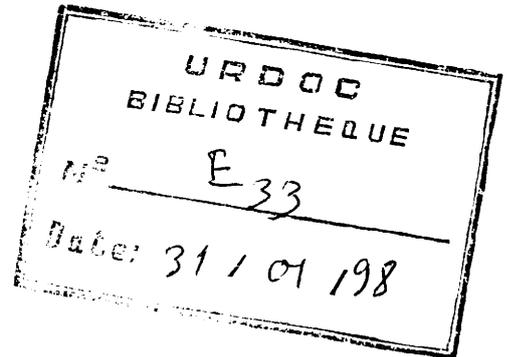


MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT
SECONDAIRE SUPERIEUR ET DE
LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

REPUBLIQUE DU MALI
Un Peuple - Un But - Une Foi

DIRECTION NATIONALE DE
L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

INSTITUT DE FORMATION ET
DE RECHERCHE APPLIQUEE IPR/IFRA



THEME

**DIAGNOSTIC DE LA GESTION DES FLUX DANS LA
COMMERCIALISATION DES ECHALOTES/OIGNONS
EN ZONE OFFICE DU NIGER**

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

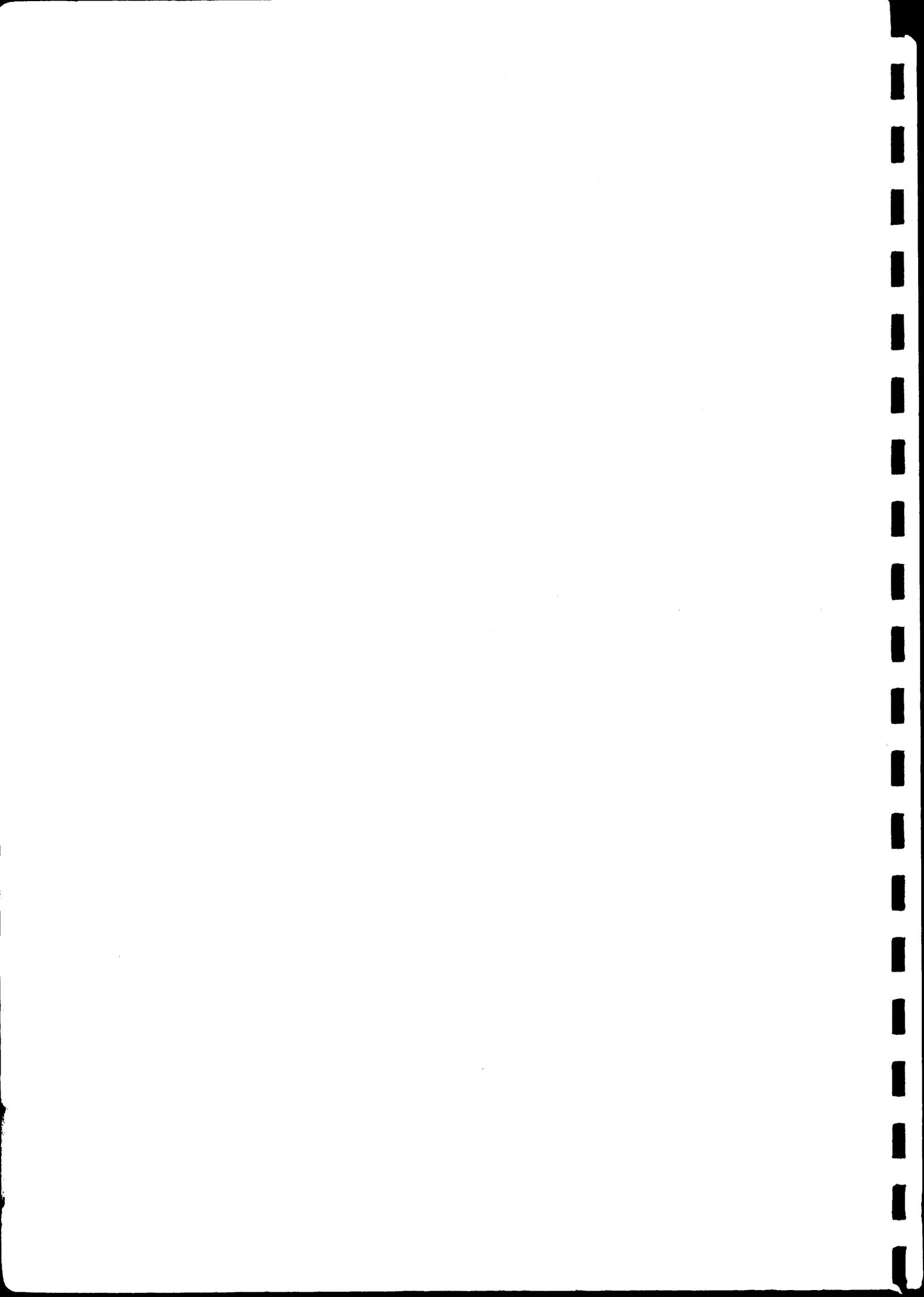
PRESENTE POUR L'OBTENTION DU DIPLOME D'INGENIEUR AGRONOME DE
L'IPR/IFRA DE KATIBOUGOU

Par M. Issouf DEMBELE

DIRECTEUR DE STAGE
Yacouba M. COULIBALY
Adjoint chef de projet URDOC

Date de soutenance

Décembre 1997



1. INTRODUCTION	1
2. <u>CADRE DE L'ETUDE ET POSITION DU PROBLEME</u>	2
2.1 <u>CADRE DE L'ETUDE</u>	2
2.1.1 <u>Présentation de l'Office du Niger</u>	2
2.1.2 <u>Présentation du projet URDOC</u>	4
3. PROBLEMATIQUE :	10
4. <u>METHODOLOGIE</u>	12
4.1 <u>REVUE BIBLIOGRAPHIQUE</u>	12
4.2 <u>CHOIX DE L'ECHANTILLON</u>	13
4.2.1 <u>Les producteurs</u> :	13
4.2.2 <u>Les commerçants</u> :.....	13
4.2.3 <u>Transporteurs</u> :.....	13
4.3 <u>ORGANISATION DU TRAVAIL</u>	13
4.4 <u>COLLECTE DES DONNEES</u>	14
4.5 <u>MOYENS UTILISES POUR LA COLLECTE DES DONNEES</u>	14
4.5.1 <u>Suivi</u> :	14
4.5.2 <u>Enquête</u> :	15
4.6 <u>CONTRAINTES</u> :	16
5. RESULTATS	17
5.1 <u>RAPPELS DES PRINCIPAUX ACTEURS</u>	17
5.2 <u>QUANTIFICATION DES FLUX</u>	17
5.2.1 <u>Analyse des flux au niveau des villages</u>	18
5.2.2 <u>Volumes des opérations effectuées par les commerçants</u>	22
5.2.3 <u>Quantités transportées par les transporteurs</u>	24
5.3 <u>ORGANISATION DE LA FILIERE</u>	26
5.3.1 <u>Niveau producteurs</u>	26
5.3.2 <u>Niveau commerçants</u>	29
5.3.3 <u>Des contraintes pour l'organisation de la filière</u>	30
5.3.4 <u>Des contraintes spécifiques ont également été signalées</u>	32
5.4 <u>SYNTHESE</u>	32
5.4.1 <u>Amélioration de la qualité</u>	33
5.4.2 <u>Organisation de la filière</u>	33
5.5 <u>SUGGESTIONS</u>	35
5.6 <u>CONCLUSION</u>	35
6. BIBLIOGRAPHIE	37



DEDICACES

Je dédie ce mémoire à

Mon père Bougouzanga DEMBELE à Léléni

Ma mère Porcho GOITA à Léléni

Mon grand-père feu Diatigui DEMBELE

Mon oncle feu Kogotiè DEMBELE

Mes frères et soeurs (du plus jeune au plus âgé) mais particulièrement à ma grande soeur feu
Mayatou DEMBELE.

Qu'ils retrouvent ici l'expression de mes sentiments de reconnaissance et de grande affection



Dominique DEMBELE à l'IPR/IPRA

Massagnouma DEMBELE

Amadou COULIBALY à l'école de médecine

Youssouf TRAORE à IPR/IFRA Annexe

Seydou DEMBELE à l'IPR/IPRA

Soungalo DEMBELE Agronome

Pascal DEMBELE

Arthur COULIBALY à l'IPR/IPRA

Kouloumégué DEMBELE à l'IPR/IPRA

Didier DEMBELE

Marie Jeanne SIDIBE

Yélé DEMBELE

Amélie DEMBELE

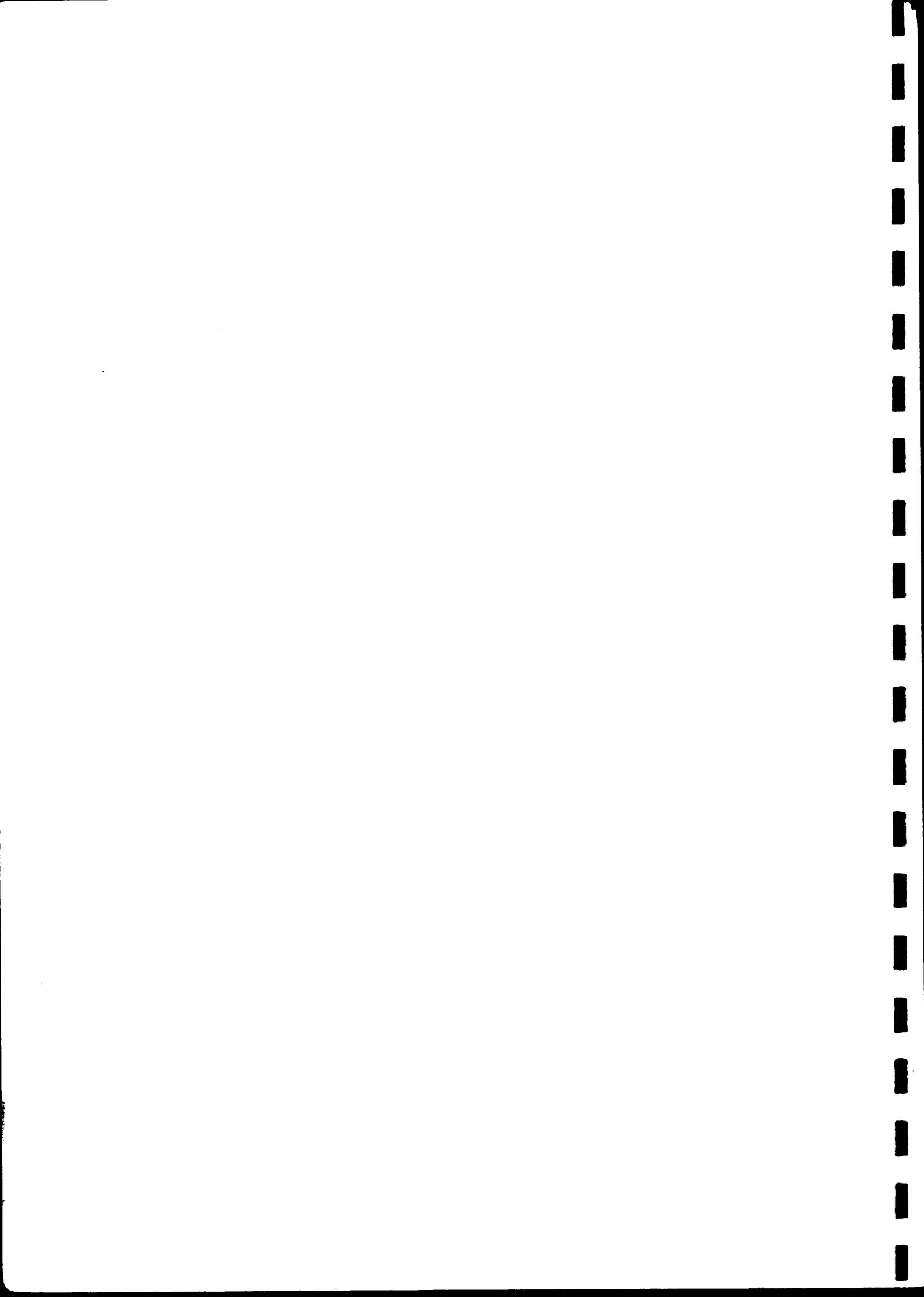
Mamadou CAMARA mon voisin de table IPR/IFRA

Sans oublier tous les autres dont les noms ne figurent pas dans le texte.



LISTE DES ABRÉVIATIONS

APROFA:	Appui à la Promotion des Filières Agricole
ARPON:	Amélioration de la riziculture paysanne à l'Office du Niger
AV:	Association Villageoise
CCCE:	Caisse Centrale de Coopération Economique
CFD:	Caisse Française de Développement
CIRAD:	Centre de Coopération International en Recherche Agronomique pour le Développement
DADR:	Division Animation Développement Rural
GIE:	Groupement d'Intérêt Economique
GIEF:	Groupement d'Intérêt Economique Féminin
HA:	Hectare
IER:	Institut d'Economie Rurale
Kg:	Kilogramme
ONT:	Office National du Transport
PA:	Personne Active
PRISAS =	Programme Régional de renforcement Institutionnel en matière de recherche sur la Sécurité Alimentaire au Sahel
PVAPD:	Projet Vulgarisation Agricole en Pays Dogon
R/D:	Recherche Développement
SOMACO:	Société Malienne des conserves
T:	Tonne
TH:	Travailleur Homme
URDOC:	Unité de Recherche Développement Observatoire du Changement



LISTE DES TABLEAUX

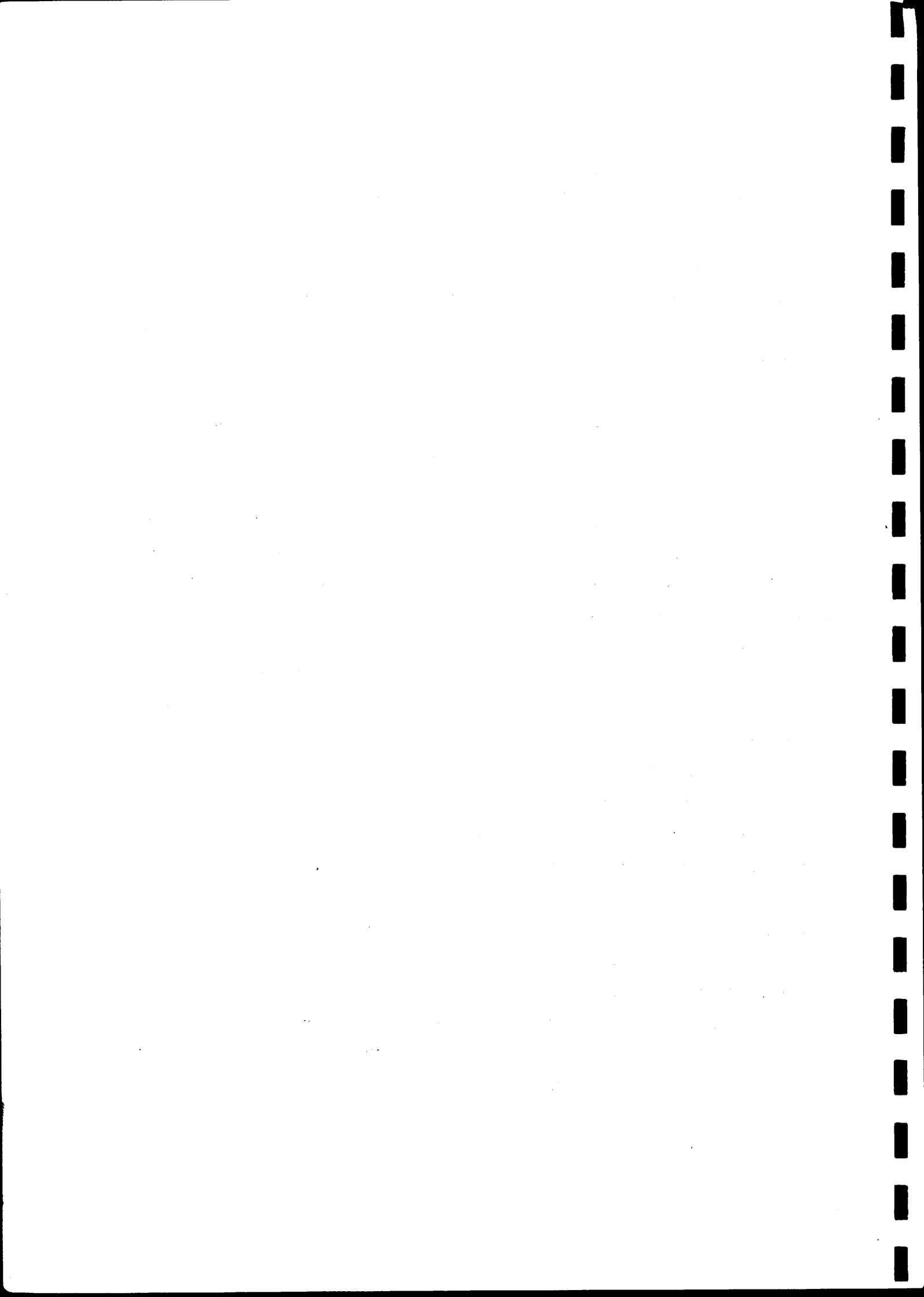
PAGES

Tableau N°1: Historique de l'Office du Niger: quelques dates et évènements.....	5
Tableau N°2: Evolution des superficies maraîchères à l'O N au cours des trois dernières campagnes.....	8
Tableau N°3: Evolution de la production, de la surface et du rendement de l'échalote sur trois ans.....	12



LISTE DES GRAPHIQUES

	Pages
GraphiqueN°1: Variation interannuelle des prix de l'échalote durant la période 1995-1996.....	12
GraphiqueN°2: Dispersion des quantités vendues en échalote dans les villages.....	19
GraphiqueN°3: Evolution mensuelle des quantités vendues dans les villages.....	20
GraphiqueN°4: Evolution mensuelle des prix de l'échalote de 1997.....	21
GraphiqueN°5: Evolution des quantités vendues des villages.....	22
GraphiqueN°6: Fréquence des commerçants durant le suivi.....	23
GraphiqueN°7: Evolution interannuelle des prix de l'échalote pendant la période 1996-1997.....	24
GraphiqueN°8: Répartition des quantités vendues en échalote par locataire.....	25
GraphiqueN°9: Répartition des quantités vendues en échalote fraîche.....	25
GraphiqueN°10: Répartition des quantités vendues en échalote séchée.....	26



1. INTRODUCTION

L'Office du Niger, grâce à la présence permanente d'un réseau d'irrigation et des aménagements performants, constitue une des principales zones de développement du Mali.

L'activité agricole dominante est aujourd'hui la riziculture intensive imposée par l'état dans le cadre de la recherche de l'autosuffisance alimentaire.

Cette activité permet aux agriculteurs d'obtenir des revenus importants.

Mais les charges liées à ces revenus sont de plus en plus importantes à cause de la démographie et l'élévation du niveau de vie.

Ceci conduit les agriculteurs à s'orienter vers d'autres sources de revenus. C'est ainsi que le maraîchage qui n'était qu'une activité menée à petite échelle par les femmes, connaît aujourd'hui un nouvel essor. Plusieurs facteurs ont contribué à sa promotion.

L'échalote, culture traditionnelle de la zone, reste la spéculation dominante.

La gestion des quantités importantes produites entraîne une forte fluctuation des prix qui diminuent les marges dégagées. Le constat de la nécessité d'une amélioration de la filière échalote est aujourd'hui une réalité. Cependant éléments indispensables à cette organisation ne semblent pas disponibles. Un aspect important de cette organisation est la compréhension des mouvements de flux.

L'Office du Niger, en collaboration avec différents partenaires, tente d'organiser cette filière.

L'URDOC, spécialisée dans les travaux de Recherche Développement, est chargée de différentes études. Notre stage qui s'inscrit dans ce vaste programme a pour objet de faire un premier diagnostic sur la gestion des flux d'échalote et les possibilités d'organisation.

Cette étude est un premier pas dans l'identification de pistes pouvant conduire à une meilleure organisation de la filière échalote en zone Office du Niger.

Le présent document fait une synthèse des différents points abordés au cours de l'étude.

Comporte :

- une présentation de l'Office du Niger et la situation du problème

la description de la méthodologie de travail

Les principaux résultats obtenus et leur synthèse

des suggestions et axes de travail futurs pour une amélioration de la filière

La poursuite des travaux dans le sens des recommandations de cette étude qui n'a cependant pas la prétention d'être complète contribuera certainement à l'amélioration de la filière échalote.

Ceci est un impératif car les revenus dégagés assurent une meilleure sécurisation des exploitations agricoles.

2. Cadre de l'étude et position du problème

2.1 Cadre de l'étude

2.1.1 Présentation de l'Office du Niger

Créé en 1932 avec pour objectif la mise en valeur d'un million d'hectares irrigables dans le delta mort du fleuve Niger, l'Office du Niger, avec plus de 50.000 ha aménagés, est aujourd'hui le plus grand périmètre irrigué de l'Afrique occidentale. Il est situé à 350 km de Bamako, dans la région administrative de Ségou en plein centre du Mali.

- Le climat, de type sahélien se caractérise par une pluviométrie moyenne annuelle d'environ 500 mm et la succession de trois saisons.

- l'hivernage (saison des pluies) de mi-juin à octobre : les précipitations, très irrégulières, sont plus importantes pendant les mois de juillet et Août. C'est la principale période de culture du riz. L'engorgement d'eau des sols argileux laisse peu de place pour d'autres cultures notamment maraîchères.

- la saison sèche froide, de novembre à février : c'est la période des basses températures avec des minima pouvant atteindre 10°C tandis que les maxima ne dépassent pas 30°C. C'est la période favorable pour les cultures maraîchères.

- la saison sèche chaude de mi-février à mi-juin : on enregistre les températures les plus élevées, la moyenne des maxima atteint 40°C en mai.

- Le terrain est constitué par une mosaïque complexe de sols d'origine alluvionnaire à dominance argileuse.

- L'irrigation, de type gravitaire est possible grâce à l'eau du fleuve Niger, retenue par le barrage de Markala et drainée sur plus de 160 km à partir d'un dispositif de canalisation et des ouvrages de régulation. Des difficultés de drainage sont souvent observées, surtout au niveau des zones non réaménagées.

Environ 14.000 exploitations agricoles, réparties entre 5 grandes zones de production (Niono, Molodo, Macina, Kouroumari et N'Débougou) assurent la mise en valeur des terres aménagées.

La riziculture et le maraîchage constituent les principales activités agricoles. Initié au début des années 80, un vaste programme d'intensification de la production agricole a entraîné ce qui pourrait être qualifié de « révolution verte ». Les rendements moyens à l'hectare ont passé de 2 à 5 tonnes de paddy. Des pointes de 7 à 8 tonnes sont observées dans les zones fortement intensifiées de Niono et

N'Débougou. Cette intensification est basée sur l'utilisation de variétés à haut potentiel de rendement, de fortes doses d'engrais chimiques et la double culture (partielle) du riz. La réhabilitation du réseau d'irrigation, de drainage et du parcellaire s'est révélé donc un préalable indispensable. Néanmoins certaines techniques intensives (repiquage et fertilisation) ont diffusé dans les zones non réaménagées.

- Depuis la restructuration de 1994 qui a nécessité un recentrage de ses activités, l'Office du Niger ne dispose que de 327 agents pour la fourniture de tous les services nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. Il s'agit de la gestion du réseau (distribution de l'eau et entretien), en collaboration avec les agriculteurs, le conseil agricole et le suivi des activités agricoles.
- Les importants acquis de la riziculture masquent cependant certaines contraintes notamment une forte pression foncière et une fragilisation des petites exploitations dans un contexte d'évolution incertaine des prix et du système de crédit.

Le nouvel environnement socio-économique créé par l'évolution démographique, le désenclavement de la ville de Niono et la dévaluation du franc CFA s'est accompagné d'une modification des systèmes de production. Le maraîchage, activité traditionnelle des femmes, connaît actuellement un essor avec la forte implication des hommes. Ceci fait de l'Office du Niger une grande zone de production maraîchère avec une production annuelle de produits maraîchers (toutes spéculations confondues) avoisinant 50.000 tonnes. La disponibilité permanente de l'eau en fait également un vaste pôle de développement potentiel du maraîchage.

Tableau N°1 : historique de l'Office du Niger: quelques dates et événements.

Dates	Événements
1919	Création en métropole du comité du Niger.
1929	Dépôt de la mise en valeur du delta central du Niger.
1931	Loi du 22 février approuvant la mise en construction du barrage de Markala et les canaux.
1932	Dépôt du 5 janvier, portant création de l'Office du Niger.
1934	Début des travaux du barrage de Markala.
1945	Achèvement du gros oeuvre du Barrage.
1947	Inauguration du barrage de Markala.
1960	L'Office du Niger devient une société d'état sous la république du Mali
1966	Introduction de la canne à sucre.
1970	Abandon du coton et début de la monoculture du riz.
1978	Réunion du gouvernement et des bailleurs de fonds.
1982	Initiation du projet ARPON.
1984	Suppression de la police économique, création des AV, séparation des sucreries
1986	Initiation du projet expérimental Retail I, libéralisation du prix du riz
1990	Initiation de réhabilitation dans le cadre du projet II.
1992-1994	Restructuration de l'Office, séparation des rizeries

Source: (JAMIN, 94 et COULIBALY, 88)

2.1.2 Présentation du projet URDOC

L'URDOC (Unité de Recherche Développement/Observatoire du Changement), est un volet de la composante mise en valeur du projet Retail, dans sa nouvelle présentation. Créée en 1995, et institutionnellement rattachée à la zone de Niono, elle prend la suite du volet recherche

développement du projet Retail (Financement Caisse Française de développement), en mettant un accent particulier sur :

- la pérennisation des niveaux de rendements en riziculture
- la maîtrise des coûts de production dans le contexte post-dévaluation
- l'appui à la diversification dans les casiers rizicoles
- le renforcement des relations agricultures élevage

le suivi des stratégies mises en oeuvre par les agriculteurs

Les travaux qu'elle mène, sont réalisés par une équipe composée d'un Ingénieur agronome AT, un ingénieur agronome national, de 4 techniciens et du personnel d'appui. Elle travaille, en étroite collaboration avec l'Office du Niger (vulgarisation), l'IER (conventions de recherche thématique), la chambre d'agriculture de Niono et l'antenne APROFA de Ségou (diffusion des résultats).

Point sur le maraîchage à l'Office du Niger

La situation actuelle du maraîchage à l'Office du Niger se caractérise par :

▲ Une augmentation annuelle des surfaces emblavées

Le peu d'intérêt porté par l'Office du Niger avant les années 90 pour les cultures maraîchères laissait une faible part à ces cultures dans l'occupation des terres. Elles étaient seulement pratiquées sur les terres marginales (non dominables pour la riziculture) et les espaces réservées pour l'extension des villages.

Au cours des premiers travaux de réhabilitation du projet Retail, des soles spécifiques ont été dégagées pour le maraîchage. Ce sont de petits lopins attribués aux exploitations agricoles suivant une norme de 2 ares par PA (population active de 8 à 55 ans). Les résultats encourageants de cette première expérience ont conduit à la généralisation de ce modèle foncier à tous les nouveaux schémas de réhabilitation de l'Office du Niger.

Le regain d'intérêt des agriculteurs pour cette activité, suite à plusieurs facteurs favorables, a provoqué un blocage foncier dont la stratégie de gestion a été l'intégration partielle des cultures maraîchères dans les assolements. Elles sont cultivées en rotation avec le riz.

Comme l'indique le tableau suivant, l'activité maraîchère se développe dans toutes les zones de l'Office du Niger.

Tableau N°2 :Evolution des surfaces maraîchères à l'Office du Niger au cours des trois dernières campagnes

Zone de production	1994/95		1995/96		1996/97	
	surfaces (ha)	%	surfaces (ha)	%	surfaces (ha)	%
Niono	486	37	677	40	655	26
Macina	260	20	320	19	455	18
Kouroumari	199	15	300	17	385	15
Molodo	265	20	233	13	322	13
N'Débougou	99	8	185	11	702	28
Total Office du Niger	1309	100	1748	100	2519	100

Source: Suivi/Evaluation, Office du Niger

On estime que ces chiffres sont en deçà de la réalité car ils concernent seulement les surfaces pour lesquelles l'Office du Niger est supposé percevoir une redevance hydraulique. Or les agriculteurs pratiquent le maraîchage sur les terres réservées pour l'extension des villages et toutes celles pouvant être irriguées le long des drains.

▲ Une diversification limitée des spéculations

L'échalote, la patate douce et la tomate sont les principales cultures ; l'ail, le gombo le piment et des spéculations « exotiques » (laitue, chou, betterave, etc) sont également cultivées. L'échalote est la culture dominante et couvre plus de 60% des surfaces. Plus de 1600 ha (65%) des superficies emblavées en 1996/97 lui étaient consacrés.

L'importance des surfaces réservées aux différentes cultures varie d'une zone de production à l'autre. L'échalote se rencontre dans toutes les zones tandis que les zones de Niono et N'Débougou semblent se spécialiser respectivement pour la production de tomate et d'ail.

▲ Une diversité des types d'exploitations maraîchères

Une première étude menée en 1996 par l'URD/OC sur la caractérisation des exploitations maraîchères dans la zone de Niono, a permis de noter deux principaux modes de mise en valeur des parcelles maraîchères.

Un mode collectif, pratiqué par environ 20% des exploitations dans lequel une exploitation commune procure un revenu collectif géré par le chef d'exploitation

Un mode individuel dominant caractérisé par la segmentation des surfaces entre les dépendants qui assurent individuellement leur mise en valeur et disposent d'une autonomie pour la gestion des revenus.

Cependant un troisième mode marqué par des regroupements des dépendants selon la lignée matrimoniale, ou autre affinité est également observée.

Cette étude permet de classer les maraîchers en 5 catégories.

Les gros producteurs: Ils exploitent collectivement des surfaces généralement supérieures à 70 ares et ont tendance à se spécialiser dans la production d'échalote et de tomate.

Les petits producteurs en collectivité exploitant des surfaces inférieures à 40 ares.

- Les producteurs individuels se diversifiant : la diversification des espèces est un choix stratégique pour se sécuriser contre les cas de mévente.
- Les petits producteurs individuels : essentiellement orientés vers une forte spécialisation dans la culture d'échalote.

Les femmes : leurs exploitations de taille très variables se caractérisent par une forte diversification des espèces cultivées (légumes destinées à la consommation familiale)

▲ Une augmentation de la production

Suite aux efforts conjugués des structures de recherche et de vulgarisation l'amélioration de la technicité des maraîchers a conduit à une augmentation des rendements (en moyenne entre 20 et 30 tonnes/ha) pour l'échalote, la tomate et la patate douce. Cependant, les disparités importantes entre producteurs, les écarts par rapport aux potentiels sahéliens (D'Arondel de Hayes et Traoré, 1990), indiquent qu'il reste des marges de manoeuvre possibles.

Les chiffres du Service Suivi/Evaluation de l'Office du Niger indiquent une forte augmentation de la production maraîchère au cours des trois dernières campagnes. De 29.000 tonnes (toutes spéculations confondues) en 1994/95, elle atteint 50.000 tonnes en 1996/97.

▲ Des problèmes d'écoulement

La concentration de l'installation des cultures entre les mois de novembre et de janvier conduisant à une récolte groupée (avril, mai) le caractère très périssable des produits, l'étroitesse du marché et l'absence d'infrastructures appropriées de transformation et de conservation entraînent une forte fluctuation des prix.

Ceci entraîne un manque à gagner sur les valeurs ajoutées même si les coûts de production sont jugés acceptables. Ils sont évalués à 59 F CFA/ Kg et 29 F CFA/kg respectivement pour l'échalote et la tomate, pour des valeurs ajoutées respectives de 40.320 F CFA/are et 13.365 F CFA/are.

Pour mieux valoriser les produits maraîchers, l'organisation des producteurs apparaît aujourd'hui comme le préalable à toute action visant une meilleure valorisation des produits maraîchers. Initiée timidement avec une expérimentation de la production contractuelle de la tomate industrielle pour le compte de la SOMACO, elle évolue vers une extension à toutes les spéculations, notamment les échalotes. Les actions en cours devraient voir se renforcer le rôle des organisations de maraîchers dans l'amélioration de la filière échalote.

▲ Des améliorations en perspectives

Avec un chiffre d'affaires estimé à 13 milliards de F CFA (pour la seule campagne 1996/97), une contribution moyenne de 37% dans le revenu annuel global des exploitations, l'activité maraîchère mérite une attention particulière pour l'encadrement de l'Office du Niger à vocation jadis rizicole. C'est pourquoi, en collaboration avec différents partenaires (URDOC, APROFA, IER, agriculteurs) d'importants programmes visant à promouvoir le développement des cultures maraîchères sont initiés en zone Office du Niger.

Ils portent sur

⇒ l'augmentation de la production et de la productivité à travers

- une Intensification des recherches
- une large diffusion des nouveaux paquets technologiques élaborés
- la formation des agents de vulgarisation

⇒ une meilleure valorisation de la production

- mise au point de techniques de transformation et de conservation adaptées
- identification de partenaires pour une transformation à grande échelle (tomate surtout).
- identification de variétés et de techniques permettant un étalement de la production
- l'organisation des producteurs
- amélioration de la qualité des produits

⇒ recherche de nouveaux débouchés

Depuis son démarrage, le projet Retail, au cours de ses différentes phases, contribue à la promotion des cultures maraîchères en zone Office du Niger.

Parmi les travaux réalisés, on peut citer :

- Intégration du maraîchage dans le foncier officiel de l'Office du Niger (plus de 50 ha de maraîchage, Retail 1 et Retail 2);

- Analyse du fonctionnement des exploitations maraîchères et tests de nouvelles variétés (1990-1992);
- Tests de production et de commercialisation de l'oignon violet de Galmi, (1992-1995);
- Diversification des cultures maraîchères (diffusion de semences maraîchères améliorées, 1992-1994);
- Collecte de données statistiques (inventaires des superficies et sondages de rendements pour les principales cultures);
- Conventions spécifiques avec le programme Fruits et Légumes de l'IER pour l'élaboration de références techniques (protection phytosanitaire, caractérisation des cultivars locaux d'échalote, essais d'étalement de la production de tomate), depuis 1992.

- Appui à la valorisation des produits :

Analyse de la rentabilité économique du maraîchage, (1992)

Analyse de la filière de commercialisation des produits maraîchers, (1992)

suivi des prix des produits maraîchers sur les marchés de Niono, Ségou et Bamako (collaboration avec le projet SAC/GTZ de Bandiagara), diffusion hebdomadaire des prix sur les antennes de la radio rurale de Niono.

Expérimentation du séchage solaire des échalotes et analyse de sa rentabilité (1992)

Mise au point d'un prototype de case de conservation des échalotes/oignons, (1994)

Les travaux en cours portent sur :

l'appui à l'augmentation de la production et de la productivité

analyse des stratégies d'approvisionnement en semences d'échalote

détermination des doses de semences

élaboration de références techniques

l'appui à la commercialisation

diagnostic des stratégies de commercialisation de l'échalote

initiative d'organisation de la filière

3. Problématique :

Parmi les spéculations maraîchères cultivées à l'Office du Niger, l'échalote occupe le premier rang avec 70% des superficies emblavées dans la zone de Niono en période de contre saison.

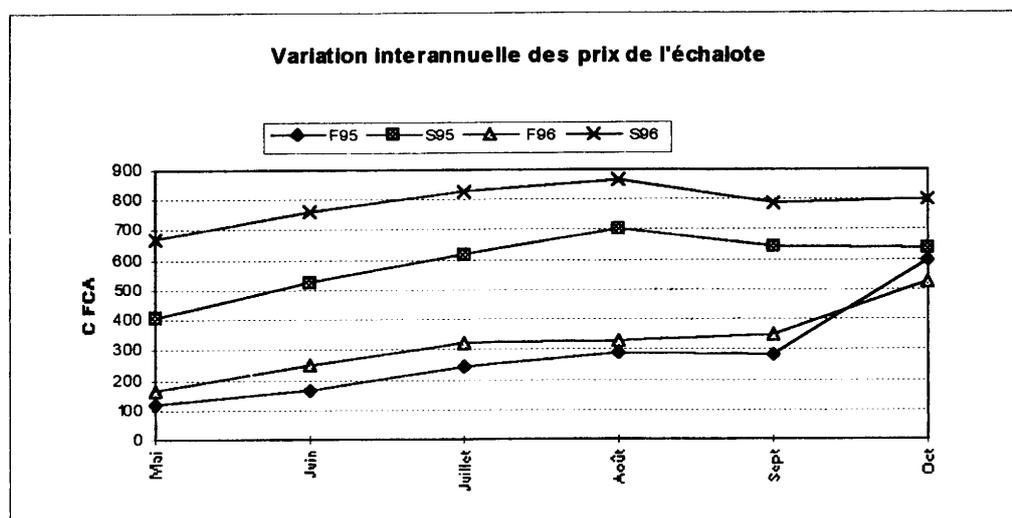
Tableau N°3 : Évolution de la production, de la superficie et du rendement de l'échalote sur 3 ans (source DADR, 1997).

Années	1994-1995	1995-1996	1996-1997
Superficie (ha)	928	1 364,35	1 628,83
Production (tonnes)	19 488	31 898,50	43 245,44
Rendement (t/ha)	21	23,38	26,55

La prédominance de l'échalote s'explique par la longue expérience acquise par les agriculteurs dans la culture de cette spéculations et aussi par sa facilité de conservation par rapport aux autres spéculations maraîchères.

Comme pour l'ensemble des cultures maraîchères, la mauvaise répartition des dates d'implantation entraîne une concentration de la période de production qui, suite à l'étroitesse des capacités d'écoulement et de stockage, provoque une saturation rapide du marché pendant la période de récolte. Ceci se traduit par une irrégularité des offres sur le marché et une forte fluctuation annuelle et inter-annuelle des prix comme indiqué par le graphique.

Graphique N°1



Le problème majeur de la commercialisation des échalotes en zones office du Niger semble être aujourd'hui lié à la mauvaise organisation de la filière.

La filière des échalotes/oignons est gérée de manière informelle par des acteurs non organisés.

Les principaux acteurs intervenant sont: les producteurs, les commerçants et les transporteurs

Selon la destination de leur produit et l'offre, les commerçants ont des critères de qualité qui déterminent les prix pratiqués.

La meilleure valorisation des échalotes/oignons produits en zone Office du Niger passe donc par une organisation de la filière à travers :

- la définition des critères de qualité souhaitée par les commerçants ;
- la pratique d'itinéraires techniques permettant d'obtenir ces qualités ;
- la formalisation des transactions (contractualisation de la production et regroupement de l'offre) entre producteurs et commerçants.

La disponibilité de statistiques fiables est une condition sine qua non de toute action visant à améliorer cette filière or dans le contexte actuel personne ne dispose de données fiables sur les flux de ce produit. Des questions essentielles demeurent, il s'agit notamment de :

- quelles sont les quantités d'échalotes commercialisées en zone Office du Niger ?
- quels sont les principaux marchés et leur part ?
- quel est le niveau de saturation des différents marchés d'écoulement ?

Les réponses à ces différentes questions devraient permettre l'initiation d'action visant à améliorer la filière (performance).

La présente étude tente de répondre à ces différentes questions à partir d'un diagnostic sommaire de la filière. Ils portent sur le suivi de la gestion des flux, les initiatives d'organisation de la filière.

4. Méthodologie

4.1 Revue bibliographique

La documentation concernant la commercialisation des produits maraîchers au Mali en général et en particulier dans la zone office du Niger est très peu fournie. Cependant nous pouvons citer quelques travaux :

Ghazi en 1992, a fait un premier aperçu sur la commercialisation des produits maraîchers en général au Mali. Sa démarche axée sur la collecte des données au près du service de l'ONT ne permettait pas d'obtenir des statistiques fiables parce que les produits maraîchers sont enregistrés sous la rubrique (divers) dans les chargements sans une quantification par types de produits.

Le mérite du travail de Ghazi est d'avoir identifié les principaux acteurs intervenant dans la filière de commercialisation des produits maraîchers. Il s'agit des producteurs des commerçants, des transporteurs et des intermédiaires (courtiers et les spéculateurs).

Notre approche consiste à analyser un maillon spécifique de la filière globale des produits maraîchers en particulier la filière échalote.

Pasquier en 1996 analyse la production contractuelle de la tomate par les agriculteurs de l'Office du Niger en 1995. Pierre fait un bilan de cette opération en 1997.

Chohin, 1996 aborde d'une manière générale la filière oignon au Mali à partir des principales zones de production, plateau Dogon et l'Office du Niger. L'auteur porte également un regard sur les marchés intérieurs et extérieurs.

Les flux d'échalote ont été estimés globalement par enquête auprès des commerçants (Chohin, 96) sans tenir compte des périodes des différentes sorties. Les exportations sont égales à 2,8% de la production totale en oignon frais pour l'ensemble du Pays. Cela veut dire que les exportations sont très faibles.

A travers ces différentes revues nous constatons que les intermédiaires profitent plus que les autres opérateurs, en plus il y'a l'inorganisation de la filière et enfin l'étroitesse du marché d'écoulement. Ainsi aucun d'eux n'a eu à faire un suivi des quantités commercialisées dans la zone Office du Niger.

4.2 Choix de l'échantillon

Notre approche, elle a essentiellement consisté en la collecte de données par suivi et enquêtes auprès de tous les acteurs intervenant dans la filière. Il s'agit des producteurs commerçants et transporteurs. Les fiches de collecte sont en annexe

Ainsi pour chacune de ces catégories socio-professionnelles des échantillons de travail ont été constitués

4.2.1 Les producteurs :

Un échantillon de 12 villages (Km17, Km26, Km36, Km39, Foabougou, N8, N10, Kouyan Coura, Kouyan N'golobala, Niéminani, M2 et M5) a été retenu dont 9 dans la zone de Niono et 3 dans la zone de Molodo. Un correspondant est retenu dans chaque village. Son rôle est l'enregistrement quotidien des quantités commercialisées. En plus une cellule de 5 personnes nous a permis de mener les enquêtes sur les formes d'organisations ancienne et actuelle et celles en perspectives.

4.2.2 Les commerçants:

16 commerçants ont été retenus pour le suivi et les enquêtes. A cet effet 5 ont été retenu pour Bamako et 2 commerçants par destination pour les localités suivantes (Sikasso, Ségou, Koutiala, San et Fana) sur la base de volontariat.

4.2.3 Transporteurs:

9 locataires constituent ce lot avec la répartition suivante (4 pour Bamako, 1 par destinations citées au-dessus).

Cet échantillon a été retenu pour avoir des données statistiques fiables ce qui permettra l'organisation des producteurs de la zone.

4.3 Organisation du travail

Nous avons fait un calendrier du Suivi et des enquêtes. Ainsi dans la semaine 3 villages sont retenus par jour mais le jeudi et le dimanche pour les marchés de Siengo et Niono. Les

enquêtes au fur et à mesure que le rendez-vous est pris par chaque village ou par chaque commerçant.

4.4 Collecte des données

Avec une première photocopie les fiches du suivi (libellé en Bambara) sont multipliées au service et chaque correspondant reçoit hebdomadairement 5 à 10 en fonction du volume des quantités qui sortent au niveau de son village. Quand je passe pour la semaine prochaine je retire celles déjà enregistrées par lui. Dès mon retour la seconde est effectuée pour avoir deux exemplaires et en fin de compte le représentant du village reçoit toutes ses fiches originales au fur et à mesure que je lui rejoin. Ainsi en fonction de la disponibilité de chacun je passe le soir ou le matin.

Avec les commerçants l'enregistrement se faisait dans un cahier dont chaque dimanche et chaque jeudi entre 10 heures et 18 heures. Chaque commerçant me communiquait la quantité payée ainsi que les prix pratiqués par foire. Quant aux transporteurs chacun a reçu un cahier (libellé en annexe) pour l'enregistrement des quantités payées par foire par chaque commerçant dont il assure le transport de son produit. A cet effet nous avons fait aussi une fiche de relevée (même libellé) des enregistrements pour chaque transporteur sur laquelle je fais toutes mes relevées de poids avec la même horaire de travail des commerçants chaque (dimanche et jeudi). La collecte hebdomadaire permet de faire la saisie des données à l'ordinateur au fur et à mesure que le travail progresse. Les logiciels utilisés sont le winstat et excel 5 pour l'analyse des données et la saisie et le word 6 pour la confection du mémoire.

4.5 Moyens utilisés pour la collecte des données.

– Pour le suivi et les enquêtes j'avais une camico pour le déplacement de tous les jours.

4.5.1 Suivi:

En fonction du calendrier ci dessus chaque correspondant me remettait ses fiches enregistrées en échalote commercialisée pour l'ensemble des producteurs de son village au cours de la semaine. Cela permet la vérification du travail effectué et le moment de me signaler les difficultés rencontrées et ses points de vue pour le reste du suivi. Cela favorisait la confiance et les échanges d'idées dans plusieurs domaines. Le travail du correspondant consiste à

enregistrer toutes les quantités en échalote commercialisée au niveau des bascules du village et aux producteurs de lui communiquer le poids de celles vendues au marché.

Avec les commerçants le poids de la quantité payée de la semaine précédente est communiquée et l'ensemble des prix par type de produit par chacun d'eux quand nous nous retrouvons au marché (à savoir chaque destination a une place bien définie pour ses différents achats). Quant aux locataires chacun me remet son cahier le temps tout juste pour relever ses données sur la fiche que je détiens et lui retourner après l'opération. Nous obtenons les données de la semaine précédente car les pesées effectuent quand le produit arrive à destination pour la réoccupation des frais de transport du produit. Ces deux opérateurs sont en général ensemble sur la même place au sein du marché.

Le suivi nous a permis de faire deux rencontres avec les correspondants et une avec les transporteurs et commerçants pour qu'ils sachent que c'est problème commun à tous les opérateurs.

4.5.2 Enquête:

*** Villages:**

Elle s'effectue dans l'ensemble des douze villages retenus, qui sont Km17, Km26, Km36, Km39, Foabougou, N8, N10, Kouyan Coura, Kouyan N'golobala dans la zone de Niono; Niéminani, M2 et M5 dans la zone de Molodo.

Dans chaque village cinq producteurs sont retenus pour un entretien, qui permettra d'identifier les formes d'organisation anciennes, actuelles et celles en perspectives; les avantages et inconvénients. Les individus sont choisis en fonction de leur expérience avec le correspondant du village en matière de commercialisation pour avoir le maximum d'informations. L'heure de l'enquête est fixée en accord avec les personnes retenues pour 8 heures ou 16 heures. Une synthèse de chaque enquête est effectuée.

*** Commerçants:**

C'est un entretien individuel pour les 12 commerçants qui opéraient sur les marchés (fiche en annexe). Chaque commerçant est enquêté après ses achats soit vers midi ou le soir sur rendez-vous. Ce qui permet d'obtenir les contraintes, les perspectives et les formes de transactions des commerçants.

4.6 Contraintes:

L'enregistrement irrégulier du cahier de certains locataires qui l'oublie pour le voyage. Le retrait de certains commerçants est constaté pour d'autres activités ou pour faire un changement d'achat de produit. Le contact est difficile avec les femmes commerçantes qui ne veulent pas du tout voir le papier. La réclamation de rémunération est presque générale pour le travail à accomplir. La disponibilité des commerçants est réduite le jour du marché alors qu'ils viennent uniquement pour les foires. Le manque d'heure précise pour chacun des partenaires ainsi que leur dispersion dans l'espace puisque d'autres sont à 1-2 km. Le refus de certains producteurs de donner leur nom ainsi que leur poids, de certains locataires de communiquer le nom des utilisateurs est souvent constaté. Certains locataires se sont retirés de l'échantillon. L'absence souvent des femmes et des enfants aux assemblées générales est remarquée. Le manque de confiance de certains producteurs ainsi que certains correspondants qui ont peur d'être taxé par la suite. Les pannes sont souvent constatées par foire au niveau de certains locataires

5. RESULTAT

5.1 Rappels des principaux acteurs

La filière des échalotes/oignons est gérée de manière généralement informelle par différents acteurs. Ce sont :

Les producteurs, essentiellement des dépendants au niveau des exploitations agricoles, ils décident individuellement le mode de gestion de leurs exploitations maraîchères et de la forme de commercialisation du produit. Ils disposent donc d'une faible marge de manoeuvre dans la fixation des prix parce que souvent obligés de vendre leur récolte pour faire face à des besoins financiers quotidiens.

Cependant, on observe des ébauches d'organisation. Il s'agit essentiellement de Groupement d'Intérêt Economique (GIE) pour la plupart sans reconnaissance formelle qui contractent des crédits collectifs pour la culture d'échalote mais la commercialisation reste libre (individuelle).

Les commerçants : mieux "organisés" que les producteurs, ils achètent généralement les échalotes en complément du riz. Selon l'importance de la part de leur chiffre d'affaires consacrée aux échalotes/oignons, ils peuvent être classés en grossistes, demi-grossistes et détaillants.

Entre eux et les producteurs, se trouvent très souvent des intermédiaires, sans terres ni fonds de commerce. Ils jouent cependant un rôle important dans le fonctionnement de cette filière en assurant la mise en contact des producteurs et des commerçants. Cette fonction stratégique leur permet souvent de réaliser les meilleures marges bénéficiaires comme l'indiquent les différentes études consacrées à cette filière.

Les transporteurs : ils assurent l'acheminement des produits vers les différentes destinations. Plusieurs commerçants peuvent bénéficier des services d'un même transporteur.

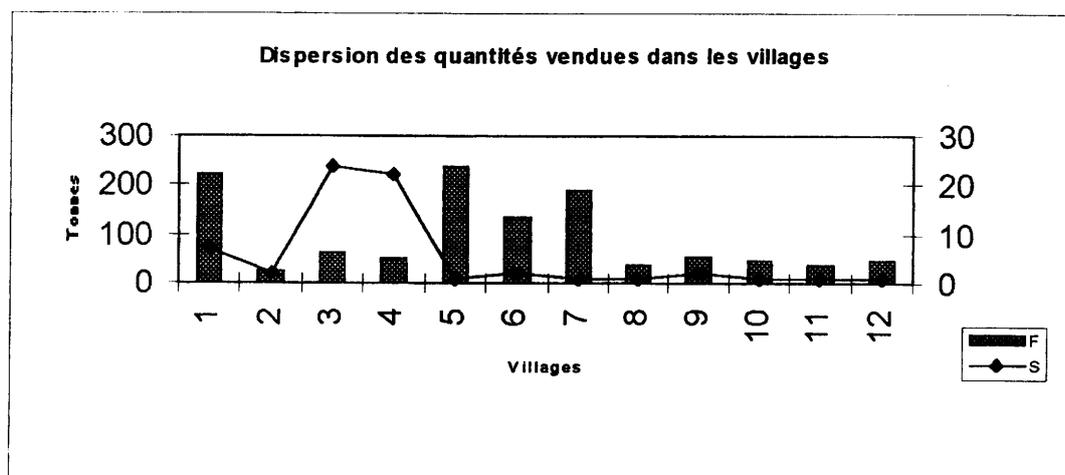
5.2 Quantification des flux

L'échalote se commercialise soit dans sa forme naturelle (échalote fraîche) ou après transformation (échalote séchée). Le suivi des flux a porté sur les deux types de produits auprès des différents acteurs.

5.2.1 Analyse des flux au niveau des villages.

Comme déjà décrit dans notre méthodologie de travail, un enregistrement quotidien des quantités commercialisées est assuré par des représentants désignés dans chaque village.

Au cours des six mois de suivi, les producteurs des 12 villages ont vendu au total 1202 tonnes d'échalotes dont 1137 t en frais et 65 t après séchage. 76% des produits vendus sont supposés appartenir aux hommes et 24 % aux femmes. En effet pour des raisons de pudeur (coutumes) mais surtout d'analphabétisme (ignorance des instruments de mesures) que les femmes préfèrent déléguer la commercialisation de leur produits aux époux ou enfants.



Graphique N°2: la dispersion des quantités commercialisées par village et par type de produits.

La quantité moyenne vendue par village est de 95 tonnes pour un maximum de 237 tonnes et un minimum de 23 tonnes.

Le graphique nous indique qu'en moyenne 95 t d'échalote fraîche ont été vendues sur l'ensemble des 12 villages au cours de la période du suivi avec un maximum de 237 t pour le village de Foabougou et un minimum de 23 t pour le village Km26. La quantité totale enregistrée au cours des sorties sur l'ensemble des 12 villages a été chiffrée à 1137 t.

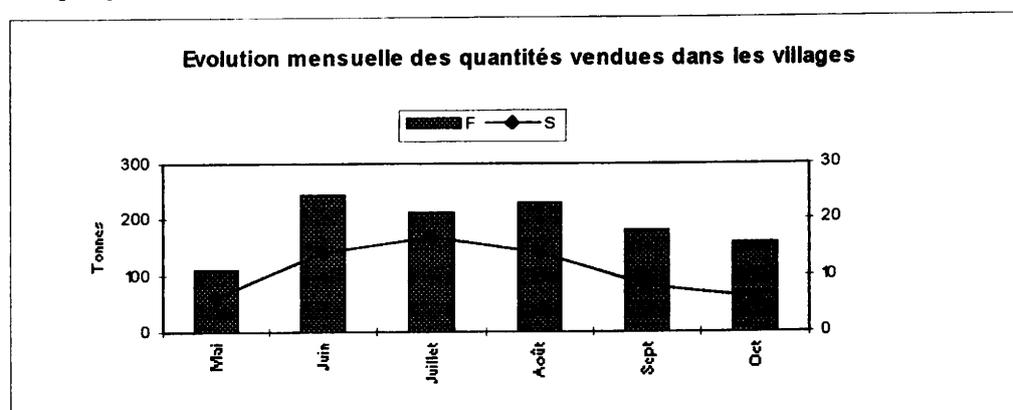
Le pic observé au niveau du village numéro 5 (Foabougou) s'explique par un début d'organisation de la commercialisation au niveau de ce village. Ceci permet un regroupement des offres donc une certaine précision dans les données. Il pourrait également s'expliquer par le fait que ce village constitue un marché pour les villages voisins à cause de sa situation géographique (sur l'axe Niono Siengo qui sont les deux principales foires), d'une part et

d'autre part, par l'importance des surfaces réservées pour cette spéculation dans ce village (23 ha en 1997).

Par ailleurs, la faiblesse des quantités commercialisées dans le village numéro2 (Km 26) pourrait s'expliquer par la diversification des spéculations maraîchères dans ce village. En effet sa proximité de la ville de Niono est un avantage pour l'écoulement de spéculations telles (la laitue, le chou et les carottes), très peu développées dans les villages un peu éloignés (contraintes de temps pour une commercialisation quotidienne).

L'analyse de ce graphique indique également que même si c'est dans une proportion moindre 1/17 des quantités fraîches vendues, la technique du séchage est pratiquée dans tous les villages. Ce produit semble intéresser particulièrement les femmes commerçantes qui font les achats dans ces villages (Km36 et Km39), les deux gros producteurs d'échalote séchée de l'échantillon. Le total des quantités vendues est 65 t et la moyenne 5 t pour l'ensemble des villages.

Graphique 3 :



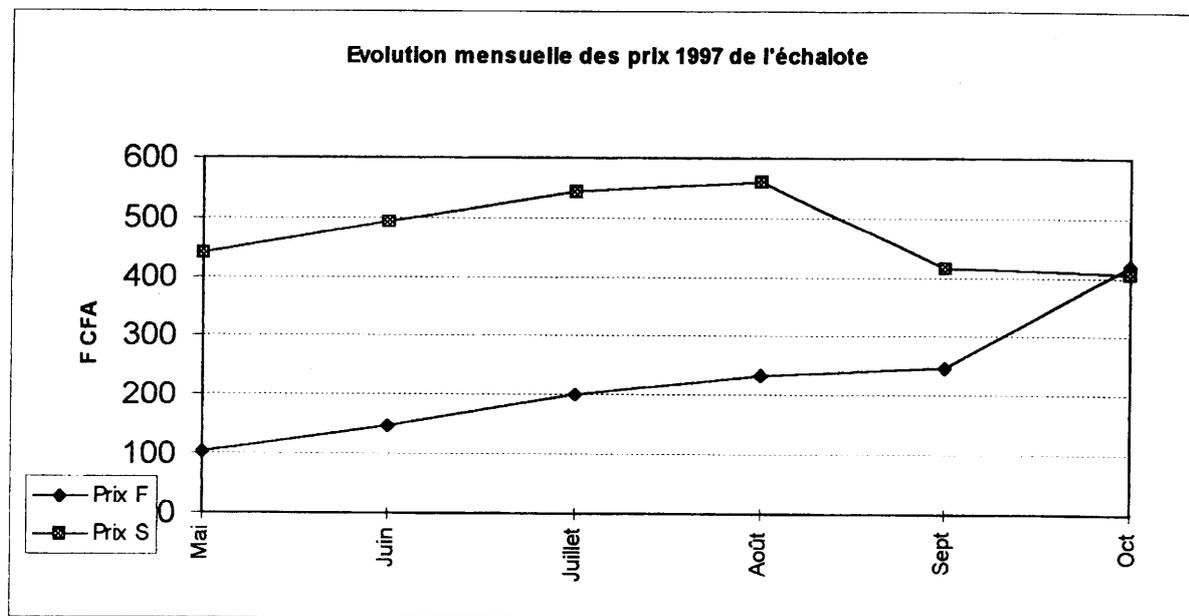
L'analyse du graphique N°3 indique une variation des quantités commercialisées en fonction de la période. Ceci s'explique par le fait que le déstockage est conditionnée par le prix et les besoins financiers des exploitants.

On observe que les plus grandes ventes sont effectuées entre juin et juillet, ceci s'explique par les raisons suivantes :

- les besoins financiers pour l'implantation du riz sont importants. En effet la majeure partie des exploitations font recours à la main d'oeuvre salariée pour le repiquage 94% des exploitations les frais d'un ha c'est en moyenne ente 17 500 et 20 000 F CFA (Barry, 1997).
- les pertes au stockage deviennent plus importante à partir du mois d'août 50 à 60%. (Bah et al). En effet une étude réalisée par l'URDOC indique que quelque soit la forme de

conservation (traditionnelle ou amélioré) les pertes augmentent au mois d'août suite à l'augmentation de taux d'humidité hygroscopique et également les risques de pluies.

GraphiqueN°4



A ces deux principales causes on peut aussi ajouter qu'à partir du mois de juillet les prix sont déjà intéressants comme l'indique le graphique (évolution annuelle des prix de l'échalote sur le marché de Niono).

Le graphique nous montre une augmentation régulière des prix des échalotes fraîches du mois de mai à octobre 1997. Cette augmentation des prix est remarquée par:

- une augmentation lente de 100 F à 250 F/kg de mai à septembre. Au cours de ces mois suivants les périodes de récolte, les marchés se trouvent saturer pour diverses raisons (difficulté de conservation, ventes pour les besoins urgents pour couvrir les frais de repiquage, d'engrais, etc.) influant beaucoup sur les variations des prix et l'écoulement de ces stocks.
- Une flambée des prix de septembre à octobre liée à la rareté du produit sur les marchés (demande supérieure à l'offre) et grande partie aux besoins des producteurs en semence d'échalote pour l'installation des nouvelles cultures.

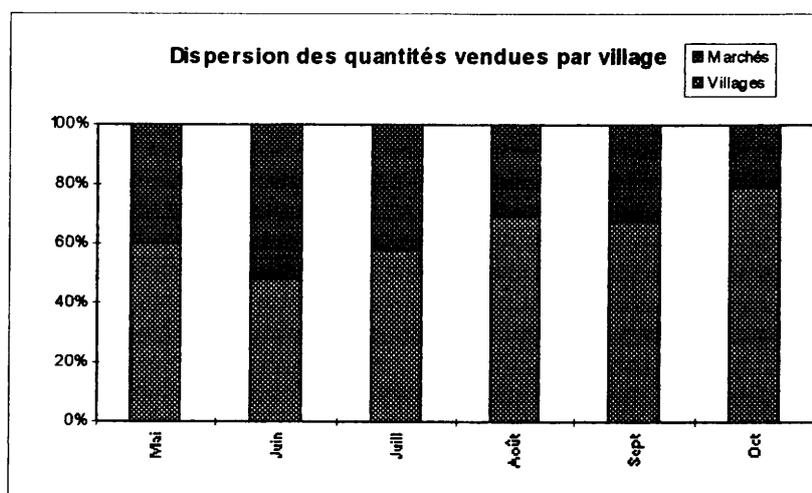
Sur le même graphique, nous constatons que la courbe d'évolution des prix de l'échalote séchée augmente légèrement (450 à 550 F CFA) de mai au mois d'août. Cette courbe croît approximativement en parallèle avec celle des échalotes fraîches au cours de la même période

avec un écart de moyen de 350 F CFA environ entre les deux prix (soit le triple de la valeur de l'échalote fraîche).

La période de mai-août enregistre la presque totalité des ventes car les prix sont intéressants, mais aussi l'humidité excessive du mois d'août peut favoriser le développement des moisissures dans le produit mal séché d'où sa pourriture. La chute des prix d'août à septembre jusqu'en octobre s'explique par l'arrivée des derniers stocks qui risqueront d'être mévendus par l'apparition des premières productions de Bandiagara sur le marché de Bamako et Boky Wèrè, Seribala, Dougabougou sur le marché de Niono, en nous pouvons signaler le cas de l'expérience de 1996 où le prix atteint 1 000 F CFA/kg.

L'analyse des quantités vendues en fonction du lieu de vente indique que 63% (757 t) des d'échalote a été vendue dans les villages et 37% (444 t) sur les marchés de Niono ou Signe.

Graphique n°5



Ce graphique n°5 indique la dispersion des quantités vendues par village selon le lieu de ventes. Nous constatons que les ventes sont plus élevés au marché que le village au mois de juin parce que le prix est faible au village et chacun pense avoir satisfaction avec le prix du marché. Avec les 4 autres derniers mois plus de la moitié des ventes a lieu au village car les villages suivants (Foabougou, N8, N10) qui ont les ventes élevées, les producteurs ne se déplacent plus pour le marché au fur et à mesure que les stocks s'épuisent avec les producteurs.

5.2.2 Volumes des opérations effectuées par les commerçants

cette analyse a été faite à partir des opérations effectuées sur les deux principales foires. Il s'agit de la foire de Niono reliée à Ségou par une route bitumée et celle de Siengo situé à 16 Km de Niono sur piste.

L'étude a été menée en collaboration avec 16 commerçants dont 7 pour le marché de Niono, 2 pour celui de Siengo et 7 sur les deux marchés.

Seulement 4 sur les 16 commerçants sont spécialisés dans l'achat des échalotes fraîches tandis que le reste s'intéresse aux deux types de produits;

Pendant la durée du suivi ces commerçants ont acheté au total 344 tonnes d'échalotes dont 63% (215 Tonnes) de frais et 37% (129 tonnes de séchés).

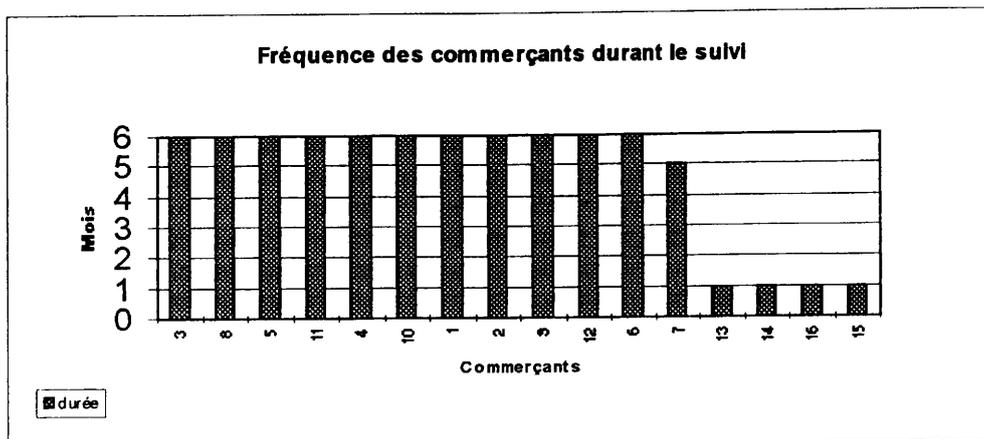
L'analyse des quantités globales par foires indique des quantités plus importantes pour la foire de Niono. Ceci s'explique par le nombre plus élevé de commerçants intervenant sur le marché de Niono d'une part et d'autre part par la facilité d'accès de ce marché.

L'analyse de l'évolution mensuelle des quantités achetées par les commerçants évolue dans le même sens que les ventes effectuées par les producteurs. Ceci est lié aux conditions de déstockage déjà citées.

La dispersion des quantités individuelles achetées par chaque commerçants, indique de fortes disparités liées à plusieurs facteurs parmi lesquelles on peut citer :

- l'importance du capital qui va déterminer les volumes des achats
- le capital moyen consacré aux échalotes est de 812 500 FCFA avec valeur minimale 400000 F à 2 000 000 F CFA.
- En fonction du capital
 - * première classe de 1 à 2 millions (19%)
 - * deuxième classe de 800 000 à 400 000 F CFA (56%)
 - troisième classe sans fond à cause de leur retrait avant l'enquête (25%)
- la diversité de la source d'approvisionnement
 - * 7/16 interviennent sur les deux marchés et les autres sur l'un des des deux;
 - * première classe (Niono et Siengo) 44%
 - * deuxième classe (Niono) 44%
 - troisième classe (Siengo) 12%
- la régularité du commerçant

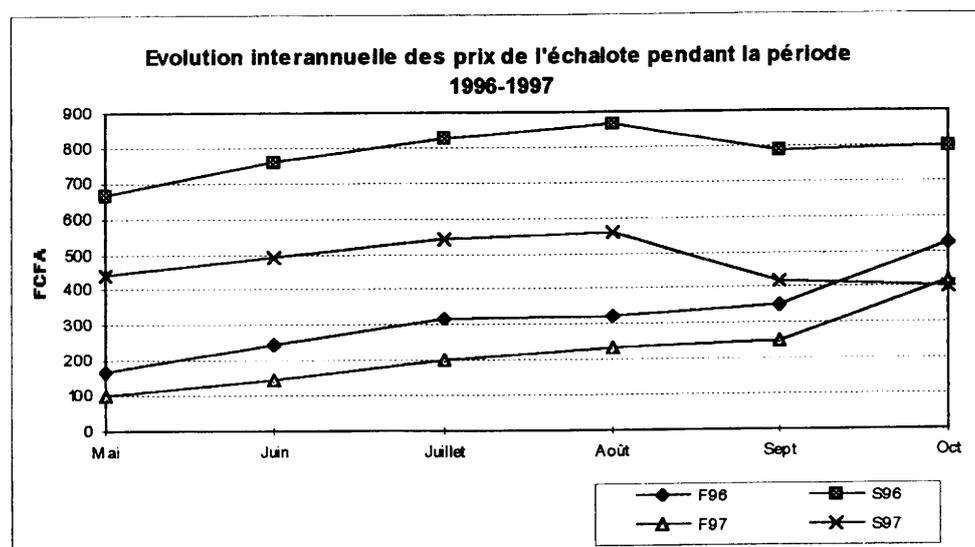
Graphique n°6:



Ce graphique indique le nombre de mois où le commerçant est présent sur le marché.

- * première classe (6 mois) 69%
 - * deuxième classe (5 mois) 6%
 - * troisième classe (1 mois) 25%
- Explications :
- l'augmentation des prix

Graphique N°7: évolution des prix de l'échalote pendant la période considérée



Ce graphique indique l'évolution des prix de l'échalote pendant la période considérée en 1996-1997

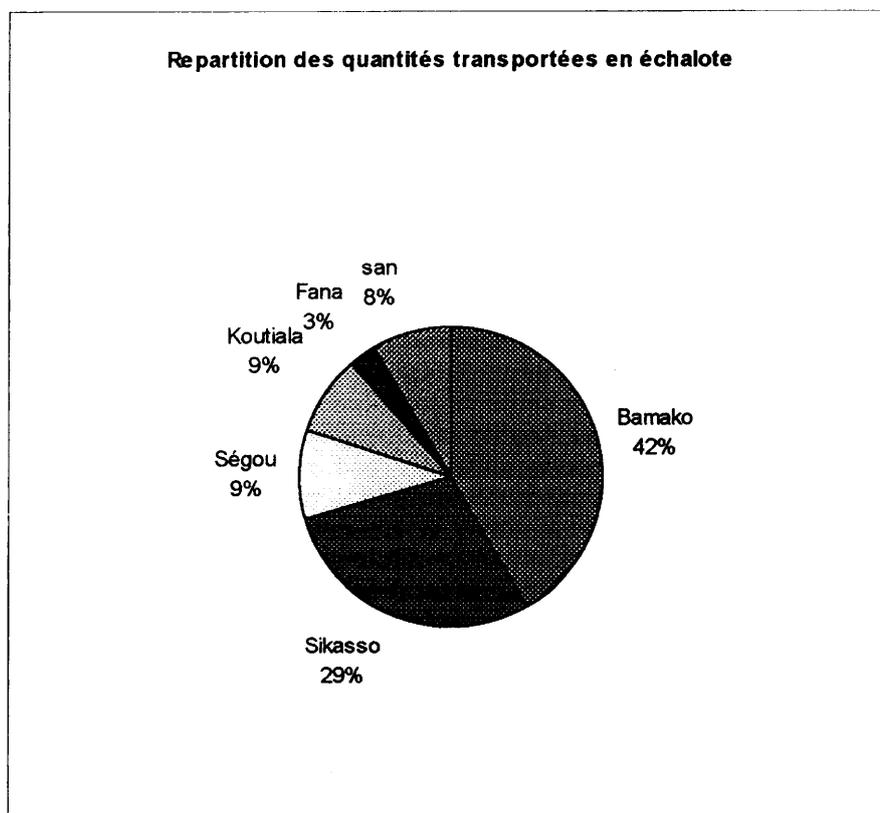
Les prix de 97 n'ont pas atteint ceux de 1996 à cause de l'augmentation de la production de cette année qui a passé de 31 898 t à 42 245 t , et en plus s'ajoute le stockage des échalotes

séchées par beaucoup de personne en ce référent sur le prix de l'année dernière qui a dépassé 800 F/kg.

Il y a aussi le problème de stockage après les grandes pluies du mois par crainte de pourriture du prix et l'arrivée des produits de substitution de Banbiagara, de Boky Wéré, de Dougabougou et de Seribala. Tous ces facteurs ont engendré l'augmentation de l'offre par rapport à la demande.

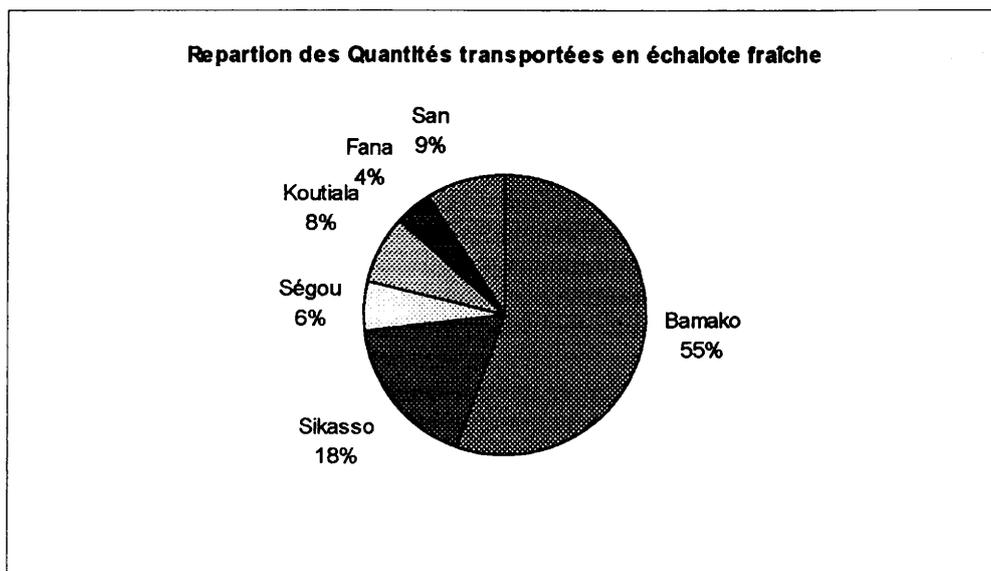
5.2.3 Quantités transportées par les transporteurs

Les volumes des opérations de transport effectués par les 8 transporteurs pendant la période considérée ont porté sur 1296 t dont 1043 tonnes d'échalote fraîche et 253 tonnes d'échalote séchée.



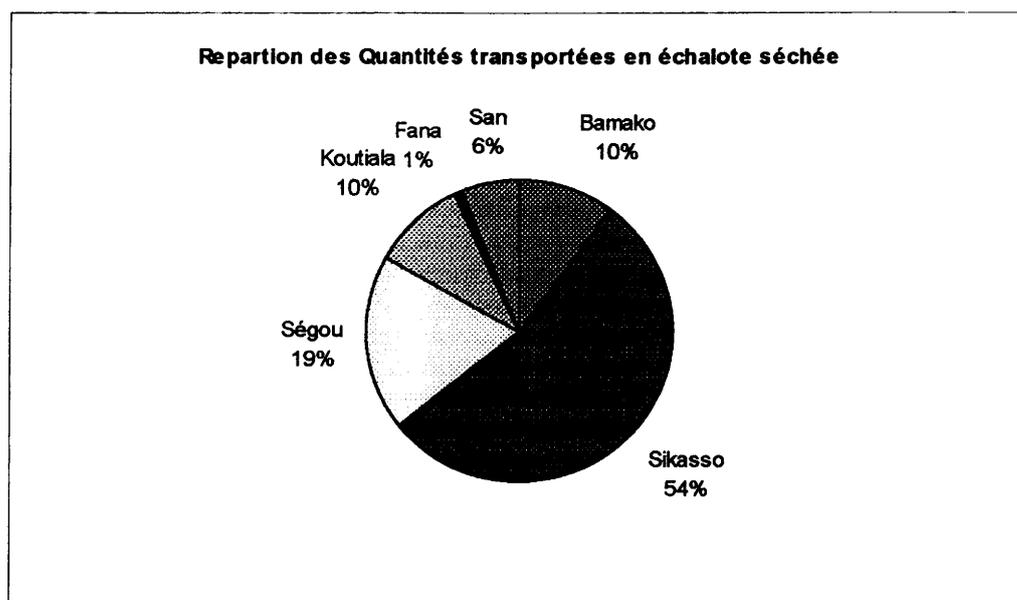
Le graphique N°8 indique la répartition des quantités transportées selon leur destination

Graphique 9



Le graphique N°9 indique que 274t de produit frais (55%) sont transportées vers Bamako marché le plus important car le produit transite vers la Guinée et la Côte d'Ivoire (Chohin, 1996) suivi de Sikasso transite vers la Côte d'Ivoire.

Le graphique 10



Le graphique 10 indique que 115 t de produit séché sont destinées à Sikasso, plus gros marché 54 % cela s'explique soit par le fait qu'une bonne partie est importée vers la Côte d'Ivoire, il

peut être dû au choix des consommateurs ou à la rareté du produit frais (contraintes des mœurs dans cette région).

5.3 Organisation de la filière

Comme nous l'avons déjà souligné, à l'image de l'ensemble de la filière maraîchère, celle des échalotes est gérée de manière informelle.

Cependant on note des tentatives d'organisation aussi bien au niveau des producteurs que des commerçants. Pour mieux cerner ces aspects de la filière nous avons mené des enquêtes auprès des deux parties.

5.3.1 Niveau producteurs

L'enquête menée dans les 12 villages a porté sur un diagnostic des tentatives antérieures d'organisation, l'analyse des formes d'organisations actuelles et celles en perspectives.

5.3.1.1 Des tentatives antérieures

on note que dans 4 villages (Km17, N8, N10 et Km36) de 1956 à 1984 des tentatives d'organisation de la commercialisation des produits maraîchers ont été initiées.

Deux formes, légèrement différentes ont été observées :

Dans le premier cas, noté dans les villages Km 36, N8 et N10 ce sont des commerçants en provenance de pays voisins (Cote d'Ivoire, Guinée et Sénégal) qui venaient acheter les produits dans les villages. Dans chaque village un correspondant désigné assurait la diffusion de l'information sur la date de leur arrivée et la distribution des sacs de conditionnement au niveau des différentes familles.

Les jeunes du village qui assuraient le chargement des camions recevaient une rémunération.

Les quantités achetées par séance varient entre 10 et 15 tonnes. En fait le faible développement de la culture permettait un écoulement facile des stocks. Dans très peu de villages, les hommes s'intéressaient à la culture d'échalote. Elle était pratiquée surtout par les femmes sur de petites surfaces.

Les prix proposés par les commerçants, étaient discutés soit en assemblée générale des chefs de famille soit avec quelques producteurs intermédiaires.

Selon la qualité du produit, une majoration de 5 ou 10 f malien/Kg était observé par rapport au dernier prix pratiqué sur le marché de Niono.

Les achats se faisaient au comptant pendant toute la durée de la campagne de commercialisation.

Aucun contrat écrit n'existait entre les deux parties mais une fidélité basée sur la confiance réciproque était observée.

Dans le second cas (village du Km 17), la commercialisation des échalotes était assurée par un groupe de 10 collecteurs villageois. En fait il s'agit de producteurs qui partaient vendre leur récolte à Bamako. Mais pour compléter leurs chargements, ils achetaient également les produits d'autres personnes du village. Pour les parents proches, les produits étaient pris à crédit. Quand ceux ci étaient des femmes, le remboursement se faisait en nature avec des ustensiles de cuisine.

l'analyse du fonctionnement des « ces organisations » montre beaucoup d'insuffisances qui ne permettent pas de parler d'une véritable organisation de la filière. En effet on note la présence d'aucun organe de gestion ni de décision au niveau des villages. Seulement les commerçants se présentaient dans les villages pour mener les opérations d'achat et cela en collaboration avec des intermédiaires villageois. en fait ce sont eux qui avaient la maîtrise des prix. Le seul avantage des producteurs était la garantie d'un écoulement du produit. D'ailleurs la faiblesse des quantités produites favorisait cette situation. A cela on peut ajouter le gain de temps qu'occasionnait la vente sur place. On saurait cependant parler d'une meilleure valorisation du produit même si les producteurs tiraient un certain revenu.

La dislocation de ces « organisations » est intervenue avec la disparition du franc malien. En effet, ces commerçants étaient généralement originaire de pays voisins comme la Cote d'Ivoire et le Sénégal où la monnaie utilisée le f CFA était plus forte que celle du Mali (1 F CFA = 2 Franc Malin). Suite à l'intégration du Mali dans la zone CFA en 1984 qui a entraîné la perte de cet avantage, ces commerçants se sont retiré du circuit. Seuls quelques commerçants maliens, généralement de la région de Sikasso assurent l'acheminement d'une certaine quantité d'échalotes vers le marché ivoirien. Il semble également que certains exportent les échalotes vers la Guinée à partir de Bamako.

5.3.1.2 De la situation actuelle:

La libéralisation du commerce du riz, le désenclavement de la ville de Niono ont permis une augmentation du nombre de commerçant intervenant sur le marché de Niono. Parallèlement, les surfaces maraîchères (donc la production) ont augmenté de manière notable

Ce qui permet aux commerçants d'acheter généralement les produits maraîchers en complément du riz qui est la marchandise principale. Ceci a donné un nouvel essor aux produits maraîchers sans pour autant améliorer l'organisation de la filière qui est restée toujours informelle.

Cependant le nouveau contexte créé par la dévaluation du franc CFA, l'importance de plus en plus accrue du maraîchage dans les revenus des exploitations (en moyenne 37% du revenu agricole), les actions de sensibilisation de l'Office du Niger et ses différents partenaires (URDOC et APROFA) ont induit des idées nouvelles concernant la nécessité d'organisation des producteurs maraîchers.

C'est ainsi que des actions concrètes ont démarré dans certains villages d'abord pour l'acquisition de crédit destinés à l'achat d'intrants nécessaires pour la production (engrais et semences) et ensuite la mise en place de cellules de commercialisation des produits maraîchers.

Le premier cas concerne essentiellement les femmes regroupés en GIEF, sous l'encadrement des animatrices de l'Office du Niger on peut citer le cas des GIEF de Kolodougou, Foabougou, Kouyandans la zone de Niono et de M2 et de Molodo 1 dans la zone de Molodo. Des organisations similaires existent dans toutes les zones de l'Office du Niger.

Suite au développement de nouvelle méthode de conservation des échalotes, certains de ces groupements ont initié des actions de stockage commercialisation. Ce qui leur permet de réaliser des marges importantes (URDOC, 1997).

Concernant le second cas on peut citer quelques exemples :

l'expérience de Ténégué: En 1994, le projet Retail a appuyé un groupement de maraîchers pour la production et la commercialisation d'oignon violet de galmi. En dépit de quelques difficultés de fonctionnement ce groupement s'est élargi à d'autres maraîchers du villages et s'oriente aujourd'hui vers des opérations de commercialisation des échalotes.

l'expérience du village de Foabougou : Suite à la sensibilisation conjointe, ON, URDOC, APROFA Chambre d'agriculture de Niono pour l'organisation des producteurs maraîchers, une cellule de commercialisation a été créée en 1997 dans ce village. Evoluant sous la coupe de l'AV. du village cette organisation est dirigée par un bureau composé comme suit :

- un président chargé de la supervision des activités ;
- un vice président jouant le rôle de caissier ;
- un superviseur des travaux ;
- deux secrétaires à l'information pour le prix ;
- deux agents de pesée qui enregistrent les poids à la bascule ;
- deux femmes, secrétaires aux relations avec les productrices.

Les opérations de commercialisations sont gérées de la manière suivante :

les ventes sont quotidiennes mais le jour de foire de Niono (Dimanche) et de Siengo (jeudi) sont privilégiés.

. Il n'y a pas de commerçants privilégiés, les produits sont vendus à ceux qui acceptent d'acheter au comptant et aux prix proposés par le village

La fixation des prix est liée aux derniers prix pratiqués sur les marchés de Niono et Siengo. Un rabais incitateur de 5 à 10 F CFA/kg est pratiqué.

. le Bureau se réunit 3 à 4 fois par mois pour faire un compte rendu des opérations menées et réfléchir sur les stratégies de commercialisation futures.

. une rémunération forfaitaire des membres du bureau est prévue, mais pour le moment seuls le charges de suivi des prix et le responsable des pesées perçoivent des indemnités, respectivement 500 F CFA par déplacement et 1000 CFA/jour de foire.

La présence de nombreux intermédiaires, et également de commerçants, l'augmentation des coûts de production des produits maraîchers rendent nécessaire une meilleure organisation des producteurs.

5.3.2 Niveau commerçants

Aucune forme d'organisation antérieure n'a été signalée par les commerçants que nous avons enquêté, même si les informations collectées auprès des producteurs permettent de penser également à l'organisation des commerçants pendant les époques passées.

Ils semblent cependant comprendre maintenant la nécessité de cette organisation . En effet au cours des enquêtes il ressort que 58 % des commerçants sont membres d'une association (formelle ou non).

Des idées en perspectives, pour une meilleure organisation de la filière existent aussi bien chez les producteurs que les commerçants. l'objectif prioritaire étant de réduire le nombre d'intermédiaires qui sont accusés d'être à l'origine des fortes fluctuation de prix.

Dans tous les villages, les producteurs envisagent la création de cellule de commercialisation des produits maraîchers. La gestion de ces cellules sera confiée à un bureau dont les principaux postes cités sont :

- Président qui supervise toutes les activités.
- secrétaire général pour la supervision des travaux
- Trésoriers pour gérer les revenus de l'organisation.
- Secrétaire à la production chargé de résoudre les problèmes liés à la production.
- Secrétaire à la commercialisation pour assurer les opérations d'achat vente.
- Organisateur : collecte des prix et information des producteurs sur l'évolution des prix
- contrôleurs : pour surveiller les opérations financières.

Le nombre de postes envisagés et de personnes par poste varie d'un village à l'autre certains villages envisagent la création t plusieurs cellules sous forme de GIE pour éviter les cas de mauvaise gestion constatées dans les organisations trop grandes.

Certains villages ont déjà mis en place leur organisation au cours de cette année. Certaines parmi elles comme celle de Foabougou et de M2 compte des femmes parmi les membres du bureau.

Pour consolider ces actions futures, les producteurs souhaitent l'appui des services techniques et financiers. Pour l'amélioration des connaissances techniques et l'accès au crédit.

Dans 67% des cas cet appui porte spécifiquement sur la construction d'un magasin de conservation des échalotes. Les capacités de stockage varient de 5 à 100 tonnes. 58% de villages souhaitent en faire des centrales d'achat . Pour cela ils désirent avoir accès au crédit

Le village N10 envisage de retenir 2,5 francs CFA sur chaque kilo vendu pour l'alimentation de la caisse de l'organisation.

L'idée de construction d'une centrale commune aux villages relevant d'un même réseau hydraulique (partiteur) a été souligné dans 33% des villages (Km17, Km36, Km39, et Kouyan Coura). Il devra être géré par un bureau dont les membres seront choisis dans l'ensemble des villages concernés.

5.3.3 Des contraintes pour l'organisation de la filière

Qu'il s'agisse des producteurs ou des commerçants tous sont unanimes sur les contraintes suivantes :

5.3.3.1 qualité

La qualité constitue aujourd'hui le principal point de désaccord entre producteur et commerçants. Ces derniers jugent très souvent les échalotes de mauvaise qualité. Cependant il semble que c'est la position des commerçants qui est très déterminante dans l'appréciation de la qualité. Car ce sont eux qui achètent.

Comme critères de qualité, les commerçants retiennent :

- la taille des bulbes (les plus gros sont les meilleurs pour 45%)
- la coloration (couleur rouge égale meilleure qualité pour 27%)
- La propreté du produit pour 18%
- l'aspect général du produit (plus attrayant égale meilleure qualité pour 9%)

Pour les échalotes séchées, les commerçants souhaitent l'utilisation de séchoirs qui permettent d'avoir des produits de meilleur qualité. Le cas du plateau Dogon est cité en exemple.

Cependant, les commerçants déclarent prendre en compte ces critères seulement pendant les périodes de saturation du marché (période de récolte).

Les producteurs semblent subir les critères de qualité retenus par les commerçants mais ils sont conscients de la nécessité de tenir compte de la qualité dans les opérations de commercialisation. Cela permettrait de mieux valoriser les efforts de ceux qui soignent leur produits.

Les deux parties pensent que la solution serait une classification des produits en trois catégories. Les commerçants proposent d'appliquer une différence de 20 F CFA/kg selon la qualité.

5.3.3.2 la formation des prix

Les discussions entre commerçants et producteurs sur la fixation des prix sont généralement dues aux désaccords sur la qualité et la méconnaissance des coûts de production par les producteurs. Des problèmes sont également observés dans les cas d'achats au villages. Les producteurs s'appuient sur la qualité de leur produits jugée meilleur par rapport au tout venant du marché tandis que les commerçants parlent d'augmentation des coûts de transport.

Dans tous les cas, les derniers prix pratiqués constituent la référence.

5.3.4 Des contraintes spécifiques ont également été signalées

5.3.4.1 pour les producteurs,

Il s'agit de

la mauvaise gestion de l'eau (coupures intempestives)

- l'approvisionnement en semences et en intrants;
- les techniques culturales par manque d'encadrement;
- la conservation des échalotes (manque d'abris);
-

5.3.4.2 Pour les commerçants

On note

- l'insuffisance des capitaux : ils souhaitent avoir accès au crédit

le non regroupement de l'offre : ceci ne permet pas de faire des commandes groupés à distance comme cela se passent entre le Niger et la côte d'ivoire. La construction d'un marché spécial pour les échalotes et surtout l'organisation des producteurs sont jugées indispensables.

- Les difficultés d'emballage

Seulement 18% des commerçants utilisent des emballages spécifiques pour l'oignons. Les autres connaissent les avantages mais sont limités par l'absence de fournisseurs

les difficultés de transport : les pannes fréquentes dues aux mauvais états des routes et des véhicules occasionnent souvent des pertes importantes

- l'étroitesse du marché

Ils souhaitent la prise en compte de la filière échalote dans le cadre de l'intégration sous régionale.

5.4 Synthèse

L'analyse des différentes données nous permet de dire que la meilleure valorisation des échalotes en zones office du Niger passe par :

5.4.1 Amélioration de la qualité

Elle apparaît comme un passage obligé. il est donc important de mettre un accent particulier sur cet aspect. Les services techniques ont un rôle déterminant à jouer. Les actions entreprises dans ce domaines par l'URDOC doivent être intensifiées. Ceci permettra de régler les problèmes de fixation des prix.

5.4.2 Organisation de la filière

5.4.2.1 Organisation des commerçants

L'initiative des commerçants de Ségou qui, avec l'appui de l'APROFA et de l'URDOC se sont regroupés en une association dénommée Union nationale pour la promotion des fruits et légumes (UNAPROFEL), est très salubre et mérite d'être soutenue. Des action similaires avec les commerçants locaux faciliterait les échanges donc la commercialisation des produits maraîchers.

5.4.2.1.1 mise en contact commerçants producteurs

Des rencontres périodes à l'image de celles initiées par l'URDOC et l'APROFA, permettront de renforcer la collaboration entre les deux parties.

Des discussion sur les points tels que les coûts de production, les exigences des différents marchés, les techniques de marketing, la formation des prix etc faciliteront les collaborations futures que de telles rencontres peuvent occasionner.

5.4.2.1.2 Gestion de l'information

il portera essentiellement sur la communication des prix et des offres potentiels. pour le premier cas, un dispositif mis en place par l'URDOC permet déjà d'informer régulière les acteurs sur les prix de la semaines. qui sont diffusés sur les antennes de la radio locale .

Cependant les producteurs souhaitent deux diffusions par semaines (jeudi et dimanche).

Il serait également intéressant de mettre aussi en place un dispositif permettant d'informer les commerçants sur la disponibilité des stocks.

5.4.2.2 Organisation des producteurs

L'idée des cellules de commercialisation des produits maraîchers doit être bien soutenue. car elle facilitera la formation des maraîchers et la collecte d'information. Cependant, il importe de mieux former les agriculteurs à cette nouvelle démarche compte tenu du caractère particulier des produits maraîchers qui sont des denrées périssables à la différence du riz. D'autre part ceci permettrait d'éviter les cas de mauvaise gestion qui détruisent la plupart des structures collectives; c'est pourquoi nous proposons la composition suivante pour les bureaux qui seront chargés de la gestion des dites cellules :

- un président pour la supervision des activités (y compris contrôle de qualité);
- un secrétaire général qui se chargera de faire les P V de toutes les opérations;
- un trésorier et son adjointe qui géreront les fonds de l'organisation;
- deux informateurs dont l'un se chargera de s'informer sur les prix des marchés et l'autre assurera les relations avec les autres villages du même partiteur;
- deux agent pour les pesées (l'un effectuera les pesées et l'autre doit enregistrer dans un cahier toutes les quantités vendues);
- deux commissaires au compte pour le contrôle des opérations financières
- deux conseillers à la production pour la formation, l'approvisionnement en intrants des producteurs et le contrôle de la qualité des produits.
- Deux organisateurs (un homme et une femme)
- un magasinier pour la gestion des stocks

Des outils de gestions adaptés devront être fournis à ces membres qui devront également être formés à leur utilisation.

Ainsi avec une gestion saine , c'est cellules pourront avoir accès au crédit pour mener leurs activités. La transparence devant être de rigueur.

Cependant ces cellules doivent faire l'objet d'un suivi régulier des services techniques au cours des premières années de fonctionnement.

5.5 Suggestions

Nous pensons que l'organisation de la filière échalote passe par les points suivants qui doivent faire l'objet de travaux approfondis:

– l'amélioration de la qualité

Il s'agit à priori de

préciser et caractériser les critères de qualité, de commun accord avec les producteurs et les commerçants.

- d'identifier les techniques permettant l'obtention de ces qualités
- de fixer les écarts de prix relatifs aux différentes qualités

– la maîtrise des flux

L'association des cellules qui seront nouvellement créées à la démarche initiée au cours de notre étude devrait faciliter la collecte de données sur les flux au niveau des villages. De même l'implication des organisations de commerçants facilitera la collecte de données au niveau du marché. Cependant certaines contraintes doivent être levées; il s'agit de la sensibilisation sur la nécessité d'une telle action, la formation pour la collectes des données et le traitement /diffusion de l'information en temps réel. Là également, les services techniques (Office du Niger, URDOC et APROFA) ont un rôle déterminant à jouer.

– organisation des acteurs et leur mise en contact

Des rencontres périodes sur des sujets bien précis, l'information et la formation continue à travers l'encadrement rapproché, les médias et les voyages d'études sont indispensables.

– l'élargissement du marché

Il passe par le désenclavement des zones d'approvisionnement (cas de Siengo) et la recherche de nouveaux marchés pour la conquêtes desquels producteurs et commerçants doivent être formés.

5.6 Conclusion

Malgré ses limites liées surtout à la taille des échantillons cette étude permet de faire les constats suivants.

la zone office du Niger demeure une grande zone de production d'échalote au Mali et constitue également un potentiel énorme grâce à ses 50.000 ha sécurisés pour l'irrigation.

Les produits maraîchers notamment les échalotes procurent d'importants revenus (en moyenne 37% du revenu agricole) qui assurent la stabilité de la majorité des exploitations agricoles de l'Office du Niger.

Les échalotes produites en zone Office du Niger sont mal valorisées à cause de la mauvaise organisation de la filière. Des facteurs tels que la diversité des interlocuteurs (très peu de regroupement), la mauvaise qualité du produit (mauvaise conduite des cultures et manque d'emballage adaptés), l'absence d'infrastructure de conservation et de transformation, le mauvais état des infrastructures routières, le déficit d'information, le manque cruel de données statistique, l'étroitesse du marché et bien d'autres.

Des actions intéressantes visant à organiser cette filière sont en cours mais elles doivent être intensifiées.

Tous les acteurs sont favorables à une organisation de la filière

Ces différents constats nous permettent d'envisager une réussite prochaine des actions initiées par l'office du Niger et ses différents partenaires. Ainsi les exploitions rizicoles seront d'avantage sécurisés avec une augmentation des revenus du maraîchage qui permettront de gérer les incertitudes de la filière riz .

6. BIBLIOGRAPHIE

AUDETTE Raymond, LAVIERE Sylvain, Martin Frédéric, (1995), Analyse de la filière dans le secteur agro-alimentaire, 40p.

CDH, (1985), les cultures maraîchères au Sénégal, 265p

CHOHIN Anne, (1996), La Filière Oignon au Mali :Enjeu et Perspectives, PRISAS, 20 p.

COULIBALY Yacouba M, Etude du fonctionnement des exploitations agricoles, Mémoire de fin de cycle, (1988), 126p.

COULIBALY Yacouba M, BAH Sékou, Bengaly Kongotigui, (1997), Atelier sur la commercialisation des échalotes/oignon en zone Office du Niger, URDOC, 17 p

COULIBALY Yacouba M, DUCROT Raphaël, SANOGO Mamadou K, TRAORE Boré F L, Les cultures maraîchères à l'office du Niger : Enjeux et Perspectives, Novembre (1997), 8p

COUMARE Yohana, Evaluation de la maîtrise des itinéraires techniques d'implantation en riziculture à l'Office du Niger, Mémoire de fin de Cycle, IPR, (1996), 76 p

DAVID Olivier, FLHOR Cirad, (1997), L'oignon face aux évolution du marché régional: le cas du marché Ivoirien, 2246-2251p

EGG Johny, MARTIN Daniel (1988), Approche macro-économique et mise en oeuvre d'un système d'information au Burkina Fasso, Paris, n⁵⁴

GHAZI Hamza, La commercialisation des produits maraîchers au Mali: Situation actuelle et perspectives d'avenir pour l'Office du Niger, Mémoire de fin d'étude, (1992), 48 p

JAMIN Jean Yves, De la norme à la diversité : L'intensification face à la diversification dans les périmètres irrigués de l'Office du Niger, Thèse de docteur ingénieur, CIRAD/Projet Retail, (1994) 250 p

KEITA Cheick, BALLO Djouma, Etude de valorisation échalote/oignon en Zone Office du Niger, Rapport de stage de vacance, URDOC, (1997), 30 p

MENVIELLE Jean Paul, (1988), Connaissance du marché céréalier au Sahel, Paris, n^{o54}

NADOU Paul, (1996), Cours de cultures maraîchères, IPR

PASQUIER Lucie, Le développement des cultures maraîchères à Office du Niger: Atouts et contraintes dans le contexte post-dévaluation, Mémoire de fin d'étude, (1996), 67 p

PUPIER Laurence, Importance socio-économique du maraîchage dans le fonctionnement des exploitations du Projet Retail, Mémoire de fin d'étude, (1992), 102 p

PVAPD, (1992), Analyse de scénarios pour la commercialisation de l'oignon séché, 13 p

SCHASFOORT W et WESTERHOF C, (1987), La production et le commerce des échalotes au Mali: L'Etude des possibilités pour les producteurs d'obtenir des revenus plus élevés, 22 p

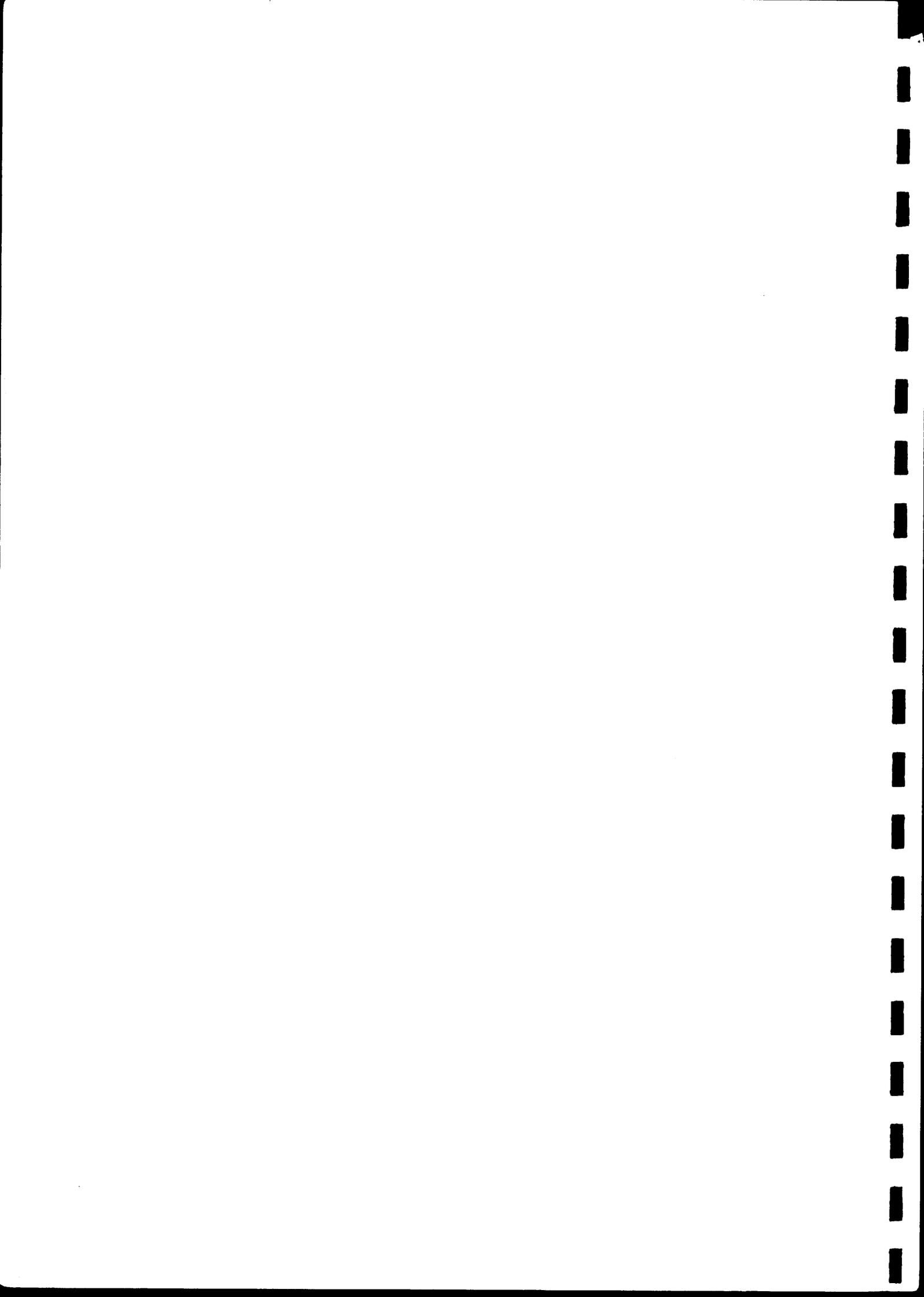
SOGOBA Assane, Le développement des productions maraîchères à l'Office du Niger: atouts et contraintes dans le contexte post-dévaluation, mémoire de fin d'étude, IPR, (1996), 65p

URDOC, (1995), Résultat sondage statistique, 10p

URDOC, (1996), Résultat sondage statistique, 11p

ZUPPIROLI Pierre, (1997), La commercialisation de tomate industrielle à la SOMACO, URDOC, 26 p.

ANNEXES



ANNEXES

ANNEXES I FICHES DE SUIVIS

Fiche N°1 : Suivi producteurs

Fiche N°2 : Suivi des commerçants

Fiche N°3 : Suivi des transporteurs

ANNEXES II TABLEAUX

Tableau N°1 : Variation interannuelle des prix de l'échalote durant la période 1995-1996

Tableau N°2 : Dispersion des quantités vendues en échalote dans les villages

Tableau N°3 : Evolution mensuelle des quantités vendues dans les villages

Tableau N°4 : Evolution mensuelle des prix de l'échalote de 1997

Tableau N°5 : Evolution des quantités vendues des villages

Tableau N°6 : Fréquence des commerçants durant le suivi

Tableau N°7 : Evolution interannuelle des prix de l'échalote pendant la période 1996-1997

Tableau N°8 : Répartition des quantités vendues en échalote par locataire.

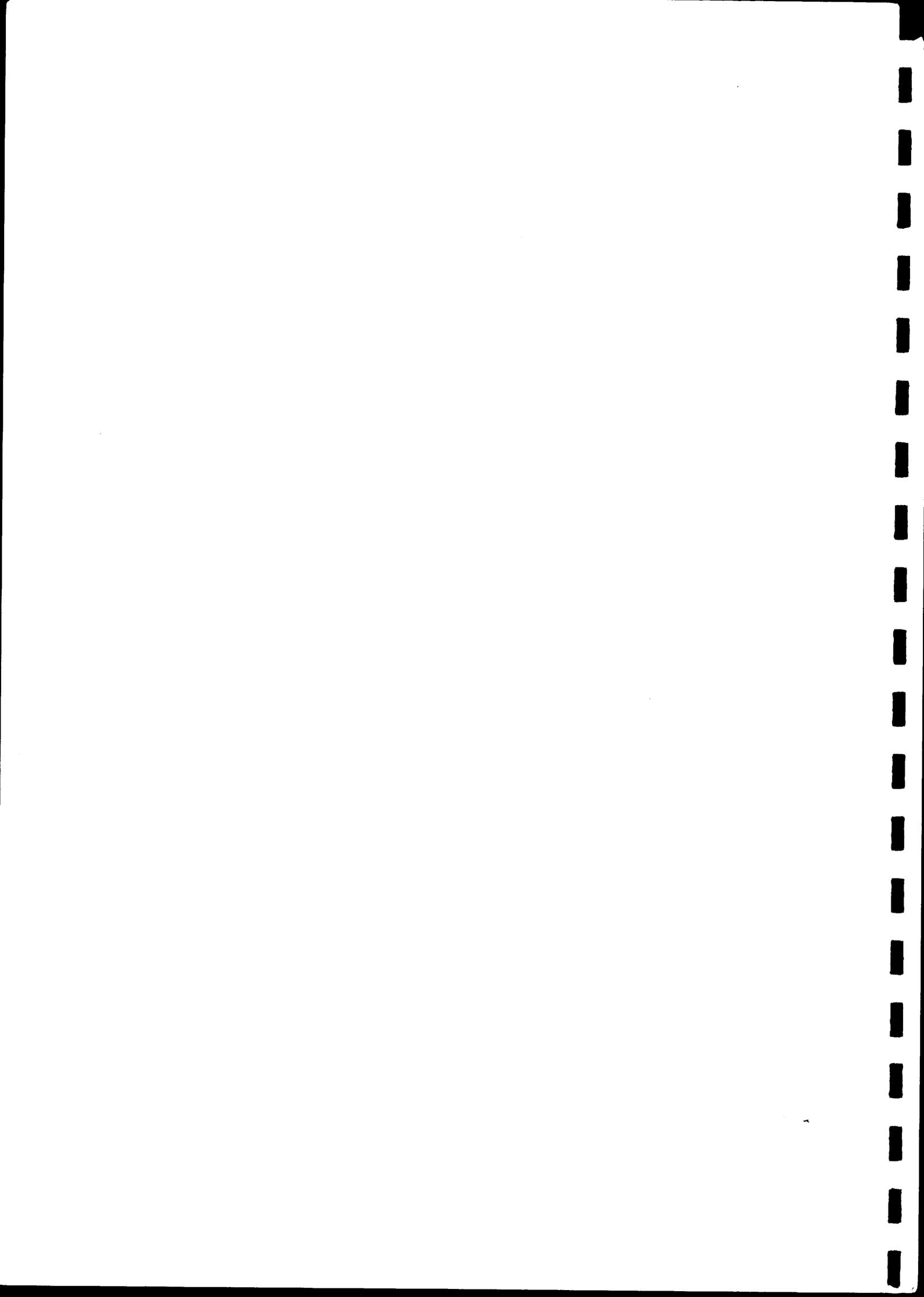
Tableau N°9 : Répartition des quantités vendues en échalote fraîche

Tableau N°10 : Répartition des quantités vendues en échalote séchée

ANNEXES III QUESTIONNAIRES

Questionnaire I : Guide d'enquête : organisation de la commercialisation dans les villages.

Questionnaire II : Fiche d'enquête auprès des commerçants



**OFFICE DU NIGER
ZONE DE NIONO
PROJET RETAIL III**

URDOC BP 11 NIONO

ETUDE COMMERCIALISATION DES ECHALOTES/OIGNONS, 1997

GESTION DES FLUX

FICHE D'ENQUÊTE AUPRES DES COMMERÇANTS

Lieu Date : / / 97 Enquêteur

Identification

Prénoms et nom

Résidence..... sexe : H F âge..... ans

Catégorie..... affiliation à une association (nom) :

Expérience dans l'activité..... capital : F CFA

Gestion de l'approvisionnement (cf tableau)

Remplir tableau et commenter. Il s'agit de comprendre les raisons des différents choix du commerçant. Ecrire, au besoin au verso.

NB: les autres questions concernent uniquement les échalotes/oignons (frais ou séchés)

Avez vous des critères de qualité, si oui citez par ordre d'importante

Faites vous référence à la qualité dans la formation de vos prix? Comment?

Quelles sont vos relations avec vos fournisseurs

contrat écrit..... confiance..... pas de fournisseurs privilégiés.....

Mode d'achat : directement avec producteurs..... avec intermédiaires.....

lieu d'enlèvement : villages marché.....

mode de paiement : crédit..... comptant..... avance.....

conditionnement

type d'emballage utilisé :

sac en jute..... sac en polyéthylène..... petit sac pour oignon (25 kg).....

Opinion sur le problème de conditionnement ?

Condition de transport des produits

Moyen : véhicule personnel..... véhicule loué : collectif individuel....

coût du transport (selon destination).....

mode de paiement du transport : comptant après vente.....

Commercialisation

localité de vente

mode de vente : gros..... détail..... comptant..... crédit.....

stockage : oui non

si oui : durée frais F CFA

marge bénéficiaire mini..... F CFA maxi..... F CFA

Quelles sont les contraintes que vous rencontrez dans votre activité

Que pensez vous de la manière actuelle de commercialiser les produits maraîchers et en particulier l'oignon?

Quelles solutions possibles pour une amélioration afin que cette activité soit plus rentables pour tous les acteurs ?

Comment voyez vous l'avenir de ce métier

URDOC
BIBLIOTHEQUE

N° E33

Date: 31 / 01 / 98