réflexion-action et ont développé des stratégies pour faire face à cette baisse des prix du gingembre au niveau du marché local et ainsi mieux vendre le gingembre.

En 2004, ils ont initié une stratégie d'organisation du marché local, via une meilleure transparence des transactions et une gestion de l'offre. Celle-ci est articulée autour : (i) d'une régulation de l'offre hebdomadaire au niveau du marché local de gingembre (limitation de l'offre pour pouvoir mieux négocier les prix avec les acheteurs) et (ii) de l'écoulement des excédents de gingembre sur de nouveaux marchés extérieurs (organisation du transport et vente à des acheteurs éloignés).

Ceci a permis aux producteurs de retrouver un prix attractif sur le marché local. Des expériences d'achat-stockage et de transformation ont aussi vu le jour, ainsi qu'une stratégie naissante de mise en réseau des producteurs.

*Réf. : Idem supra : L'offre, la demande et le prix d'équilibre : des lois connues, un cas d'école à (re)-connaître : amélioration des prix aux paysans à travers l'organisation du marché local et la régulation de l'offre de gingembre par Nowefor à Bafut au Cameroun – Inter-réseaux, CTA, 2006. – 12 p. + résumé 1 p.*

#### (13b) Gestion de l'offre de tomates par Nowefor sur un marché local au Cameroun

Des appuis techniques et financiers ont permis aux producteurs de Nowefor d'augmenter significativement la production de tomates au sein de la filière maraîchage de Bambui. Chaque producteur est passé de 7 seaux de 15 litres de tomates par semaine à environ 20-40 seaux. Le marché local de Bambui, tout comme le marché principal de la ville de Bamenda, toute proche, ont été saturés de tomates et les prix ont chuté de 3 500 Fcfa/seau à 1 800 et même 1 000 Fcfa/seau. Les producteurs n'avaient plus de revenu satisfaisant pour leur production.

Les membres de cette filière ont alors réfléchi à la question de savoir comment la rendre plus rentable. Des idées ont émergé : réduire l'offre de tomates sur le marché local d'une part et, d'autre part, rassembler la production et rechercher des débouchés sur des marchés extérieurs pour écouler les excédents de production.

Pour réduire l'offre de tomates sur le marché local, les producteurs ont adopté un mode de production séquentiel. Les membres de la filière se sont organisés en six sous-groupes et un calendrier de plantation a été retenu afin de laisser deux semaines d'écart entre deux dates de plantation. Les producteurs récoltant à des dates différentes, ils n'apportaient plus toutes leurs récoltes au même moment sur le marché local.

Afin de chercher des marchés extérieurs, deux membres ont été envoyés prospecter à Yaoundé, Douala et Limbe où finalement un acheteur a été identifié dans chacune des villes. Ces acheteurs avaient d'autres exigences en termes de qualité de la tomate. Des itinéraires techniques spécifiques ont dû être travaillés par l'OP (cf. Fiche 8 sur la qualité).

Réf. : *Idem supra.*

### **(13c) Gestion de l'offre de riz par la Coopérative rizicole de Mogtédou au Burkina Faso**

La Coopérative a mis en place un système innovant de gestion de l'offre de riz sur le marché local, de façon à avoir une offre régulière de qualité. La Coopérative intervient pour cela sur deux éléments clés de la vente : le prix du paddy et du riz blanc et les volumes mis en vente lors des marchés. Elle agit aussi au niveau de la production d'un riz de qualité : sensibilisation, formation des étuveuses, travail sur les équipements.

La régulation de l'offre de riz sur le marché est cruciale pour éviter un afflux trop important de l'offre en paddy qui a tendance à faire chuter le prix, et d'autre part pour garantir un volume d'affaires régulier aux acheteurs qui fréquentent le marché au moment où le riz se fait plus rare.

La Coopérative intervient à différentes périodes pour maintenir un volume régulier d'approvisionnement du marché de Mogtédou. Elle n'achète pas le riz paddy aux membres (sauf exception pour les personnes en grande difficulté ou pour éviter l'engorgement du marché au moment de la récolte), mais régule l'offre sur le marché avec le riz qui provient du remboursement en nature des intrants fournis aux membres : la Coopérative stocke et déstocke ce riz en fonction des besoins du marché. Elle met en vente ses stocks au moment où le marché commence à manquer de paddy avec comme objectif de maintenir un volume d'achat à chaque marché et de fidéliser les acheteurs (ces stocks proviennent du paiement en nature des redevances pour la gestion du périmètre ou du remboursement des intrants, achats d'intervention).

La Coopérative cherche donc à régulariser tant le prix (plus élevé et stable pour les producteurs et connu à l'avance pour les acheteurs) que les volumes (il y a du riz à vendre à chaque marché). Ce dernier point est primordial pour les acheteurs qui recherchent une activité régulière. Ce sont donc les producteurs qui par l'action de la Coopérative gèrent le marché. Il ne s'agit pas de récupérer les taxes de marché mais de gérer l'offre de produit et de garantir la demande en offrant des conditions appréciées par les acheteurs.

Pour les producteurs, le marché est sécurisé car d'une part il n'est plus soumis aux variations de prix qui peuvent être imposées par les acheteurs, les producteurs sont impliqués dans le respect des accords sur les prix et la Coopérative appuie le contrôle des transactions pour éviter des pertes sur les mesures lors des achats.

Ce nouveau mode de fonctionnement a été expliqué, négocié et admis par les autorités locales qui ne cherchent pas à l'entraver et même l'encouragent :

- contrôle du volume de riz étuvé mis en marché, en un lieu unique, à des prix négociés ;
- contrôle des mesures et pesées ;
- des règles pour faire respecter ce prix avec des pénalités en cas de non-respect.

La Coopérative a introduit un droit à la régulation pour un marché plus équitable, basé sur des négociations avec les autres professionnels.

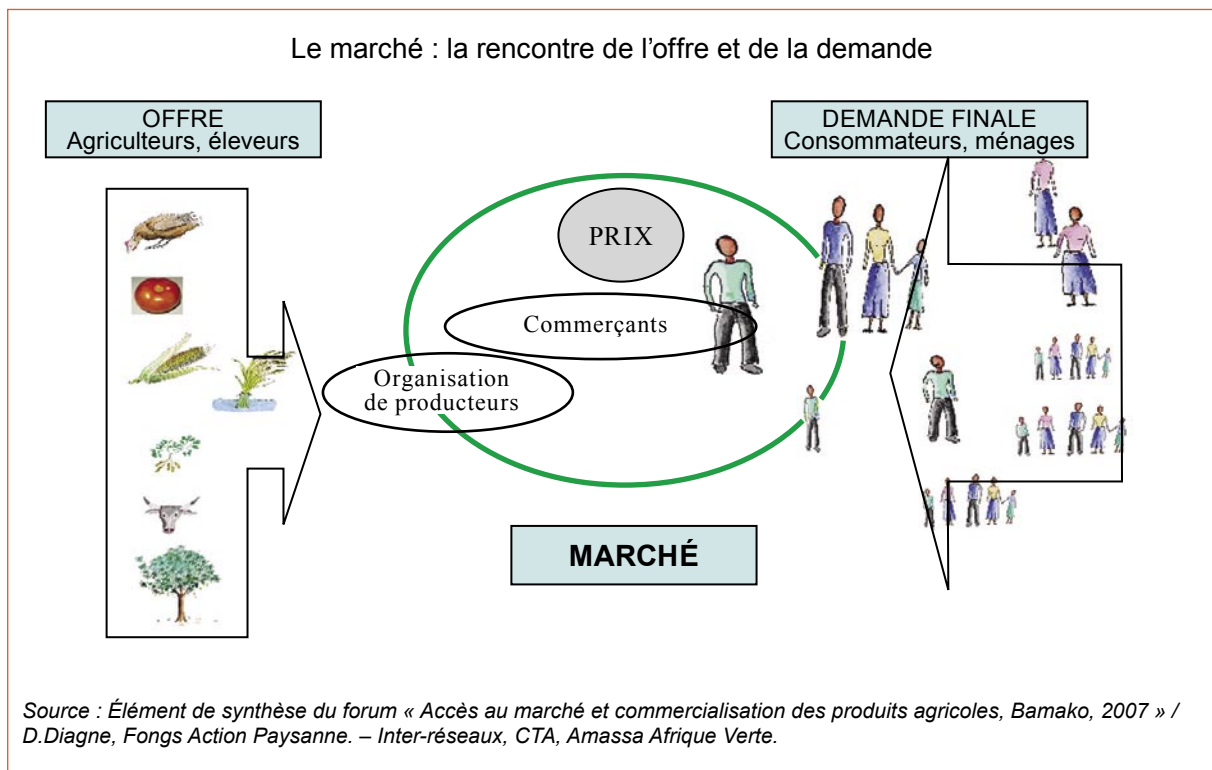
Réf. : *Création d'un marché sécurisé autogéré par les paysans riziculteurs de la Coopérative de Mogtédou au Burkina Faso. - Inter-réseaux, CTA, sur la base d'une contribution de la FENOP, 2006. - 10 p. + résumé 1 p.*

## **13.2 – Des intérêts et des limites**

Partant du constat que les producteurs peuvent jouer plus facilement sur l'offre que sur la demande plus lointaine et bien souvent moins bien identifiée, les OP adoptent souvent en priorité des stratégies axées sur l'offre :

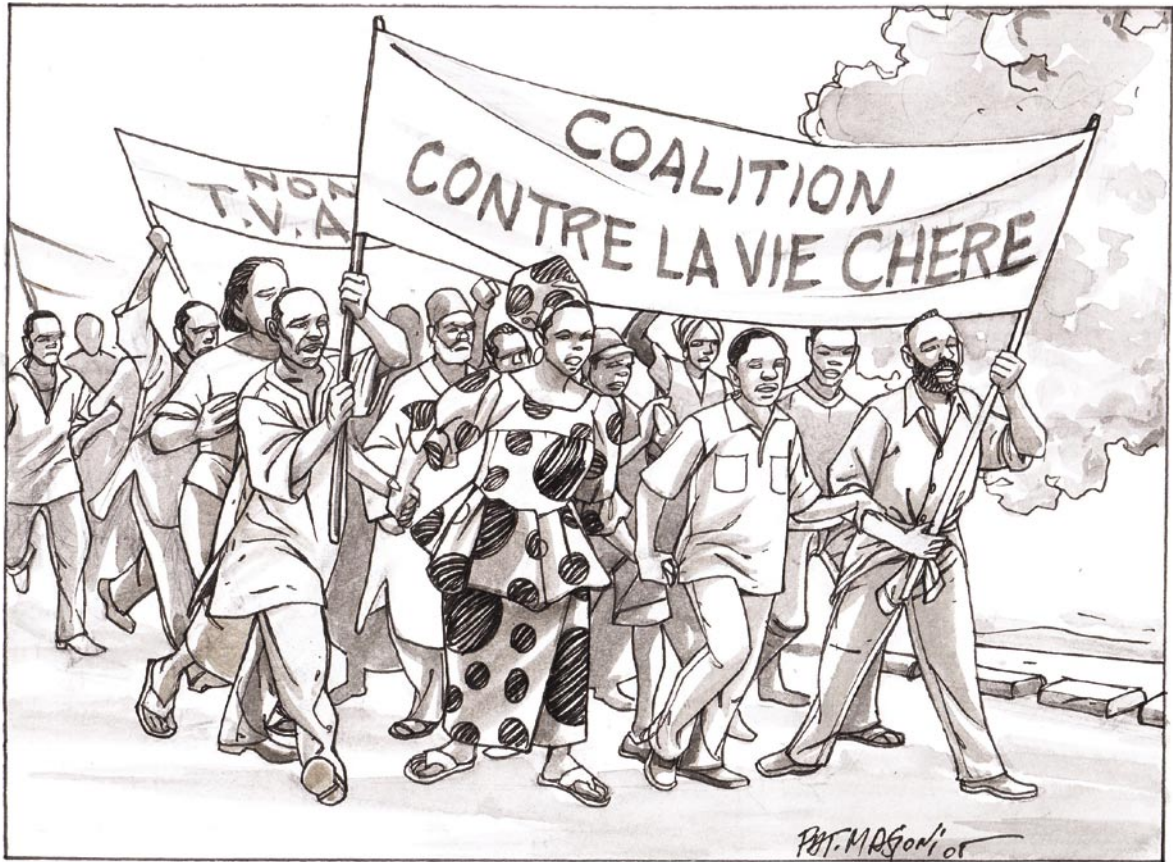
- **réduction des coûts de production unitaire de l'offre** : achat groupé d'intrants de meilleure qualité et moins chers, travail sur les itinéraires techniques pour produire mieux et plus par unité de surface et/ou travailleur, etc. ;
- **amélioration de la gestion de l'offre (en volume)** : offres groupées (économie d'échelle et groupage qui permettent d'attendre un meilleur prix), vente différée dans le temps pour avoir de meilleurs prix (soit par stockage, soit en décalant les itinéraires techniques pour avoir des productions étalées), diminution des importations extérieures, etc. ;

- écoulement de produits sur des marchés locaux et recherche de marchés plus lointains pour écouler les excédents ailleurs (recherche de moyens pour décaler la mise en marché : achat aux membres en besoin de liquidité, infrastructure de stockage, anticipation en connaissant et maîtrisant les volumes mis en marché) ;
- **amélioration de la gestion de la qualité** : itinéraires techniques permettant d'obtenir des produits qui se vendent, se conservent, se transforment bien et attirent les commerçants ou les consommateurs finaux (mise en place de systèmes de tri, contrôle qualité) ;
- **offre de produits à plus forte valeur ajoutée**, soit par ce qu'ils sont de meilleure qualité, soit par transformation/conditionnement.



Le marché : lieu de rencontre entre l'offre et la demande

Il va de soi que la gestion de l'offre ne peut pas se contenter de limiter l'offre pour faire monter artificiellement les prix. En effet, les consommateurs limités par leur pouvoir d'achat, et les gouvernements soucieux de ne pas se retrouver avec des crises dans les zones urbaines, veillent au grain...



Consommateur, mais pas à n'importe quel prix (PAT Magoni, GDS 31, 2005)