

126



Institut du Sahel



1334

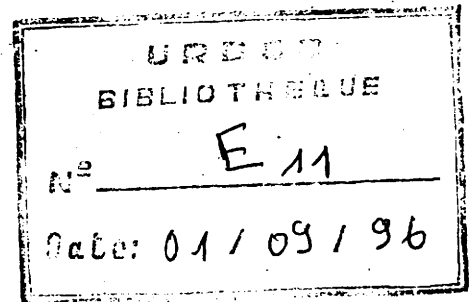
La filière oignon au Mali
Enjeux et perspectives

Anne Chohin

Août 1996

(Draft)

B00
0630



PRISAS (Programme Régional de renforcement Institutionnel en matière de recherche sur la Sécurité Alimentaire au Sahel)

Table des Matières

<i>Introduction</i>	2
<i>Problématique</i>	2
1) Systèmes de production	3
1.1) <i>Superficies</i>	3
1.2) <i>Systèmes de culture</i>	4
1.3) <i>Production - rendements</i>	4
2) Organisation de la filière de la zone Office du Niger	5
3) Production	7
4) Commercialisation	7
4.1) <i>Approvisionnement de Bamako</i>	7
4.2) <i>Exportations d'oignon</i>	7
4.3) <i>Commerçants</i>	10
4.4) <i>Transporteurs</i>	12
4.5) <i>Coûts de commercialisation et marges</i>	13
5) Analyse des prix	15
5.1) <i>Prix échalote Niono</i>	15
5.2) <i>Prix échalote Bamako</i>	15
5.3) <i>Prix de l'oignon Bol d'Or, importé</i>	16
5.4) <i>Prix échalote séchée</i>	16
6) Consommation	17
7) Perspectives de développement de la filière	18
<i>Conclusion</i>	19
<i>Bibliographie</i>	20

Introduction

Le maraîchage s'est développé durant les dernières années en raison d'une demande croissante des marchés nationaux et régionaux et à un changement des habitudes alimentaires surtout en milieu urbain mais aussi grâce aux revenus qu'il peut générer.

Dans la zone Office du Niger, le maraîchage est d'abord apparu dans les jardins de case, terres trop hautes pour être irriguées par gravité situées auprès des villages. Avec le développement d'infrastructures routières, en particulier la route bitumée Niono-Markala en 1984, la production maraîchère a commencé à être commercialisée vers Ségou, Bamako ou la Côte d'Ivoire. De plus, la libéralisation du commerce du riz en 1987 a favorisé l'activité commerciale au profit du riz mais aussi des échanges de produits maraîchers. Le maraîchage est devenu de plus en plus important dans le fonctionnement des exploitations (Jamin, 1995). De plus, la dégradation du niveau de vie dans les zones non réaménagées, due à la baisse des rendements de mil et de riz a encouragé certains producteurs à chercher d'autres sources de revenus et enfin la stratégie de diversification de l'Office du Niger a conduit à la prise en compte de l'encadrement et de l'appui technique (URDOC, 1996).

Problématique

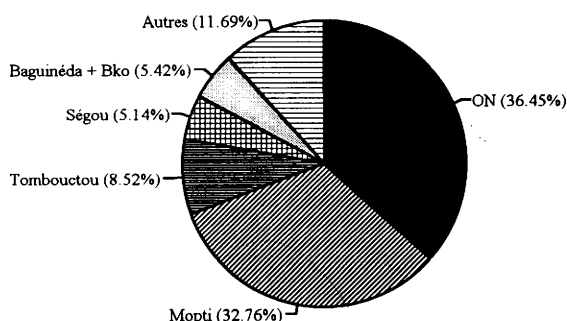
Suite à la dévaluation du franc CFA, les producteurs de riz de la Zone Office du Niger ont vu leurs revenus augmenter en raison d'une meilleure compétitivité du riz Malien mais aussi grâce à des revenus du maraîchage qui peuvent constituer 20 à 30% du revenu total selon certaines estimations (Baris, 1996). Les superficies en maraîchage sont estimées à environ 2600 hectares, les statistiques officielles de l'office du Niger (1300 ha) étant très inférieures à la réalité (URDOC, 1996). Parallèlement, le marché des produits maraîchers semble avoir évolué avec une possible consommation accrue de produits frais. Dans ce contexte, la filière maraîchère présente des enjeux importants en termes de revenus potentiels et de diversification alimentaire. Cette évolution demeure peu connue et de nombreuses questions restent sans réponse. Quelle est la situation du maraîchage dans la zone concernant la production (superficies, rendements, itinéraires techniques...) et la commercialisation (acteurs, flux, marges...). Comment a évolué le marché (demande de produits frais ou de dérivés, prix, saisonnalité...). Quelles sont les perspectives d'évolution de la filière ? L'évolution de la filière dans la zone Office du Niger pose aussi des questions relatives aux autres zones de production. Quelle est la part des différentes zones de production ? Quel sera l'impact sur les filières oignon du pays Dogon ou sur les filières périurbaines ?

1) Systèmes de production

1.1) Superficies

L'échalote est produite principalement dans la zone de L'Office du Niger, la zone de Mopti (Pays Dogon essentiellement¹) et la zone de Ségou. En 1994/95, les deux premières zones représentent près de 80% des superficies en échalote cultivées au Mali dont 36% à l'Office du Niger comme l'indique la figure 1. Les gros oignons sont produits dans les zones périurbaines de Bamako (Baguinéda et Kati) mais leur part reste relativement faible avec seulement 5,4% des superficies dans la zone de Baguinéda et du district de Bamako.

Répartition des superficies en oignon
Mali 1994/95



L'importance de la zone de l'Office du Niger est liée à la part élevée de l'échalote dans cette zone où elle représente 71% de la superficie totale en maraîchage en 1994/95 avec la zone de Niono comme première zone de production (voir figure 2).

Figure 1 : Superficies en oignon

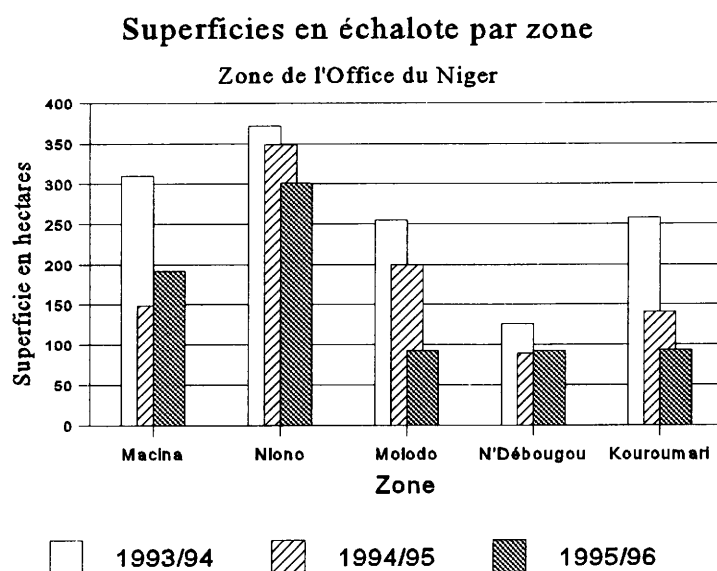


Figure 2: Zone Office du Niger

Source : ON.

¹ La zone de Mopti comprend principalement la production du Pays Dogon qui représente 70% des superficies en oignon de cette zone.

1.2) Systèmes de culture

L'échalote est produite en contre saison dans la zone de l'office du Niger, la principale période de production se situant de février à avril alors que l'échalote est produite pendant l'hivernage dans le Pays Dogon. Le décalage des périodes de production sera discuté dans le cadre des implications pour la commercialisation.

Zones périurbaines (Kati, Baguinéda). La principale période de production est la saison froide.

1.3) Production - rendements

La production nationale en 1994/95 est de 57840 T en baisse par rapport à 1993/94 où elle s'élevait à 68640 T, en raison de la diminution de la production dans la zone Office du Niger (figure 3).

Production d'oignon au Mali

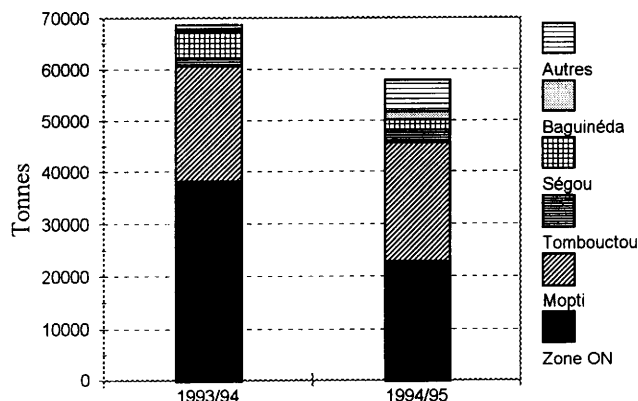


Figure 3 : Production

productives avec les rendements les plus élevés en oignon. Le rendement atteint même les 30 T/ha au Pays Dogon. Les rendements des autres zones dépassent rarement les 20 T/ha, avec une moyenne de 15T/ha.

Cependant, les rendements sont relativement variables dans la zone ON, ils varient entre 3 et 50 T/ha (Jamin, 1994).

La production d'oignon dans la zone de l'Office du Niger représente 79% de la production maraîchère totale de la zone en 1994/95 avec une production estimée à 23200 tonnes (tableau 1). Le rendement moyen est ainsi de 25 T/ha. En 1993/94, la production était encore supérieure (38544 T), avec un rendement de 29 T/ha et représente plus de 50% de la production nationale d'oignon. La zone de Mopti avec une production qui s'élève à 22775 tonnes en 1993/94 pour une superficie de 834 ha a un rendement moyen qui avoisine les 28 T/ha.

La zone de l'Office du Niger et de Mopti apparaissent comme les zones les plus

Tableau 1 : Production maraîchère officielle - Zone Office du Niger
(estimation pour la campagne 1994/95)

	<i>Echalote</i>	<i>Tomate</i>	<i>Patate</i>	<i>Ail</i>	<i>Piment</i>	<i>Chou</i>	<i>Gombo</i>	<i>Total</i>
Superficies (ha)	928	100	91	56	88	19	27	1309
Production (T)	23200	2500	1911	784	440	285	108	29228
% Production	79.4	8.6	6.5	2.7	1.5	1.0	0.4	100
Rendement moyen (T/ha)	25	25	21	14	5	15	4	

2) Organisation de la filière de la zone Office du Niger

Le schéma d'organisation de la filière est présenté figure 4). L'approvisionnement en intrants, en particulier les engrais (urée, P2O5), se fait auprès des fournisseurs des différents marchés de la zone. Les producteurs profitent du système d'approvisionnement relativement organisé de la filière rizicole. La fumure organique, qui constitue un intrant capital, est soit autofournie soit achetée auprès d'autres producteurs. Le transport se fait par charrette et la possession de ce moyen de transport est alors un facteur important pour l'accessibilité à la fumure organique en temps opportun. Les semences proviennent en général des stocks d'échalote mais elle peut aussi être achetée au marché. Il peut arriver qu'un producteur vende son stock pour acheter de l'échalote de meilleure qualité pour la semence.

La production est commercialisée soit directement au village ou les commerçants viennent s'approvisionner soit sur les marchés de Niono et Siengo, principaux marchés de la zone de Niono. Une partie de la production est commercialisée depuis la zone de Macina, en particulier vers la Côte d'Ivoire.

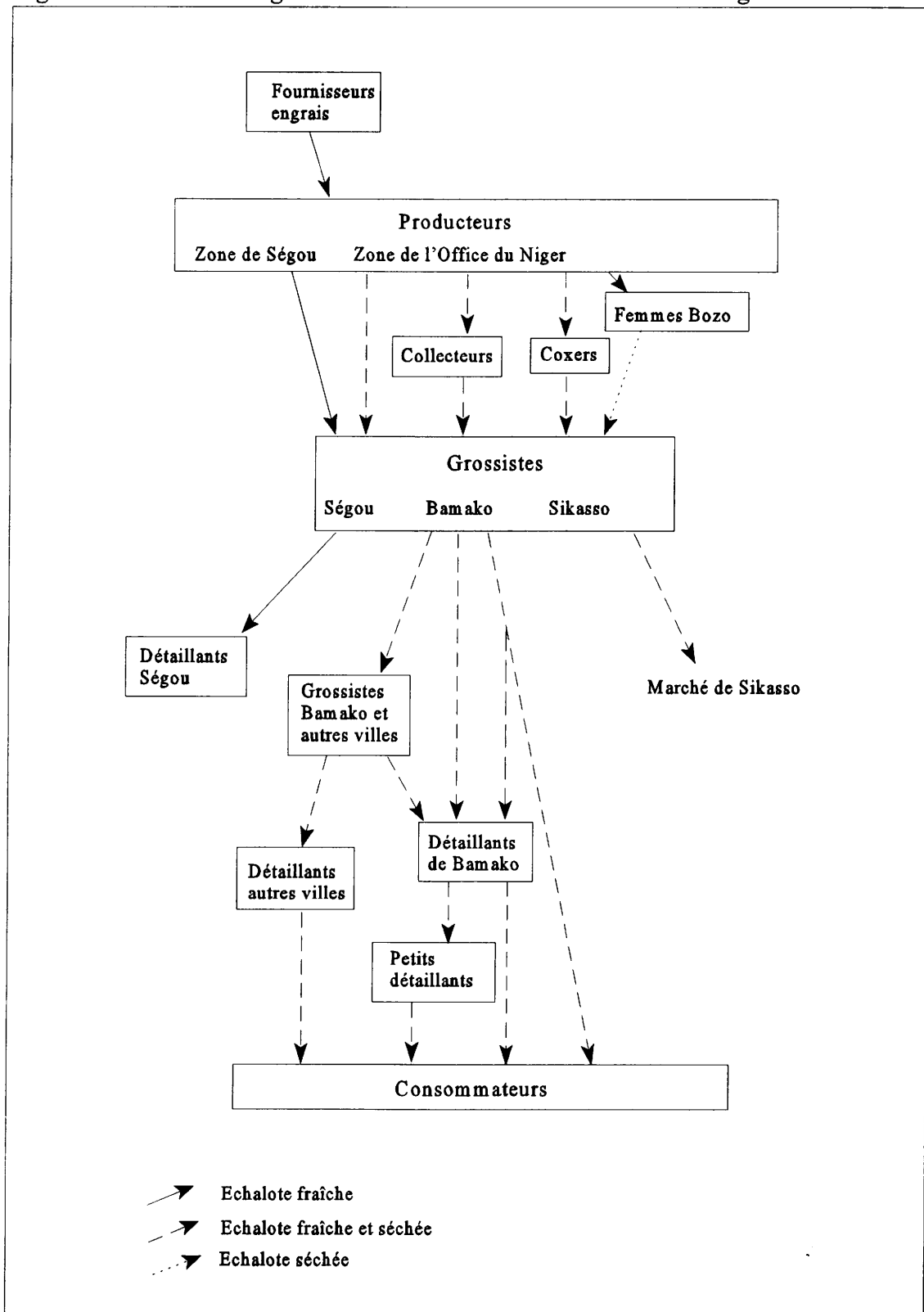
La transformation (séchage) de l'oignon est réalisé par les producteurs mais c'est surtout l'apanage des femmes Bozos qui achètent l'échalote aux producteurs pour la revendre séchée aux commerçants.

Les produits sont écoulés soit directement par les grossistes soit par l'intermédiaire de coxers ou de collecteurs, principalement vers Bamako et la région de Sikasso, et revendus soit à des grossistes soit aux détaillants. Certains commerçants assurent aussi un écoulement direct de la marchandise au détail. Les grossistes étrangers, en particulier les guinéens, viennent s'approvisionner auprès des grossistes maliens à Bamako, les mauritaniens s'approvisionnent parfois directement dans la zone de l'Office du Niger sur le marché de Diabaly situé au nord de la zone.

Les différents acteurs de la commercialisation sont présentés plus en détail dans la partie relative à la commercialisation.

La filière ivoirienne reste à préciser.

Figure 4 : Schéma d'organisation de la filière - Zone Office du Niger



3) Production

Les données sur la production restent à traiter.

4) Commercialisation

4.1) Approvisionnement de Bamako

La ville de Bamako est approvisionnée en échalote (fraîche et séchée) par la zone de Niono, la zone de Ségou, le pays Dogon et en gros oignons par les zones périurbaines (Kati, Baguinéda).

L'oignon est aussi importé du Niger (Violet de Galmi), du Burkina Faso et de Côte d'Ivoire et du Sénégal (oignon Bol d'Or des Pays-Bas).

Les premières importations d'oignon des Pays-Bas ont commencé début juillet en 1996. Les commerçants de Bamako s'approvisionnent auprès des importateurs abidjanais. Les importations semblent ainsi largement dépendre de la disponibilité de l'oignon importé en Côte d'Ivoire.

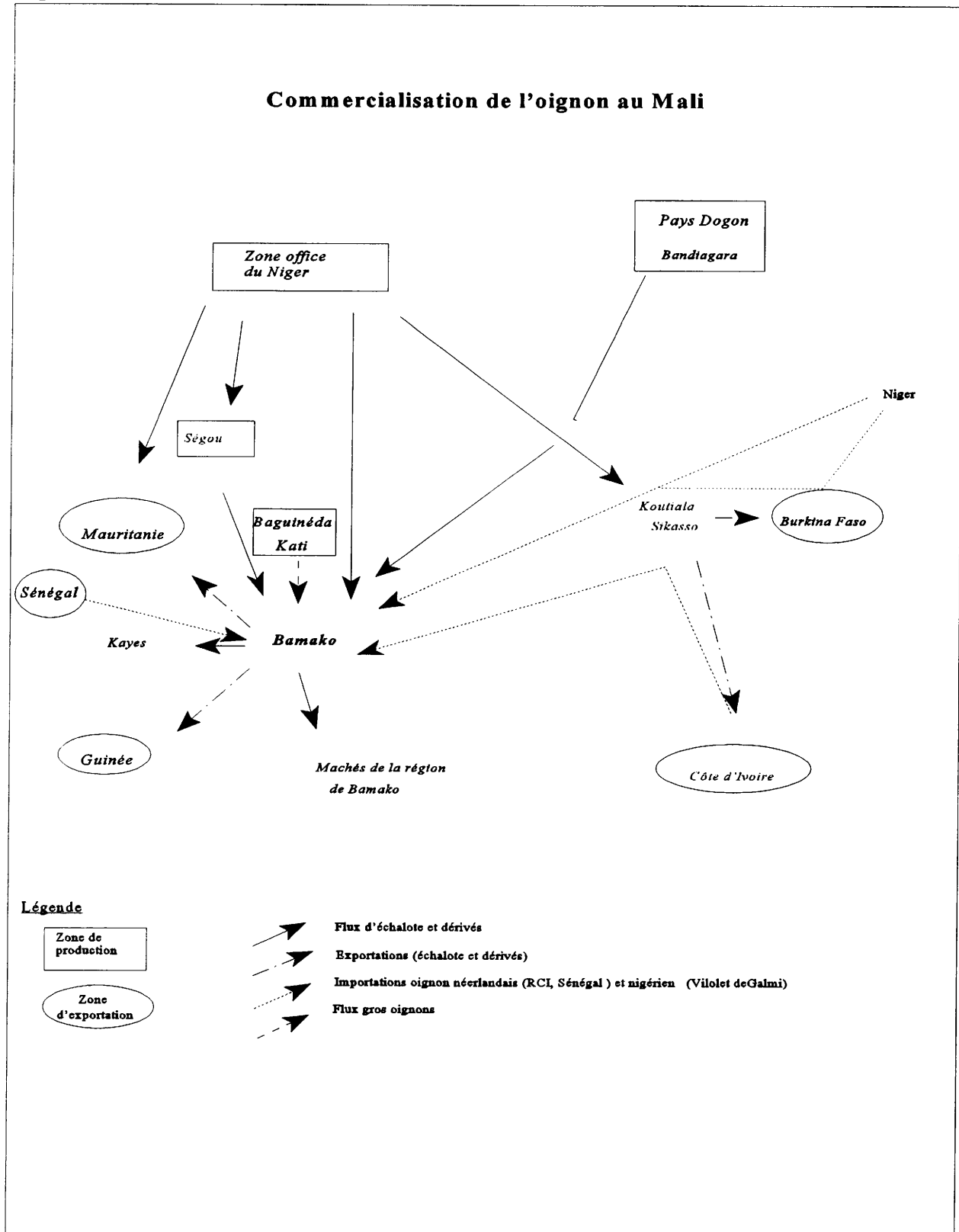
La période principale de commercialisation de l'échalote de la zone de Niono est de mars à mai mais l'oignon continue d'être commercialisé jusqu'à la fin de l'année par certains commerçants. Les principaux marchés de la zone sont ceux de Niono et de Siengo. La quantité totale commercialisée vers Bamako est estimée à 6000 T par an (URDOC, 1996), soit environ 125 T/semaine en moyenne. Cependant, en juillet les quantités commercialisées place de Niono à Bamako en provenance de Niono ont été estimées à environ 50 T par semaine (dont 43 d'échalote fraîche), montrant une variabilité des quantités en fonction de la période considérée. Par contre, l'échalote du pays Dogon est principalement commercialisée d'octobre à janvier. Les produits ne sont donc pas en concurrence sur le marché sauf au mois de janvier/février lorsque l'échalote de la zone ON commence à arriver sur le marché. Les coûts de transport moindres contribuent alors à la commercialisation de l'échalote de la Zone ON plutôt que du pays Dogon. Certains commerçants changent alors de circuit d'approvisionnement.

Les zones de Kati et Baguinéda approvisionnent Bamako en gros oignons (Texas early grano) pendant toute l'année bien que la principale période de production soit la période froide.

4.2) Exportations d'oignon

L'échalote fraîche et séchée sont exportées à partir de Bamako vers la Guinée essentiellement, et vers la Mauritanie et le Sénégal. Les grossistes guinéens s'approvisionnent sur les différents marchés de Bamako (place de Niono, Médine, Djikoron/place de Guinée) et pourraient commercialiser jusqu'à 90 tonnes par semaine pendant la période de commercialisation (février-avril). Ainsi les exportations vers la Guinée atteindraient les 1000 tonnes. Ces estimations sont cependant à prendre avec précaution, le suivi des marchés en forte période de commercialisation n'ayant pu être fait, les données proviennent des informations recueillies auprès des transporteurs et des commerçants.

Figure 5 : Circuits de commercialisation



En juillet, quelques commerçants de Siguiri ou Kankan viennent encore s'approvisionner sur le marché de Bamako en oignon frais et séché mais les quantités ne dépasseraient pas les quelques tonnes par semaine.

Les exportations vers la Côte d'Ivoire se font via Sikasso, les commerçants s'approvisionneraient dans la zone de Macina. Elles constituent environ 440 tonnes en 1991 (voir tableau 2). Une partie de l'oignon est aussi exportée vers le Burkina Faso mais ne représente qu'une faible part des exportations.

D'après la figure 6 les exportations maliennes d'oignon atteindraient près de 2000 tonnes en 1994 avec une croissance de 60 % des exportations entre 1992 et

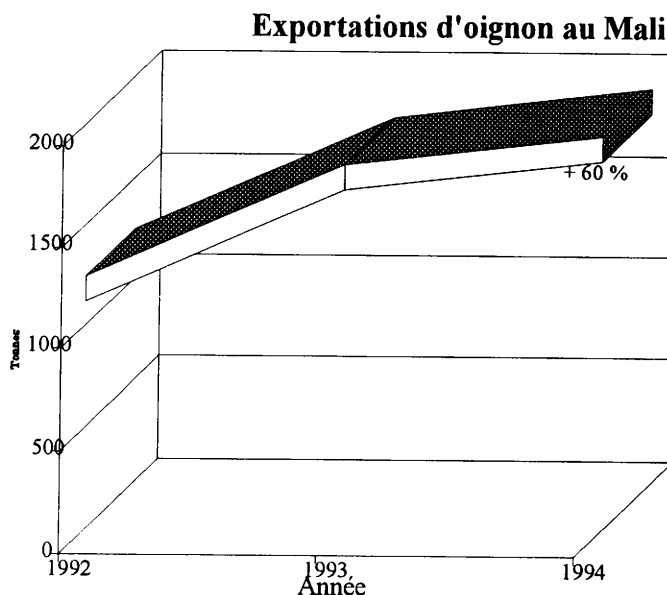


Figure 6 : Exportations

Source : données FAO

1994. Les exportations ne représenteraient que 2.8% de la production totale. D'après les estimations, la Guinée et la Côte d'Ivoire sont les principaux clients bien que les exportations ivoiriennes ne représentent que 1,5% des importations de ce pays, loin derrière le Niger et les Pays-Bas. Les données restent incomplètes, notamment pour la Mauritanie et le Sénégal.

Les données de la Direction nationale de l'agriculture estiment cependant les exportations à seulement 640 tonnes en 1994 et 398 en 1995 pour l'oignon frais mais ces données ne comptabilisent pas les exportations vers la Guinée.

Tableau 2: exportations d'oignon - Mali

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Burkina Faso	16.2	9.9	3.8	17.1	7.8	8.7	9.2	18.6	11.9
Côte d'Ivoire					416.3	325.9	578.4	1022.5	443.7

Source : Burkina Faso, données statistiques de l'ONAC

Côte d'Ivoire, statistiques de la chambre de commerce, Abidjan (citées par DAVID, 1994)

4.3) Commerçants

On peut distinguer plusieurs types de grossistes en fonction du type d'activité, de l'expérience...

- Grossistes "spécialisés"

Les grossistes ayant acquis une expérience et une certaine capacité de financement ont une activité bien établie. Le plus souvent ils sont installés place de Niono à Bamako. Ils ont pu établir des relations privilégiées avec des producteurs assurant un approvisionnement permanent même lorsque l'oignon est plus rare sur le marché. Les grossistes vont en général au marché de Niono toutes les semaines. Ceux qui ont suffisamment de moyens et un bon réseau d'approvisionnement se déplacent aussi à Siengo, mais lorsque ce marché étant un peu moins bien approvisionné (juin, juillet, lorsque l'oignon devient rare) que celui de Niono, certains commerçants préfèrent rentabiliser leur voyage en allant seulement à Niono. L'approvisionnement directement auprès des producteurs semble constituer un avantage par rapport à l'achat à un intermédiaire qui stocke et augmente ainsi le risque de perte de qualité surtout en période chaude. Cependant, les grossistes ayant des difficultés à s'approvisionner lorsque l'oignon devient rare font appel aux intermédiaires collecteurs. Ils ont des clients réguliers (grossistes ou demi-grossistes, détaillants) à qui ils font le plus souvent crédit malgré des problèmes de recouvrement. C'est pourquoi les grossistes préfèrent vendre aux étrangers (Guinéens notamment) qui paient comptant.

Certains grossistes de ce groupe ne se déplacent pas sur les marchés de la zone Office du Niger mais ont un correspondant sur place qui achète et expédie les produits. Ils peuvent même dans ce cas louer un magasin à Niono dans ce but.

Ces grossistes ont donc une activité très spécialisée vers le commerce des produits de la Zone Office du Niger. Il est fréquent qu'ils aient commencé par faire le commerce du riz et se sont ensuite orienté vers l'oignon ou ont diversifié leur activité en commençant à commercialiser l'oignon. Cette stratégie permet soit de limiter les risques soit de rentabiliser le déplacement en achetant de l'oignon en complément du riz quand le riz est rare/cher et vice-versa.

Cette position sur le marché permet à ces grossistes d'assurer le commerce de l'échalote de la zone de l'Office du Niger pendant toute l'année alors que certains commerçants ayant plus de difficulté à s'approvisionner optent pour l'échalote de Bandiagara vers octobre.

On rencontre dans ce groupe surtout des hommes même si certaines femmes de Bamako exercent aussi cette activité mais elles sont en général moins disponibles pour faire deux voyages par semaine.

- Grossistes/demi-grossistes/détaillants

Certains grossistes de Bamako installés sur différents marchés de détail de Bamako vendent une partie en gros, parfois sur le lieu d'arrivée (place de Niono) mais aussi aux détaillants du marché sur lequel ils travaillent et une autre au détail sur le marché de détail (Fadjiguila, Boukassoumbougou). Ces grossistes sont parfois associés avec un membre de leur famille qui assure

l'écoulement des produits soit en gros ou demi-gros soit au détail, leur permettant alors de faire deux voyages par semaine (Niono et Siengo) et même de vendre uniquement au détail contrairement à ceux travaillant seuls qui ne font en général que le marché de Niono, une fois par semaine. Certains peuvent aussi commercialiser l'échalote de Bandiagara et ils s'approvisionnent sur le marché de Médine.

- Grossistes "saisonniers"

Ce type de grossiste correspond à des grossistes qui commercialisent l'échalote de la zone Office du Niger de façon saisonnière. Il peut s'agir de commerçants ayant une autre activité (culture dans leur région d'origine pendant l'hivernage ou autre commerce) ou commercialisant l'échalote du pays Dogon lorsque celui de la zone de Niono devient rare (octobre à janvier). Ces derniers sont souvent des grossistes Dogon de la place de Médine qui ont des facilités pour la commercialisation de l'échalote de Bandiagara dans la mesure où ils assurent leur approvisionnement par l'intermédiaire de membres de leur famille ou d'amis qui expédient l'échalote vers Bamako, limitant ainsi les déplacements. Les grossistes Dogon ne se déplacent pas systématiquement à Niono mais peuvent s'approvisionner à Bamako auprès des grossistes spécialisés.

- Femmes de Bamako

Les femmes commerçantes sont très présentes dans le commerce de l'oignon périurbain, notamment Kati, en raison de la proximité de ce marché et de la disponibilité plus limitée de certaines femmes ayant à assumer aussi les tâches familiales. Elles s'approvisionnent sur le marché de Kati tous les dimanches ou dans d'autres marchés du cercle de Kati et expédient la marchandise vers le marché de Médine où les détaillants viennent s'approvisionner.

- Collecteurs

Les collecteurs interviennent parfois entre producteurs et commerçants, surtout lorsque l'approvisionnement devient un peu difficile et pour les commerçants ayant des difficultés à s'approvisionner. Comme mentionné précédemment certains commerçants préfèrent s'approvisionner directement auprès des producteurs pour des questions de qualité. Les Collecteurs achètent soit sur fonds propre soit avec une avance des commerçants auprès des producteurs dans les villages et revendent sur le marché au même prix que les producteurs en prenant une marge de 10 à 25 FCFA/kg.

- Coxer

Leur rôle se limite à celui d'intermédiaire sur le marché et ils fonctionnent sans fonds propres en prenant juste une commission de 5 à 10 FCFA/kg parfois même moins (2.5 FCFA/kg).

- Détaillants

On distingue deux principaux types de détaillants. Les détaillants s'approvisionnant auprès des grossistes de Bamako, place de Niono le plus souvent pour l'échalote et Médine pour l'oignon du

pays Dogon, de Kati ou du Niger. Ils peuvent aussi s'approvisionner directement sur le marché de détail où certains commerçants apportent les produits. Ces détaillants revendent soit au kilo soit par tas. Les autres détaillants appelés "petits détaillants" en raison du volume de leur activité, s'approvisionnent auprès des détaillants précédents et revendent les quelques kilogrammes achetés en tas, ce que nous appellerons par la suite le petit détail. Cette activité est largement réservée aux femmes. L'échalote séchée n'est pas toujours commercialisée par ces détaillants mais est plutôt commercialisée par les commerçants vendant les condiments, surtout à Médine et place de Niono.

- Importateurs

Les importateurs d'oignon des Pays-Bas ont une activité saisonnière qui est souvent complémentaire d'autres produits comme l'igname qu'ils importent aussi de la Côte d'Ivoire. Certains commerçants circulent dans toute la sous-région, important ainsi l'oignon Nigérien à partir du Burkina, l'oignon des Pays-Bas à partir du Sénégal avec lequel ils échangent tissus, cola, zaban.

Ils revendent aux détaillants de Bamako mais aussi directement aux restaurateurs très demandeurs de cet oignon de qualité.

Cette activité nécessite des fonds importants afin de pouvoir acheter des quantités permettant de rentabiliser leur voyage à Abidjan. Un grossiste important 15 T doit pouvoir payer 3,600,000 FCFA uniquement pour la marchandise.

- Commerçants guinéens

Seulement quelques commerçants guinéens ont pu être enquêtés compte-tenu de la période d'enquêtes. Ce sont des grossistes de Siguiri ou Kankan s'approvisionnant auprès des grossistes de Bamako régulièrement. Pendant la période de commercialisation, ils s'approvisionnent hebdomadairement à Bamako sur les différents marchés (place de Niono et Médine) et expédient la marchandise à partir de la place de Niono ou de Djikoroni (place de Guinée). Les femmes sont relativement actives dans ce commerce. Ces commerçants ont souvent d'autres activités commerciales, important parfois des produits de Guinée (fefe, laurier, poivre...), ce qui permet de rentabiliser le voyage.

4.4) *Transporteurs*

- Propriétaires

Ils possèdent leur(s) propre(s) camion(s) et embauchent un chauffeur et un apprenti pour faire le transport.

- Locataires

Les locataires louent les camions, souvent avec le chauffeur dont ils paient la ration (1000 FCFA/jour). Les frais de carburant et d'entretien sont à la charge soit du locataire soit du propriétaire.

Le camion de 40 T se loue environ 300,000 FCFA (du jeudi au dimanche), pour un voyage dans la zone de l'Office du Niger.

4.5) Coûts de commercialisation et marges

Les coûts et marges des commerçants ont été calculés pour les deux sous-filières principales d'échalote fraîche (figure 7). La sous-filière longue fait intervenir les grossistes s'approvisionnant dans la zone ON et les détaillants revendant à Bamako. La sous-filière intégrée correspond à une filière plus courte des commerçants s'approvisionnant dans la zone ON revendant directement au détail.

Sous-filière longue

Les grossistes dégagent une marge de 20 FCFA/kg contre 28 FCFA/kg pour les détaillants, correspondant à des taux de marge de 6.1% et 7.7% respectivement. Le principal poste de dépenses des grossistes est celui des transports avec 15 FCFA/kg, le déplacement dans la zone d'approvisionnement constitue aussi un coût non négligeable surtout lorsque les quantités commercialisées sont faibles. C'est pourquoi les grossistes ne pouvant acheter des quantités suffisantes commercialisent aussi d'autres produits (riz ou échalote séchée) afin de réduire le coût fixe que constitue le déplacement. Ces coûts ont subi l'effet de la dévaluation. Le coût de transport est passé de 10 à 15 FCFA/kg alors que le prix du billet aller-retour a augmenté de 65%.

Sous-filière intégrée

Les commerçants de cette filière ont des taux de marge atteignant 11.8%, avec une marge d'environ 42 FCFA/kg. S'approvisionnant directement dans la zone de production, leurs coûts de commercialisation sont plus élevés que ceux des détaillants précédents. Le coût de transport demeure un poste de dépenses important.

Les marges des petits détaillants, ceux achetant aux détaillants et revendant en tas, n'ont pas été calculées, mais d'après les estimations elles seraient nettement inférieures à celles des détaillants.

Cette analyse des coûts et marges devrait être complétée par l'analyse en période de commercialisation afin de comparer les périodes mais surtout les filières ON et pays Dogon. On peut déjà noter les coûts de commercialisation plus élevés pour le pays Dogon en raison du transport qui s'élève à 30 FCFA/kg. Compte-tenu de l'importance de ce poste, la situation géographique de la

Marges Commercialisation

Période de rareté : juin/juil 1996

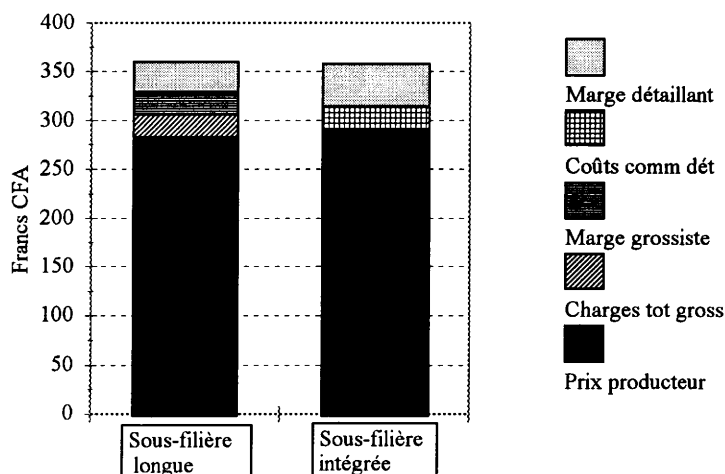


Figure 7 : Marges

zone ON lui donne un avantage certain lorsque les produits sont en concurrence sur le marché à partir de janvier-février.

Marges des importateurs

Les marges ont été calculées en juillet lorsqu'un seul importateur était présent sur le marché. Avec un prix d'achat de 240 FCFA/kg à Abidjan et un prix de vente s'élevant à 410 FCFA/kg à Bamako, la marge par kg est de 100 FCFA. Ce qui constitue un bénéfice important pour les importateurs qui peuvent commercialiser 15 T en un voyage. Il devient alors plus rentable d'importer l'oignon que de commercialiser celui de la zone Office du Niger. Ceci explique le changement d'activité du commerçant à cette période.

Les principaux postes de dépense sont ceux du transport (35 FCFA/kg) et le

Marge des grossistes importateurs

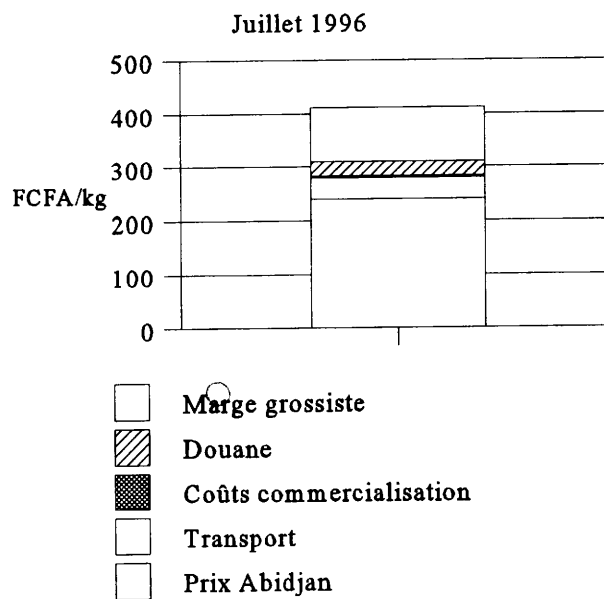


Figure 8: Marges importateurs

dédouanement qui est négocié avec la douane par l'importateur (26 FCFA/kg dans le cas concerné).

On peut cependant prévoir que les marges seront plus faibles en pleine période de commercialisation lorsque la concurrence entre importateurs risque de faire baisser les marges.

Marges des grossistes guinéens

Les marges des grossistes guinéens sont des estimations réalisées à partir de quelques enquêtes seulement, les guinéens étant assez peu présents sur le marché lors de la période de juin/juillet. Les marges pour l'échalote fraîche seraient de 25 à 30 FCFA/kg alors qu'elles pourraient atteindre 100 FCFA/kg pour l'échalote séchée. Les coûts de commercialisation les plus élevés sont toujours le transport (30 FCFA de Bamako à Siguiri) mais aussi les frais de dédouanement qui s'élèvent à environ 25 FCFA/kg. Ces deux postes de dépenses représentent 72 % des coûts de commercialisation. Ces coûts paraissent cependant élevés par rapport à ceux pratiqués par certains transporteurs lors de la période de commercialisation (40 FCFA/kg, incluant transport, douane et manutention).

Coûts de transport et de commercialisation

Entre Bamako et Kankan en Guinée, les transporteurs passent par environ 10 postes de police auxquels ils doivent payer entre 1000 et 2500 FCFA de taxes non officielles. Les diverses taxes liées

au transport vers la Guinée sont répertoriées dans le tableau 3.

Tableau 3 : Taxes des transporteurs vers la Guinée

Taxes légales	FCFA
Billet de sortie	20000
Bulletin de chargement	5000
Droit de traverse	20000
Douane	100000 à 250000
Postes de police (taxes illicites)	15000

5) Analyse des prix

5.1) Prix échalote Niono

L'analyse des prix montre une forte variation saisonnière (figure 9) l'indice est maximal en novembre/décembre, le prix correspond alors à 190% du prix annuel moyen. Il baisse ensuite jusqu'en avril pour atteindre le minimum, où le prix est de moins de 40% du prix moyen. Entre avril et août l'indice croît régulièrement avant d'augmenter nettement entre septembre et novembre. Ces périodes s'expliquent par les variations saisonnières de la production/commercialisation. En effet le début de la commercialisation de la nouvelle production commence en janvier et la production est plus largement mise en marché de février à avril. Des quantités moindres sont ensuite commercialisées et septembre correspond à la période de préparation des semences. Les stocks sont alors utilisés pour les pépinières. L'échalote est donc encore plus rare d'octobre à décembre entraînant cette montée des prix.

5.2) Prix échalote Bamako

On retrouve la même saisonnalité à Bamako avec cependant une baisse des prix de l'échalote en novembre avec l'arrivée sur le marché de l'échalote de Bandiagara (figure 10). De novembre à mars l'échalote des deux zones de production se trouvent en effet sur le marché. En novembre et

Indice saisonnier

Niono 1994/95

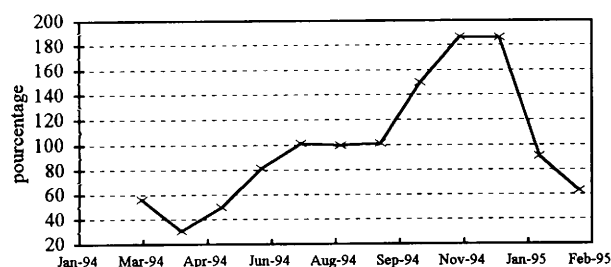


Figure 9 : indices saisonniers
Source : WEDOC

décembre, l'échalote du pays Dogon est deux fois moins chère que celle de la zone de Niono qui est alors fortement concurrencée. A partir de février, c'est l'arrivée de l'oignon de la zone Office du Niger qui fait baisser les prix, et concurrence alors la production du pays Dogon. Le prix de l'échalote de Niono sur le marché de la place de Niono est alors légèrement inférieur à celui de l'échalote de Bandiagara.

Le décalage des périodes de production permet donc une certaine complémentarité sur le marché, permettant de limiter les hausses de prix à la consommation vers la fin de l'année. Cependant, l'oignon du pays Dogon n'arrivant sur le marché qu'en octobre, les prix connaissent une hausse vers la fin de période de commercialisation de l'oignon de la zone ON.

Prix de détail échalote fraîche Bamako 1994

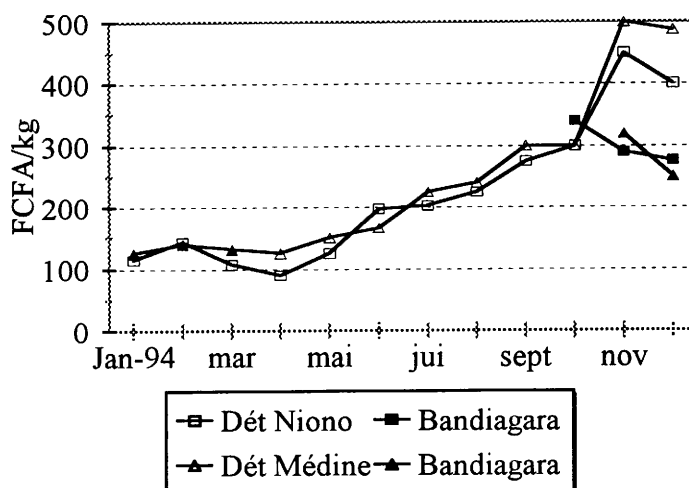


Figure 10 : Prix de détail - Bamako
Source : URDCC

5.3) Prix de l'oignon Bol d'Or, importé

Les prix au détail sur le marché Bamako de l'oignon importé étaient supérieurs à ceux de l'échalote de Niono de janvier à avril 1994 (300 FCFA/kg) et à ceux de l'échalote de Bandiagara de septembre à décembre. Les prix passent de 470 à 690 FCFA/kg entre septembre et décembre pour l'oignon importé alors que l'échalote du pays Dogon voit son prix baisser de 340 à 276 FCFA/kg dans le même temps.

Ces différences de prix montrent que le seul critère de prix ne suffit pas pour analyser la demande, en effet, la différence de qualité entre les produits permet d'expliquer la commercialisation de l'oignon importé en dépit de son prix plus élevé.

5.4) Prix échalote séchée

Les variations saisonnières du prix de l'échalote séchée sont moins importantes que pour le produit frais compte-tenu de la possibilité de conserver ce produit. Les prix sont minimum en avril/mai sur le marché de la place de Niono et de Médine (figure 11) quand commence la période de commercialisation de la nouvelle production et augmentent légèrement en juin puis à nouveau en novembre. A partir

Prix échalote séchée - Bamako Marché de Médine

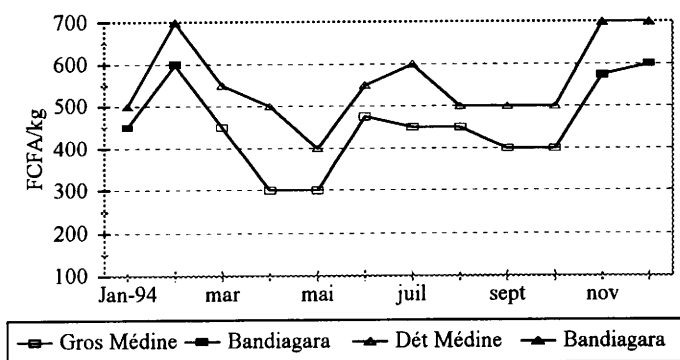


Figure 11 : Prix échalote séchée
Source : URDCC

de novembre, l'échalote séchée de Bandiagara de la nouvelle récolte arrive sur le marché limitant ainsi les hausses de prix.

Sur la figure 11, l'échalote séchée en provenance de Bandiagara est figurée par les motifs pleins, et celle de Niono par les motifs vides.

Les prix diffèrent aussi selon les qualités. L'échalote séchée dans les petites industries du pays Dogon, vendue soit en vrac soit conditionnée en sachets est vendue deux fois plus cher que l'échalote séchée artisanalement par les producteurs, en raison de différences de qualité. En effet, il s'agit d'un produit propre prêt à l'emploi et apprécié des consommateurs plus aisés grâce à sa facilité d'utilisation.

6) Consommation

Des régimes alimentaires contrastés

Les résultats de l'enquête budget consommation au Mali de 1989 montre que la consommation de produits maraîchers est de 37 kg par personne et par an à Bamako contre 20 kg pour la moyenne nationale et seulement 15 kg/personne/an en milieu rural (figure 12). Pour l'ensemble du milieu urbain la consommation est d'environ 30 kg par personne et par an.

La part de l'oignon est avec la tomate la plus importante et représente près de 30% des légumes consommés (21% pour la tomate) à Bamako (figure

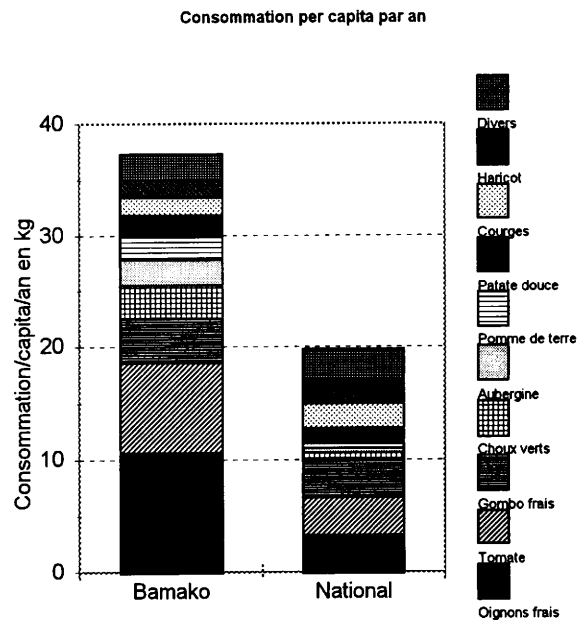


Figure 12 : Consommation de légumes

13) contre seulement 11% en milieu rural (figure 14). Ce qui correspond à une consommation per capita et par an de 10.7 kg à Bamako contre seulement 1.8 kg en milieu rural. Soit une consommation totale de 27215 T en 1989 (figure 12).

L'oignon est donc largement consommé en milieu urbain, ceci abonde dans le sens des remarques de certains commerçants qui mentionnent ne pas avoir de difficultés d'écoulement car l'oignon est acheté par tous en raison de sa très large utilisation. L'échalote fraîche et séchée est très

Consommation de légumes Bamako

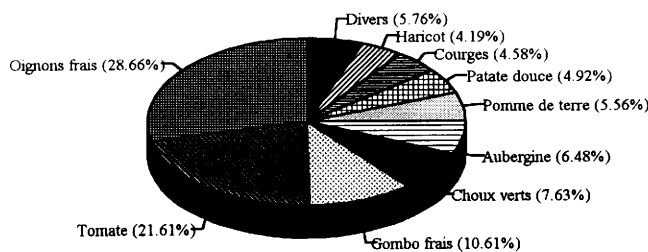


Figure 13 : Consommation - Bamako
Source DNEI.

Consommation de légumes

Milieu rural - Mali 1989

utilisée pour la confection des sauces accompagnant de nombreux plats quotidiennement. Les gros oignons, en particulier l'oignon importé (oignon néerlandais) est aussi utilisé en accompagnement, dans les salades ou les brochettes. Il est de plus consommé dans les restaurants dans les plats de type occidental. L'oignon apparaît donc comme un produit indispensable pour le consommateur. Une analyse plus fine des choix des consommateurs pourrait permettre de préciser la demande et les possibles substitutions entre produits en fonction du prix et de la qualité.

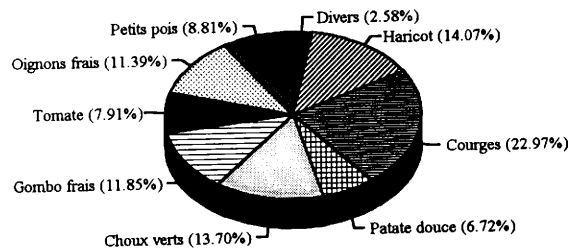


Figure 14 : Consommation - Milieu rural

Source DNS I

7) Perspectives de développement de la filière

La production nationale ne permet pas de satisfaire la demande nationale, en particulier à partir de juillet et les produits importés se substituent alors partiellement à la production locale. La concurrence de l'oignon importé est forte en raison de la qualité, l'oignon néerlandais bénéficiant d'une meilleure qualité et se conservant beaucoup mieux. Parvenir à concurrencer ce produit implique donc de pouvoir fournir un oignon local à un prix compétitif et surtout de qualité adéquate. Or, les critères de qualité sont liés à la fois aux techniques culturales et aux modes de conservation. En effet, l'utilisation abondante d'engrais, notamment, conduit à une baisse de qualité et à des problèmes de conservation. De plus, les techniques de stockage ne sont pas toujours disponibles ou adéquates, et les coûts de stockage sont alors trop élevés compte-tenu des pertes. Les pertes de poids sont cependant plus difficiles à contrôler du fait du séchage inéluctable avec le stockage.

Il serait cependant utile d'affiner l'analyse par une étude des préférences des consommateurs dans la mesure où il s'agit de deux produits de variété différente qui ne se substituent pas systématiquement. En effet, il existe une demande pour l'oignon importé qui n'est pas consommé de la même manière. C'est pourquoi ce produit s'écoule sur le marché alors que l'échalote de Niono est encore commercialisée à un prix inférieur. Il s'agit de préciser dans quelles conditions et dans quelle mesure la production locale peut se substituer à l'oignon importé. Faut-il encourager la production d'autres variétés que l'échalote qui pourraient concurrencer l'oignon importé ? Le violet de Galmi, par exemple, se conservant mieux ne pourrait-il pas conquérir des parts du marché national ?

Une amélioration de la qualité et des techniques de conservation à un coût compétitif pourrait permettre d'améliorer la commercialisation de la production de la zone ON en fin de saison de

commercialisation tout en évitant la chute des prix de la période post-récolte due à une mise en marché massive à ce moment.

Le développement d'une production précoce au pays Dogon pourrait aussi permettre de réguler le marché de l'échalote. Une coordination des activités de commercialisation, en particulier l'écoulement de la production de la zone ON avant la mise en marché de celle du pays Dogon pourrait aussi améliorer la situation du marché et assurer un écoulement des deux produits.

Promouvoir les exportations

L'échalote est exportée vers la Guinée pendant la période de commercialisation mais le volume diminue fortement avec l'augmentation des prix à partir d'avril et cessent lorsque le prix atteint environ 500 FCFA/kg. La diminution des coûts de stockage et l'amélioration de la qualité sont susceptibles de renforcer les capacités d'exportation vers ce pays demandeur. En effet, l'oignon malien semble présenter un avantage pour les consommateurs car il est plus gros que l'oignon guinéen. La compétitivité de l'oignon malien sur ce marché se traduit par l'absence de problèmes d'écoulement des commerçants s'approvisionnant à Bamako.

Sur le marché ivoirien, ce sont surtout l'oignon blanc et violet qui sont importés des pays de la sous-région (Burkina Faso, Mali, Niger), la Côte d'Ivoire étant très loin de satisfaire sa demande avec la production locale. Les quantités importées sont estimées en 1995 à 2500/3000 T d'oignon blanc et 25000 T d'oignon violet (Harre, 1996).

Conclusion