



Stratégie des acteurs des filières agricoles en Afrique de l'Ouest pour gérer l'instabilité des prix

Cas de l'Union des groupements pour la commercialisation des produits agricoles de la boucle du Mouhoun (UGCPA/BM – Burkina Faso)

L'UGCPA/BM en bref

- ❖ Créée en 1993 : 17 ans d'existence ; 17 AG avec 6^{ème} président
- ❖ 2100 membres répartis dans 85 groupements de base
- ❖ Couverture géographique : région de la Boucle du Mouhoun, ouest du Burkina
- ❖ Activité principale : commercialisation des céréales sèches (maïs, mil, sorgho) et du niébé pour le marché local et du bissap biologique à l'export
- ❖ Quantité de céréales commercialisées pour la campagne 2009/2010 : 4050 tonnes
- ❖ Clients : 85% aux acheteurs institutionnels (Programme alimentaire mondial (Pam) et Société nationale de gestion du stock de sécurité alimentaire (Sonagess)) ; 15% aux privés (commerçants et transformateurs en majorité et faible part aux consommateurs directs)
- ❖ Un chiffre d'affaire de 1 067 145 euros

L'UGCPA est née aux lendemains des politiques d'ajustement structurel ayant conduit au désengagement de l'État burkinabé de l'appui au secteur agricole. Dans un contexte de forte chute des prix sur les marchés, les producteurs de la Boucle du Mouhoun, alors livrés à eux-mêmes pour la gestion de la production, du stockage et de la commercialisation, et découvrant un nouveau contexte de libéralisation, se sont regroupés pour créer l'UGCPA.

Stratégie de l'UGCPA pour atténuer les effets de la volatilité des prix sur ses membres

Axe 1 : collecte et commercialisation collective des produits agricoles de ses membres

Le dispositif est réglementé par un document très précis adopté en assemblée générale et intitulé « la réglementation sur les services offerts aux membres ».

Engagements de livraison du producteur membre à l'Union

L'UGCPA a mis en place un système de contractualisation avec les membres. Le producteur qui veut commercialiser ses excédents¹ via l'Union signe en début de campagne un contrat de commercialisation qui l'engage sur une quantité qu'il détermine. Ce contrat est légalisé auprès des autorités locales.

Une fois l'ensemble des quantités prévisionnelles de livraison des membres compilées, l'Union prend des engagements auprès des institutions financières et des partenaires financiers et commerciaux.

Fixation du prix garanti : processus de paiements anticipés multiples non obligatoires, fixés sur la base d'une analyse du marché et de la mesure du risque

Prix de récolte : il est fixé en octobre pour une application à compter du 1er novembre et vaut pour toutes les céréales livrées. Ce prix est calculé à partir d'une analyse fine de l'environnement, basée sur 5 indicateurs : 1) la production au niveau national et le bilan céréalier prononcé par l'État ; 2) les prix moyens payés aux producteurs sur les différents marchés de la région à cette période ; 3) l'environnement sous-régional (est-ce que les pays voisins ont bien produit ?) ; 4) les stratégies des partenaires : politique d'achat massif ou pas (tourné de rencontre du PAM, Sonagess, l'État, les sociétés de transformations, etc.) ; 5) la moyenne des charges de commercialisation des trois dernières campagnes et la projection des charges prévisionnelles de la campagne en cours.

Prix de cession : il est fixé entre le 3 et le 15 janvier. Ce prix est fixé en tenant compte des cinq indicateurs et suivant le marché, le prix de chaque produit est déterminé. Un réajustement de prix entre le prix à la récolte et le prix de cession est fait aux producteurs ayant livrés au cours de la période intermédiaire.

¹ L'Union fait attention que le producteur ne commercialise que ses excédents, définis comme la différence entre sa production totale et ses besoins annuels en alimentation pour sa famille.

Ristourne : À la fin de la campagne de commercialisation, si l'organisation enregistre des résultats positifs, les bénéfices sont partagés entre l'UGCPA/BM et les producteurs qui ont livré suivant une clé de répartition : 65% aux producteurs et 35% à l'Union pour couvrir ses frais de fonctionnement. Les ristournes sont remises au prorata des volumes livrés par chacun des membres.

Exemple pour la campagne 2009/2010 : prix de récolte de 11 500 FCFA le sac de 100 kg, prix de cession de 12250 FCFA le sac de 100 kg ; bilan de campagne : bénéfice de 13 millions de FCFA dont une partie a été reversée aux producteurs sous forme de ristourne.

Investissement dans des infrastructures de stockage

L'ensemble des céréales livrées par les membres de l'UGCPA est stocké, avant d'être commercialisé dans des magasins appartenant à l'Union et d'une capacité de 3 650 tonnes. Il arrive que l'Union loue ses magasins, comme par exemple à la Sonagess au cours de la dernière campagne pour 2000 tonnes de céréales.

Axe 2 : soutien à la production des membres via l'accès au crédit intrants et aux formations

- Approvisionnement à crédit en engrais spécifiques aux céréales de qualité : remboursement prélevé sur les revenus au moment de la livraison des céréales.
- Production et approvisionnement des membres en semences certifiées à crédit : idem.
- Formations en conseil de gestion à l'exploitation familiale/ gestion agro-environnementale.

Axe 3 : mise en place d'outils financiers et de gestion des risques pour pérenniser la stratégie

Dispositif permettant l'accès au crédit pour les membres et pour l'activité de commercialisation avec paiements anticipés

- Mise en place d'un **fonds de garantie** de 205 806 € rémunéré à 4%.
- Une **ligne de crédit** de 900 000 € à un taux de 8% sur les emprunts avec l'Union régionale des caisses populaires du Plateau Central (URCPC).

Des outils de gestion des risques

- Un **fonds de sécurité** de 22 000 €s pour palier les mauvaises campagnes sur la base d'un prélèvement de 2F.CFA/kg livré
- Création d'un **stock d'anticipation** engrais.

Axe 4 : renforcer l'esprit coopératif des membres et discipliner les comportements

L'UGCPA classe ses membres en 3 catégories et, en fonction de ce classement, leur donne accès à des crédits de campagne à différentes étapes de la production (PA1² en début de campagne et PA1bis³ à la récolte : le producteur est classé en première catégorie s'il a respecté ses engagements de livraison à hauteur d'au moins 70 % au cours de la dernière année. Il peut bénéficier du PA1 s'il a donné en garantie un bien pouvant couvrir 150 % de la valeur du PA1 reçu. Le producteur de deuxième catégorie a livré assez pour couvrir son PA1 mais moins de 70 % de son engagement final. Il n'a pas droit au PA1 la campagne suivante. Le producteur de catégorie 3 n'a pas livré une quantité suffisante pour couvrir son PA1. Il peut livrer, à la saison suivante, un minimum pour couvrir le solde impayé de son PA1 en plus des intérêts courus et des pénalités infligées. S'il s'acquitte de ses obligations, il peut être réintégré en catégorie 2. Le producteur qui le souhaite peut recevoir un PA1bis de 2 000 F.CFA par sacs de 102 kg à compter du 1^{er} octobre, s'il s'est classé dans la première catégorie au cours des trois dernières années.

Instruments de régulation des marchés mis en place par l'UGCPA
Stockage et conservation
Mise en marché collective
Contrats avec clients publics et privés
Soutien à la production : crédits intrants (semences certifiées, engrais), formations (Conseil à l'exploitation familiale, gestion agro-environnementale), instruments financiers (fonds de garantie)
Fixation du prix garanti + paiements anticipés + versement de ristournes
Classification des membres et accès à divers crédits pour les plus disciplinés
Fonds de sécurité (type fonds de lissage)

² PA1 : premier crédit accordé en début de campagne

³ PA1bis : second crédit accordé à la récolte