



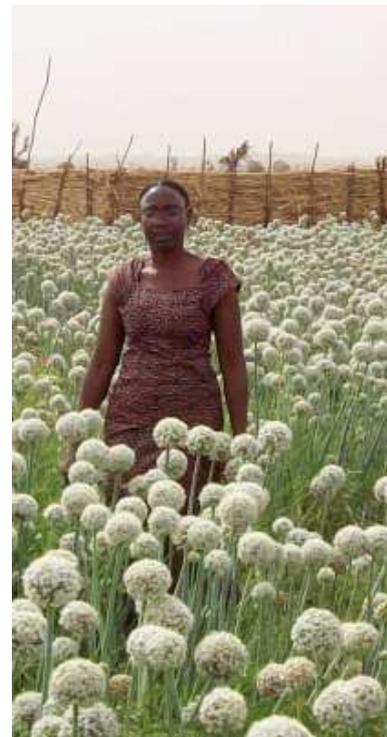
Les 25 Résolutions de Konni!

Simone van Vugt
Ted Schrader
Nina de Roo
Aliou Daddy
Abdoussalam Douma
Mahaman Laouali Salifou

Rapport de l'atelier

«Éplucher l'oignon»

Birni N'Konni, Niger, 30 Novembre – Décembre, 2010



Le CDI (Centre for Development Innovation – Centre de Développement et d'Innovation) travaille sur des processus d'innovations et de changement dans les domaines de l'alimentation s sécurisée et saine, de l'agriculture adaptée, des marchés durables et de la gouvernance des écosystèmes. Il s'agit d'une unité interdisciplinaire ayant une orientation internationale, au sein du Département des sciences sociales de Wageningen Université et Centre de Recherche.

En facilitant l'innovation, en assurant le courtage en informations (brokering knowledge) et en appuyant le développement des capacités, les 60 cadres de notre Centre contribuent à relier l'expertise de Wageningen UR aux défis globaux du développement durable et équitable. Le CDI œuvre à inspirer de nouvelles formes d'apprentissage et de collaboration entre les citoyens, les gouvernements, les entreprises, les ONG et la communauté scientifique.

Pour de plus amples renseignements : www.cdi.wur.nl



Innovation & changement



Gouvernance des écosystèmes



Agriculture adaptative adaptée



Marchés durables



Alimentation sécurisée et saine



Les 25 Résolutions de Konni!

Simone van Vugt
Ted Schrader
Nina de Roo
Aliou Daddy
Abdoussalam Douma
Mahaman Laouali Salifou

Rapport de l'atelier

«Éplucher l'oignon»

Birni N'Konni, Niger, 30 Novembre – Décembre, 2010

Décembre 2010

Wageningen UR Centre for Development Innovation SNV, FCMN-Niya, Argi-Bilan

Les 25 Résolutions de Konni!

Rapport d'atelier «Éplucher l'oignon»

Trouver des leviers qui rendent la filière oignon à la fois plus compétitive, inclusive et durable!

Van Vugt, S.M. ¹⁾; Schrader, T.H. ¹⁾; De Roo, N. ¹⁾; Daddy, A. ²⁾; Douma, A. ³⁾; Salifou, M.L. ⁴⁾

¹⁾ Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI)

²⁾ SNV

³⁾ FCMN-Niya

⁴⁾ Agri-Bilan

Projet 8121002000

Décembre 2010,

Wageningen UR Centre for Development Innovation, SNV, FCMN-Niya, Agri-Bilan

Le Niger est le plus grand exportateur de l'oignon en Afrique de l'ouest. Plus de 100.000 paysans nigériens cultivent l'oignon. Pour eux et tous les autres opérateurs de la chaîne (intermédiaires, commerçants, transporteurs), l'oignon est une source importante de revenus. La SNV Niger (www.snvworld.org), et le Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI) des Pays-Bas (www.cdi.wur.nl/uk), en collaboration avec la FCMN Niya et Agri-Bilan, ont initié une recherche action intitulée « **Eplucher l'oignon** » depuis 1 année. Le but des activités de recherche-action est d'identifier des possibilités d'action collective pour tous les acteurs dans la chaîne de valeur d'oignon. Le focus est sur des 'leviers' pour induire des changements qui rendent la filière oignon à la fois plus compétitive, inclusive et durable. Après cette phase terrain, nous avons partagé nos résultats lors de cet atelier participatif à Birni N'Konni dans la région de Tahoua. De plus on a stimulé le dialogue entre les différents acteurs autour de la chaîne de valeur d'oignon pour arriver aux 25 résolutions de Konni ! Ce rapport est le résultat de cet atelier et dialogue.

En anglais / In English

Niger is the largest exporter of onions in West Africa. More than 100.000 Nigerian peasants cultivate onions. For them and all the other operators within the chain (intermediaries, tradesmen, shipping agents), the onion is an important source of income. SNV Niger (www.snvworld.org), and Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI) in the Netherlands (www.cdi.wur.nl/uk), in collaboration with FCMN Niya and Agri-Bilan, initiated an action research titled "**Peeling the onion**". The goal of this action-research is to identify possibilities of collective action for all the actors in the value chain of the onion. The research focusses on 'leverages' to induce changes which make the onion subsector in one time more competitive, inclusive and sustainable. After this first phase, we shared our results during this participative workshop in Birni Konni in the area of Tahoua. Moreover one stimulated the dialogue between the various actors within the value chain of the onion resulting in the 25 resolutions of Konni! This report is the result of this workshop and dialogues.

Photos, cartes, graphes et designs

Equipe «Éplucher l'oignon» et leurs interlocuteurs

Pour commander ce rapport, contactez

+ 31 (0) 317 486800, info.cdi@wur.nl

Préface

L'importance de l'oignon pour les communautés rurales du Niger

Avec une production annuelle qui oscille autour de 500 000 tonnes par an, le Niger est le plus grand exportateur de l'oignon en Afrique de l'ouest. L'oignon est produit dans presque toutes les régions du Niger avec des variations en fonction des bassins de production. Le Violet de Galmi est la fierté du Niger ; les consommateurs nationaux et sous régionaux apprécient énormément sa saveur et son goût piquant. L'oignon contribue à hauteur de dizaines de milliards à l'économie du pays qui reste tributaire de l'agriculture et de l'élevage. Plus de 100.000 paysans nigériens cultivent l'oignon. Pour eux et tous les autres opérateurs de la chaîne (intermédiaires, commerçants, transporteurs), l'oignon est une source importante de revenus. Toutefois, force est de reconnaître que les petits producteurs ne s'en sortent pas toujours bien, surtout pendant les périodes de fortes productions. On peut également noter qu'il y a beaucoup de défis : semences de qualité, accès aux intrants et crédits, amélioration de la productivité, stockage et conservation des oignons, transparence des marchés, organisation des centres de commercialisation etc.

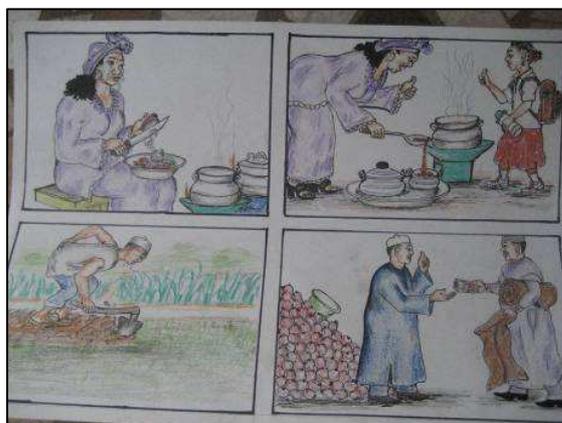
Recherche-action : « Eplucher l'oignon »

La SNV Niger (www.snvworld.org), et le Wageningen UR Centre for Development Innovation des Pays-Bas (www.cdi.wur.nl/uk), en collaboration avec la FCMN Niya et Agri-Bilan, ont initié une recherche action intitulée « **Eplucher l'oignon** » depuis 1 année. Le but des activités de recherche-action est d'identifier des possibilités d'action collective pour tous les acteurs dans la chaîne de valeur d'oignon. Le focus est sur des 'leviers' pour induire des changements qui rendent la filière oignon à la fois plus compétitive, inclusive et durable. Après cette phase terrain, nous avons partagé nos résultats lors de cet atelier participatif à Birni N'Konni dans la région de Tahoua. De plus on a stimulé le dialogue entre les différents acteurs autour de la chaîne de valeur d'oignon pour arriver aux 25 résolutions de Konni ! Ce rapport est le résultat de cet atelier et dialogue.

Dr. A.J. Woodhill
Chef du Wageningen UR Centre for Development Innovation

Table des matières

Résumé	vi
Acronymes	vii
1 Journée 1, Mardi 30 Novembre	1
1. Introduction	1
2. Présentation de l'importance de l'oignon dans la vie socio-économique du Niger	4
3. Présentation de la production et productivité	8
4. Présentation sur les semences de qualité	11
5. Présentation sur Stockage et conservation	14
6. Dialogue	15
2 Journée 2, Mercredi 1 Décembre	17
7. Résumé de journée 1 et rappel des leviers	17
8. Présentation sur le système de commercialisation	17
9. Présentation sur l'organisation des centres de commercialisation	17
10. Présentation sur Sacs et ensachage	19
11. Présentation sur Pouvoir de négociation	20
12. Présentation sur la vente différée	21
13. Présentation sur les aspects organisationnels des producteurs (FCMN Niya – ANFO)	23
14. Résultats des 6 sous-groupes en Marché organisé	26
14.1 Semences, qualité et productivité	26
14.2 Sacs et ensachage – transparence de poids et « tchalis »	27
14.3 Vente différée	28
14.4 Organisation des producteurs	29
14.5 Organisation des centres de commercialisation	30
14.6 Interface producteurs et commerce – transparence des prix	30
15. Les résolutions par levier	32
16. Clôture	33
Annexe 1: Programme de l'atelier	35
Annexe 2: Liste des Participants	38
Annexe 3: Discours du représentant du Ministre	41
Annexe 4: Discours du représentant de la SNV	44
Annexe 5: L'invitation	46
Annexe 6: L'équipe de l'action recherche	47



Les 25 résolutions de l'atelier « Eplucher l'oignon »



Birni N'Konni, 30 Novembre - 1 Décembre 2010

LES SEMENCES, LA QUALITE ET LA PRODUCTIVITE

1. Adopter et vulgariser la réglementation semencière d'ici fin 2011 ;
2. Soutenir la recherche pour la production des semences de qualité et en quantité (2011-2015) ;
3. Collaborer avec les centres de recherche et agir rapidement pour ne pas rater les financements disponibles afin de développer les semences d'oignon ;
4. Etablir des centres professionnels de production de semences à l'intérieur du pays ;
5. S'approprier de la production, le conditionnement et la distribution des semences du Violet de Galmi d'ici 2015 ;
6. Agir d'une manière concertée afin d'arriver à l'appellation d'origine et la labellisation du Violet de Galmi

LES SACS ET L'ENSACHAGE – TRANSPARENCE DE POIDS

7. Projet d'Arrêté du Ministère du Commerce interdisant le sac Bolagui en faveur du sac Chonakan de 100kg avec Tchali réduit, tout en reconnaissant qu'il y a encore deux (2) marchés utilisant le Bolagui ;
8. Moderniser l'ensachage de l'oignon en utilisant les sacs filet de 50 ou 25 kg pour la compétitivité de l'oignon du Niger sur les marchés étrangers ;
9. Renforcer l'information et la sensibilisation sur la nécessité de moderniser l'emballage de l'oignon avec pesage standard.

LA VENTE DIFFÉREE

10. Promouvoir le stockage dans des magasins modernes et conformes aux normes (type 'reseda') ;
11. Organiser une table ronde de toute urgence sur le financement de la filière oignon ;
12. Reconnaître l'oignon comme marchandise qui peut servir comme garantie aux banques et IMF.

L'INTERFACE PRODUCTEURS ET COMMERCE - TRANSPARENCE DE PRIX

13. Identifier et responsabiliser tous les acteurs des points de commercialisation ;
14. Formaliser les comités de fixation et de contrôle de prix et les accorder un pouvoir élargi ;
15. Collaborer d'avantage avec les autorités locales pour la réglementation de la commercialisation et la gestion des conflits éventuels.

L'ORGANISATION DES PRODUCTEURS

16. Créer des centres de prestation de services pour assurer la fourniture d'intrants et des équipements agricoles de qualité ;
17. Assurer l'appui-conseil de proximité afin de professionnaliser les organisations des producteurs
18. Mobiliser des ressources internes pour rendre plus autonome les organisations de producteurs, par le versement des cotisations des membres et les prélèvements sur la commercialisation d'oignon ;
19. Renforcer la transparence dans la gestion des fonds recouverts par la bonne circulation de l'information et la bonne tenue des documents de gestion.

L'ORGANISATION CENTRES DE COMMERCIALISATION

20. Informer et sensibiliser les producteurs et les autorités locales sur le système de comptoir moderne avant leur création ;
21. Développer des systèmes de ristournes aux producteurs et leurs coopératives ;
22. Développer un système d'information et de contrôle adapté au fonctionnement des centres ;
23. Mettre en place des mécanismes d'autofinancement pour assurer la pérennisation des centres ;
24. Respecter les textes et règlements intérieurs des centres de commercialisation et harmoniser la gestion des centres de commercialisation ;
25. Collaborer avec les autorités locales et autres acteurs pour la promotion de centres de commercialisation et le commerce d'oignon.

Pour une filière oignon compétitive, inclusive et durable !

Acronymes

CDI	Wageningen UR Centre for Development Innovation (Centre de Développement et d'Innovation)
Wageningen UR ou WUR	Wageningen University and Research Centre (Université et Centre de Recherche de Wageningen)

1 Journée 1, Mardi 30 Novembre

Ce rapport n'est pas une narration de tout ce qui s'est passé durant l'atelier mais donne seulement quelques impressions, sommaires des présentations, de dialogue et résultats de ce dialogue. Les données détaillées seront publiées en février 2011 sous forme d'un bouquin ainsi que les cinq (5) grands articles.

1. Introduction

Après, le Fatiha et l'ouverture officielle du représentant du Ministère de l'Agriculture et de l'Elevage et de la SNV (*Voir les Discours en annexes 3 et 4*), Simone van Vugt de Wageningen UR a continué avec la présentation de l'équipe de l'action recherche:

Il s'agit de:

- Laouali Salifou d'Agri-Bilan
- Abdoussalam Douma de FCMN Niya
- Aliou Daddy, Zeinabou Ouedraogo et Mamadou Sarr (jusqu'en mai 2010) de la SNV
- Ted Schrader, Nina de Roo et Simone van Vugt (elle-même) de Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI)



De plus Ali Bonguere d'Eder était présenté, responsable pour les différentes cartographies.

Pour l'introduction des participants, la facilitatrice Simone a demandé à chaque groupe d'acteurs de se mettre debout pour montrer à l'audience qu'ils / elles sont présents. Elle a commencé avec les producteurs, ensuite les autorités, le secteur privé, la recherche pour finir avec les organisations internationales (*Voir la liste des participants en annexe 2*).

Sur les tables des participants, des photocopies des dessins de M. Karim ont été placées afin de stimuler déjà le dialogue entre les participants qui sont autour des 10 tables dans la salle de réunion.

Les objectifs, les phases, les méthodes de travail et l'endroit de la recherche action ont été présentés par Simone :

Les objectifs de l'action recherche sont :

- Identifier des 'leviers' pour induire des changements qui rendent la filière oignon à la fois plus compétitive, inclusive et durable;
- Contribuer au renforcement des capacités locales, développement des politiques et orientation des processus de changement'
- Capitaliser des expériences et présentation des recommandations pour différents groupes cibles

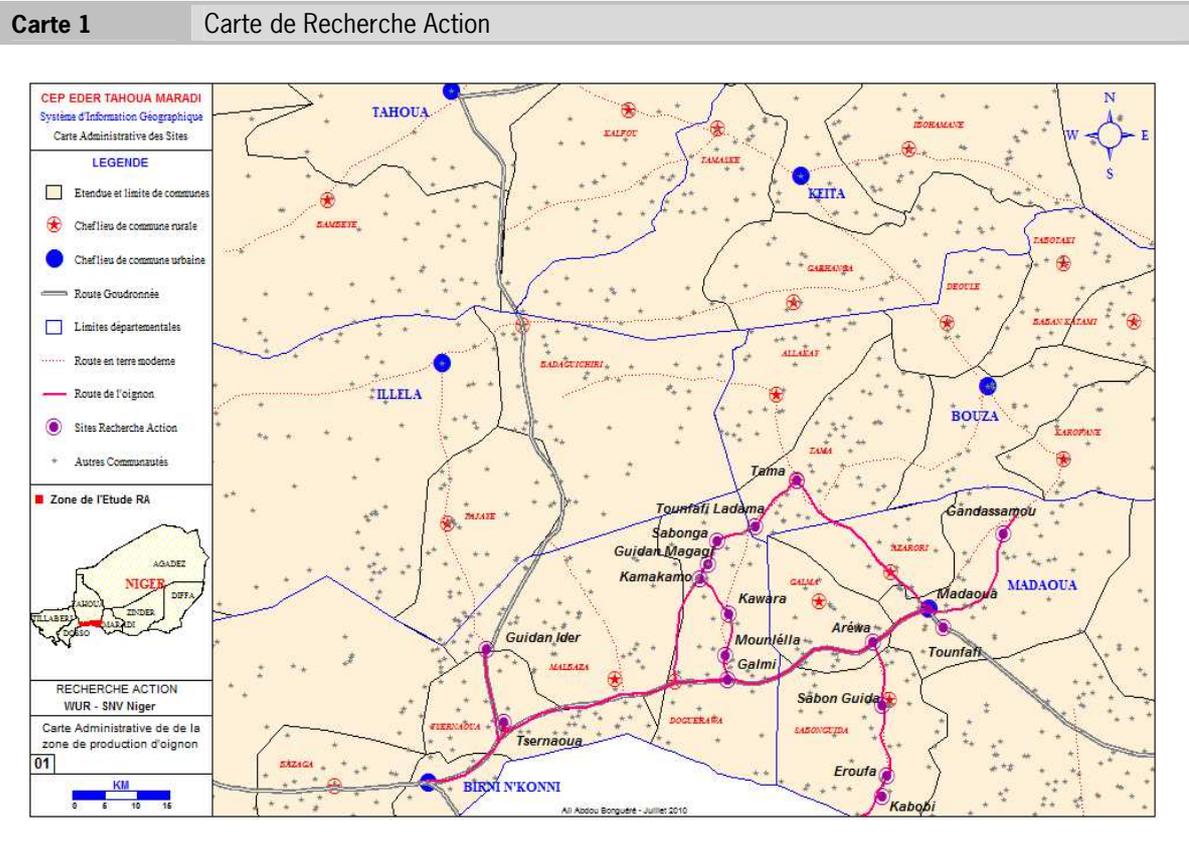


Le projet de recherche-action est composé de 4 phases:

- Formulation, démarrage et recherche terrain (Novembre 2009-Mars 2010)
- Recherche terrain (Avril 2010),
- Poursuite et approfondissement (Avril-Octobre 2010);et
- Rendre compte, Plaidoyer et Capitalisation (Novembre - Décembre 2010).

Les méthodes de travail étaient:

- Développer un cadre conceptuel
- Analyse des documents
- Entretiens Semi Structurés
- Dessin riche, Metaplan (« Cartes vertes et rouges).
- Etudes de cas
- Visite de champs et d'infrastructures
- Cartographie
- Auto-évaluation des coopératives
- Atelier de dialogue



Réalisé par CEP EDER TAHOUA MARADI

Pour ce qui concerne les objectifs de l'atelier, il s'agit de:

1. Vérification et amélioration des résultats de la recherche action.
2. Développement de dialogue entre les différents acteurs de la chaîne
3. Approfondissement des leviers de changements
4. Développement des résolutions et engagements liées : « **Les résolutions de Birni N'Konni 2010** »

Les leviers trouvés et approfondis ou certaines actions pour changement sont possibles, sont les suivants :

1. Production et accès / Productivité et rendements
2. Semences
3. Stockage et conservation
4. Production contractuelle
5. Système de commercialisation
6. L'organisation des centres de commercialisation
7. Sacs et ensachage – Transparence poids
8. Interface producteurs et le marché – Transparence prix
9. Vente différée – Warrantage
10. Organisation des producteurs

Ces leviers ont été analysés en profondeur et certaines d'entre eux déjà très bien décrits: Il s'agit des 5 articles profondes:

1. Importance de l'oignon
2. Histoire de l'oignon
3. Pratique de stockage
4. Semences et qualité
5. Système de warrantage

Le programme de ce 1,5 jours a été expliqué et il est divisé en 3 grandes parties en divisant la présentation des leviers (*Voir détails en Annexe I*):

1. **L'avant commercialisation:** Production, semences, stockage et conservation, niveau d'organisation ANFO – FCMN, Production contractuelle
2. **La commercialisation:** Les acteurs, l'interface entre les producteurs et commerçants, vente différé - warrantage, sacs et ensachage, organisation des centres de commercialisation
3. **Et maintenant?** Les questions transversales qui touchent a tous les leviers mentionnes ci-dessus sont: Le financement de la filière, La compétition et concurrence, l'Organisation de la filière

Finalement compte tenu de temps limité et la traduction faite en Haoussa, des choix on été faits par l'équipe de recherche-action pour finalement surtout présenter et approfondir les six aspects:

1. Semences - qualité, aspects de production
2. L'organisation des centres de commercialisation (Système de commercialisation)
3. Sacs et ensachage – Transparence poids
4. Interface producteurs et le marché – Transparence prix (Système de commercialisation)
5. Vente différée – Warrantage
6. Organisation des producteurs

De plus il a été décidé de présenter directement les inputs en Haoussa, si possible, afin de gagner du temps. Finalement les présentations sont faites de manière suivante:

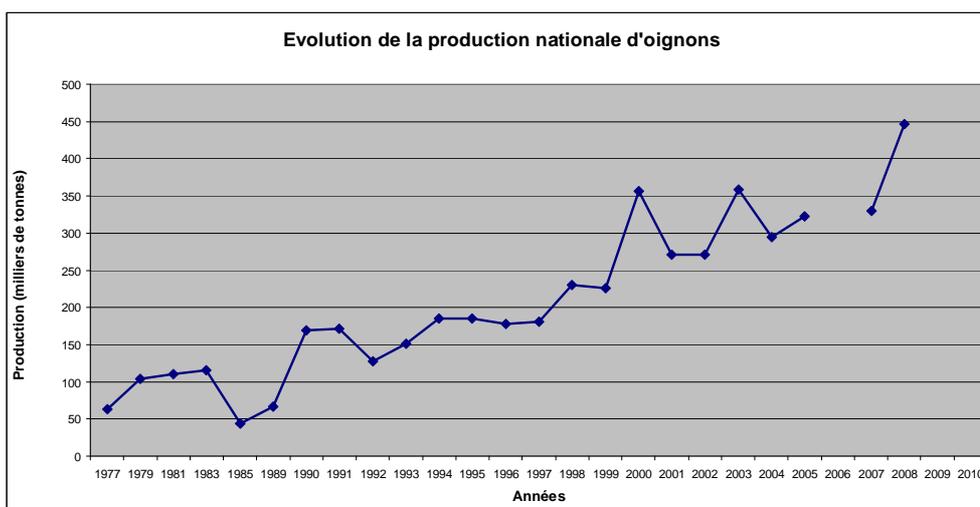
- Message clés
- Contexte
- Résultats de la recherche action
- Actions de changement
- Questions clés pour les sous groupes de travail

2. Présentation de l'importance de l'oignon dans la vie socio-économique du Niger

Les messages clés:

- Pilier économique du pays
- Multiples enjeux
- Action concertée des acteurs

Graph 1 Evolution de la production nationale d'oignons



L'oignon est une culture de rente très importante au Niger. C'est une culture à haute valeur commerciale produite dans le pays. La variété commercialisée au Niger jouit d'un avantage commercial dans les marchés locaux et sous-régionaux. En effet, le Violet de Galmi qui est la plus vendue est réputée pour son goût épicé et ses qualités à la cuisson.

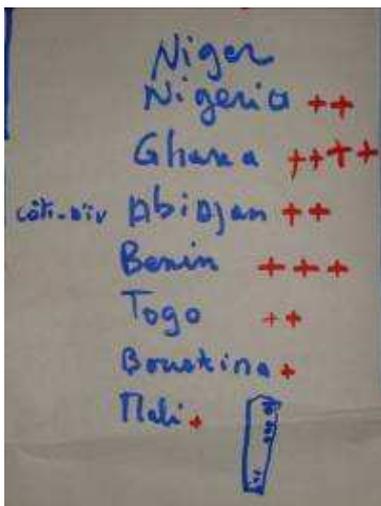
La commercialisation est une activité qui consiste pour une entreprise, une organisation paysanne de vendre ses marchandises (production) à une clientèle qui les consomme, les exporte ou les transforme. La commercialisation mobilise plusieurs acteurs.

D'où viennent les oignons?

- Toutes les régions produisent
- Tahoua: $\frac{3}{4}$ de la production nationale
- Différentes variétés
- Extension superficies
- L'or violet du pays : 'Tassa' :
- appréciation par consommateurs



Pays	Moyenne des exportations (tonnes)	%
Côte d'Ivoire	16.160	63, 55
Ghana	3.378	13, 50
Bénin	2.352	9, 25
Togo	1.700	3,70
Burkina Faso	912	3, 60
Autres destinations	912	3, 60
Total	24. 414	100 %



Ou vont les oignons ?

- Marché national (environ 20.000 tonnes)
- 95% exportés
- Marchés potentiels

Dans ces conditions, on peut dire que les exportations non contrôlées pourraient se chiffrer à environ 130586 tonnes

Quels sont les Marchés nationaux?

- Population urbaine (3.3 kg/personne/an)
- Population rurale (1.1 kg/personne/an)
- Gabou
- Transformation par les femmes

Quelles pourraient être les recettes fiscales?

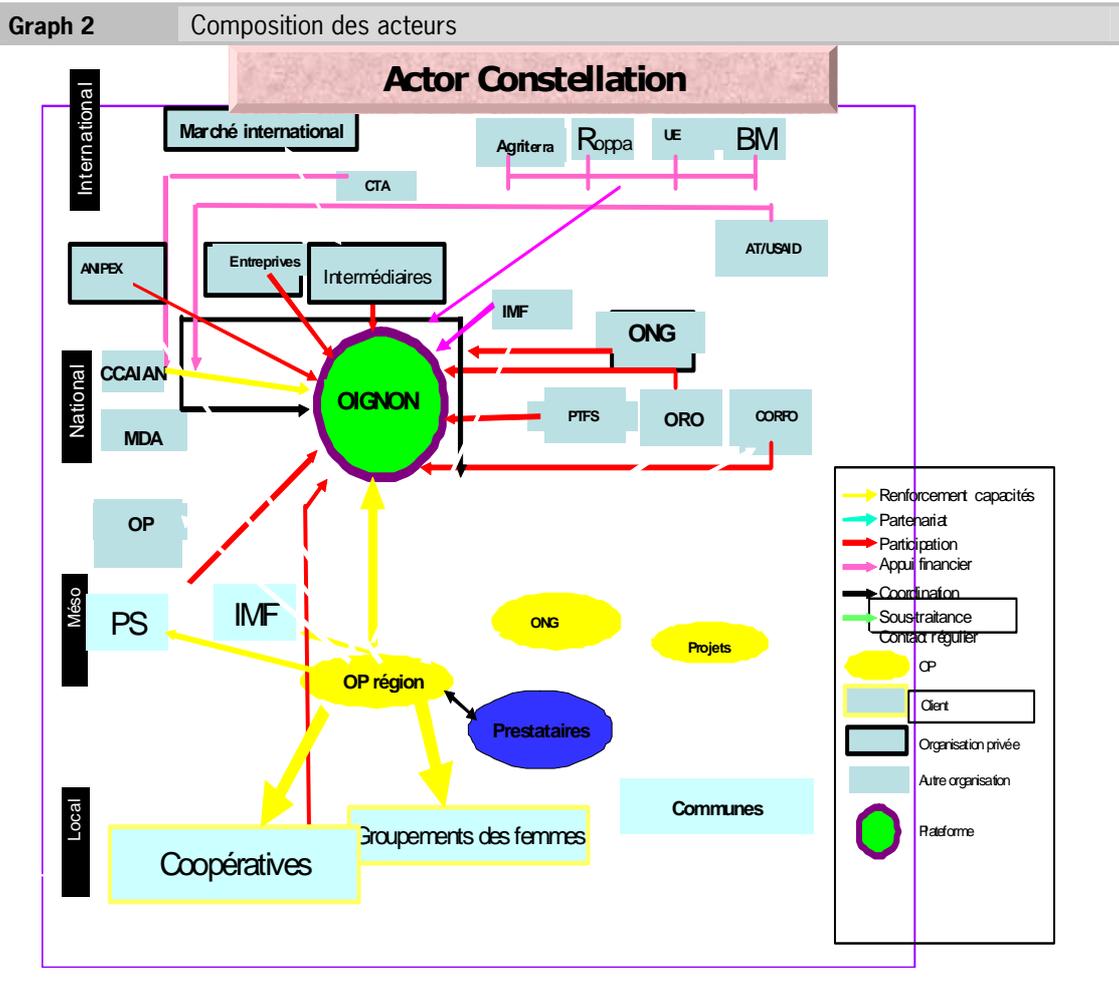
- Exportations non contrôlées / prélèvements 'informels' (40-85%).
- Données statistiques; exportations non contrôlées Exemple 2006:
 - o Douane : 6,6 milliards
 - o INS : 11,7 milliards (=2x)
 - o BCEAO ajusté : 37,7 milliards (=5x)
 - o EDIC : 44 milliards (= 7x)
- Taxe douanière 3% sur valeur marchande : représente valeur dans l'ordre de 1,5 milliards
- Estimation taxes non perçues : 0,6 – 1,3 milliards



Qui rencontrons-nous dans la filière ?

- Opérateurs de la chaîne
 - o producteurs, producteurs-intermédiaires, producteurs-commerçants, commerçants, transformatrices, grossistes, détaillants, ...
- Supporters
 - o fournisseurs semences, engrais, produits phyto sanitaire, vendeurs motopompes, revendeurs d'essence, banques et IMF, intermédiaires, transporteurs +
 - o main d'œuvre agricole, dockers, gardiens des centres de commercialisation, confectionneurs chapeaux (tchali), charretiers, chameliers

- Acteurs institutionnels
 - o Ceux qui créent des conditions favorables (ou défavorables), définissent et contrôlent les règles de jeu
 - o Ministères, préfectures, communes, chefs coutumiers, douane, police, gendarmerie, recherche et vulgarisation, bureau de normalisation,
- Intervenants externes
 - o Bailleurs, ONG (inter)nationales, conseillers des projets
 - o Influencent orientations de développement à travers décisions et modalités de financement
 - o Appui aux populations impliquées



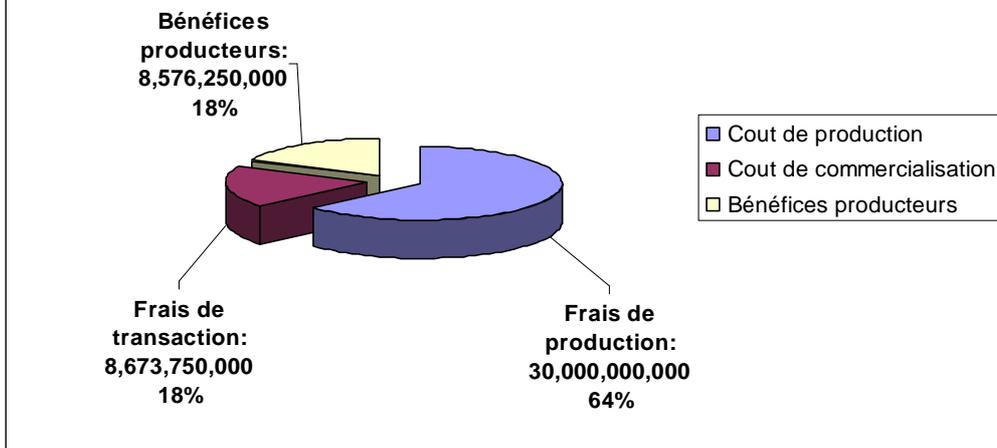
Quel est l'importance de l'oignon pour les producteurs?

- Nombre exploitants estimé à 184 000 → 750 000 actifs agricoles ; 30 000 ha
- Revenus (moyenne ± 250 000 FCFA / ha)
- Sécurité alimentaire
- Activité de contre-saison / peu/pas d'exode
- Professionnalisation et organisation producteurs
- Nouvelles AGR
- Impact social (scolarisation, santé, ...)
- Mariage – pèlerinage
-

Graph 3

Chiffres d'affaires, couts et bénéfices des producteurs (FCFA)

Chiffres d'affaires, couts et bénéfices des producteurs (FCFA)



Mais aussi :

- Endettement / pertes / bas pris / usure. Cercle vicieux :
- Faibles moyens, → endettement / usure → faibles rendements → vente à bas prix → faibles bénéfices ; Faible moyens →
- Accès plus difficile à la terre
- Accès plus difficile à l'eau
- Individualisme, conflits, insécurité

D'un autre côté l'oignon donne beaucoup d'emploi

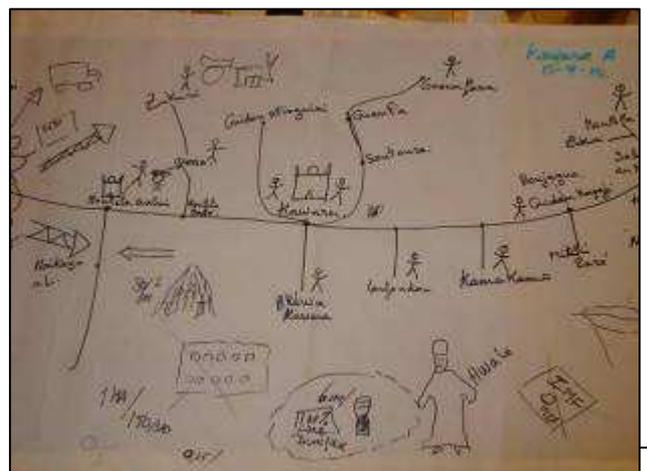
- Beaucoup d'emplois directs et indirects
- Main d'oeuvre → production, commercialisation, transport, transformation
- Aussi pour démunis, sans terre, personnes partant en exode, ...
- → Plus grande partie des frais de campagne: main d'oeuvre

Et est important pour les fournisseurs et les prestataires

- Dépenses de campagne auprès des fournisseurs divers : 14 milliards.
 - o Carburant et lubrifiant : > 3 milliards
 - o Intrants : 1,8 milliards
 - o Produits phytosanitaires : 0,8 milliards
 - o

Les systèmes de commercialisation : ils sont comment?

- Informel et complexe
- Réseaux et liens de confiance
- Connaissance du marché et communication
- Cercles relativement fermés, nœuds
- Peu de réglementation formelle
- Arrangements divers
- Création d'emploi dans la commercialisation



Est-ce qu'il existe des opportunités?

- Systèmes d'information moderne (SIM, Internet)
- Prospection nouvelles marchés, Nestlé
- Production en régie, production contractuelle
- Stockage moderne
- Ensachage, labellisation et transformation
- Projets avec PTF

Questions clés importantes :

1. Quelles possibilités pour améliorer le fonctionnement et la performance de la filière, notamment pour acteurs moins favorisés ?
2. Comment rendre la filière plus compétitive, durable et inclusive ?

C'est au niveau des leviers suivants ou certaines actions de changement sont possibles :

1. Production et Accès / Productivité et Rendements
1. Semences
2. Stockage et conservation
3. Production contractuelle
4. Système de commercialisation
5. L'organisation des centres de commercialisation
6. Sacs et ensachage – Transparence poids
7. Interface producteurs et le marché – Transparence prix
8. Vente différée – Warrantage
9. Organisation des producteurs

3. Présentation de la production et productivité

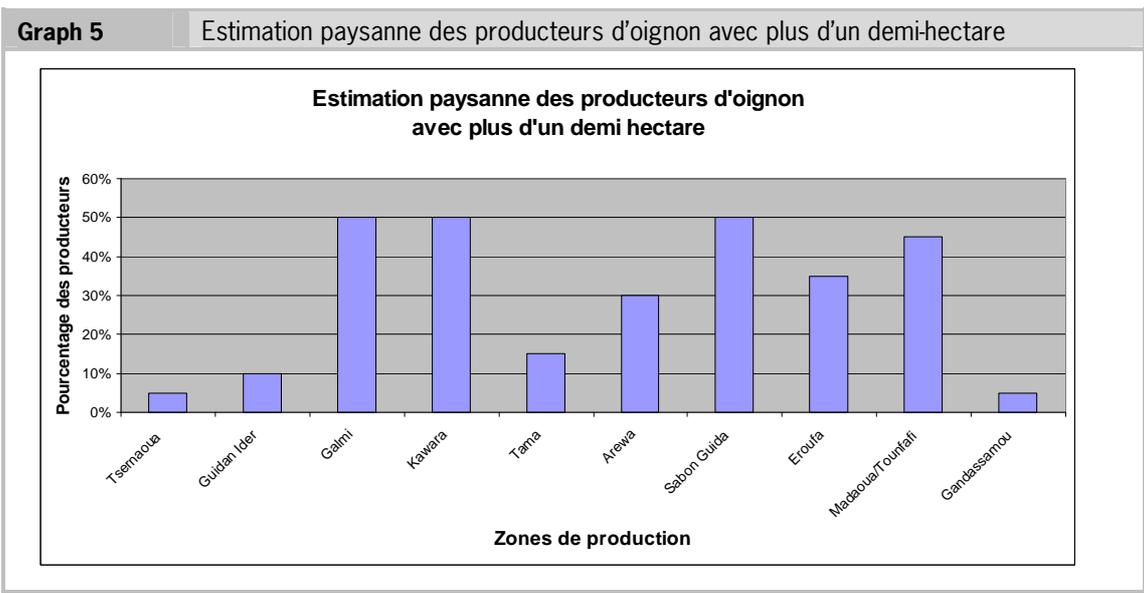
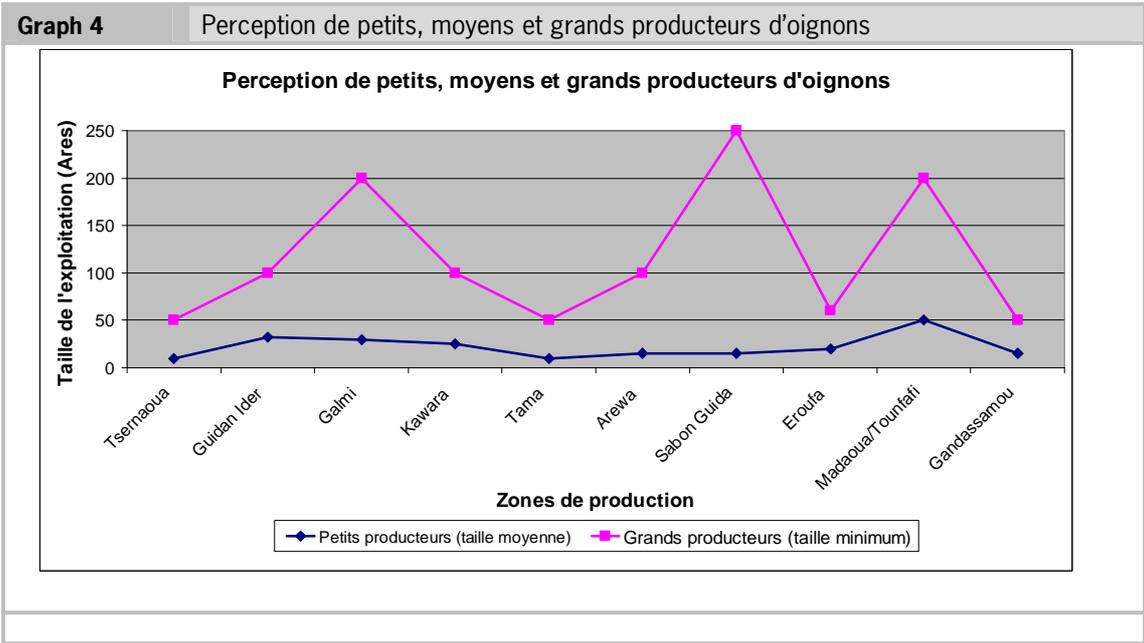
Les sujets clés sont :

- Typologie des producteurs : tenir compte de la diversité
- Saisons de production : irrigation, marchés et risques
- Production : itinéraires techniques et accès aux facteurs de production
- Rendements et bénéfices

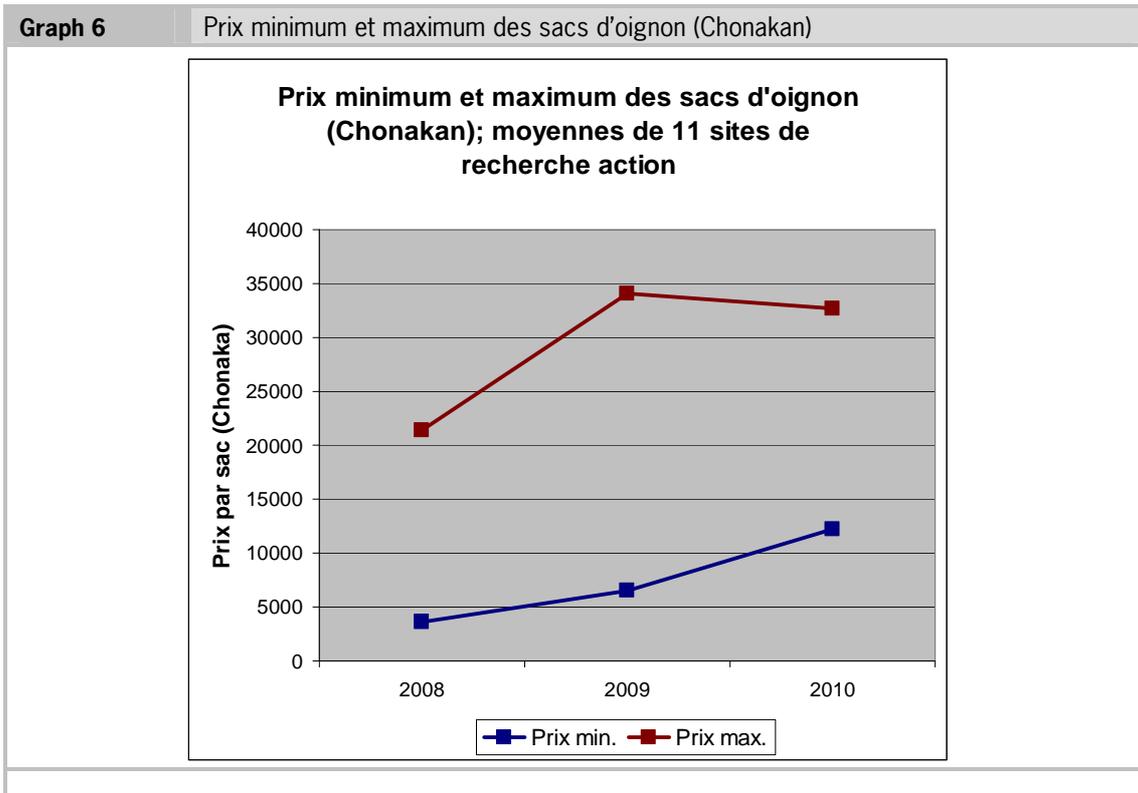
Le message clé :

Le rendement par hectare détermine largement les bénéfices des producteurs !

La perception sur petits, moyens et grands producteurs



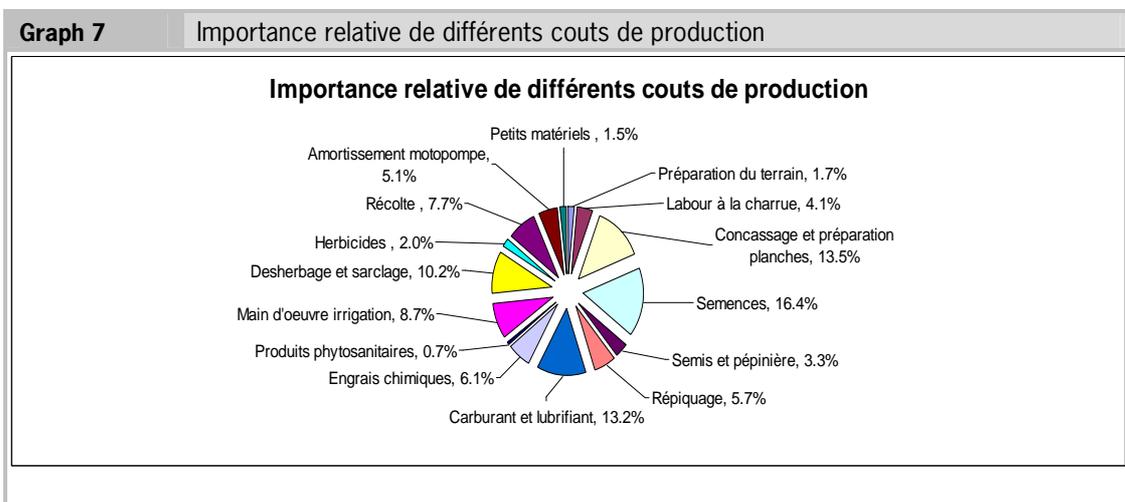
Quelle est la fluctuation des prix de sacs d'oignon ?



Quelles saisons et stratégies de production, perspectives commerciales et risques ?

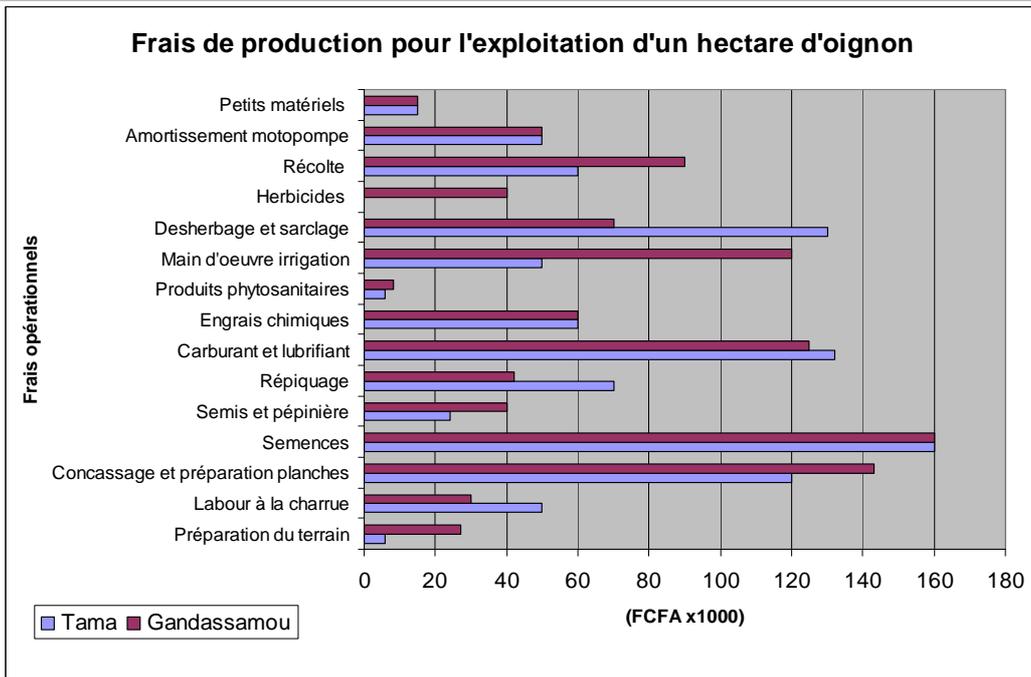
- Culture hivernale : difficile, chère, risques élevés, possibilité de très grands bénéfices (< 5%)
- Culture saison sèche froide : grande saison, récolte dans période d'abondance, risque de très bas prix
- Culture saison sèche chaude (culture tardive): certaines vallées ou avec bons puits / gros moyens d'irrigation, meilleurs prix

Quelle est la division des coûts ?



Graph 8

Frais de production pour l'exploitation d'un hectare d'oignon

**Les actions de changements :**

- Semences de qualité
- Stratégies de fertilisation
- Rotation et gestion préventive maladies
- Analyse coûts – bénéfiques par producteurs
- Conseillers de proximité
- Animateurs internes des coopératives
- Champs école, parcelle démonstration ('paysans chercheurs')
- Collaboration avec recherche et vulgarisation

Questions clés

- Comment organiser le système d'appui-conseil de proximité des producteurs ?
- Comment promouvoir l'innovation technique et calculs économiques ?

4. Présentation sur les semences de qualité**Message clé :**

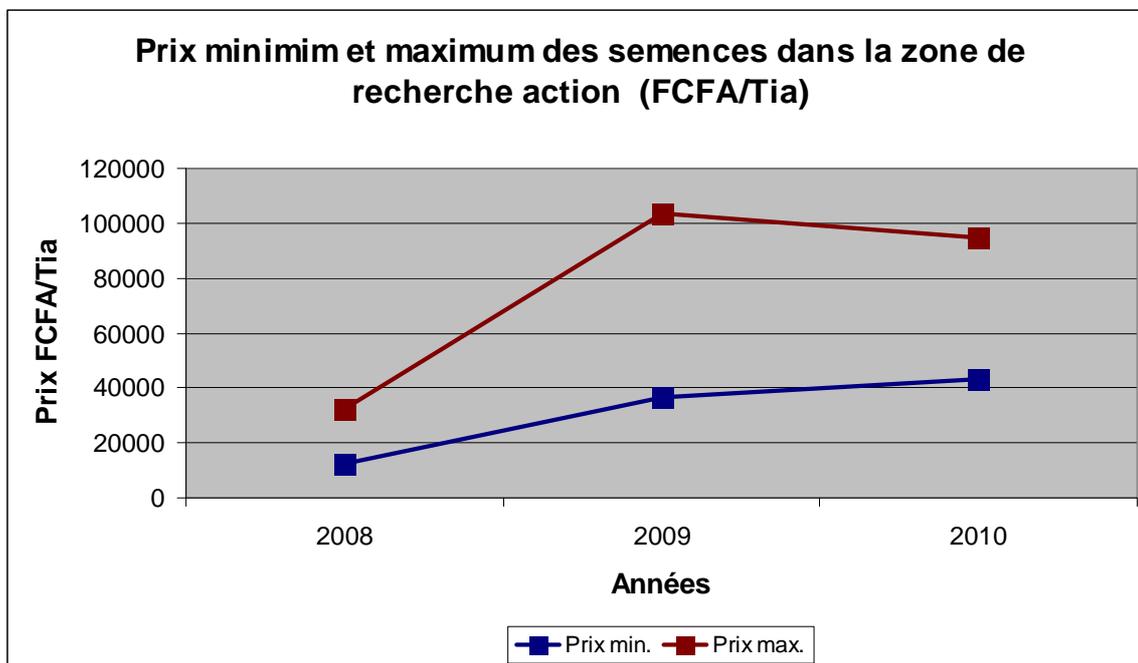
- Semences de qualité déterminent la productivité
- Semences de qualité réduit la dépendance
- Producteurs semenciers s'organisent autour du violet de Galmi

Pourquoi investir dans la production de semences ?

- Maintenir les caractéristiques variétales
- Réduire les coûts de production
- Augmenter significativement les rendements
- Augmenter les revenus du petit producteur
- Gérer de façon optimale la ressource eau

Quelles sont les frais de production ?

Graph 9 Prix minimum et maximum des semences dans la zone de recherché action (FCFA/Tia)



Semences influent beaucoup sur le coût de production (environ 16% du coût de production)

Quelles sont les rendements ?

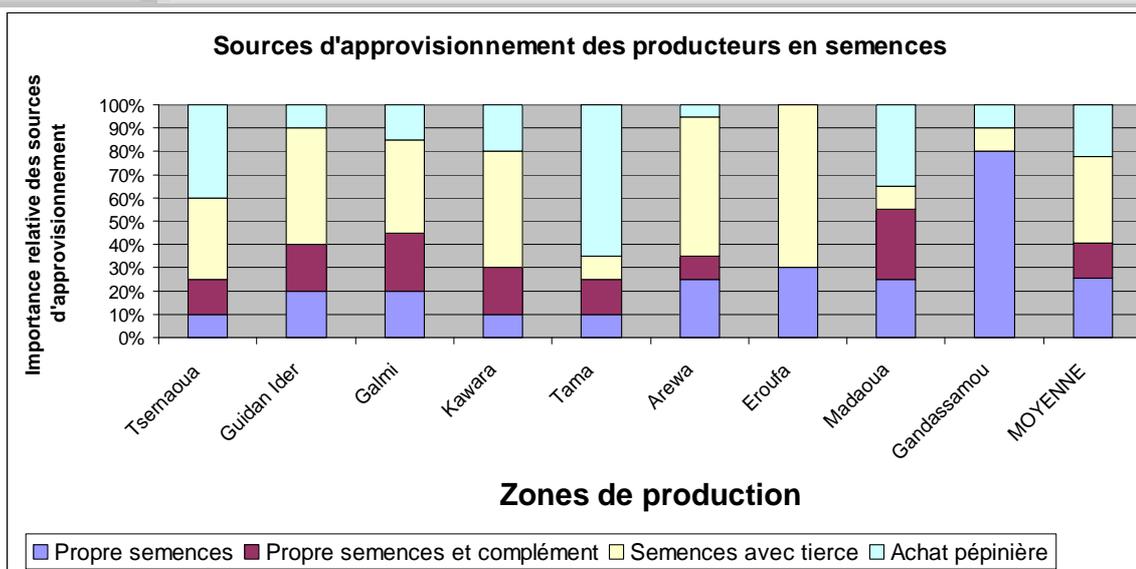
En milieu paysan: 25 à 30 T/HA avec des bonnes semences contre 10 à 15 T/HA avec des mauvaises semences

Est-ce que les producteurs s'organisent ?

1. Lancement en 2006 d'une première opération pilote de production professionnelle de semences avec 3 producteurs au niveau de trois coopératives
2. Achat de semences de base
3. Formation des producteurs en technique de production de semences par des spécialistes du domaine (expert et chercheurs)
4. 3 institutions de recherche ont accompagné les producteurs dans ce projet (ICRISAT, INRAN et De GROOT & SLOT)
5. 3 visites d'échange ont été organisées au niveau national et international: 18 producteurs semenciers ont séjourné en France pendant une semaine dans le cadre de cette activité
6. En 2010, 10 coopératives dans 4 régions se sont professionnalisées et 150 producteurs semenciers sont formés



Graph 10 Sources d'approvisionnement des producteurs en semences



Quelles sont les résultats ?

Campagne	Nombre de localité	Nombre de producteurs engagés	Quantité de semences produites en kg	Valeur marchande de la production
2006-2007	3	3	210	8 400 000
2007-2008	4	4	69	2 760 000
2008-2009	6	18	430	17 200 000
2009-2010	10	150	2741	109 640 000
<i>Totaux (2006-10)</i>			3450	138 000 000

Quelles sont les perspectives ?

- Semences de qualité ou certifié
- Maison de semences

Actions de changement

- Renforcer les capacités techniques des multiplicateurs semences
- Organiser les producteurs semenciers autour des faïtières
- Appuyer le processus de certification de semences
- Poursuivre les démarches pour la création d'une maison de semences pour les producteurs
- Assurer la disponibilité des semences de base



Question clé

- Comment augmenter les quantités de semences produites avec une qualité meilleure
- Quelles sont les risques liés à la création d'une maison de semences

5. Présentation sur Stockage et conservation

Message clé

1. Stocker permet de gagner deux fois mieux
2. Stocker permet d'assurer la sécurité alimentaire des petits producteurs
3. Stocker c'est aussi garantir son autofinancement

Pourquoi faire?

- Stabiliser les prix sur le marché
- Profiter de l'augmentation des prix
- Améliorer la rémunération du petit producteur
- Accroître la sécurité alimentaire du petit producteur

Résultats

- 4310 abris traditionnels (rudu) disponibles
- 21 abris modernes (RESEDA) enregistrés
- 6717 tonnes stockés
- Valeur brut du stock à la récolte: 940 380 000 FCFA

Quelles sont les préalables du stockage?

- Choix de semences de bonne qualité
- Choix d'un itinéraire technique de production approprié
- Choix d'un itinéraire technique de récolte approprié (l'oignon récolté avec les feuilles permet de réduire les pertes de stockage de 50%)
- L'abri de conservation doit être aéré et ventilé



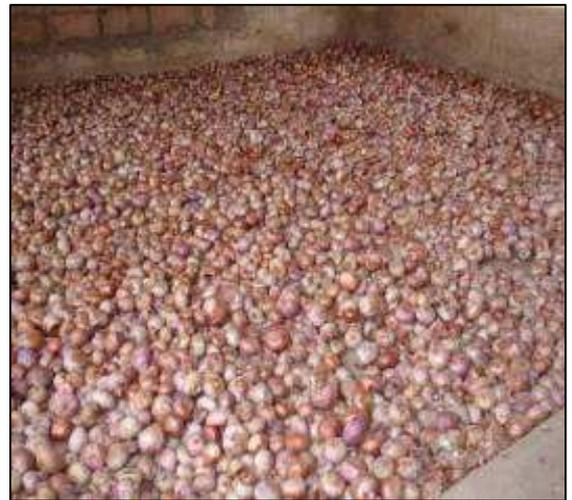
Magasin moderne (5%)



Magasin traditionnel (95%)



Bulbe d'oignon stocké avec les feuilles



Bulbe d'oignon en stock

Actions de changement:

- Formation des paysans sur les itinéraires techniques de production, récolte, stockage
- Amélioration des systèmes de stockage par la diffusion à grande échelles des abris modernes de stockage
- Formation des paysans sur la tenue des comptes d'exploitation pour mieux convaincre les institutions financières

Questions clés :

- Comment réduire les pertes de stockage/conservation des oignons?
- Quelle synergie d'actions pour augmenter la maîtrise des itinéraires techniques de production, de récolte et de stockage

6. Dialogue

Après ces présentations, le dialogue est commencé et certaines questions d'éclaircissement et des contestations ont été posées.

2 Journée 2, Mercredi 1 Décembre

7. Résumé de journée 1 et rappel des leviers

Un rappel des résultats et de leviers choisis de la journée 1 a été fait. Les amendements sur le programme ont été les suivants :

- Les présentations seront faites en Haoussa ;
- Le nombre de présentations a été diminué et la longueur des présentations réduite.

8. Présentation sur le système de commercialisation

Cette présentation était un rappel des éléments déjà présenté durant journée 1.

Les systèmes de commercialisation : ils sont comment ?

- Informel et complexe
- Réseaux et liens de confiance
- Connaissance du marché et communication
- Cercles relativement fermés, nœuds
- Peu de réglementation formelle
- Arrangements divers
- Création d'emploi dans la commercialisation

Est-ce qu'il existe des opportunités ?

- Systèmes d'information moderne (SIM, Internet)
- Prospection nouvelles marchés, Nestlé
- Production en régie, production contractuelle
- Stockage moderne
- Ensachage, labellisation et transformation
- Projets avec PTF

Questions clés importantes :

- Quelles possibilités pour améliorer le fonctionnement et la performance de la filière, notamment pour acteurs moins favorisés ?
- Comment rendre la filière plus compétitive, durable et inclusive ?

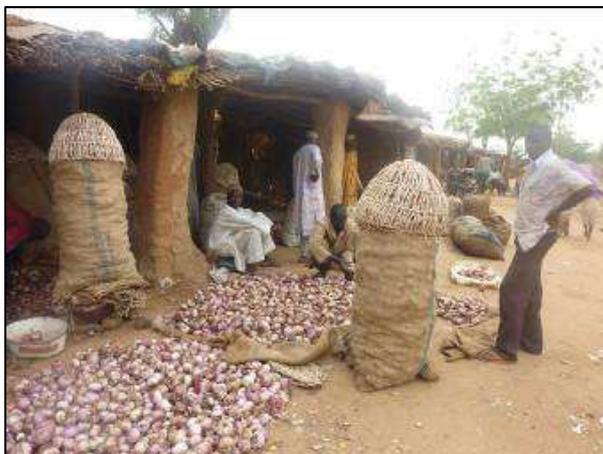
9. Présentation sur l'organisation des centres de commercialisation

Message clé:

- La faible transparence et redevabilité des centres de commercialisation ont des désavantages pour les petits producteurs :
 - o Les producteurs ne sont pas toujours impliqués dans la gestion des centres et fixation des prix
 - o Il y a une faible transparence et redevabilité dans la gestion de la plupart des centres
 - o Les producteurs dépendent trop aux intermédiaires pour accès aux marchés et information

Aréwa:

- Centre de référence
- Constellation des acteurs autour du centre:
 - o 2 Chefs de gares (élus), 4 intermédiaires (non-élus), 30 intermédiaires suppléants (non-élus), les dockers, les logeurs venant de Galmi, les commerçants et les producteurs
 - o Inclusion
 - o Les décisions au niveau d'Aréwa sont prises par un group 'exclusive'



« Je ne fait pas partie de la fixation des prix. Normalement ce sont les autres qui décident »

- Faible transparence autour du centre
 - o Les producteurs ne communiquent pas avec les commerçants, mais dépendent des intermédiaires pour l'accès au marché et à l'information
 - o Les producteurs ne sont pas suffisamment organisés

« On ne peut qu'accepter le prix donné par l'intermédiaire. Ceux qui n'acceptent pas, risque d'être exclus. Dans mon village, quelques producteurs ne pouvaient pas accepter le prix parce qu'il était trop bas. Donc l'intermédiaire avait choisi d'autres producteurs qui avaient accepté de vendre leurs oignons. Les autres ne pouvaient plus vendre cette fois-là! »



Centre modern : Tsernaoua (comme exemple)

- Constellation des acteurs autour du centre
- Un bureau de gestion et l'équipe technique ont été installés
- Au niveau de chaque village, on retrouve des aides intermédiaires reconnus par le comité de gestion du comptoir avec qui ils sont en contact régulier. Une fois la production livrée le paiement au comptoir est directe.

Transparence:

- Le comité veille à garantir la stabilité du prix.

“Une fois, l'intermédiaire voulait casser le prix des oignons. Mais moi, je n'avais pas accepté parce que je savais le vrai prix. Après la gendarmerie était venu pour pénaliser l'intermédiaire et ceux qui avaient accepté parmi les producteurs.”

- Il existe des « baromètres » de fixation de prix dans chaque endroit.

Inclusion:

- Ce centre de commercialisation permettra aux producteurs de négocier directement avec les acheteurs par l'intermédiaire lié à un comité de gestion, dans un cadre formel, dans les conditions d'accès équitable à l'information de part et d'autre, et en toute responsabilité

Redevabilité:

- Des intermédiaires villageois sont choisis par les producteurs eux-mêmes

Pour les deux cas, les actions de changement peuvent être:

1. Instaurer un système de gestion transparente, concerté et avec des représentants de tous les acteurs, qui informe les producteurs sur:
 - 1) Les prix,
 - 2) Les frais de transport,
 - 3) Types d'ensachage,
 - 4) etc.
2. Améliorer la redevabilité dans la gestion des centres de commercialisation :
Exemple : intermédiaires doivent être élus par des producteurs
3. Renforcement de la transparence et redevabilité par les institutions formelles

10. Présentation sur Sacs et ensachage

Les messages clés

- Le manque de format unique de sacs défavorise les producteurs.
- Les Boliguis (150 – 160) menacent la sante des dockers
- La fabrication des Tchalis est une source de revenu important pour les femmes autour de Galmi
- Un changement au niveau des sacs doit prendre en compte la confection des Tchalis par les femmes.



Quelques différents sacs sont :

- « Boligui » 150 à 160 kg
- « Chonakan » 120 à 130 kg
- « Mana » 50 kg d'Agadez
- « Tchalis » ajoutent 20 à 50 kg



Les constats :

- Les sacs sont classés en plusieurs catégories selon la provenance des commerçants et des zones de production.
- Les commerçants décident la quantité des oignons qui rentrent dans les sacs
- Les commerçants contractent les Dockers



Sur un chargement de 25 tonnes, le producteur perd 2 tonnes !

- Parmi les 10 centres commercialisation de la zone Ader-Maggia-Tarka pris en compte par la recherche action « épluchons l'oignon » quatre (4) rejettent le boligui.
- Il s'agit de Guidan Ider ; Sabon Guida ; Kawara et Tama.

Les Tchalis:

- Le revenu moyen de chaque femme peut varier de cent quatre vingt mille (180000) à cinq cent soixante seize mille (576. 000) de FCFA par an.
- Les femmes qui ne sont pas organisés ne reçoivent pas un bon montant / bon prix
- L'accès aux doums situés dans les champs constitue localement une source de conflits (appropriation des champs / détruire les Doums)



Les actions de changement :

- Instaurer un prototype de sac dont le poids est uniformisé au niveau de tous les centres de commercialisation (qui prend en compte les intérêts de tous les acteurs)
- Instaurer des bascules au niveau des centres
- Négocier avec les commerçants sur l'utilisation des sacs
- Formaliser le système d'ensachage sur la base d'une réglementation acceptée par tous

Questions clés :

1. Comment on peut instaurer un prototype de sac dont le poids est uniformisé au niveau de tous les centres de commercialisation ?
 - 1) Quels sont les conditions pour que le système de pesage par kg avant la vente soit accepté ?
2. Comment on peut impliquer tous les acteurs dans le processus de négociation pour l'instauration de ce prototype de sac?

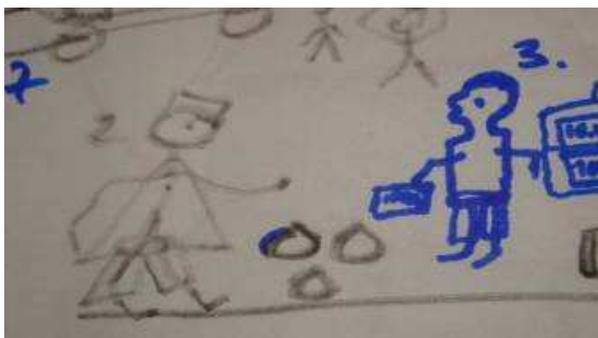
11. Présentation sur Pouvoir de négociation

Les messages clés :

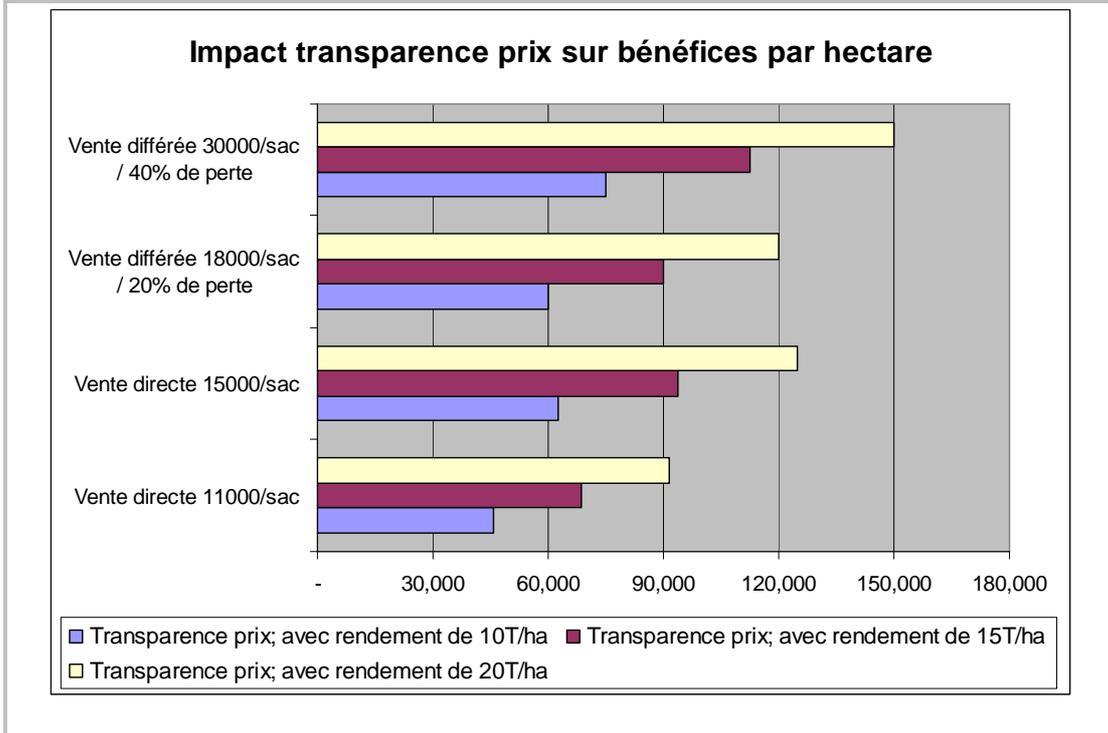
- Intermédiaires sont la clé de voute du système de commercialisation primaire.
- Pouvoir de négociation faible des producteurs en saison de récolte
- Faible transparence prix pendant autres période
- Comité de gestion contrôle les baisses de prix en période de récolte



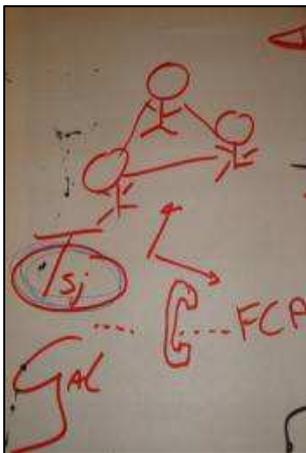
Est-ce qu'ils ont le même niveau d'information et position de négociation ?



Graph 11 Impact transparence prix sur bénéfices par hectare



Les négociations d'aujourd'hui :



Qu'est ce que le niveau d'implication de tous les acteurs et qu'est ce que le niveau d'informations des acteurs ?

Les actions de changement :

- les comités de contrôle des prix
- la transparence dans les négociations
- Les comptoirs modernes d'oignon
- L'autorité d'administration et coutumière

Les questions clés :

- Comment rendre l'information sur les prix et les négociations plus transparentes ?
- Quel est le niveau de pouvoir du comité de fixation et de contrôle des prix ?

12. Présentation sur la vente différée

Messages clés

- Le financement du secteur d'oignon est surtout informel. Octroi crédits aux producteurs par IMF et banques est timide.
- C'est surtout le financement du stockage qui offre des perspectives pour collaboration avec banques et IMF.
 - o Le stock d'oignon sécurise banques/IMF
 - o Producteurs peuvent mieux profiter des hausses de prix
- Le stockage crédit peut générer des milliards de FCFA

Pourquoi le stockage ?

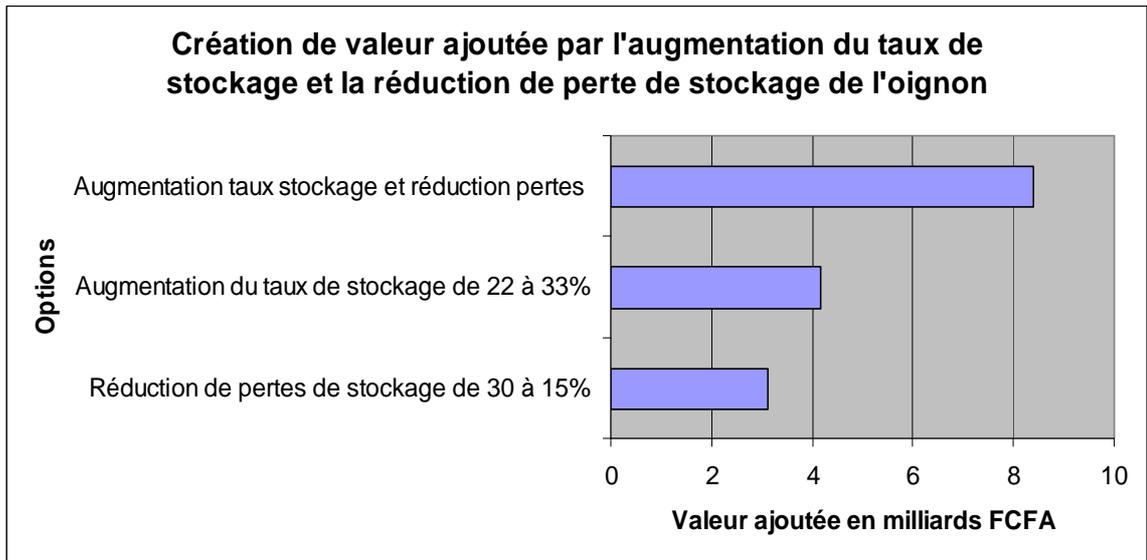
2008: brader ou perdre dans le stockage ?

- Perte de stockage (30%) : 6 milliards
- Gain après stockage : prix est 2x ou 3x plus élevé

Par stockage on craie une valeur ajoute :

Graph 12

Création de valeur ajoutée par l'augmentation du taux de stockage et la réduction de perte de stockage de l'oignon



C'est quoi, le stockage crédit ?

- Expériences FCMN et ANFO
- Leçons apprises : maîtrise technique, organisation forte et crédible, transparence financière,
- Un exemple est :

Calculs pour stockage-crédit de 30 millions FCFA	Achat à 11000 FCFA/sac		Achat à 14000 FCFA/sac	
	Rudus	Resedas	Rudus	Resedas
Résultats stockage (sacs) :				
(a) Crédit permet d'acheter :	2727	2727	2143	2143
(b) Pertes de stockage	818	409	643	321
(c) Il reste (c=a-b)	1909	2318	1500	1821
Résultats financiers (en millions FCFA) :				
(d) Valeur marchande	47,73	57,95	37,50	45,54
(e) Frais de gestion	0,3	0,6	0,3	0,6
(f) Coûts d'entretien	1,01	1,91	0,86	1,5
(g) Dépréciation	5,45	4,09	4,29	3,21
(h) Intérêt banque	1,8	1,8	1,8	1,8
(i) Résultat net (i=d-e-f-g-h)	39,08	49,55	30,26	38,42

Actions de changement :

- Itinéraires techniques de production, récolte et stockage pour réduire les pertes de stockage.
- Communication producteurs et institutions de finance rurale sur les principes de stockage crédit
- Capitaliser expériences et maîtrise des calculs coûts-bénéfices.
- Renforcement capacités entrepreneuriales des producteurs
- Prendre le stockage d'oignons comme une initiative économique
- Amortir les résédas

Questions clés :

- Que doivent faire les organisations paysannes pour que les banques et IMF acceptent de garantir les stocks d'oignons ?
- Que doivent faire les banques et IMF pour exploiter le potentiel financier des oignons stockés?
- Que doit faire le Gouvernement pour promouvoir le stockage crédit de l'oignon ?

13. Présentation sur les aspects organisationnels des producteurs (FCMN Niya – ANFO)

Message clé :

ANFO et FCMN peuvent rendre des services multiples à leurs membres et se compléter

Le taux d'organisation est :

- Nb. exploitations impliqués : > 180 000
- ANFO : 40 000
- FCMN : 22 500
- Souvent double appartenance
- Soit > 25% exploitations organisées
- *Relativement élevé*
- *Mais quelle appropriation à la base ?*

ANFO

- 2004
- 8 bureaux régionaux
- 5 fédérations régionales à Tahoua
- 50 unions
- 400 coopératives
- 40 000 membres, surtout à Tahoua
- Producteurs d'oignon sont d'office membres d'ANFO
- *INTERPROFESSION*

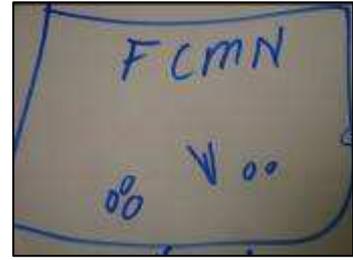


Principaux services:

- Information de marché
- Organisation centres de commercialisation
- Fixation des prix
- Mise en relation (producteurs et commerçants, institutions financières, bailleurs et organisations de développement)
- Stockage et conservation de l'oignon

FCMN

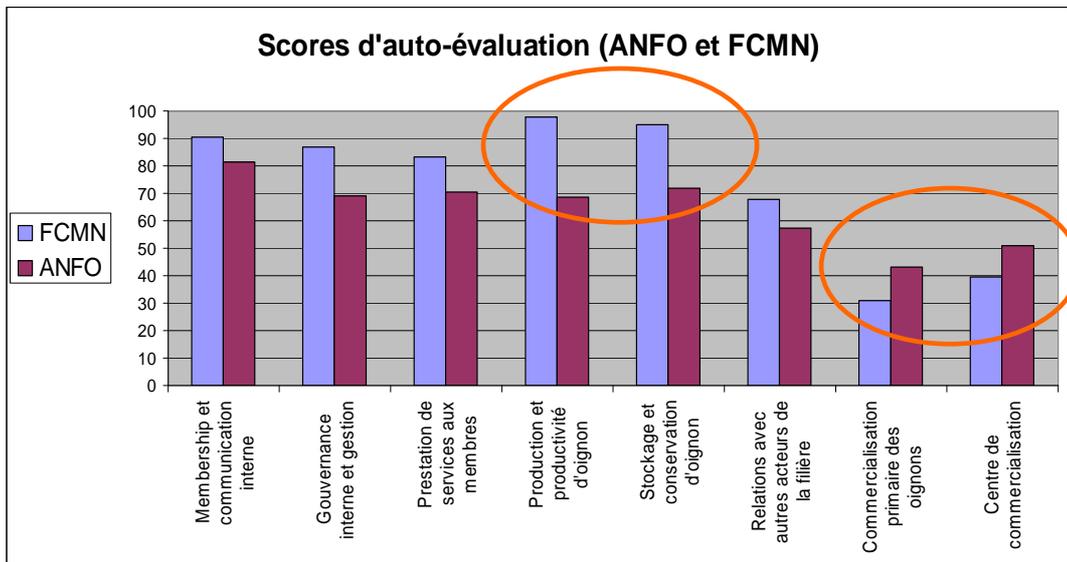
- 1996
- 8 sections régionales
- 123 coopératives et unions de coopératives
- Staff professionnel
- 22 500 membres actifs, dont 2/3 producteurs d'oignon



Principaux services:

- Professionnalisation producteurs
 - o (techniques culturales, semences,
 - o boutiques d'intrants, stockage, ...)
- Mise en relation (recherche, institutions financières, bailleurs et organisations de développement)
- Début d'orientation sur activités commerciales (emballage, labellisation, vente groupée, ...)
- animateurs locaux
- Fiches techniques

Graph 13 Scores d'auto-évaluation (ANFO et FCMN)



Resume forces et faiblesses qui ressortent

Forces ANFO

- Fixation prix - commercialisation
- Defense d'interets communs
- Relations avec commerçants et intermediaires

Faiblesses ANFO

- Organisation d'en haut en bas
- Gestion financiere
- Soutien technique

Forces FCMN

- Soutien technique - formation
- Semences
- Intrants

Faiblesses FCMN

- Relations with acteurs commerciaux ? intelligence de marche

ANFO et FCMN : services aux membres et perspectives de collaboration

Actions de changement

- Semences
- Analyse coûts-bénéfices
- Techniques de stockage et stockage collectif
- Commercialisation collective
- Relations avec commerçants et intermédiaires
- Sacs et ensachage
- Gestion centre de commercialisation
- Relations avec commune
- Mobilisation ressources internes
- Mobiliser membres → taux d'organisation
- Collaboration intensifiée: services complémentaires ANFO et FCMN
- Développer esprit entrepreneurial
- Promouvoir l'autonomie financière sur base de la commercialisation

Questions clés :

- Validez-vous les résultats de l'auto-évaluation (les 8 grandes priorités) ?
- Quelles modalités de collaboration ANFO-FCMN et autres acteurs ?
- Comment améliorer les prestations aux membres ?

14. Résultats des 6 sous-groupes en Marché organisé

Processus de groupes de travail et marché organisé

- Chaque groupe choisit un facilitateur et un rapporteur. Par questions clés les résultats sont développés sur des cartes couleurs et coller sur papier padex. L'équipe de recherche se partage la tâche de support
- Chaque groupe désigne 2 représentants qui présentent les résultats aux autres groupes visiteurs.



- Toutes les 10-15 minutes la cloche sonne et suivant le sens des aiguilles de la montre les groupes tournent et visitent le prochain groupe. Au total la cloche sonne 5x ! (ça fait 1.15h)
- Retour dans le group d'origine et amélioration des résultats avec l'apprentissage obtenu a travers le marché organisé
- Restitution et amendement des résolutions par group et Dialogue / débats en plénière.

14.1 Semences, qualité et productivité

Les actions et responsabilités par question clé

- Quelles actions pour rendre professionnelle et profitable la filière semencière aux petits producteurs ?
- Comment promouvoir l'innovation technique et calcul économique ?



Organiser, sensibiliser et former les producteurs	Services techniques, ONG et projets, OP
---	---

- Comment organiser un système d'appui conseil de proximité pour améliorer les rendements et la qualité des oignons de stockage ?

Mettre en place un dispositif d'encadrement rapproché	Services techniques de l'Etat, OP
Mise en œuvre de CET et démonstrations	Etat, recherche, vulgarisation et OP

- Comment promouvoir l'innovation technique et calcul économique ?

Organiser et structurer les producteurs de semence	Producteurs, les OP, Services techniques
Renforcer capacités des producteurs semenciers	Services techniques, institutions de recherche, organisations faitières, PTF
Appuyer la recherche pour la production et maintenance des semences de base	Etat, ONG, projets, PTF, faitières
Accélérer la mise en place de la loi semencière et sa promulgation	Etat et LPS, OP et PTF
Financer la production des semences	Banques, IMF, bailleurs de fonds

Résolutions esquissées

- Responsabiliser et soutenir la recherche pour la production de semences de base de qualité et en quantité
- Promulgation de la loi semencière du Niger
- Appropriation de la production, le reconditionnement et la distribution du violet de Galmi par le Niger
- Créer des centres d'excellence de producteurs de semences Violet de Galmi

14.2 Sacs et ensachage – transparence de poids et « tchalis »

Les actions et responsabilités par question clé

- Comment on peut instaurer un prototype de sac dont le poids est uniformisé au niveau de tous les centres de commercialisation ?
 - o Quels sont les conditions pour que le système de pesage par kg avant la vente soit accepté ?



- Comment on peut impliquer tous les acteurs dans le processus de négociation pour l'instauration de ce prototype de sac ?

Faire la sensibilisation sur les risques liés aux risques liés au sac Boligui	Tous les acteurs, notamment ANFO, FCMn et services techniques (Etat)
Supprimer et interdire les sacs Boligui	Etat : Loi Autorités, commerçants, intermédiaires, producteurs, dockers, autres
Adopter des sacs de 100 kg	Etat : Loi Autorités, chefs de gare, commerçants, producteurs, dockers, autres
Réduire le volume des Tchalis	Autorités, chefs de gare, commerçants, producteurs, dockers, autres ANFO et FCMN
Créer les points de vente autorisés de Shonakan à l'extérieur	Autorités, ONG, industriels, commerçants, intermédiaires, autres
Utiliser des sacs filets à l'exportation pour compatir avec les oignons du Burkina, Sénégal, Nigéria, Hollande	Sociétés exportatrices
Impliquer tous les acteurs en multipliant les réunions de concertation les ateliers et les visites de terrain	Services techniques, projets, programmes, ONG, ANFO, FCMN, autres

14.3 Vente différée

Les actions et responsabilités par question clé

- Que doivent faire les organisations paysannes pour que les banques et IMF acceptent de warranter les stocks d'oignons ?



Magasins modernes type 'réséda' et froid	PTF, Etat, privés
Production dans les normes de qualité	Producteurs, PTF, Etat privés
Stockage et conservation dans les normes de qualité	OP, banques, IMF, PTF, privés
Certification des normes de production et de conservation	Etat
Constitution de fonds de garantie	OIP
Formation en technique de gestion et de stockage	OP, PTF, Etat

- Que doivent faire les banques et IMF pour exploiter le potentiel financier des oignons stockés ?

Reconnaitre l'oignon comme marchandise	Banques, IMF, fonds de garantie
Rechercher des lignes de crédit et fonds de garantie (GARI, FSA, FAGAS, UE, AFD)	Banques, IMF, OP

- Que doit faire le Gouvernement pour promouvoir le stockage crédit de l'oignon ?

Organiser de toute urgence une table ronde autour du financement de la filière oignon avec tous les acteurs	Etat, OP, PTF, Banques et IMF
---	-------------------------------

14.4 Organisation des producteurs

Les actions et responsabilités par question clé

- Comment améliorer les prestations pour adresser les priorités des membres (cf. 8 priorités identifiées) ?



Former et équiper les producteurs des semences	Partenaires techniques et OPs
Amener les producteurs à faire des comptes d'exploitation	Les producteurs membres et les PTF
Doter les producteurs en abris « réséda » de stockage et les former en techniques de conservation	Les PTF et OP

- Comment améliorer la mobilisation des ressources internes ?

Les membres doivent s'acquitter de cotisations	Les membres des Ops,
Collectivités territoriales doivent appuyer les OPS	Collectivités
Obligation de transparence dans la gestion des ressources	Comites de gestion des OPs
Diversifier les AGR	L'AG

- Quelles modalités de collaboration ANFO-FCMN ?

Création d'une synergie entre ANFO et FCMN	ANFO FCMN, RECA, Plateforme Paysanne PTF
--	--

14.5 Organisation des centres de commercialisation

Les actions et responsabilités par question clé

- Quelles sont les options pour une cogestion paysanne au niveau des centres de commercialisation ?
- Comment on peut améliorer la transparence, la redevabilité dans les centres de commercialisation ?
- Comment les centres de commercialisation peuvent informer les producteurs (sur les prix, les types de sacs, frais de transport) ?



Alphabétiser les producteurs	Comptoir/centre avec l'aide de la commune
Renforcement des capacités et vie associative	Partenaires techniques
Renforcement des capacités en gestion	Partenaires techniques
Sensibiliser les producteurs à adhérer au centre	Les membres actifs sont responsables,
Motivation des membres des comités de gestion pour améliorer la transparence et redevabilité dans les centres de commercialisation	les centres avec tous les membres
Implication des acteurs à travers les comptes rendus des activités	Les membres de comités de gestion Comment: à travers les messages radio et les assemblées générales
Transparence, redevabilité, un bon suivi et un plan d'action	Responsables des fédérations, unions, coopératives Comment: à travers de contrôle, inopiné par des personnes honnêtes désignés

14.6 Interface producteurs et commerce – transparence des prix

Les actions et responsabilités par question clé

- Comment rendre l'information sur les prix et les négociations plus transparentes ?
- Quel est le niveau de pouvoir du comité de fixation et de contrôle des prix ?



Identifier l'ensemble des acteurs impliqués dans les transactions	OP, Administration publique, Intermédiaires, Dockers
Responsabiliser les acteurs (droits et devoirs)	Admin publique, ONG et projets, OP, Intermédiaires et Dockers, Radios locales
Renforcer le système de communication (téléphone, radios, Audios, Intermédiaires villageois, etc.)	Comite de fixation des prix (secrétaire à l'information) Intermédiaire (informer auprès du comité)
Organiser les intermédiaires en organisation professionnelle	Intermédiaires DACPOR Admin publique
Organiser tous les niveaux des maillons de transports (du champ, au centre primaire, centre secondaire, l'international)	Les syndicats des transporteurs, Admin Publique, Centrale d'approvisionnement, Banques et IMFs, ONG et Projets, CNUT
Mise en relation entre comité et intermédiaires et débattre de la représentation et fixation des prix	OP à travers des comités, Organisation professionnelle des intermédiaires qui n'existent pas encore, Admin publique, Etat, ONG, Projet, SNV, Prodex
Formaliser les commîtes avec le pouvoir élargis	Admin publique Préfecture et mairie, DACPOR, OP



15. Les résolutions par levier

Les 25 résolutions de l'atelier « Eplucher l'oignon »	
 Birni N'Konni, 30 Novembre - 1 Décembre 2010 	
LES SEMENCES, LA QUALITE ET LA PRODUCTIVITE	
<ol style="list-style-type: none">1. Adopter et vulgariser la réglementation semencière d'ici fin 2011 ;2. Soutenir la recherche pour la production des semences de qualité et en quantité (2011-2015) ;3. Collaborer avec les centres de recherche et agir rapidement pour ne pas rater les financements disponibles afin de développer les semences d'oignon ;4. Etablir des centres professionnels de production de semences à l'intérieur du pays ;5. S'approprier de la production, le conditionnement et la distribution des semences du Violet de Galmi d'ici 2015 ;6. Agir d'une manière concertée afin d'arriver à l'appellation d'origine et la labellisation du Violet de Galmi	
LES SACS ET L'ENSACHAGE – TRANSPARENCE DE POIDS	
<ol style="list-style-type: none">7. Projet d'Arrêté du Ministère du Commerce interdisant le sac Bolagui en faveur du sac Chonakan de 100kg avec Tchali réduit, tout en reconnaissant qu'il y a encore deux (2) marchés utilisant le Bolagui ;8. Moderniser l'ensachage de l'oignon en utilisant les sacs filet de 50 ou 25 kg pour la compétitivité de l'oignon du Niger sur les marchés étrangers ;9. Renforcer l'information et la sensibilisation sur la nécessité de moderniser l'emballage de l'oignon avec pesage standard.	
LA VENTE DIFFÉREE	
<ol style="list-style-type: none">10. Promouvoir le stockage dans des magasins modernes et conformes aux normes (type 'reseda') ;11. Organiser une table ronde de toute urgence sur le financement de la filière oignon ;12. Reconnaître l'oignon comme marchandise qui peut servir comme garantie aux banques et IMF.	
L'INTERFACE PRODUCTEURS ET COMMERCE - TRANSPARENCE DE PRIX	
<ol style="list-style-type: none">13. Identifier et responsabiliser tous les acteurs des points de commercialisation ;14. Formaliser les comités de fixation et de contrôle de prix et les accorder un pouvoir élargi ;15. Collaborer d'avantage avec les autorités locales pour la réglementation de la commercialisation et la gestion des conflits éventuels.	
L'ORGANISATION DES PRODUCTEURS	
<ol style="list-style-type: none">16. Créer des centres de prestation de services pour assurer la fourniture d'intrants et des équipements agricoles de qualité ;17. Assurer l'appui-conseil de proximité afin de professionnaliser les organisations des producteurs18. Mobiliser des ressources internes pour rendre plus autonome les organisations de producteurs, par le versement des cotisations des membres et les prélèvements sur la commercialisation d'oignon ;19. Renforcer la transparence dans la gestion des fonds recouvrés par la bonne circulation de l'information et la bonne tenue des documents de gestion.	
L'ORGANISATION CENTRES DE COMMERCIALISATION	
<ol style="list-style-type: none">20. Informer et sensibiliser les producteurs et les autorités locales sur le système de comptoir moderne avant leur création ;21. Développer des systèmes de ristournes aux producteurs et leurs coopératives ;22. Développer un système d'information et de contrôle adapté au fonctionnement des centres ;23. Mettre en place des mécanismes d'autofinancement pour assurer la pérennisation des centres ;24. Respecter les textes et règlements intérieurs des centres de commercialisation et harmoniser la gestion des centres de commercialisation ;25. Collaborer avec les autorités locales et autres acteurs pour la promotion de centres de commercialisation et le commerce d'oignon.	
Pour une filière oignon compétitive, inclusive et durable !	

16. Clôture



Après la lecture officielle des 25 résolutions par Massaoudou Ibrahim en Haoussa, le représentant de la SNV Niger, Richard A. ADJOBÓ a clôturé l'atelier d'une manière officielle.

Annexe 1:

Programme de l'atelier

L'atelier est divisé en 3 Parties clés (Cf. Tableau ci-dessous)

Partie 1 : L'avant commercialisation :

Production, semences, niveau d'organisation ANFO – FCMN Niya, production contractuelle et stockage

Partie 2: La commercialisation

Les acteurs, l'interface entre les producteurs et commerçants, vente différée, l'ensachage, organisation des centres de commercialisation

Partie 3 : ...Et Maintenant / Future?.....

Financement de la filière, compétition / concurrence, organisation de la filière

Journée 1, Mardi 30 Novembre

Heure	Responsable	Sujet	Méthode
13.30		Déjeuner + Prière (Arrivée des participants)	
14.30	Ouverture officielle et Fatiah SNV	Discours du Représentant du Ministre Discours du Représentant de la SNV	Discours
15.00	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa par Alio Daddy)	Introduction de l'équipe de l'action recherche et les participants	Présentation individuelle de chaque membre de l'équipe et d'après des questions de Simone : les personnes se lèvent pour montrer qu'ils sont là.
16.00		Prière et pause café	
16.30	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa par Alio Daddy)	Introduction du programme et objectifs de l'atelier, l'action recherche	Présentation PP
17.00	WUR CDI Ted (Traduit en Haoussa par Laouali Salifou)	Présentation de l'importance de l'oignon dans la vie socio- économique du Niger Présentation de la production et productivité	Présentation PP Division des 5 grandes articles
18.30		Prière	
18.45	FCMN-Niya Abdoussalam Douma (Traduit en Haoussa par Laouali Salifou)	Présentation sur les semences de qualité	Présentation PP
19.00		Prière	
19.20	FCMN-Niya Abdoussalam Douma (Traduit en Haoussa par Laouali Salifou)	Présentation sur Stockage et conservation	Présentation PP
20.00	Agri-Bilan Laouali Salifou	Dialogue	
20.45		Diner	

Journée 2, Mercredi 1 Décembre

Heure	Responsable	Sujet	Méthode
08.00	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa par Alio Daddy)	Résumé de journée 1 et rappel des leviers Présentation du programme de la journée : le choix de six leviers. Le choix de directement présenter en Haoussa pour gagner du temps !	Présentation PP
09.00	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa par Alio Daddy)	Division des participants en 6 sous-groupes avant que les présentations commencent ORGANISATION CENTRES DE COMMERCIALISATION ORGANISATION DES PRODUCTEURS INTERFACE PRODUCTEURS ET COMMERCE - TRANSPARENCE DE PRIX VENTE DIFFÉREE SACS ET ENSACHAGE – TRANSPARENCE DE POIDS SEMENCES, QUALITE ET PRODUCTIVITE	Demander les producteurs de se repartir dans les 6 groups et demander les autres acteurs de se disperser. Sur chaque table le levier est écrit et les questions clés.
09.15	SNV Alio Daddy	Présentation sur le système de commercialisation	Présentation PP
	SNV Alio Daddy	Présentation sur l'organisation des centres de commercialisation	Présentation PP
	SNV Alio Daddy	Présentation sur Sacs et ensachage	Présentation PP
	Agri-Bilan Laouali Salifou	Présentation sur Pouvoir de négociation	Présentation PP
	Agri-Bilan Laouali Salifou	Présentation sur la vente différée	Présentation PP
10.30		Pause café	
11.00	WUR CDI Ted Schrader (Traduit en Haoussa par Alio Daddy)	Présentation sur les aspects organisationnels des producteurs (FCMN Niya – ANFO)	Présentation PP
11.30	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa par Alio Daddy)	Groupes de travail	Chaque group choisi un facilitateur et un rapporteur. Par questions clés les résultats sont développés sur des cartes couleurs et coller sur papier padex. L'équipe de recherche se partage la tache de support
13.15		Déjeuner et prière	

14.30	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa Laouali Salifou)	Marché organisé	Chaque groupe désigne 2 représentants qui présentent les résultats aux autres groupes visiteurs. Toutes les 10-15 minutes la cloche sonne et suivant le sens des aiguilles de la montre les groupes tournent et visitent le prochain groupe. Au total la cloche sonne 5x ! (ca fait 1.15h)
15.45		Prière et pause café	
16.30	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa Laouali Salifou)	Retour dans le group d'origine et développement des résolutions pertinentes, faisable dans le temps et pragmatique.	Retour dans le group d'origine et amélioration des résultats avec l'apprentissage obtenu a travers le marché organisé
17.15	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa Laouali Salifou)	Restitution et amendement des résolutions par group.	Dialogue et débat
18.30		Prière	
	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa Laouali Salifou)	Continuation de la restitution et amendement	
19.15		Prière	
	WUR CDI Simone (Traduit en Haoussa Laouali Salifou)	Continuation de la restitution et amendement	
20.15		Lecture officielle en Haoussa des 25 résolutions par Massaoudou Ibrahim	
21.00	SNV Richard Adjoho	Clôture Fatyiah	
		Diner	

Annexe 2:

Liste des Participants

	NOMS ET PRENOMS	STRUCTURE
	Moussa Mamane	Union Lambo
	Sanoussi Amadou	Union Martaba
	Hassane Abdou	Union Umagué
	Salaou Ibrahim	Union G Ider
	Abdoulaye Diallo	Fédé Konni
	Ibrahima Adamou	Union Galmi
	El Salifou Ousmane	Pdt Anfo
	El Abdou Hamidine	Union Galmi
	El Djadi Salao	Union Galmi
	Samaila Saïdou	Union Galmi
	Mme Djalmi Illa	Union Galmi
	Loulou Nabazo	Fédé Konni
	Naser Ibrahim	Rep Comptoire
	El Tanimoune Kadri	Pdt Fede Konni
	Aboubacar Moustapha	DC Safie Niger
	Massaoudou Ibrahim	ORO
	Illiassou Ousmane	Union Madaoua
	Ibrahim Idi	Union Madaoua
	Elh Oumarou Abdou	Union Sabon Guida
	Mani Bouda	Union Sabonguida
	Ali Saley	Union Galma
	Issiaka Ammada	Fucom Tamaské
	Mariama Amadou	Fucom Tamaské
	Elh Sidi Salifou	Fucom Tamaské
	Ounfana Maidoubou	Fucom Tamaské
	Garba Hassane	Chef Canton Doguéraoua
	Assoumane Dari	Union Galma
	Rachidou Mamane	Union Gandassamou
	Issia Bouba	Union Gandassamou
	Alassane Alio	Rép Comptoir Madaoua
	Moussa Atto	Rép Comptoir Madaoua
	Yacouba Kalifou	Union Keita
	Yacouba Issoufou	Union Keita
	Moussa Dari	Pdt ANFO Régionale
	Abdoulaye Mamane	Comptoir Tsernaoua
	Tsayabou Abdoul Aziz	Union Tsernaoua
	Ibrahim Idi	Union Madaou
	Elhadji Salifou	Pdt BEN ANFO

	Issoufou Issa	Union Kawara
	Allassane Barmou	Union Kamakamo
	Abdou Mahamadou	Guidan Magagi
	Harachi Idrissa	Guidan Ider
	Adamou Ibrahim	Sabonguida
	Mamane Wakasso	Guidan Ider
	Hadj Hawaou Adamou	Union Badaguichiri
	Issia Aliou	Fédé Konni
	Mamane Amadou	Union Madaoua
	Souleymane Sallah	Union Malbaza
	Oumarou Hassane	Union Doguéraoua
	Maou Yacouba	Union Tsernaoua
	Lantou Souley	Tsernaoua
	Oumarou Mariko	Tsernaoua
	Aboubacar Issoufou	Katra Fufo
	Aouali Mamane Nahantchi	SG Comptoire Madaoua
	Sidi Ali	Securite AD Tamaske
	Findani Chudy Haitreck	Madoua
	Sadou Daarrou	Grlam FCMN
	Laouali Inouka	Galam FCMN
	Almou Bouda	Moulela
	Ousseini Niellé Bifarké	Administrateur Délégué Dogaraoua
	Elh Sadou Gazibo	Administrateur Délégué Madaoua
	Yacouba Kalifa	Administrateur Délégué Tamaské
	Garba Adamou	Chef de Poste Administratif de Malbaza
	Mai Ari	Administrateur Délégué Keita
	Chaibou Sallaou	DRA/Tahoua
	Hachimou Mamane	DGA/A/Konni
	Nouhou Bakoye	DACPOR Tahoua
	Boubacar Abdoulaye	DDA Madaoua
	Habou Hassane	Centrale d'approvisionnement
	Elhadji Manzo Moussa	DACPOR Madaoua
	Souleymane Dangaladima	Rep du Chef de Canton de Dogarawa
	Issia Halirou	Rép du Chef de Canton de Konni
	Abdou Garba	Préfet Madaoua
	Kader Mohamed	Préfet Keita
	Salou Alassane Alpha	Préfet Konni
	Adarkas Oumarou	Prodex
	Idrissa Bagnou Amina	SNV Zinder
	Salamatou Alzouma	SNV Maradi
	Lawali Moussa Soumaila	Yarda Konni
	Ibrahim Tiémogo	Yarda Madaoua
	Ali Abdou Bonguééré	ONGEDER
	Douma Abdoussalam	FCMN Niya

	Hamidou Haddou	DDD/A Konni
	Lawaly Abdou	Préfecture Madaoua
	Daouda Kaka	Saraounia
	Abdou Abou	Union Tamaské
	Garba Maman	IFDC
	Adjobo Richard	SNV Niamey
	Rakiatou Gazibo	Oxfam
	Sani Zamnao	CRA/Tahoua
	Marten Van Ommen	FCMN
	Daddy Alio	SNV Tahoua
	Nata Traore	SNV Tahoua
	Lawali Mamane Salifou	Agri-Bilan
	Assoumane Moussa	INRAN
	Mahamane Issoufou Baré	Agri Bilan
	Harachi Idrissa	FCMN
	Alassane Alio	Union Karofane
	Kaou Gréma	Karkara
	Richard Adjobo	SNV Niamey
	Théophile	SNV Niamey
	Andréa Stelzner	SNV Niamey
	Simone van Vugt	Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI)
	Ted Schrader	Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI)
	Nina de Roo	Wageningen UR Centre for Development Innovation (CDI)

Annexe 3:

Discours du représentant du Ministre

ALLOCUTION DU REPRESENTANT MINISTRE DU DEVELOPPEMENT AGRICOLE



- MONSIEUR LE REPRESENTANT DU GOUVERNEUR DE LA REGION DE TAHOUA ;
- MESSIEURS LES PREFETS ;
- MESSIEURS LES ADMINISTRATEURS DELEGUES ;
- HONORABLES CHEFS COUTUMIERS ;
- MESDAMES ET MESSIEURS LES RESPONSABLES DES ORGANISATIONS PAYSANNES ;
- MESSIEURS LES CHERCHEURS ET OPERATEURS DE LA FILIERE OIGNON ;
- MESDAMES ET MESSIEURS LES PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS ;
- HONORABLES INVITES ET CHERS PARTICIPANTS.

C'EST AVEC UN AGREABLE PLAISIR QUE JE PRENDS LA PAROLE A L'OCCASION DE CET ATELIER EPLUCHER L'OIGNON, ORGANISE CONJOINTEMENT PAR LA SNV ET WAGENINGEN UR CENTRE FOR DEVELOPMENT INNOVATION DES PAYS-BAS EN COLLABORATION AVEC LA FCMN NIYA ET LE CABINET AGRI-BILAN. LE GOUVERNEMENT ACCORDE A CETTE FILIERE QUI EMLIE ET FOURNIT DES REVENUS A BEAUCOUP DES NIGERIENS UN INTERET CERTAIN. PERMETTEZ-MOI A CE STADE DE MON INTERVENTION DE SOUHAITER LA CHALEUREUSE BIENVENUE A TOUS CEUX QUI ONT FAIT LE DEPLACEMENT DE KONNI, ET EN PARTICULIER LES ACTEURS DE LA FILIERE OIGNON AINSI QUE LES PARTICIPANTS VENUS DES DIFFERENTES REGIONS DU PAYS POUR REPRESENTER LEURS STRUCTURES A CETTE IMPORTANTE RENCONTRE QUI CONSTITUE UN CADRE D'ECHANGE, DE PRISE DE DECISION ET D'ENGAGEMENTS RECIPROQUES.

MESDAMES ET MESSIEURS, AU NIGER, LA PRODUCTION ANNUELLE D'OIGNON EST DE L'ORDRE DE 500 000 TONNES ET PLACE NOTRE PAYS AU 2EME RANG APRES LE NIGERIA DANS L'ESPACE CEDEAO. CETTE CULTURE OCCUPE UNE PART IMPORTANTE DANS LES ACTIVITES MARAICHERES ET APPORTE UN REVENU ANNUEL DE PLUS DE 20 MILLIARDS DE FCFA DANS L'ECONOMIE NATIONALE.

MALGRE CETTE PERFORMANCE, LA FILIERE OIGNON EST CONFRONTEE A CERTAINES CONTRAINTES DONT IL S'AGIT ENTRE AUTRES :

- DE LA DISTORSION DES MARCHES ET DE LA MAUVAISE REPARTITION, ENTRE LES ACTEURS, DES REVENUS GENERES PAR LA FILIERE ;
- D'UNE FLUCTUATION IMPORTANTE DES PRIX AU COURS DE L'ANNEE ;
- DES EXIGENCES POUR LA CONQUETE DES MARCHES AU PLAN REGIONAL ET INTERNATIONAL ;
- DE DEBOUCHES LIMITEES ;
- D'UNE INSUFFISANCE EN MATIERE D'APPROCHE CONCERTEE DES ACTEURS.
- D'UNE FAIBLE CAPACITE ORGANISATIONNELLE DE CES ACTEURS MALGRE TOUS LES EFFORTS ENCORE DEPLOYES.

C'EST POURQUOI, LE THEME RETENU POUR LE PRESENT ATELIER A SAVOIR « EPLUCHER L'OIGNON DU NIGER » CADRE PARFAITEMENT AVEC LES PREOCCUPATIONS DES PLUS HAUTES AUTORITES DE NOTRE PAYS, AU PREMIER RANG DESQUELLES, SON EXCELLENCE LE GENERAL DES CORPS D'ARMEE SALOU DJIBO, PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE, CHEF DE L'ETAT. LE THEME PROCEDE AUSSI DE LA VOLONTE DES ACTEURS DE LA FILIERE QUE VOUS ETES DE MENER DES REFLEXIONS APPROFONDIES POUR TROUVER DES SOLUTIONS APPROPRIEES A CETTE PREOCCUPATION.

DU RESTE, LE GOUVERNEMENT EST DETERMINE A ACCOMPAGNER LES EFFORTS DES PRODUCTEURS

D'OIGNON AFIN DE RELEVER LES DEFIS QUI S'OPPOSENT A LA FILIERE.

MESDAMES ET MESSIEURS ;

CETTE IMPORTANTE RENCONTRE PERMETTRA AUX ACTEURS DE LA FILIERE OIGNON QUE VOUS ETRES

- DE FAIRE UN FOCUS SUR DES 'LEVIERS' POUR INDUIRE DES CHANGEMENTS QUI RENDRONT LA FILIERE OIGNON A LA FOIS PLUS COMPETITIVE, INCLUSIVE ET DURABLE.
- DE FORMULER DES RESOLUTIONS ET DES ACTIONS POUR LA PERIODE 2011-2015

MESDAMES ET MESSIEURS,

JE PROFITE DE CETTE HEUREUSE OCCASION, POUR DEMANDER ENCORE UNE FOIS A TOUS LES PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS DE NOTRE PAYS DE SOUTENIR CETTE INITIATIVE DE LA SNV EN COLLABORATION AVEC WAGENINGEN UR CENTRE FOR DEVELOPMENT INNOVATION DES PAYS-BAS, QUI JE L'ESPERE SERVIRA D'EXEMPLE A L'ENSEMBLE DES PARTENAIRES DE NOTRE PAYS.

POUR MA PART, JE TIENS A VOUS REITERER LE SOUTIEN CONSTANT DU GOUVERNEMENT POUR CETTE INITIATIVE ET VOUS RASSURER QUE L'ETAT, FIDELE A SA POLITIQUE PARTICIPATIVE, NE MENAGERA AUCUN EFFORT POUR CREER LES CONDITIONS IDOINES POUR L'AUTOPROMOTION DU MONDE RURAL.

JE NE SAURAI TERMINER MON INTERVENTION SANS ADRESSER LES VIFS REMERCIEMENTS DU GOUVERNEMENT A TOUS LES PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS QUI ACCOMPAGNENT LA FILIERE OIGNON ET EN PARTICULIER A LA SNV, AU WAGENINGEN UR CENTRE FOR DEVELOPMENT INNOVATION DES PAYS-BAS POUR LEURS MULTIPLES APPUIS DONT LA REALISATION DE LA PRESENTE RECHERCHE ET L'ORGANISATION DU PRESENT ATELIER.

EN SOUHAITANT PLEINS SUCCES A VOS TRAVAUX, JE DECLARE LANCEE L'ATELIER EPLUCHER L'OIGNON DU NIGER POUR UNE FILIERE OIGNON PLUS COMPETITIVE, INCLUSIVE ET DURABLE.
NATIONALE DE L'OIGNON.

JE VOUS REMERCIE DE VOTRE AIMABLE ATTENTION.

Annexe 4:

Discours du représentant de la SNV

**ALLOCUTION DE M. LE REPRESENTANT DU
DIRECTEUR NATIONAL DE LA SNV NIGER**

**A L'OCCASION DE L'ATELIER
ÉPLUCHER L'OIGNON**

BIRNI N'KONNI, NIGER, 30 NOVEMBRE- 1ER DECEMBRE, 2010

MONSIEUR LE REPRESENTANT DU MINISTRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ELEVAGE ;

-- MONSIEUR LE SG DE LA REGION DE TAHOUA ;

- MONSIEUR LES PREFETS DES DEPARTEMENTS D'ILLELA, KEITA, KONNI ET MADAOUA ;

- MESSIEURS LES ADMINISTRATEURS DELEGUES ;

- HONORABLES CHEFS COUTUMIERS ;

- MESDAMES ET MESSIEURS LES RESPONSABLES DES ORGANISATIONS PAYSANNES ;

- MESSIEURS LES CHERCHEURS ET OPERATEURS DE LA FILIERE OIGNON ;

- MESDAMES ET MESSIEURS LES PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS ;

- HONORABLES INVITES ET CHERS PARTICIPANTS.

C'EST POUR MOI UNE GRANDE SATISFACTION DE PRENDRE LA PAROLE AU NOM DE LA SNV NIGER

POUR VOUS SOUHAITER UNE CORDIALE BIENVENUE.

LA SNV S'INVESTIT DANS LA FILIERE OIGNON, AVEC L'APPUI ET AU COTE DE SES PARTENAIRES, DEPUIS BIENTOT CINQ. L'OIGNON COMME VOUS LE SAVIEZ EST UNE PRODUCTION AGRICOLE MAJEURE DU NIGER ET L'UNE DES PLUS COMPETITIVE. LE NIGER EST EN EFFET LE PREMIER EXPORTATEUR D'OIGNON DANS LA SOUS REGION.

CES TRAVAUX CONDUITS EN PARTENARIAT AVEC WAGENINGEN UR CENTRE FOR DEVELOPMENT INNOVATION DES PAYS-BAS AVAIENT POUR OBJECTIFS FONDAMENTAUX :

- IDENTIFIER LES LEVIERS QUI INFLUENCENT LA STRUCTURATION ET L'ORGANISATION DE LA FILIERE OIGNON AU NIGER AU PROFIT DES PETITS PRODUCTEURS D'OIGNON ;

- CONTRIBUER AU RENFORCEMENT DES CAPACITES LOCALES, DEVELOPPEMENT DES POLITIQUES ET ORIENTATION DES PROCESSUS DE CHANGEMENT'
- CAPITALISER DES EXPERIENCES ET PRESENTATER DES RECOMMANDATIONS ET RESULTATS AUX DIFFERENTS GROUPES CIBLES

MONSIEUR LE REPRESENTANT DU MINISTRE, MESDAMES ET MESSIEURS,
APRES UNE ANNEE DE RECHERCHE ACTIVE ET PARTICIPATIVE SUR LE TERRAIN, LES RESULTATS OBTENUS NOUS ONT PERMIS DE COMPRENDRE QU'UN EFFORT TRES IMPORTANT A ETE FOURNI MAIS QUE BEAUCOUP RESTE ENCORE A FOURNIR POUR PRODUIRE UN OIGNON DE GARDE, AVEC SURTOUT UNE BONNE REPARTITION DES RESSOURCES GENEREES AU DETRIMENT DES PETITS PRODUCTEURS ;

C'EST POURQUOI LE THEME DE NOTRE PRESENT ATELIER, « EPLUCHER L'OIGNON DU NIGER », AFIN D'INDUIRE DES CHANGEMENTS QUI RENDRONT LA FILIERE OIGNON A LA FOIS PLUS COMPETITIVE, INCLUSIVE ET DURABLE EST PLUS QUE D'ACTUALITE.

IL A POUR AMBITION:

- DE PROVOQUER UNE REFLEXION POUR MIEUX PRESERVER, MIEUX PRODUIRE, MIEUX CONSERVER ET MIEUX VENDRE LE CELEBRE OIGNON « VIOLET DE GALMI ».
- DE FORMULER DES RESOLUTIONS ET DES ACTIONS POUR LA PERIODE 2011-2015

TOUT EN SOUHAITANT PLEIN SUCCES A NOS TRAVAUX, JE NE SAURAI TERMINER MON INTERVENTION SANS ADRESSER LES VIFS REMERCIEMENTS DE LA SNV AUX AUTORITES ADMINISTRATIVES ET COUTUMIERES ET A TOUS LES PARTENAIRES ICI PRESENTS POUR AVOIR ACCEPETER DE REpondre A NOTRE INVITATION.

JE VOUS REMERCIE

Annexe 5:

L'invitation



Atelier : Éplucher l'oignon

Birni N'Konni, Niger, 30 Novembre- 1er Décembre, 2010



L'importance de l'oignon pour les communautés rurales du Niger

Avec une production annuelle qui oscille autour de 500 000 tonnes par an, le Niger est le plus grand exportateur de l'oignon en Afrique de l'ouest. L'oignon est produit dans presque toutes les régions du Niger avec des variations en fonction des bassins de production. Le Violet de Gaimi est la variété du Niger ; les consommateurs nationaux et sous régionaux apprécient énormément sa saveur et son goût piquant. L'oignon contribue à hauteur de dizaines de milliards à l'économie du pays qui reste tributaire de l'agriculture et de l'élevage. Plus de 100.000 paysans nigériens cultivent l'oignon. Pour eux et tous les autres opérateurs de la chaîne (intermédiaires, commerçants, transporteurs), l'oignon est une source importante de revenus. Toutefois, force est de reconnaître que les petits producteurs ne s'en sortent pas toujours bien, surtout pendant les périodes de fortes productions. On peut également noter qu'il y a beaucoup de défis : semences de qualité, accès aux intrants et crédits, amélioration de la productivité, stockage et conservation des oignons, transparence des marchés, organisation des centres de commercialisation etc.

Recherche-action : « Éplucher l'oignon »

La SNV Niger (www.snvworld.org), et le Centre de Développement d'Innovation de l'Université de Wageningen des Pays-Bas (www.cdi.wur.nl/uk), en collaboration avec la FCMN Niya et Agri-Bilan, ont initié une recherche action intitulée « Éplucher l'oignon ». Le but des activités de recherche-action est d'identifier des possibilités d'action collective pour tous les acteurs dans la chaîne de valeur d'oignon. Le focus est sur des 'leviers' pour induire des changements qui rendent la filière oignon à la fois plus compétitive, inclusive et durable. Après la phase terrain, nous partageons nos résultats lors d'un atelier participatif à Birni N'Konni dans la région de Tahoua. Nous espérons vous compter parmi nos invités !

Les participants

Les organisateurs du présent atelier invitent les représentants des acteurs de la filière oignon du Niger, à savoir :

- Acteurs institutionnels : Ministère de l'Agriculture, gouverneurs et préfets et administrateurs délégués des régions concernées par la filière oignon, ...
- Producteurs et représentants des organisations paysannes : ANFO, FCMN
- Opérateurs de la chaîne : producteurs, intermédiaires, dockeurs, transporteurs, commerçants et femmes productrices de 'chails'
- Supporters de la filière : Instituts de recherche, banques et IMF et autres
- Représentants des ONG et projets (IRD, PRODEX, OXFAM, USADF, IFDC, LWR).

Le programme

Nous proposons un programme d'un jour et demi qui vise à partager les résultats de recherche-action et de formuler des résolutions et actions pour la période 2011-2015.

Mardi, le 30 Novembre

- 14.00 Ouverture
- 14.30 Présentation des résultats de recherche-action
- 18.30 Dîner, suivi par programme interactif

Mercredi, le 1^{er} Décembre

- 09.00 Réflexion et introduction
- 09.30 Groupes de travail sur 'leviers'
- 11.30 Tables de dialogue : développer des résolutions
- 14.00 Présentation et discussion des résolutions
- 16.00 Pistes et itinéraires pour action et prise des engagements
- 17.30 Clôture

En savoir plus?

Contactez M. Aliou Daddy de la SNV-Niger :
Tél. : 96990109 ou 94010219
adaddy@snvworld.org

Annexe 6

L'équipe de l'action recherche

Wageningen UR Centre for Development Innovation (Centre de Développement et d'Innovation - CDI)

Simone van Vugt

Email : simone.vanvugt@wur.nl

Tel : +31 317486889 / +31 615501365

Ted Schrader

Email : ted.schrader@wur.nl

Tel : +31 317486915 / +31 611093002

Nina de Roo

Email : nina.deroo@wur.nl

Tel : +31 614303605

SNV – Organisation néerlandaise de développement

Aliou Daddy

Email : adaddy@snvworld.org

Tel : +227 96990109 / +227 94010219

Zeinabou Ouédraogo

Email : zsaidou@snvworld.org

Tel : +227 93217679 / +227 20610171

Mamadou Sarr (jusqu'en Mai 2010)

FCMN-Niya Fédération des Coopératives Maraichères du Niger

Abdoussalam Douma

Email : adouma_cep@yahoo.fr ; fcnniya@intnet.ne

Tel : +227 94326169 / 96881574 / 90333570 / 93833081

Agri-Bilan

Laouali Salifou

Email : Agri-Bilancab@yahoo.com

Tel: +227 90444701 / 96988665

www.cdi.wur.nl/uk

www.snvworld.org

Le Niger est le plus grand exportateur de l'oignon en Afrique de l'ouest. Plus de 100.000 paysans nigériens cultivent l'oignon. Pour eux et tous les autres opérateurs de la chaîne (intermédiaires, commerçants, transporteurs), l'oignon est une source importante de revenus. La SNV Niger (www.snvworld.org), et le Wageningen UR Centre for Development Innovation (Centre de Développement et d'Innovation) des Pays-Bas (www.cdi.wur.nl/uk), en collaboration avec la FCMN Niya et Agri-Bilan, ont initié une recherche action intitulée « **Eplucher l'oignon** » depuis 1 année. Le but des activités de recherche-action est d'identifier des possibilités d'action collective pour tous les acteurs dans la chaîne de valeur d'oignon. Le focus est sur des 'leviers' pour induire des changements qui rendent la filière oignon à la fois plus compétitive, inclusive et durable. Après cette phase terrain, nous avons partagé nos résultats lors de cet atelier participatif à Birni N'Konni dans la région de Tahoua. De plus on a stimulé le dialogue entre les différents acteurs autour de la chaîne de valeur d'oignon pour arriver aux 25 résolutions de Konni ! Ce rapport est le résultat de cet atelier et dialogue.

En anglais / In English

Niger is the largest exporter of onions in West Africa. More than 100.000 Nigerian peasants cultivate onions. For them and all the other operators within the chain (intermediaries, tradesmen, shipping agents), the onion is an important source of income. SNV Niger (www.snvworld.org), and Wageningen UR Centre for Development Innovation in the Netherlands (www.cdi.wur.nl/uk), in collaboration with FCMN Niya and Agri-Bilan, initiated an action research titled "**Peeling the onion**". The goal of this action-research is to identify possibilities of collective action for all the actors in the value chain of the onion. The research focusses on 'leverages' to induce changes which make the onion subsector in one time more competitive, inclusive and sustainable. After this first phase, we shared our results during this participative workshop in Birni Konni in the area of Tahoua. Moreover one stimulated the dialogue between the various actors within the value chain of the onion resulting in the 25 resolutions of Konni! This report is the result of this workshop and dialogues.

Plus d'information: www.cdi.wur.nl

