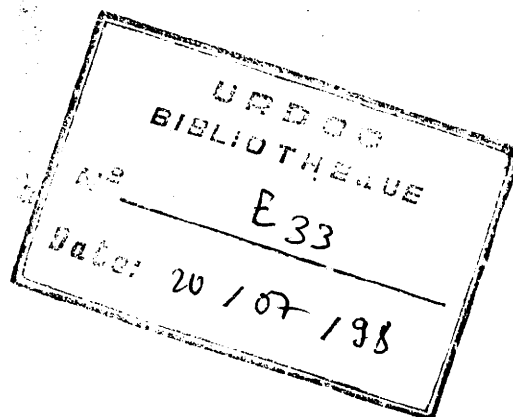


OFFICE DU NIGER  
ZONE DE NIONO  
PROJET RETAIL III  
URDOC

REPUBLIQUE DU MALI  
Un Peuple -un But une Foi

VALORISATION DES PRODUITS MARAICHERS  
EN ZONE OFFICE DU NIGER :  
NOTE SUR LA COMMERCIALISATION DES  
ECHALOTES/OIGNONS

Yacouba M. COULIBALY  
Sekou BAH  
Kongotigui BENGALY



Juin 1998

CIRAD-TERA

Financement CFD  
Convention N° 58 225 00 521 OM/CML 103701

*Unité de Recherche Développement Observatoire du Changement*  
BP 11 Niono Région de Segou Mali Tél./Fax 35 21 27  
[urdoc@datatech.toolnet.org](mailto:urdoc@datatech.toolnet.org)

# SOMMAIRE

<i>1. Introduction</i>	<i>1</i>
<i>2. Objectifs du cadre de concertation</i>	<i>3</i>
<i>3. Composition du cadre de concertation</i>	<i>4</i>
3.1 Les producteurs :	4
3.2 Les opérateurs économiques	4
3.3 Les transporteurs	4
3.4 Les établissements financiers	4
3.5 Les services techniques :	4
<i>4. Fonctionnement du cadre de concertation</i>	<i>5</i>
<i>5. Conclusions</i>	<i>12</i>

## SIGLES

**AV** : Association Villageoise

**APROFA** : Agence pour la Promotion des Filières Agricoles

**BNDA** : Banque Nationale de Développement Agricole

**CICF** : Centre International de Conférence et de Formations

**CIDR** : Centre International Développement Rural

**DADR** : Direction des Aménagements Hydrauliques et du Développement Rural

**DRAMR** : Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural

**FDV** : Fonds de Développement Villageois

**GIE** : Groupement d'intérêt Économique

**IER** : Institut d'Économie Rurale

**ON** : Office du Niger

**PSI** : Pôle Système Irrigué

**SCR** : Service Conseil Rural

**S/E** : Suivi/Évaluation

**SOMACO** : Société Malienne de Conserve

**UNAPROFEL** : Union Nationale Pour la Promotion des Fruits et Légumes

**URD/OC** : Unité de Recherche Développement/ Observatoire du Changement

**TV** : Ton Villageois

## Résumé

Une démarche de Recherche Action visant à créer un cadre autonome d'échange entre acteurs de la filière maraîchère en général et en particulier celle des échalotes/oignons, produits en zone Office du Niger a permis une série de rencontres.

Initiées et jusque là pilotées par des services techniques (URD/OC/ON, APROFA), ces rencontres permettent l'identification des contraintes à l'établissement d'un vrai partenariat et la définition d'actions permettant leur levée à travers des recommandations pertinentes.

Celles de la dernière rencontre ont porté sur les points suivants :

- **Le regroupement des offres et des demandes à travers**
  - ⇒ *l'Organisations des acteurs* (notamment les producteurs)
  - ⇒ *la création de centrales d'achat* : à tester dans quelques villages fortement motivés
  - ⇒ *la quantification des stocks et des besoins et la centralisation de l'informaion* au niveau de la chambre d'agriculture de Niono
- **L'Amélioration de la qualité des produits** à partir d'une fertilisation (surtout azotée) raisonnée, l'utilisation d'emballages appropriés et des tests de commercialisation de ces nouveaux produits

**L'amélioration des conditions de fixation des prix** en intensifiant les travaux de recherche sur des éléments déterminants du prix tels que la qualité, les coûts de production, tout en oeuvrant à une large diffusion des résultats aux utilisateurs

- **L'organisation d'autres rencontres** qui engistreront la participation des transporteurs considérés comme un maillon très important de la filière, afin d'améliorer l'outil  
L'idée de bourses aux échalotes a été émise.
- **La facilitation de l'accès au crédit** en dégageant des lignes de crédit pour la commercialisation au niveau des différents établissements financiers. Les services techniques devront fournir les conseils nécessaires pour le montage des dossiers de requête de financement.
- **L'amélioration de la diffusion de l'information** avec une forte implication de la Chambre d'Agriculture locale de Niono pour assurer la diffusion correcte et régulière de toutes les informations utiles relatives à la commercialisation des échalotes/oignons (évolution des offres, demandes, prix) au niveau local et national.
- **Les formes de collaboration**  
Dans la perspective d'une évolution vers des types de contrats plus sécurisés, les formes actuelles de transactions, basées sur la confiance mutuelle seront analysées afin de mieux cerner les insuffisances.

## 1. Introduction

Sous l'impulsion de plusieurs facteurs conjugués (désenclavement, nouveaux paquets techniques, environnement socio-économique....), l'activité maraîchère s'est beaucoup développé en zone Office du Niger, au cours de cette dernière décennie. Ceci s'est traduit par une forte augmentation de la production qui a passé de 29.000 tonnes (toutes spéculations confondues) en 1994/95 à environ 50.000 tonnes en 1996/97 (source Suivi/Evaluation Office du Niger). La part des échalotes, culture dominante atteint 60% de la production. Avec un chiffre d'affaire estimé à environ 13 milliards de F CFA pour la seule campagne 1996/97 (S/E DADR ON), l'activité maraîchère contribue en moyenne pour 37% dans le revenu annuel global des exploitations (URDOC, 1996).

Malgré les importants acquis sur le plan technique, cette production souffre d'énormes contraintes de valorisation liées aux difficultés d'écoulement. En effet, 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 provoquent 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 (URDOC, 1996).

L'organisation des filières s'avère un préalable à toute action visant une meilleure valorisation des produits maraîchers. Elle passe par une étroite collaboration entre les différents acteurs. Or, l'insuffisance des échanges d'informations entre producteurs et opérateurs économiques a été mise en évidence par le projet Retail dès le début des années 90.

Les conditions créées par la dévaluation du franc CFA (en 1994), ont permis d'initier une expérience portant sur la production contractuelle de la tomate industrielle pour le compte de la SOMACO, par certains agriculteurs de l'Office du Niger. Par contre la filière échalotes/oignons n'a connu aucune évolution .

L'idée de la création *d'un cadre de concertation* entre partenaires de la filière échalote a germé au cours d'un séminaire sur la commercialisation des échalotes/oignons organisé en mars 1996 par l'URDOC. Depuis, trois rencontres (décembre 1996, avril 1997 et février, 1998) visant au rapprochement des différents acteurs (producteurs, commerçants et financiers) ont été organisées par l'URDOC (Office du Niger) et l'APROFA.

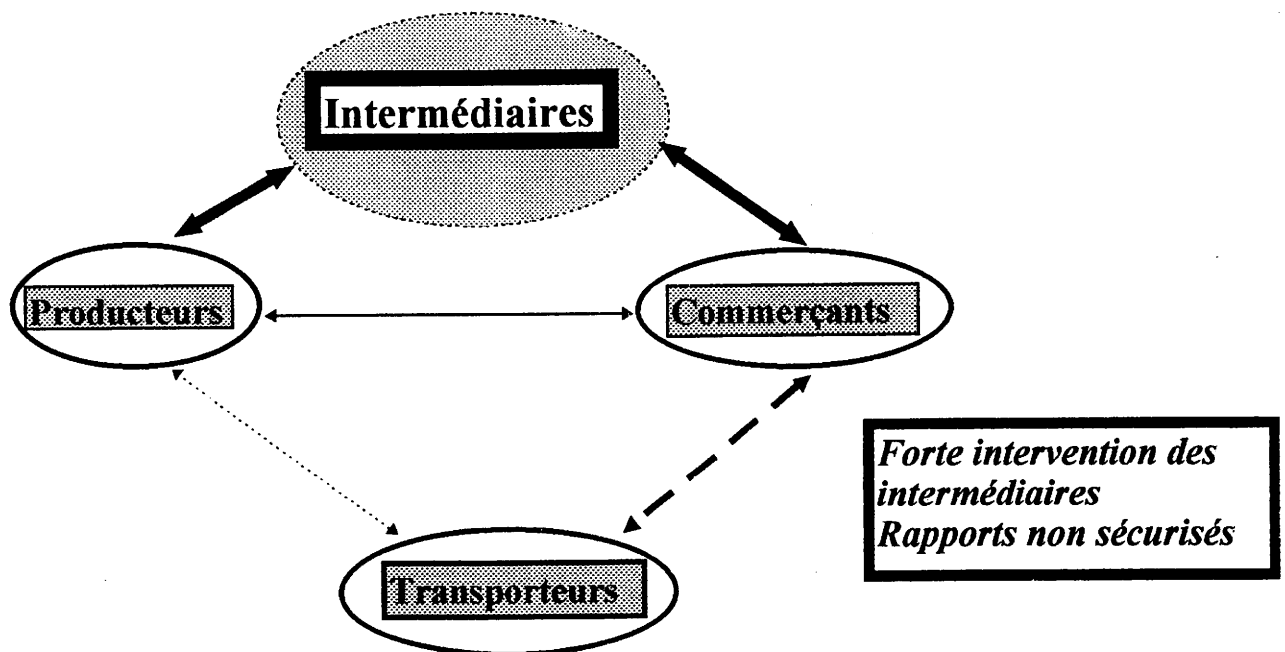
Elles ont permis d'aborder plusieurs points clés de la commercialisation des échalotes notamment :

- la qualité en relation avec les conditions de production, de transport, et d'emballage
- la formation des prix et l'intervention des intermédiaires
- la gestion des stocks
- les types d'appuis (techniques et financiers) à apporter aux deux principaux acteurs
- l'organisation de la filière.

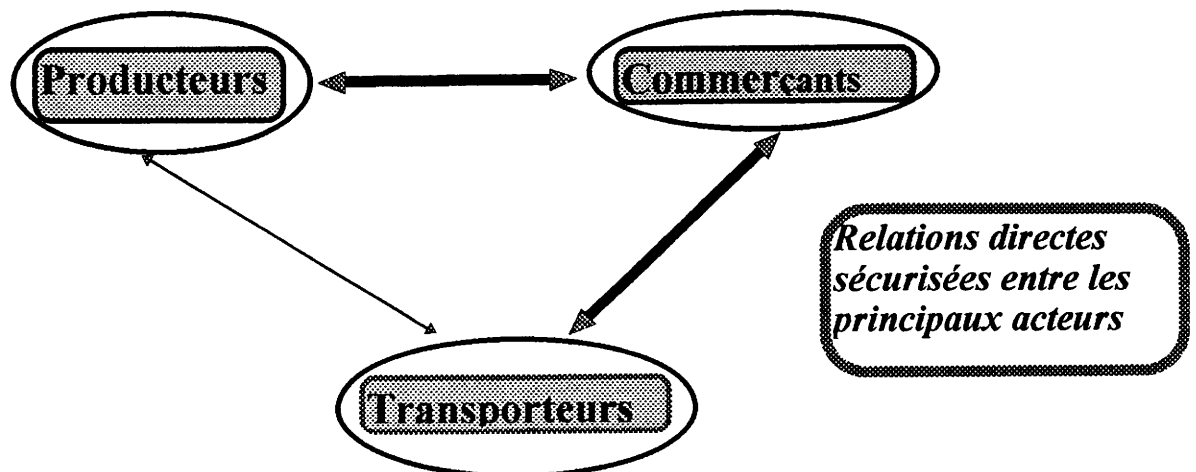
## 2. Objectifs du cadre de concertation

Il s'agit de créer les meilleures conditions d'échanges commerciaux possibles entre producteurs et opérateurs économiques intervenant dans la commercialisation des échalotes/oignons de la zone Office du Niger. Ceci permettra une évolution des rapports, jadis informels et caractérisés par une forte spéculation liée à la présence de nombreux intermédiaires (shema A), vers un nouveau type de partenariat mieux structuré et mieux sécurisé (Shema B).

### Shema A: Gestion traditionnelle des transactions



### Shema B : Gestion améliorée par le cadre



### **3. Composition du cadre de concertation**

Il regroupe des représentants de tous les acteurs intervenant dans la filière échalotes/oignons (cf tableau 1).

#### **3.1 Les producteurs :**

Il s'agissait au départ de producteurs de la zone Office, ayant une longue expérience de collaboration avec le projet et/ou désignés par les zones. La troisième rencontre a enregistré la participation de maraîchers de l'Office Riz Segou et ceux des zones exondées, encadrés par la Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural de Segou (DRAMR).

Ils sont gros producteurs ou représentants de groupements de maraîchers.

#### **3.2 Les opérateurs économiques**

Il s'agit de commerçants ou de transformateurs d'échalotes/oignons, évoluant sur les marchés de Bamako, Sikasso, Segou, Bandiagara.

#### **3.3 Les transporteurs**

Il s'agit des propriétaires ou locataires de camions, intervenant dans l'évacuation des échalotes/oignons vers les principales villes du pays

#### **3.4 Les établissements financiers**

Ce sont les services financiers travaillant dans le domaine du crédit agricole en zone Office du Niger : Banque Nationale de Développement Agricole (BNDA), CIDR, Fonds de Développement villageois (FDV), le réseau Gnessiguisso.

#### **3.5 Les services techniques :**

Office du Niger, URDOC, APROFA, Chambre d'Agriculture de Niono, Office Riz/Segou, DRAMR



**Tableau 1 Participation des différentes catégories professionnelles  
aux trois rencontres**

	Producteurs			Commerçants			Autres	Total
	H	F	total	H	F	total		
Atelier 1 (3-4/12/96)	11	7	18	11	3	14	17	49
Atelier 2 (25-26/04/97)	25	12	37	19	9	28	32	97
atelier 3 27-28/02/98	54	16	70	15	8	23	30	123
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>35</b>	<b>125</b>	<b>45</b>	<b>20</b>	<b>65</b>	<b>79</b>	<b>269</b>

H : hommes      F : femmes

Autres : cadres des services techniques et des établissements financiers

#### 4. Fonctionnement du cadre de concertation

Le cadre de concertation fonctionne selon le principe de rencontres périodiques (ateliers) organisées par l'URDOC et l'APROFA.

Les travaux portent sur :

- 1) la présentation et la discussion de communications (sur le sujet)<sup>1</sup>
- 2) le bilan des activités (rappel et niveau d'exécution des recommandations antérieures)

Exemple : bilan au cours de la troisième rencontre

<sup>1</sup> Cf quelques communications présentées lors de la troisième rencontre, en annexe

## Rappels des principales recommandations des ateliers précédents

1. l'organisation de la filière, en favorisant le rapprochement entre producteurs et opérateurs économiques ;
2. l'appui à l'organisation des producteurs et des opérateurs économiques ;
3. la quantification des flux et la recherche de débouchés ;
4. l'élaboration de références techniques (caractérisation des cultivars d'échalote, itinéraires techniques performants, protection phytosanitaire, techniques post-récolte) ;
5. l'amélioration de l'approvisionnement en semences de bonne qualité ;
6. l'amélioration de la qualité des produits ;
7. la facilité d'accès à la terre et l'amélioration de la gestion de l'eau ;
8. la recherche de stratégies visant à limiter la divagation des animaux ;
9. la restauration des sols de maraîchage dégradés ;
10. la facilitation de l'accès au crédit ;
11. la gestion qualitative de l'information ;

## Niveau d'exécution des recommandations

1. Appui de l'APROFA pour la mise en place d'une organisation de commerçants des fruits et légumes dans la région de Segou (UNAPROFEL)
1. Création de cellules de commercialisation des produits maraîchers dans certains villages (producteurs) ;
2. Mission conjointe, Office du Niger, APROFA, URD/OC et Chambre d'agriculture de Niono sur la sensibilisation des producteurs à l'organisation de la filière ;
3. Initiation de la quantification des flux d'échalote dans la zone du kala inférieur (URD/OC) ;
4. Conventions avec le programme Fruits et Légumes de l'IER (URD/OC) ;
4. Formation en protection phytosanitaire intégrée de trois agents (ON, URD/OC et IER) au Sénégal (URD/OC) ;
4. Formations (production, négociation, marketing) des agents de l'ON (APROFA) ;
4. Appui à certains groupements de producteurs maraîchers pour la construction de case de conservation «modèle Retail», (URD/OC) ;
4. Formation de maçons pour la diffusion de cette case, (APROFA)
5. Approvisionnement en semences d'échalotes, des paysans de Bandiagara (UNAPROFEL, APROFA, URD/OC) ;
5. Réalisation d'une étude prospective sur les conditions d'approvisionnement des producteurs en semences d'échalotes (URD/OC) ;
6. Initiation de travaux visant à l'amélioration de la qualité des échalotes/oignons (URD/OC)
7. Possibilité de pratiquer le maraîchage sur des parcelles rizicoles, regroupées autour d'un même canal d'irrigation (ON) ;

8. Initiation de travaux visant une réglementation concertée de l'accès des animaux au périmètre (URDOC) ;
9. Initiations de travaux de recherche sur la restauration des sols dégradés (PSI) ;
10. Augmentation des lignes de crédits destinés au financement des activités maraîchères (établissements financiers).
11. Evaluation de la diffusion des cases de conservation et l'utilisation des informations concernant la mercuriale des prix (URD/OC<sup>2</sup>) ;
11. Programmation d'une étude exploratoire des marchés potentiels de la sous région par l'APROFA ;

### 3) la mise en contact producteurs/opérateurs économiques

Cette séance de travail, exclusive entre les deux principaux acteurs, leur permet de négocier les collaborations futures qui sont ensuite portées à la connaissance de l'ensemble des participants.

**Tableau 2 : Synthèse des intentions de collaboration enregistrées au cours de la troisième rencontre**

commerçants	producteurs (villages)	produits	période
Ambakane WOLOGUEM (Bandiagara)	N10	semence d'échalote	septembre
Sory Ibrahim TRAORE (Sikasso)	km 26, Nango, N8, N9, N10, Km 39	échalotes fraîche et séchée	juin
Moustaph DIARRA (Ségou)	km 26	échalote fraîche	novembre
Coulibaly Aïda DIOP (Bamako)	tous les groupements féminins.	échalotes et autres légumes (gombo, chou....)	à préciser ultérieurement
Bourama SINAYOKO (Segou)	tous les producteurs	échalote séchée	à tout moment
Madame TAMBOURA (Koulikoro)	tous les producteurs	échalote fraîche (adaptée pour le séchage)	à tout moment

<sup>2</sup> Travaux réalisés par le CICF de Niono, pour le compte de l'URD/OC

Notons que de chaque coté, les négociations ont été faite au nom d'une collectivité dont l'adhésion des autres membres (après restitution) déterminera le déroulement des transactions programmées.

Dans tous les cas, en dépit du manque de précision sur des éléments clés tels que les formes de collaboration (contrats, quantités, prix, mode de paiement), on note une volonté de collaboration des deux cotés. Reste à suivre l'avenir qui sera réservé à ces intentions.

Des noms de personnes ressources, ont été communiqués par certains villages qui n'ont pas pu établir des intentions de collaboration :

- **Koyan N'Golobala** : Sina DEMBELE
- **B3** : Soumaïla MALLE et Békaye TRAORE
- **Molodo 1** : Siaka BOUARE
- **Km 17** : Békaye TRAORE
- **Kolongo** : groupement Benkady (Moussa TERETA)

#### **4) La définition d'axes d'amélioration**

La synthèse des travaux menés au cours de chaque rencontre permet de définir des axes d'amélioration présentés sous forme de recommandations.

#### **Recommandations du troisième atelier**

Les recommandations faites par les participants à cette rencontre ont porté sur les points suivants :

##### **▼ Regroupement des offres et des demandes à travers**

##### *L'organisations des acteurs*

Un accent particulier a été mis sur l'organisation des producteurs Un appui spécifique a été sollicité pour les organisations déjà mises en place (cas de Foabougou par exemple). En dépit des difficultés évoquées, il a été demandé aux commerçants de se regrouper (de préférence par localité).

### *La création de centrales d'achat*

Jugée indispensable pour le meilleur regroupement de l'offre, cette approche doit être testée pendant la campagne en cours au niveau de 1 ou 2 villages qui ont déjà pris des initiatives dans ce sens (Foabougou et Kolodougou coura). Les demandes d'appui adressées aux différents partenaires (Office du Niger, APROFA, URD/OC et établissements financiers) doivent être diligentées.

### *La quantification des stocks et des besoins.*

Il a été demandé aux producteurs de communiquer (partout où cela est possible) leurs stocks à la Chambre d'Agriculture. Cette dernière devra orienter les commerçants qui l'informeront de leurs intentions d'achats.

### ▼ **Amélioration de la qualité des produits**

La fertilisation (surtout azotée) et le type d'emballage ont été signalés comme étant les facteurs qui jouent le plus sur la qualité. Il a été demandé à l'URDOC de mettre un accent particulier sur les recherches dans ce domaine. La proposition d'un gros commerçant qui consiste à faire un test de commercialisation sur le marché guinéen, d'échalotes produites avec différentes doses de fertilisation, et avec différents types d'emballages a été retenue.

Ceci permettra de lever les contraintes à la conquête du marché guinéen, très demandeur des échalotes maliennes.

Les participants ont également souhaité l'amélioration de la qualité des échalotes séchées produites en zone Office du Niger.

### ▼ **Fixation des prix**

Des éléments tels que la qualité, le coût de production, la période de vente ont été retenus comme critères de fixation des prix. Pour faciliter la négociation des prix, il a été demandé à l'URD/OC d'affiner les données sur les coûts de production et d'assurer une meilleure diffusion auprès des producteurs.

### ▼ Rencontres futures

L'expérience acquise par les acteurs (notamment agriculteurs et opérateurs économiques) dans le pilotage d'un tel outil est jugée insuffisante. Il a donc été demandé aux initiateurs (URD/OC et APROFA), d'envisager l'organisation d'autres rencontres.

La participation des transporteurs qui constituent un maillon très important de la filière a été vivement souhaitée, pour les prochaines rencontres.

L'idée d'une bourse des échalotes a été émise

### ▼ Accès au crédit

L'initiative du CIDR qui envisage de tester la mise à disposition d'un fonds spécial d'appui à la commercialisation des produits maraîchers a été fortement appréciée. Un bilan des actions menées par ces organisations (un groupement par zone), au cours de la prochaine rencontre permettra de mieux apprécier cette démarche.

Les appuis initiés par les différents établissements financiers doivent être renforcés à travers une augmentation des enveloppes du crédit et une collaboration étroite avec les services techniques. Ces derniers (APROFA, Office du Niger, URD/OC) doivent apporter l'appui nécessaire aux organisations pour leur mise en place et le montage des requêtes de financement

### ▼ Diffusion de l'information

Dans la perspective de l'autonomisation de ce cadre de concertation, il a été demandé à la Chambre d'Agriculture locale de Niono, d'assurer la diffusion correcte et régulière de toutes les informations utiles relatives à la commercialisation des échalotes (stocks disponibles, demandes, prix). Le

souhait d'une prise en charge de la diffusion de la mercuriale des prix pour les produits maraîchers, au niveau national (à l'image des céréales) a été émis

Malgré quelques réserves (perturbation du marché) des commerçants sur l'utilité de cette mercuriale, il a été demandé aux différents acteurs de communiquer les prix réels. Il a été également demandé aux différentes parties (commerçants et producteurs) d'utiliser cette information seulement comme une référence dans la négociation des prix.

Pour la mise en place d'un dispositif d'information efficace la collaboration des services techniques (Office du Niger, APROFA) et des radios locales a été sollicitée.

#### ▼ Formes de collaboration

Tout en recommandant des séances de sensibilisation/formations pour l'utilisation des contrats dans les transactions, les participants ont retenu l'idée d'observer une phase test basée sur la confiance mutuelle. Elle permettra de mieux définir les clauses des contrats futurs.

## 5. Conclusions

Malgré le constat d'un engouement général de tous les acteurs pour cette démarche, signalons qu'aucune des intentions de collaboration n'a encore abouti à l'établissement de relations bien formalisées entre producteurs et opérateurs économiques. Ceci semble lié au caractère novateur de la démarche d'une part et d'autre part à l'insuffisance des mesures d'accompagnement, surtout le regroupement des offres.

L'analyse des actions menées depuis la première rencontre pose quelques réflexions sur :

### 1) le fonctionnement du cadre

La fréquence actuelle des rencontres à savoir une avant l'installation des cultures maraîchères (septembre-octobre) et au démarrage des récoltes (mars-avril) est-elle convenable?

Les participants à la dernière rencontre ont donné un avis favorable. En effet, ces rencontres permettront de bien ficeler les contrats de productions et de commercialisations en tenant compte des préoccupations des différentes parties.

L'organisation des rencontres a été toujours pilotée par l'URD/OC et l'APROFA (structure appelées à disparaître). Comment faire en sorte que l'initiative vienne des principaux acteurs? Quels seront les critères de participation? Quelles sources de financement?

Les bénéficiaires (producteurs et commerçants) ne participent pas encore au financement des rencontres, la question n'ayant pas encore été posée, il serait difficile de présager de leur disponibilité.

Dans tous les cas, pour assurer un transfert progressif vers l'autonomie, *objectif visé*, une contribution ne serait ce que symbolique des bénéficiaires semble nécessaire. Parallèlement, une réflexion sur le mode de financement doit être initiée.

### 2) Les responsabilités des différents partenaires

Face aux insuffisances enregistrées dans :

i) **l'élaboration des références techniques**, notamment des itinéraires techniques correspondant à des critères de qualité spécifiques et les techniques adaptées de conservation/transformation ;



ii) la formalisation des transactions suites aux difficultés rencontrées dans la contractualisation ;

iii) l'octroi du crédit pour les investissements à moyen terme et le financement des campagnes de production et de commercialisation ;

iv) l'organisation des acteurs (prédominance des opérations individuelles) ;

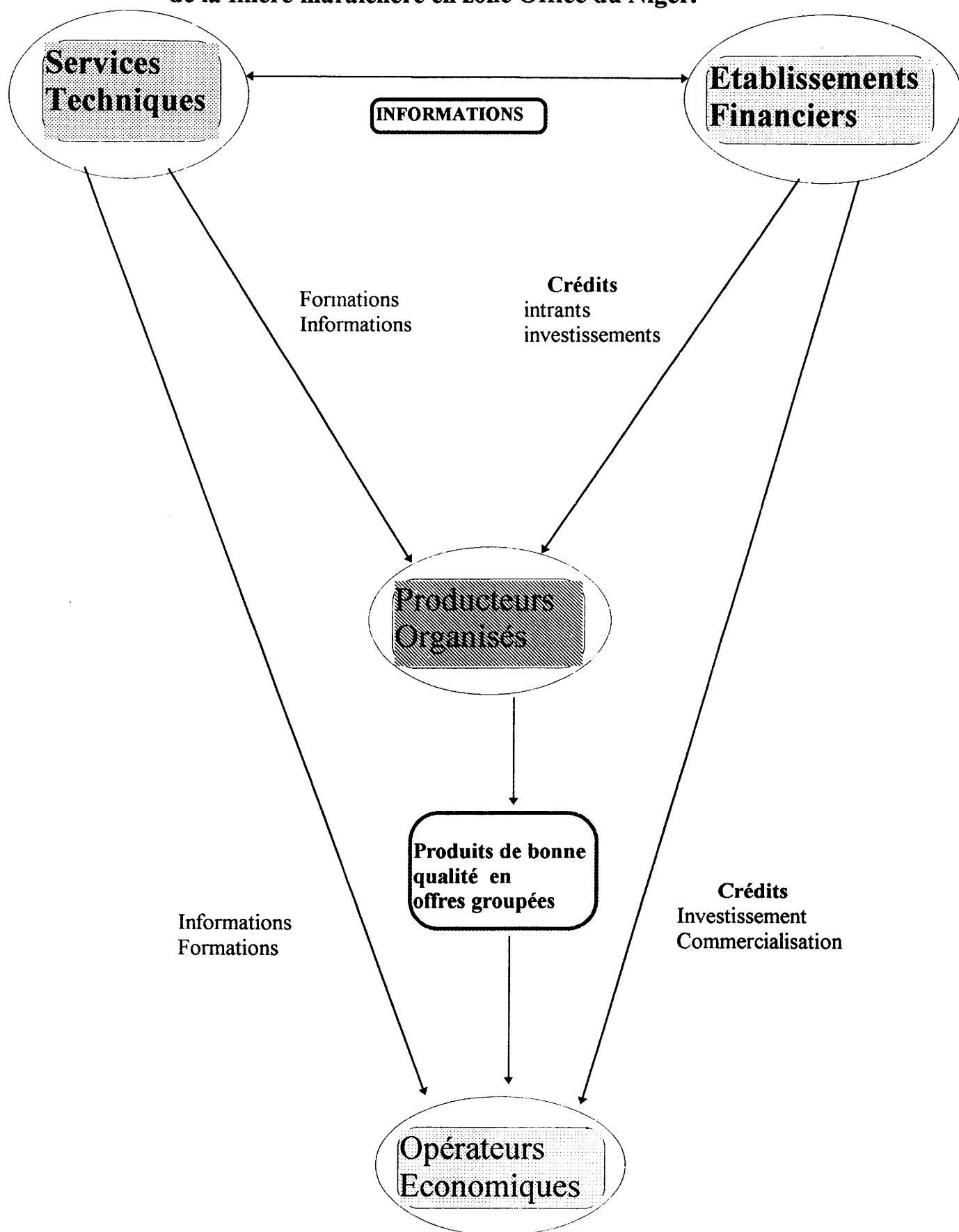
Il est important que chacun des partenaires assument pleinement les responsabilités dont les principales sont consignées dans le tableau 3.

**Tableau 3 Les attributions des principaux partenaires**

Partenaires	Acteurs	responsabilités
Services Techniques	Office du Niger (SCR) DRAMR	Organisation des producteurs diffusion des paquets techniques
	URDOC	élaboration de références techniques en collaboration avec l'IER
	APROFA	études socio-économiques recherche de marchés échanges d'expériences
	Chambre d'Agriculture	organisation des producteurs centralisation et diffusion de l'information sur les stocks
Etablissements Financiers	CIDR, BNDA, FDV, Gnessiguisso	crédits d'investissement et de campagne (production/ commercialisation)
Organisations de producteurs	AV/TV, GIE	amélioration de la qualité des produits regroupement de l'offre
Organisations d'Opérateurs économiques	Commerçants transformateurs transporteurs	exploration de nouveaux marchés spécification des critères de qualité pour les différents marchés regroupement des achats

Ainsi les rapports de partenariat dans le cadre de la promotion des cultures maraîchères en général et des échalotes/oignons en particulier fonctionneront comme illustrés par le schéma C.

**Shema C : Illustration des rapports entre les différents partenaires de la filière maraîchère en zone Office du Niger.**



## BIBLIOGRAPHIE

**COULIBALY Yacouba M, BAH Sékou, BENGALY Kongotigui, 1997.**  
Atelier sur la commercialisation des échalotes/oignons en zone Office du Niger  
25 et 26 avril 1997 communication URDOC - document de travail, 17p.

**OFFICE du NIGER, 1997 :** Bilan de campagne

**PASQUIER Lucie, 1996, Le développement des cultures maraîchères à Office du Niger: Atouts et contraintes dans le contexte post-dévaluation.** Mémoire de fin de cycle, 67 p

**SOGOBA Assana, 1996. Le développement des productions maraîchères à l'Office du Niger : atouts et contraintes dans le contexte post-dévaluation.** Mémoire de fin de cycle 65p + annexes

**ANNEXES**

**STRATEGIE DE L'ORGANISATION DE LA MISE  
EN MARCHE DE L'ECHALOTE  
NIONO, 27-28 FEVRIER 1998**

La reconnaissance officielle du maraîchage dans les périmètres aménagés par l'ON a donné une très forte impulsion à la production des cultures maraîchères, particulièrement celle de l'oignon/échalote. Cependant un problème majeur subsistait : la mauvaise organisation de la commercialisation. Pour essayer de chercher des solutions adéquates à ce problème l'Antenne APROFA de Ségou en relation avec d'autres partenaires a engagé une réflexion approfondie quant à l'organisation de la mise en marché de l'échalote. C'est ainsi que l'Antenne a procédé :

Premièrement : l'identification des principaux intervenants à la filière que sont les commerçants/négociants, les producteurs, les transformateurs, les transporteurs et même les établissements financiers.

Elle a ensuite procédé au diagnostic des difficultés des intervenants et celui des problèmes de coordination entre autre.

A la suite de ces différentes actions, il a été constaté que plusieurs problèmes sont communs à tous les intervenants (problème de qualité, de conservation, de stockage, de prix, de marché, de technologie de transformation et d'accès au crédit).

Le deuxième constat a été la méconnaissance totale de l'environnement par les différents acteurs intervenants dans la filière d'où l'inexistence d'un système élaboré de marketing.

Le troisième a été le déficit de l'information entre les différents intervenants

- l'inexistence d'un circuit d'approvisionnement et de distribution fiable
- l'impossible évaluation des stocks (existants et prévisionnels)

Certains de ces problèmes au jour d'aujourd'hui demeurent c'est pourquoi l'Antenne n'ayant aucune prétention de proposer une stratégie de mise en marché qui ne sera sujette à aucune critique souhaite que :

1. le déficit de l'information soit comblé, c'est pourquoi la nécessité d'organiser ces ateliers de concertation pour que la communication passe entre tous les intervenants de la filière avec l'appui des Services Techniques concernés
2. que le décalage de l'offre soit un moyen de régulation du marché (système rotatif d'approvisionnement du marché)
3. inciter les acteurs à appliquer les méthodes modernes de conservation et de stockage.

Les opérateurs sont invités à comprendre que des centrales d'achat leur permettront de quantifier les stocks au moment opportun, de mettre en place un circuit d'approvisionnement et de distribution fiable ce qui ouvrira la voie à la mise en place d'un circuit de commercialisation rentable.

A l'heure où nos Pays doivent s'ouvrir à la concurrence d'autres produits venants des Pays voisins, il serait très souhaitable qu'on attache une grande importance à l'utilisation des moyens de transports adéquats et au respect des normes du conditionnement (emballage et autre) un meilleur choix des technologies de transformation.

Niono, le 28 Février 1998



Coopération Allemande au développement

**Projet Vulgarisation Agricole en Pays Dogon (PVAPD)**

(gtz 932599-4-01.100)

BP 100 Bamako, Badalabougou

Tél : 00 223 - 22 67 44 & 22 92 92 - Fax: 00 223 - 22 92 69 Téléx 2531 gtz

.....  
B.P. 17 Bandiagara

Tél: 00223- 42 01 02 - Fax: 00223 - 42 01 11



**EXPERIENCE DE LA GTZ - PVAPD:**

**COMMERCIALISATION DE L'ECHALOTE SECHEE EN TRANCHE (EST)**

Présenté par: Mme TRAORE Mariétou DIARRA  
Responsable section agro-économie

## **Brève présentation du Projet V.A Dogon**

Le Projet Vulgarisation Agricole en Pays Dogon (PVAPD) est le fruit de la coopération technique entre le Mali et l'Allemagne. Il a vu le jour en Juillet 1985 et traverse actuellement sa quatrième et dernière phase avec comme objectif "les groupes - cibles utilisent le potentiel agricole de façon autonome, responsable économique et durable". Le Projet couvre 108 villages dont 35 villages produisent l'échalote séchée en tranches.

### **1- INTRODUCTION:**

Depuis 1989, l'une des préoccupations majeures du Projet Vulgarisation Agricole en Pays Dogon a été "l'amélioration de la commercialisation des produits" maraîchers en particulier l'échalote qui constitue la principale spéculation maraîchère au Plateau Dogon avec une production annuelle de 20 à 30 000 Tonnes.

La réalisation de cet objectif exigeait donc de la part du Projet, l'encadrement, l'organisation et la responsabilisation des populations cibles afin de les amener à maîtriser un ensemble de systèmes adaptés de production, de transformation et de commercialisation de l'échalote en vue d'améliorer leur revenu.

### **2- JUSTIFICATION DE LA TRANSFORMATION DE L'ECHALOTE**

A la différence des autres zones de production, Bandiagara est assez éloigné des grands centres de commercialisation (700 Km de Bamako), ce qui affaiblit sa position concurrentielle à cause des coûts de transport très élevés et des pertes plus élevées (évaluées à 48 %).

Ainsi la transformation est devenue une nécessité économique justifiée par:

- l'amélioration de la conservation, d'où une réduction des pertes.
- Un approvisionnement régulier des marchés en échelonnant l'offre sur toute l'année.
- la stabilisation des prix sur les marchés intérieurs.

### **3- TECHNIQUE DE SECHAGE:**

La technique est très simple, l'oignon est débarrassé de ses racines et pellicules superficielles, ensuite lavé et découpé à l'aide d'une découpeuse manuelle en tranches fines de 2 à 3 mm d'épaisseur. Le produit ainsi découpé est mis à sécher au soleil sur les claies superposées. Le produit fini obtenu est appelé Echalote Séchée en Tranches (EST) et est un substitut direct de l'échalote fraîche car possédant les mêmes vertus culinaires.

### **4- FIXATION DU PRIX DE L'EST:**

Le prix est fixé en assemblée générale en début de la campagne entre producteurs et opérateurs économiques déjà impliqués dans la commercialisation de l'EST. Le consensus trouvé, restera le prix unique de la campagne quel que soit l'évolution du marché.



**NB:** Avant l'A.G tous les producteurs se concertent au niveau de 6 ateliers de zones et font des propositions de prix. Ces propositions seront harmonisées en AG des producteurs et servent de base de négociations avec les opérateurs économiques.

#### 5- L'EVOLUTION DE LA PRODUCTION D'EST

33 villages cibles du Projet contribuent à la production de plus de 30 Tonnes d'oignon séché par an (rapport de séchage 1/8).

Mais il faut signaler que cette production est fortement influencée par les fluctuations de prix de l'échalote fraîche, d'où l'instabilité de cette demande malgré la forte demande. (voir en annexe l'évolution de la production).

**NB:** Toutes les quantités produites sont commercialisées

#### 6- LE CIRCUIT DE COMMERCIALISATION DE L'EST:

Il existe 2 formes de commercialisation:

- La commercialisation primaire
- La commercialisation secondaire

##### a- **La commercialisation primaire:**

A ce stade toutes les productions individuelles du village sont payées par les associations villageoises ou le Comité de Gestion de Barrages à partir d'un prêt contracté auprès de la BNDA à 11 % / an

Après achat l'AV ou le CGB procède à l'enregistrement des différentes quantités et au stockage dans un magasin villageois ou un magasin de zone.

##### b- **La commercialisation secondaire**

Il s'agit de la vente de l'EST stocké dans les magasins villageois aux commerçants.

A ce niveau, avec le départ programmé du Projet, une nouvelle organisation paysanne a vu le jour. Il s'agit du "Comité de suivi de l'EST", chapeau des 35 groupements de séchage et chargé de la commercialisation de l'EST aux commerçants.

Ce comité de suivi est chargé de:

- La collecte de l'information sur les stocks disponibles
- L'enregistrement des commandes des différents commerçants
- Répartition des stocks selon la demande des commerçants et en fonction du disponible
- Orientation des commerçants sur les lieux de production
- Choix des commerçants ayant droit à un contrat de vente

- Signature de contrat de commande ferme avec les commerçants
- Suivre le remboursement du crédit du commerçant.

#### c- **Critères de choix des commerçants**

- Etre commerçant de profession
- Tenir compte de l'ancienneté dans la commercialisation de l'EST
- Personnes ayant contribuées à la promotion de l'EST
- Tenir compte du lieu de résidence du commerçant pour une meilleure répartition des stocks
- Etre crédible
- Etre solvable ... etc

#### 7- PROMOTION DE L'ECHALOTE SECHEE EN TRANCHE

Un bon produit ne se vend que s'il est connu du public auquel il est destiné. La promotion de l'EST a démarré depuis 1990. C'est grâce à de "modestes" tests de marché par quelques personnes identifiées à Bamako et Mopti que le produit est désormais connu sous l'étiquette "Jaba - Jala".

Des contacts ont été ainsi pris avec des opérateurs économiques, des restaurateurs, des ménagères, des structures à caractères public et privé.

A cela il faut ajouter ces différentes actions promotionnelles menées par le Projet:

- Test de vente au niveau des marchés de Bamako et Mopti
- Organisation des séances de dégustation au niveau du siège de Projet
- Exposition du produit aux différentes foires nationales et sous régionales (FEBAK, FESPACO, Foires agricoles ...)
- Distribution gratuite des échantillons avec des dépliants sur les lieux d'expositions
- Confection et distribution gratuite des présentoirs avec logo "Jaba - Jala" au niveau des commerçants, services public et privé.
- Organisation d'une journée de l'EST avec l'implication des partenaires au développement, des opérateurs économiques et des producteurs de divers horizons. Cette journée a été suivie d'une séance de dégustation et d'exposition.

Au stade actuel des investigations, le constat est que la nouvelle formule d'échalote est très bien appréciée par les ménagères qui trouvent que son goût est très bon, qu'elle concentre la sauce et que son prix est raisonnable. On peut tout de même sur la base des résultats conclure à l'existence d'un segment de marché très important pour ce produit car il n'est connu que sur 2 marchés (Bamako et Mopti) pour l'ensemble du territoire.

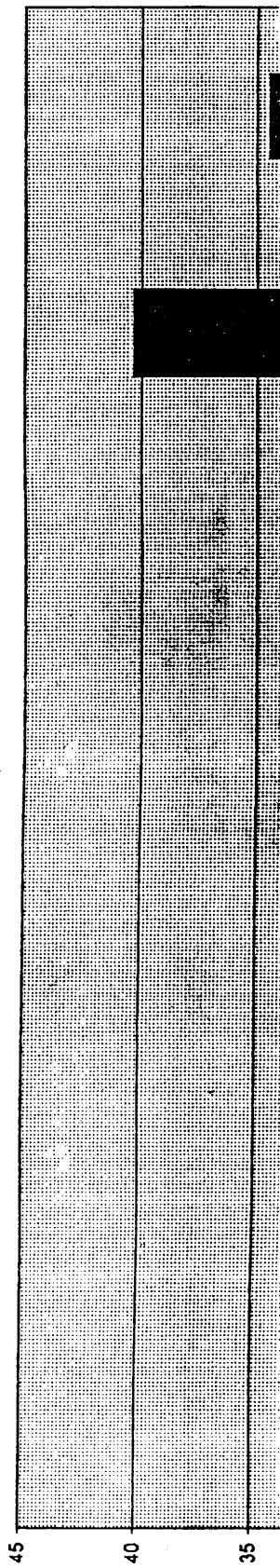
#### 8- CONTRAINTES:

- Insuffisance de la production d'EST par rapport à la demande
- Faible capacité de négociation du comité de suivi et des groupements avec l'extérieur
- l'analphabétisme presque total des membres des groupements.
- L'absence dans la jeune filière d'opérateurs économiques spécialisés dans le commerce de l'EST.
- Insuffisance de fonctionnalité des structures d'organisation villageoises.
- Inaccessibilité des zones de productions.

#### 9- PERPECTIVES

Les efforts du Projet au cours de cette dernière phase et après le Projet porteront sur le renforcement des capacités d'autogestion des groupements en vue de mettre en place un circuit commercial qui fonctionne sans appui extérieur.

EVOLUTION PRODUCTION E.S.T. / AN



# CIRCUIT DE PRODUCTION ET DE COMMERCIALISATION DE L'EST

