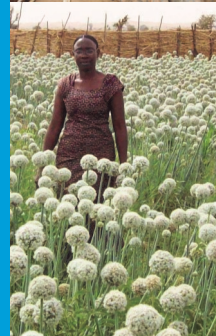


Agri-Bilan
Elever et mieux produire



EPLUCHER L'OIGNON

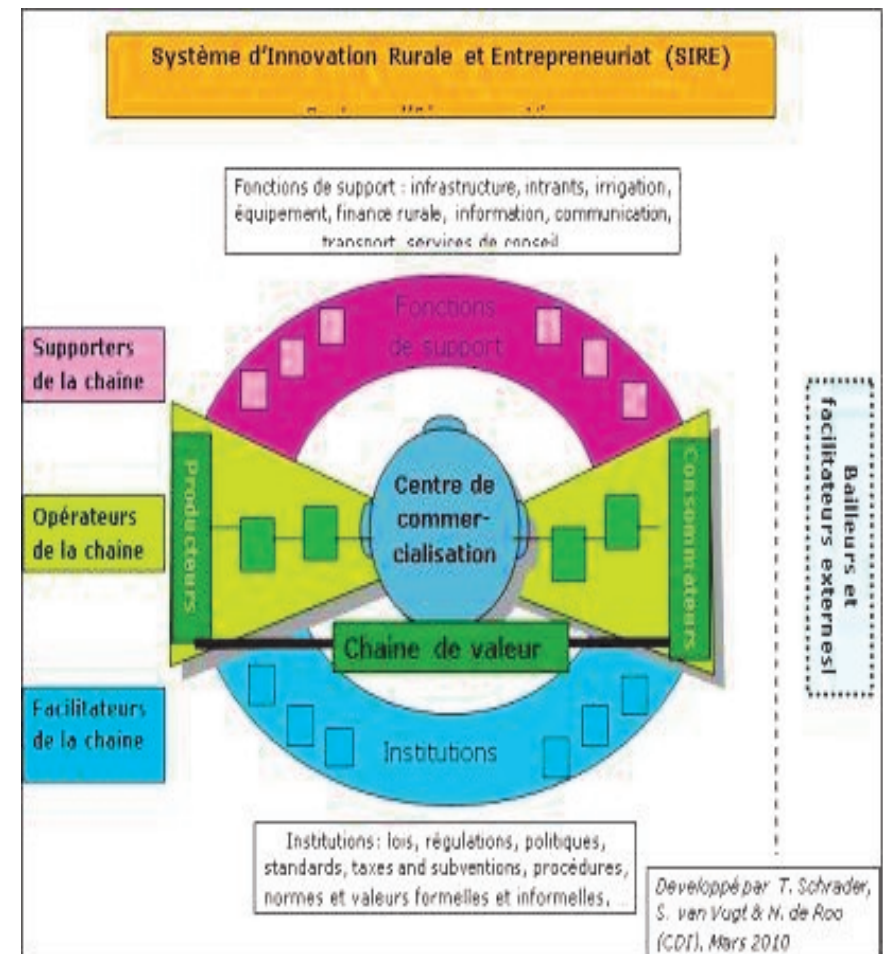


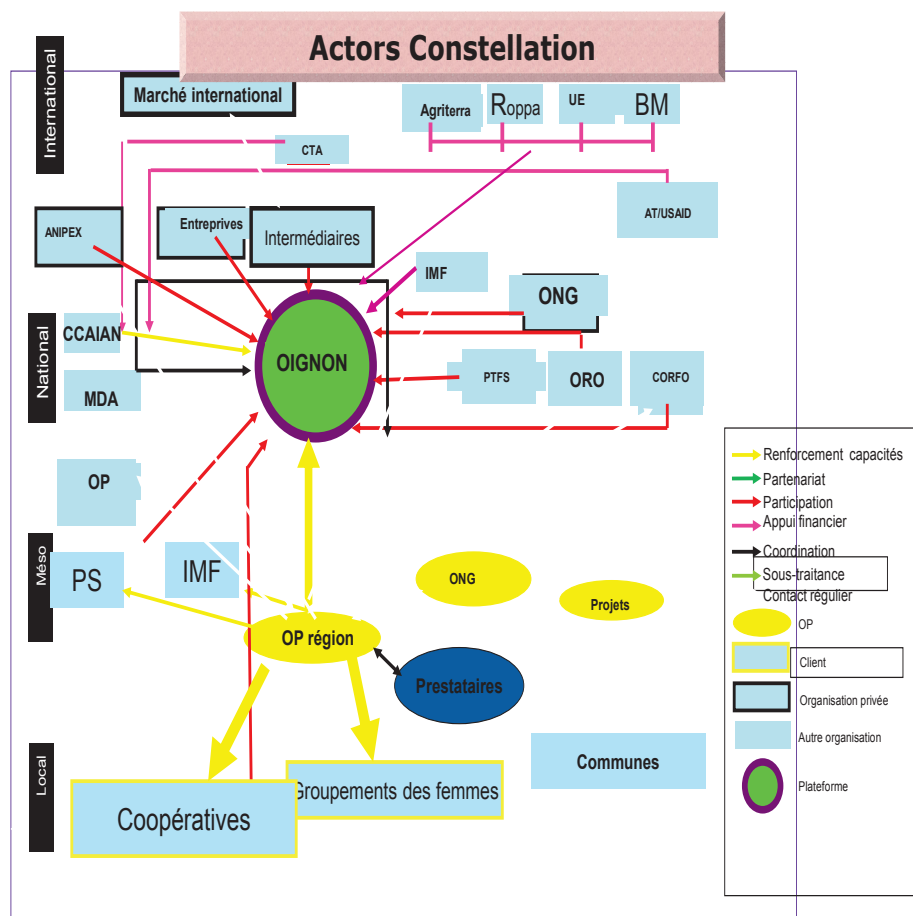
**Pour une filière oignon
nigérienne compétitive
et inclusive**

**Un projet de recherche-action de WUR-CDI,
SNV Niger, FCMN-Niya et Agri-Bilan**

Eplucher l'Oignon:

Pour une filière nigérienne de l'oignon
compétitive et inclusive





L'équipe de recherche action

Laouali Salifou

agribilancab@yahoo.com

Abdousallam Douma

adouma_cep@yahoo.fr

Alio Daddy

adaddy@snvworld.org

Zeinabou Ouédraogo

zsaidou@snvworld.org

Mamadou Sarr

bachirsarm@yahoo.fr

Richard A. Adjobo

aadjobo@snvworld.org

Ted Schrader

ted.schrader@wur.nl

Nina de Roo

nina.deroo@wur.nl

Simone van Vugt :

simone.vanvugt@wur.nl

Table des Matières

Semences de qualité : récolter deux fois plus de bulbes et utiliser deux fois moins d'eau 09 – 20

Financement et crédit pour la chaîne de valeur de l'oignon 21 - 25

Interface dans la commercialisation: Espoir ou désespoir? 26 - 33

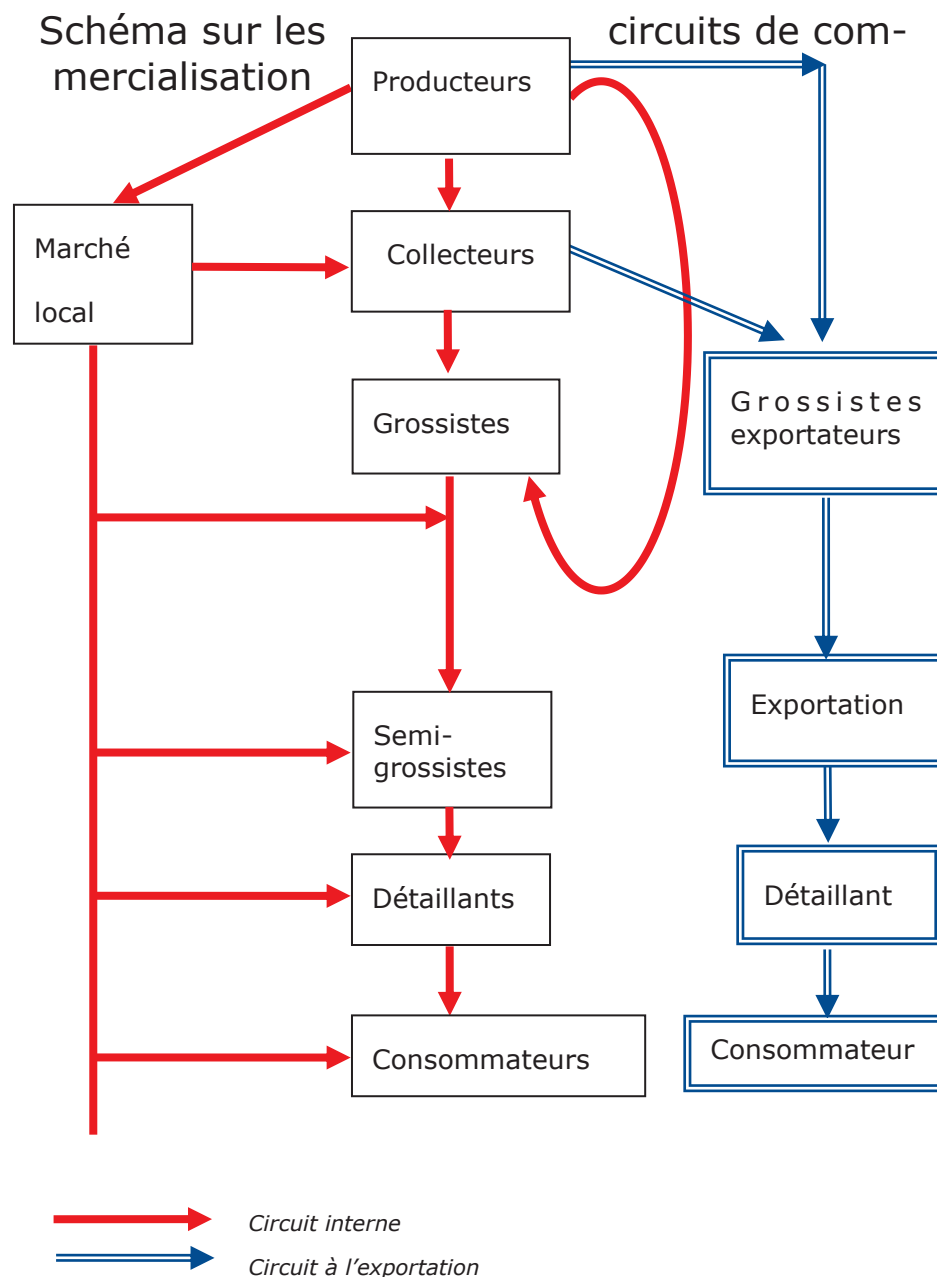
« Le Boligui, sac ou grenier ? » Conditionnement des oignons dans la région de Tahoua 34 - 39

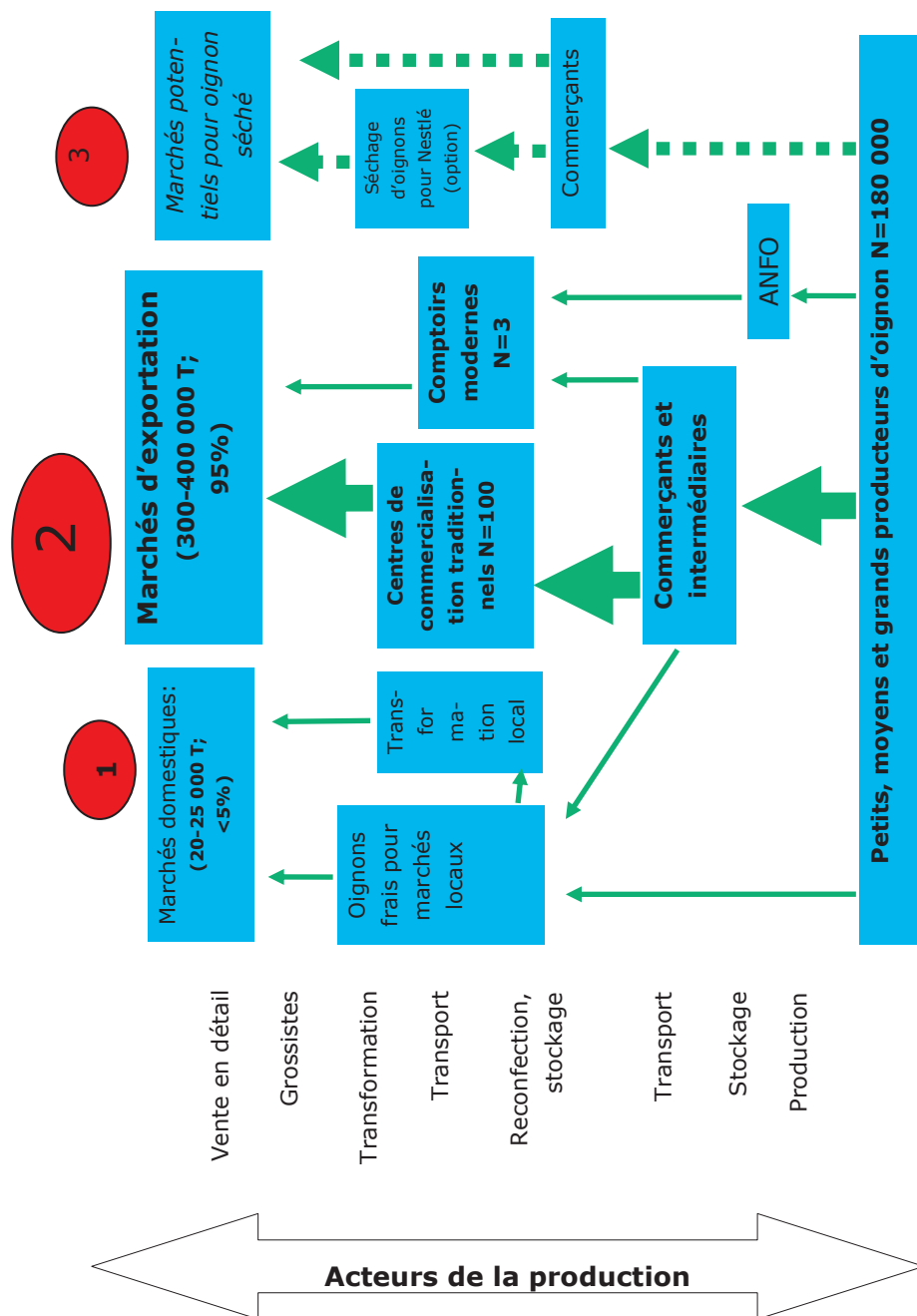
Sacs et ensachage : «Mata-mata : chapeau pour les femmes» 40 - 43

Stockage et conservation: Conseils techniques pour perdre moins 44 - 52

Conclusion 53 - 54

Annexes 55 - 63



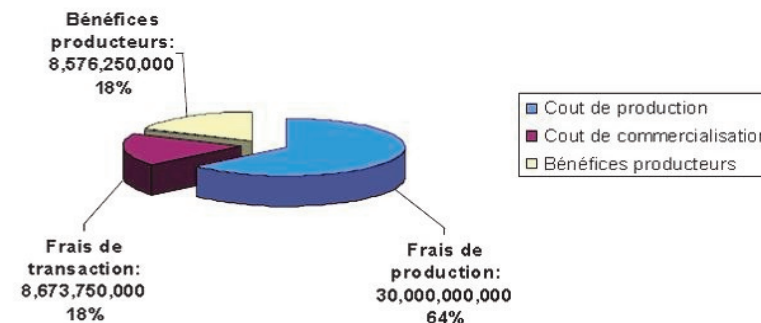


Préface

L'oignon est le deuxième produit d'exportation du Niger après l'uranium. La filière oignon rapporte des milliards de devises à l'économie nationale. Toutefois, le commerce de l'oignon a débuté avec un petit nombre de pionniers dont Elhadj Salifou Ousmane (Président National de l'ANFO) et Elhadj Boujé Tanko (Président de la Fédération Régionale de l'ANFO-Tahoua). Ces derniers tentaient leurs chances sur les marchés des pays voisins et ce n'est qu'au fil du temps que l'intelligence des marchés et des réseaux commerciaux se sont développés. Quelques pionniers sont toujours actifs dans la filière.

Depuis l'Indépendance, la production et la valeur marchande de l'oignon nigérien a connu une croissance impressionnante. La production nationale annuelle tend vers le cap de 500 000 tonnes. Le chiffre d'affaires des producteurs est autour de 47 milliards F CFA. C'est pourquoi on appelle l'oignon « l'or violet nigérien »: Il a conquis les marchés sous-régionaux et constitue un des piliers économiques les plus importants du pays. D'une manière directe et indirecte, elle procure des revenus importants à une multitude d'acteurs. Elle contribue ainsi à l'emploi et au cadre de vie de plus d'un million de personnes dont les producteurs sont les plus nombreux. Bien que l'évolution économique soit impressionnante, la filière fait face à de multiples enjeux requérant des actions concertées de l'ensemble des acteurs.

Éléments de chiffres d'affaires (en f cfa)



La recherche-action : Eplucher l'oignon

L'équipe de WUR-CDI, SNV, FCMN et Agri-Bilan a conduit des activités de recherche action sur le terrain étant convaincue qu'une compréhension des réalités et dynamiques techniques, organisationnelles, commerciales et institutionnelles de la filière pourrait aider davantage l'identification des actions concrètes pour son développement.

L'objectif de la recherche-action était de trouver les leviers essentiels pour améliorer le fonctionnement et les performances de la filière. L'attention spécifique portait sur la situation des petits producteurs se trouvant souvent dans un cercle vicieux de faibles moyens pour conduire la campagne de production, de faibles rendements ou encore de ventes à bas prix et de faibles bénéfices.

Les questions de recherche et champs d'action

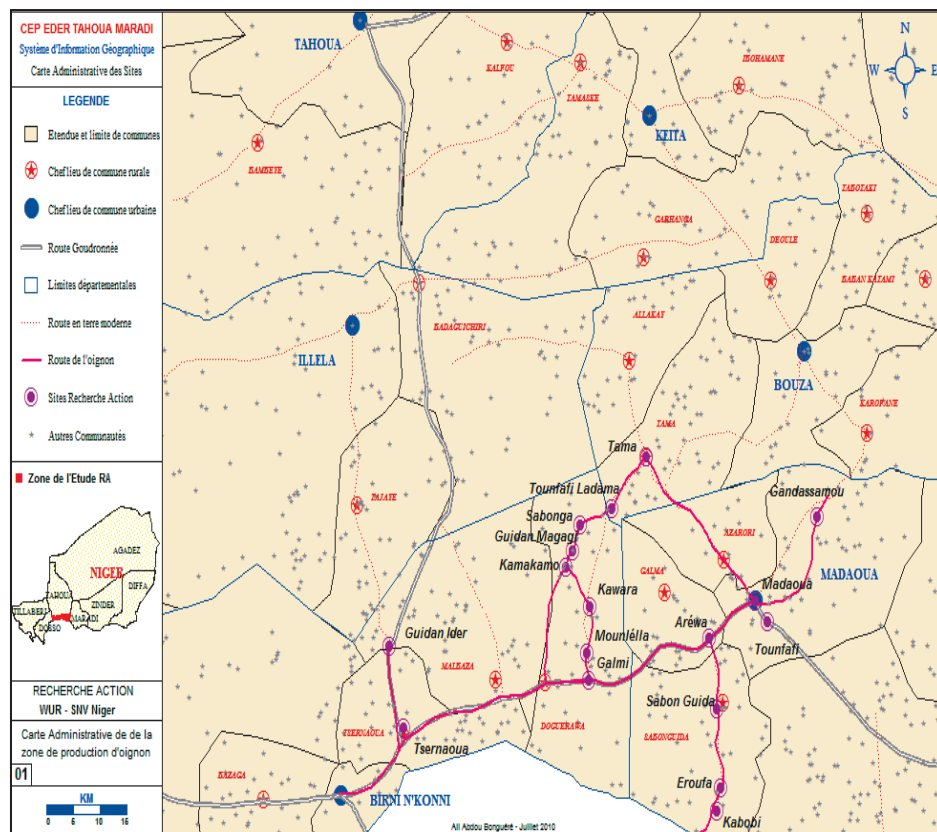
Pour rendre l'oignon plus important dans la vie socio-économique du Niger et pour rendre la filière oignon plus compétitive, durable et inclusive les questions clés suivantes étaient sujettes à la recherche action. Elles correspondent aux sujets épluchés et aux leviers développés dans la suite des articles.

- Quelle est l'histoire de l'oignon et quelles sont les leçons à y tirer ?
- Comment intervenir dans un secteur si complexe et largement informel ?
- Quelle est la typologie des producteurs d'oignon ?
- Quels sont les mécanismes gardant les petits producteurs dans un cercle vicieux et quelles sont les options pour améliorer leur position ?
- Quelles sont les saisons de production et quels sont les opportunités et risques qui y sont liés (utilisation de ressources en eau, perspectives marchandes) ?
- Comment s'organise la production de semences de qualité et comment améliorer l'accès aux semences afin d'améliorer la productivité et la qualité des bulbes produits ?

Le tableau présente entre autres le nombre de *rudu* et *reseda* dans

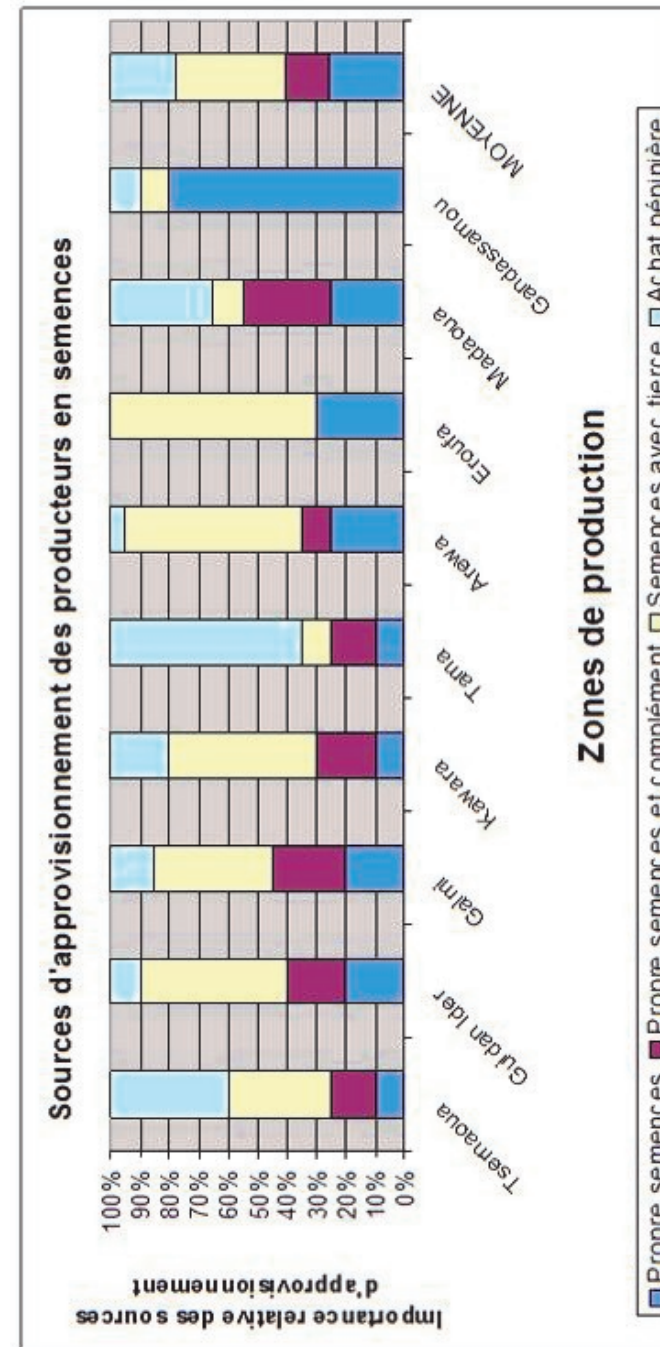
Zones	Unités de stockage (types et nombre)		Capacités de stockage (tonnes)		
	<i>Rudu</i>	<i>Reseda</i>	<i>Rudu</i>	<i>Reseda</i>	Total
Tsernaoua	50	2	75	24	99
Guidan Ider	10	3	15	36	51
Galmi	1500	1	2250	12	2262
Kawara	450	0	675	0	675
Tama	300	0	450	0	450
Arewa	200	4	300	48	348
Sabon Guida	1000	2	1500	24	1524
Eroufa	50	0	75	0	75
Kabobi	50	1	75	12	87
Madaoua/ Tounfafi	600	8	900	96	996
Gandas-samou	100	0	150	0	150
TOTAL	4310	21	6465	252	6717
Capacité de stockage en <i>chonacan</i>			53875	2100	55975
Capacité de stockage en <i>tellemis</i>			216	8	224
			96%	4%	100%

la zone de recherche action. Nos interlocuteurs ont indiqué que des *rudus* prennent 5 à 50 sacs. D'une manière générale, on peut retenir une moyenne de 1,5 tonnes (12 *chonakan*) par *rudu*.



- Comment améliorer l'accès aux intrants et la maîtrise techniques afin d'améliorer les rendements ? Quelle est la relation entre rendements et bénéfices par hectare ?
- Quelles modalités (formelles et informelles) pourraient financer davantage la production et la commercialisation des oignons ? Quelles sont les options s'offrant aux producteurs pour accéder aux crédits bancaires et pour éliminer les pratiques des usuriers ?
- Comment jouer sur les relations entre producteurs et intermédiaires afin d'améliorer la transparence des prix et réduire les coûts de transaction des producteurs ?
- Comment les producteurs des zones reculées et/ou sans liens commerciaux peuvent-ils mieux se positionner sur les marchés d'oignon ?
- Comment rendre le poids des sacs plus transparents ? Est-ce qu'il y a des alternatives pour le système d'ensachage actuel défavorisant les producteurs ? Est-ce qu'il est possible d'avoir des prototypes de sac et de *tchali* dont le poids et la taille sont uniformisés au niveau de tous les centres de commercialisation ? Est-ce qu'il est possible d'introduire des systèmes de pesage transparents ?
- Quelles sont les modalités actuelles de fixation des prix et est-ce qu'il y a des options pour mieux impliquer les producteurs dans les négociations ?
- Quel est le fonctionnement de différents centres et systèmes de commercialisation ? Est-ce que l'introduction des comptoirs modernes constitue une alternative ? Quels sont les services connexes à développer autour des centres de commercialisation afin d'améliorer les performances techniques et d'améliorer la transparence des prix et des poids ?
- Comment diminuer les pertes de stockage et de conservation des oignons afin de profiter davantage des hausses de prix après la période principale de commercialisation ?
- Est-ce que le stockage-crédit (warrantage) s'apprête à la filière oignon ? Quelles relations à développer entre les producteurs/stockeurs, les banques et les institutions de micro-finance (IMF) ?

- Quelles sont les perspectives des commerçants étrangers sur l'approvisionnement au Niger ? Comment réduire les prélèvements informels et adresser les tracasseries diverses pour éviter qu'ils menacent la compétitivité de l'oignon nigérien ? Comment agir face à la compétition des pays de la sous-région et de l'Europe ?
- Quelles options pour la création d'une valeur ajoutée à travers la transformation artisanale et industrielle des oignons ?
- Comment améliorer le niveau d'organisation des producteurs ? Comment améliorer la prestation de services des organisations existantes à leurs membres ?
- Quelles sont les priorités dans la création d'un environnement plus favorable au niveau institutionnel et au climat d'affaires ? Quels rôles pourraient jouer les structures étatiques aussi bien au niveau national que décentralisé ?



Pour s'approvisionner en semences, les producteurs d'oignon utilisent leurs propres semences, éventuellement avec un complément acheté auprès d'autres personnes. Selon les résultats des enquêtes sur le terrain, la majeure partie des producteurs achètent toutes leurs semences, soit en graines ou en plantules. L'importance de ces différentes sources d'approvisionnement varie vraisemblablement selon les zones de production étudiées.

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 recouvrés 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 !

Semences de qualité :

Récolter deux fois plus de bulbes et utiliser deux fois moins d'eau

La production de semences de qualité par des multiplicateurs paysans permettrait aux producteurs de récolter deux fois plus par unité de terre et par conséquent d'utiliser deux fois moins d'eau par tonne de bulbes produites.

Investir dans la production de semences est important pour plusieurs raisons : le maintien des caractéristiques variétales du Violet de Galmi, la réduction des coûts de production, l'augmentation des rendements et la gestion des ressources en eau. Ces raisons sont toutes d'une importance capitale pour la rentabilité et la compétitivité de la filière oignon.

Au vu de ces défis, une filière spécifique de semences d'oignons s'est développée pour produire des semences de qualité en quantité : Un réseau de 150 producteurs semenciers a produit pendant la campagne de 2009-2010 plus de 2700 kg de semences de Violet de Galmi pour une valeur dépassant 100 millions de F CFA. La FCMN, l'organisation faitière des producteurs maraîchers, envisage de créer une maison de semences pour organiser la vente et la distribution des semences de qualité déclarée ou certifiée. Il est prévu d'atteindre le cap de 20 tonnes de semences en 2015. Une production de 500 000 tonnes de bulbes d'oignon requiert 100 tonnes de semences par an. Il faut alors une concertation et collaboration intenses entre les différents intervenants.

La disponibilité et la dégénérescence des semences

D'une manière générale, la recherche agronomique consacre peu d'attention au développement de la filière d'oignon. Les activités pour le maintien et le développement de variétés d'oignon sont timides. En effet, la production des semences a toujours été assurée par les producteurs eux-mêmes.

Dans la zone de recherche action, la disponibilité en semences de bonne qualité et en quantité suffisante constitue une préoccupation

pour les producteurs. La demande est beaucoup plus forte que l'offre. Les aspects jouant sur la quantité sont les suivants:

- Production relativement basse de la campagne principale de 2009 où il est apparu une faible disponibilité et accessibilité en semences d'oignon. Des sociétés commerciales ont même importé des semences pour satisfaire la demande des producteurs. Cette situation totalement anormale est inédite au Niger. Il faut signaler également qu'il est de plus en plus question de dégénérescence des semences. Ce problème est maintes fois évoqué par les producteurs dans la zone de recherche action.
- Pépinières avortées durant l'hivernage. Ceux qui s'y lancent ont parfois ressemé deux ou plusieurs fois, ce qui a fait augmenter le prix.

Maintien de l'avantage comparatif du Violet de Galmi

L'oignon est produit dans presque toutes les régions du Niger avec des variations en fonction des bassins de production. Toutefois, c'est la région de Tahoua, située au centre sud du pays, qui a le plus grand potentiel de production d'oignon. Elle produit plus de trois quarts de la production nationale. Elle est aussi de loin la zone du Niger la plus pourvue en écotypes locaux parmi lesquelles on peut citer le violet de Tahoua (plateau de l'Ader), et le violet de Madaoua (vallée de Tarka). Mais la variété la plus connue et la plus cultivée est incontestablement le 'Violet de Galmi' de la vallée de la Maggia. Les consommateurs apprécient son goût épicé et ses qualités à la cuisson. Il jouit alors d'un avantage commercial dans les marchés locaux et sous-régionaux.

Les producteurs des différentes régions produisent leur propre semence sans maîtriser les techniques de production semencière professionnelle. C'est ainsi que des semences de tout venant sont utilisées. Or, la qualité des semences détermine largement le maintien de ses caractéristiques. Un mélange des semences ajouté aux insuffisances dans la sélection des bulbes mères et des semences sont sources de sérieux problèmes conduisant à la dégénérescence des semences.

Parmi les variétés cultivées, le Violet de Galmi est la plus appréciée au niveau du marché national et sous régional à cause de ses qualités susmentionnées. Dans la variété considérée, le Violet de Galmi, on retrouve toutes sortes d'autres variétés d'oignon : Blanc de Gal-

ANNEXES

La mission première de ce projet (d'une durée de cinq ans), sera de créer les conditions favorables à l'émergence d'une agriculture moderne et compétitive. Un tel type d'agriculture permettrait aux petits producteurs, aux exportateurs et opérateurs économiques connexes de se positionner avantageusement sur les segments de marché à forte valeur ajoutée au niveau local ou à l'export. Ce Projet placé sous la tutelle du Ministère de l'agriculture et de l'élevage s'inscrit parfaitement dans le cadre de la Stratégie de Développement Rural (SDR). Il contribue à l'atteinte des objectifs du programme 3 de ladite stratégie à savoir : organisations professionnelles et structuration des filières. Il a pour but (i) d'augmenter la contribution du secteur rural à la croissance économique du pays ; (ii) de développer les exportations des produits agro-sylvo-pastoraux ; et (iii) d'améliorer les revenus et les conditions de vie des producteurs surtout les petits producteurs ruraux.

Au regard de la stratégie d'intervention et des sous composantes définies pour la mise en œuvre du Projet, les leviers identifiés à l'atelier de Konni trouvent un dispositif capable de conduire à leur concrétisation. Les besoins des acteurs relatifs aux semences, commercialisation, ensachage peuvent faire l'objet de sous projet et les questions liées à l'organisation des acteurs pourront être prises en compte dans le cadre de la mise en place du collège des acteurs.

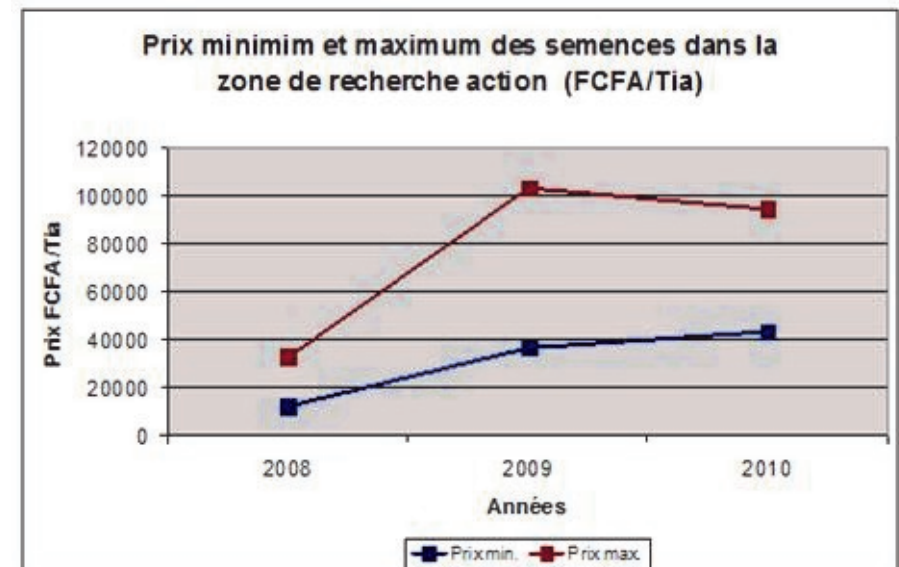
La mise en œuvre de l'Agence d'Exécution Oignon (Consortium SNV-IRD) constitue donc une opportunité pour un accompagnement de proximité de cette chaîne de valeur à travers des actions concrètes sur les leviers identifiés.

mi, Soumarana, Soukoukoutane, Gotheye, Violet de Youri et/ou Rouge de Tarna. La coexistence de toutes ces variétés pose le problème de pureté variétale qui réduit la qualité des oignons, leur compétitivité sur le marché et les possibilités de stockage et conservation.

Insuffisance des semences : incidence sur le coût de production

Les semences de qualité sont rares et coûtent chères, voire très chères. Les dépenses pour l'achat de semences constituent en elles seules 16% du coût de production. Pour un hectare il faut trois tias de 1,6 kg, soit 4,8 kg de semences, ce qui coûte au moins 150 000 FCFA. Une meilleure disponibilité en semences peut réduire les frais de production. La crise semencière est telle que les prix de semences ont énormément augmenté.

La cherté des semences incite les gens à vendre des semences issues de mauvais bulbes de la première année. Les producteurs les récoltent et les vendent afin de profiter de la situation de manque de semences. A vue d'œil, il est impossible de dire s'il s'agit de bonnes ou mauvaises semences. Pour cela, il faut faire des tests de germination. C'est pour cela que beaucoup de producteurs n'achè-

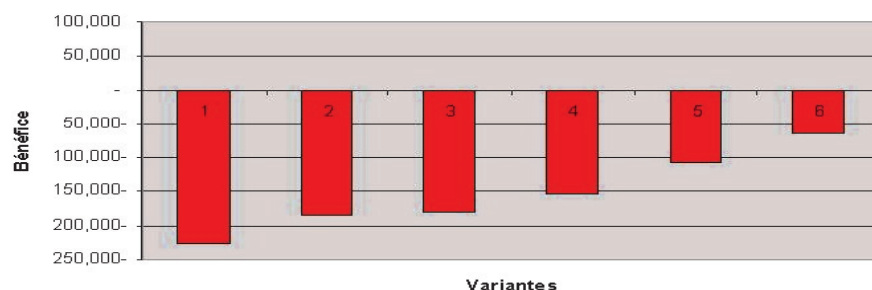


tent plus de semences mais achètent plutôt les plantules qui sont prêtes pour le repiquage (vente par planche de pépinière).

Semences : facteur déterminant pour l'amélioration des rendements

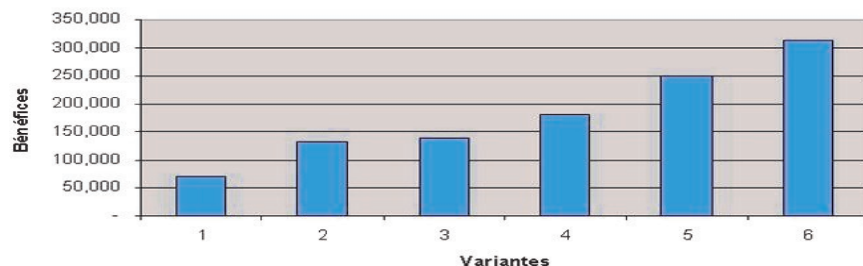
Les semences affectent fortement les rendements. Bien que les rendements puissent atteindre 30 tonnes par hectare, même en milieu paysan, beaucoup de producteurs n'atteignent en ce moment souvent même pas 10 tonnes. Les faibles rendements résultent surtout de l'utilisation de mauvaises semences.

Pertes par hectare avec rendement de 10T/ha, vente directe, prix de 11000 FCFA pour Chonakan



La productivité par hectare est très déterminante pour la rentabilité. Avoir 10 ou 15 tonnes/ha fait la différence entre travailler à perte ou faire au moins certains bénéfices.

Bénéfices nets par hectare avec rendement de 15T/ha, vente directe prix de 11000 pour Chonakan



CONCLUSION

La recherche action sur l'oignon a présenté l'état des lieux de cette filière en montrant la situation de chaque maillon, les dysfonctionnements dans la filière. L'atelier de restitution a conduit à l'approfondissement des questions principales posées et qui sont relatives aux thèmes suivants :

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

Ces analyses ont conduit à l'adoption des 25 résolutions à partir des six thèmes cités plus haut. L'examen de ces résolutions montre la nécessité de construire entre les acteurs une chaîne de valeur capable de conduire à la compétitivité de l'oignon du Niger. Ce changement souhaité passe par une véritable articulation entre les différents acteurs et une prise en compte des facteurs notamment les textes, les stratégies et politiques en vigueur dans le pays, la sous région et le niveau international.

Certes, la présente recherche action sur l'oignon a tracé la voie pour la promotion de la filière oignon mais le plus important est l'utilisation des résultats issus de ce processus. Ainsi, l'une des opportunités qui s'offre au Niger est la mise en œuvre du Projet de Développement des Exportations et des Marchés Agro-Sylvo-Pastoraux (PRODEX).

structures de stockage est possible sur la base des expériences vécues avec des nouveaux types d'abris introduits depuis 2006.

Les bulbes d'oignon sont des produits périssables. Le stockage/conservation est une activité délicate dont le succès dépend de la maîtrise de beaucoup de paramètres techniques. Il est important de sensibiliser et de former les producteurs sur les effets combinés de bons itinéraires de production, de récolte et de stockage.

En plus de la maîtrise technique, le stockage nécessite aussi des modalités de financement innovatrices, qui demandent l'organisation des producteurs autour des actions collectives de stockage et de commercialisation et le concours des institutions financières.

Suggestions d'action

- Sensibiliser les producteurs sur les préalables pour réussir les stratégies de stockage et de vente en différé.
- Former les producteurs sur les itinéraires techniques de production, de récolte et de stockage de l'oignon
- Supporter financièrement et techniquement la construction des infrastructures modernes de stockage, tout en valorisant les expériences techniques et organisationnelles vécues.
- Organiser les producteurs et supporter les coopératives pour le stockage/conservation et la commercialisation collective.
- Tenir des comptes d'exploitation sur les opérations de stockage afin de mettre les institutions financières en confiance et de leur permettre de faire des analyses de rentabilité et de risques.
- Mener de recherches pour un rudu accessible et efficace en matière de conservation.

La productivité par hectare a également des incidences sur l'utilisation des terres. Avec des bonnes semences, il est possible de produire 500,000 tonnes de bulbes avec la moitié des terres emblavées maintenant.

La gestion des ressources en eau

L'amélioration de la productivité par unité de terre peut aussi énormément améliorer l'efficacité de l'utilisation de l'eau (car moins d'hectares exploités), qui est un facteur de production précieux au Niger. Cette efficacité d'eau est d'autant plus importante si l'on sait que la nappe phréatique, dont dépend l'irrigation des parcelles d'oignons, est en train de baisser structurellement. Selon les dires de nos interlocuteurs, la profondeur de la nappe est actuellement entre 5 et 14 mètres de profondeur. Des producteurs expérimentés de la Maggia nous ont affirmé que la profondeur moyenne des puits est actuellement à 6 cordes (9 mètres), tandis qu'il était à 1-2 cordes il y a 30 ans.

Les producteurs s'organisent, la FCMN-Niya accompagne

Devant tous ces constats, certaines producteurs et coopératives ont pris des initiatives pour l'amélioration et le maintien de la variété de l'oignon Violet de Galmi. Ces initiatives ont été renforcées depuis 2006 avec l'appui de la FCMN à travers son partenariat avec De Groot & Slot, une entreprise néerlandaise spécialisée dans la production de semences d>Allium (oignon, échalotes et ail).

Le démarrage des travaux consistait dans un premier temps à l'identification des sites potentiels où les producteurs disposaient déjà d'une certaine expérience dans la production de semences. Sur cette base, la FCMN a approché certaines de ses coopératives pour piloter la production professionnelle de semences et pour conduire des expérimentations. C'est ainsi que le programme de production, d'amélioration et de maintenance de la variété Violet de Galmi a commencé d'une manière très modeste (trois multiplicateurs en 2006). Au fil du temps, le nombre de producteurs a sensiblement augmenté pour atteindre quelques centaines de producteurs dans quatre régions du pays (Dosso, Tahoua, Tillabéry et Maradi).

En ce moment, dix (10) coopératives se sont professionnalisées sur la production de semences d'oignon. FCMN et ses partenaires ont formé 150 producteurs qui sont devenus des spécialistes en la ma-

tière. Plus de 200 autres producteurs, par effet d'entraînement sur place, tentent de suivre les pas des producteurs formés et suivis.

Cet effet induit indique l'engouement des producteurs pour se lancer dans la production des semences. Il est également un indicateur des grands besoins en semences d'oignon et du fort potentiel commercial. Pour la mise en œuvre du programme de formation et de suivi, les producteurs-multiplicateurs ont toujours été au cœur de la démarche, tout en renforçant les capacités techniques et organisationnelles de leurs coopératives engagées.

Liens de collaboration

La FCMN assure la formation des producteurs et le suivi de leurs activités, en collaboration avec plusieurs partenaires. Depuis 2006, les acteurs suivants ont accompagné le processus :



De GROOT & SLOT : pour les appuis techniques tout au long de la chaîne, allant du choix des terrains, au choix des bulbes, aux itinéraires de production, à la sélection des graines et au stockage/conserver des graines et des bulbes.

AGRITERRA : pour le financement des intrants et la mise en relation des partenaires ;

INRAN : pour la fourniture des semences de base et des appuis techniques ;

ICRISAT : pour des sessions de formation et des tests de contrôle ;

C'est ainsi que les producteurs ont bénéficié de formations et d'appui conseil sur le processus de production professionnelle de semences d'oignon Violet de Galmi.

L'itinéraire technique de production de semences de qualité

La production de semences de qualité se fait sur deux campagnes. Pour arriver à des semences de qualité, lors des 4 dernières années, la FCMN, ses coopératives et leurs membres ont découvert d'une manière participative que les phases et pratiques suivantes sont de grande importance :

1^{ère} année : Production de bulbes mère

Laisser sécher les oignons dans le champ couvert de leurs feuilles pendant 48 heures.

Choix de l'itinéraire de stockage

- Transporter les oignons au lieu de ressuyage tout en prenant soin de ne pas les blesser
- Procéder au ressuyage à l'ombre dans un endroit sec et bien aéré afin de débarrasser les oignons de l'excès d'humidité pendant une période de 10-14 jours;
- Procéder au dernier tri avant l'entreposage afin d'éliminer tous les oignons blessés ou présentant un aspect de maladie;
- Choisir un entrepôt bien aéré et sec;
- Si possible, traiter l'entrepôt avec un fongicide pour lutter contre les maladies fongiques;
- Pour les *rudus* : la hauteur d'un tas ne doit pas dépasser 30 cm afin de ne pas trop empiler les oignons et de faciliter les travaux de tri ;
- Pour les entrepôts de type moderne, l'épaisseur d'une claie ne doit pas dépasser 15 cm.
- Commencer la mise en entrepôt quand les températures sont encore basses donc tôt le matin ou tard le soir;
- Faire un tri régulier en moyenne tous les 10 jours afin de débarrasser les oignons en mauvais état du stock.

Conclusions et défis

Le stockage/conserver de l'oignon est une habitude existante dans la région de Tahoua. On observe toutefois des variations selon les zones de production et de commercialisation. A certains endroits, les producteurs sont plus fortement orientés sur le stockage et la vente différée qu'à d'autres lieux.

Plus de 95% des oignons sont stockés dans des abris traditionnels de stockage (*rudus*) qui ne permettent pas de contrôler les facteurs déterminants du succès du stockage. La modernisation des infras-

quement une fertilisation à base d'engrais organique bien décomposé si le sol est riche.

- En cas de sols pauvres, apporter l'engrais 15-15-15 à la dose de 200 kg/ha en trois applications (20, 40 et 60 jours après le repiquage) et d'urée à la dose de 100 kg/ha en deux applications (30 et 60 jours après le repiquage). Ces doses correspondent à 100 grammes d'engrais 15-15-15 et 50 grammes d'urée pour une planche de 5m² (une boîte d'allumettes rase fait 10 grammes d'engrais)
- Faire des sillons de plantation espacés de 20 cm afin d'avoir des bulbes de taille moyenne aptes à la conservation;
- Arrêter l'irrigation une semaine avant la récolte pour les sols à faible rétention d'eau et deux semaines pour les sols à forte rétention d'eau afin d'éviter que les bulbes soient gorgés d'eau.

Conseils pour la récolte

- Faire la récolte quand 2/3 des feuilles sont couchées et les feuilles sont encore vertes ;
- Récolter les oignons pendant les périodes fraîches de la journée (tôt le matin et/ou tard la soirée) ;
- Récolter les oignons avec les feuilles (au moins 15 cm au dessus du collet) ;
- Faire des tas en empilant les oignons de sorte que les feuilles de chaque tas couvrent les bulbes de l'autre tas ;



Semences de base. Rechercher les semences de base auprès des structures spécialisées notamment l'INRAN et l'ICRISAT ;

Rotation parcellaire. Respecter la rotation des parcelles de production de semences. Une rotation parcellaire de 4 ans est le minimum pour assurer la production de semences saines. Toutefois, si le terrain est inondé chaque année, la rotation n'est pas nécessaire (cas de la Maggia dans la région de Tahoua) ;

Planification de la production de bulbes mère. Pour la production de bulbes destinée à la production de semences, mettre en place la pépinière en début du mois de novembre afin de commencer le repiquage vers mi décembre. En ce moment, la récolte interviendra en début avril, ce qui réduit le temps de conservation des bulbes.

Sélection des bulbes mère. Pendant la récolte des bulbes mère destinés à la production de semences, il faut être très sélectif. Il faut éliminer les oignons : (i) dont le feuillage est touffu, (ii) ayant une couleur divergente ; (iii) qui sont chauves (sans peau) ; (iv) qui ont une forme atypique ; (v) qui ont des gros collets ou de très petits collets ; (vi) à bulbes doubles et (vii) qui commencent à monter.

Récolte. Il est important de récolter les oignons avec le feuillage (donc ne pas couper au collet ce qui est l'habitude des producteurs). Par la suite, il est important de recouvrir les oignons avec le feuillage et de laisser sécher les oignons sur la parcelle pendant quelques jours.

Conservation. Il est recommandé de faire des bottes d'oignons et de suspendre les bottes sur des bâtons et de les protéger du soleil et de la pluie.

2^{ème} année : Production de semences

Dernière sélection des bulbes. Effectuer une dernière sélection avant de procéder à la plantation des bulbes mère, éliminer les oignons atypiques ainsi que ceux qui sont pourris ou blessés.

Plantation. Planter les oignons à fin septembre. Le fait de planter en ce moment permet d'avancer considérablement la floraison ce qui permet de favoriser la fécondation. Cela raccourcit également d'un mois la période de stockage des bulbes mère ce qui réduit considérablement les pertes d'entreposage. Planter les oignons de manière à ce que la partie supérieure des bulbes soit recouverte de

5 cm de terre. Planter les bulbes en respectant un écartement de 50 cm entre les lignes et 20 cm entre les bulbes ;

Fertilisation. Apporter de la fumure de fond en respectant les doses de 20 tonnes de fumier bien décomposé et 300 kg d'engrais 15.15.15 à l'hectare ;

Irrigation. Elle est fonction entre autres du type de sol et du stade de la culture. Dans tous les cas, l'oignon ne tolère ni la salinité, ni l'acidité encore moins la basicité ;

Entretien. Effectuer les travaux d'entretien (sarclage, binage) selon l'allure de la campagne. Apporter de la fumure d'entretien à la dose 300 kg à l'ha de 15.15.15 (respectivement 20, 40 et 60 jours après le repiquage) et 150 kg/ha pour l'urée en 3 apports (20, 40 et 60 jours après la plantation) ;

Traitement. Faire un traitement préventif contre les attaques de thrips avant la floraison pour la production des graines et avant la bulbaison pour la production des bulbes ;

Récolte. La récolte des graines interviendra quand 3 à 4% des capsules sont ouverts. Récolter les ombelles avec $\pm$ 5 à 10 cm de tige

Séchage et battage. Faire sécher les ombelles à l'ombre. Le battage intervient quand les ombelles sont bien séchées (environ 15-20 jours). Le travail doit être fait de la façon la plus minutieuse possible afin de ne pas blesser les graines ;

Entreposage et conservation. Faire l'entreposage des graines d'oignon, juste avant la saison des pluies. Lorsque les graines sont bien séchées, les conditionner dans des emballages hermétiquement fermés et les stocker en un lieu frais et sec. De préférence creuser à l'intérieur de la maison ou sous un hangar un trou et mettre l'emballage afin que les graines puissent bénéficier d'une température stable.

Résultats obtenus

L'évolution de la production de semences (FCMN 2006 à 2010) :

Le tableau ci-après montre qu'un petit noyau de trois producteurs semenciers en 2006 est devenu un réseau de 150 semenciers semi-professionnels aujourd'hui. La production de 210 kg en première campagne (2006-2007) est passée à 2741 kg en 2010. La

- Animation des formations technique de production, de récolte et du stockage (ANFO, FCMN, UNIC RESEDA, Agri-Bilan)
- Appui technique sur les itinéraires techniques de production, de récolte et de stockage (De Groot & Slot, USADF)
- Appui technique sur la construction du *reseda* (UNIC RESEDA)
- Mobilisation des experts (SNV, USADF, Agriterra)
- Fourniture des semences de base et conseils (ICRISAT, IN-RAN, De Groot et Slot)
- Appui au financement des infrastructures de stockage (FAO, LWR, SNV, Agriterra)

Ces initiatives ont permis d'apprendre beaucoup de leçons sur les préalables de l'action et les aspects techniques et organisationnels à prendre en compte pendant les phases de production, récolte et stockage.

Les préalables du stockage

Avant d'arriver aux activités de stockage proprement dit, il est important de tenir compte des itinéraires techniques en amont. Il est essentiel que les producteurs utilisent des variétés de semences performantes et de former les producteurs sur les effets conjugués de la maîtrise des itinéraires techniques de production, de récolte et de stockage. La réduction des pertes de stockage est largement déterminée par les étapes précédentes. L'utilisation de semences de qualité, la fertilisation judicieuse et les techniques de récolte influencent énormément la conservation des oignons.

Conseils pour les itinéraires techniques de production

- Utiliser des semences de bonne qualité indemne de maladie;
- Faire la pépinière vers fin novembre pour raccourcir la période de stockage;
- Savoir la taille des planches pour apporter les doses optimales de fumure organique et engrais minéral
- Apporter 10 kg de compost ou du fumier bien décomposé pour une planche de 5m². Il est conseillé de poursuivre uni-

Pratiques de stockage dans la ceinture d'oignon de Tahoua

Le stockage effectif des *magasins reseda par contre* est autour de 12 tonnes (100 *chonakan*). Sur cette base, les infrastructures de stockage identifiées dans la zone ont une capacité de stockage d'environ 7000 tonnes (56 000 sacs de 120 kg). Les données montrent que jusqu'à présent les *rudus* abritent plus de 95% des oignons de stockage.

Le tableau suivant combine l'orientation sur stockage et vente différée (faible, moyenne et forte) avec les volumes stockés (faibles,

Zones	Orientation sur stockage et vente différée			Volume stockés		
	+	+++	+++++	+	+++	+++++
Tsernaoua, Guidan Ider						
Madaoua-Tounfafi						
Arewa						
Galmi						
Eroufa, Kabobi, Gandassamou						
Kawara, Tama						
Sabon Guida						

moyens et grands):

Initiatives d'amélioration du stockage et collaboration multi-acteur

Après les tests de prototypes d'abri, plusieurs coopératives de l'ANFO et de la FCMN se sont organisées pour stocker plus et perdre moins. L'ANFO et la FCMN collaborent avec différents partenaires. La démarche multi-acteurs permet que les rôles complémentaires suivants soient assurés:

Cam- pagne	Nombre de localités	Nombre de produc- teurs engagés	Quantité de semences produites /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
2006-2010			3450	138 000 000

quantité totale de semences produites s'élève à 3450 kg pour une valeur monétaire de 138 millions FCFA.

En utilisant 5 kg par hectare, les semences produites ont permis d'ensemencer 690 ha pour une production estimée à 17 250 tonnes. Le rendement moyen obtenu avec les semences de qualité est d'environ 25 tonnes par hectare. Certains producteurs ont même obtenu plus de 30 tonnes/ha.

L'utilisation de semences de qualité permet d'augmenter la production avec 10 tonnes par hectare. La production additionnelle obtenue se chiffre donc à 6900 tonnes correspondant à une valeur monétaire de 690 millions FCFA, en considérant que le prix de vente d'un sac de 120 kg était autour de 12 000 FCFA pendant la période concernée. Ces chiffres montrent qu'un investissement de 138 millions en semences rapporte cinq fois plus en bulbes.

Le tableau montre également que la campagne de production 2007-2008 n'a pas donné de bons résultats. Alors qu'on s'attendait à une production de plus de 400 kg, la production ne faisait guère 69 kg en fin de campagne. Durant cette campagne, les semenciers

se sont heurtés à des problèmes de maladies et parasites qui ont infesté les sites de production. Cette expérience a enseigné beaucoup de leçons (cf. itinéraire technique : rotations, traitements etc.).

Une activité lucrative pour les producteurs semenciers

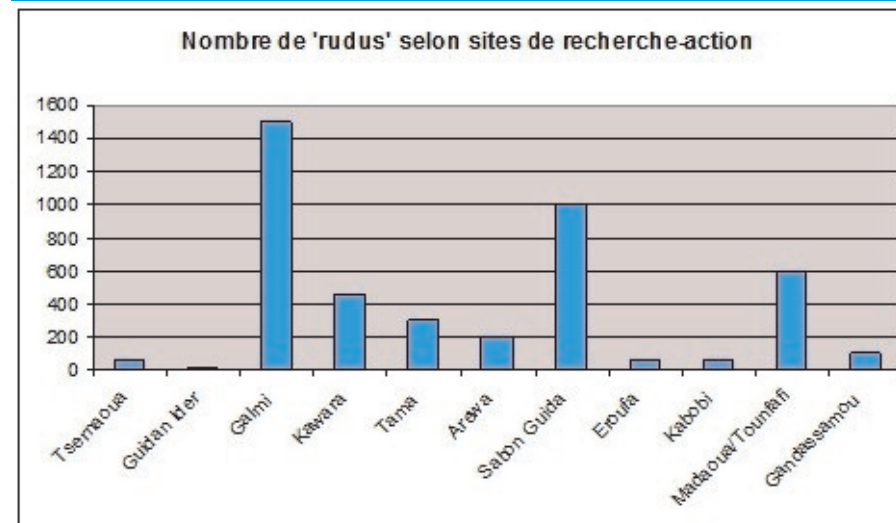
Le suivi intensif des activités des semenciers montre que la production de semences est très lucrative. On note une amélioration nette qui passe du simple au double voire au triple. Plus de 95% des producteurs semenciers déclarent que, grâce aux revenus tirés de la production de semences, ils disposent de ressources financières pour préfinancer la campagne de production et pour faire d'autres investissements. Toutefois, il convient d'observer qu'avec la croissance de la production de semences d'oignon, il est fort probable que le prix de semences, très élevé durant les dernières campagnes, sera revu à la baisse. Cela affectera certes la rentabilité de l'activité mais de l'autre côté, cela réduira beaucoup les coûts de production des producteurs de bulbes.

Vers des semences de qualité déclarées ou certifiées

Tout au long de ce processus, des structures spécialisées font des visites de terrain. Après la récolte et la conservation des semences, les coopératives et producteurs semenciers procèdent à des tests de germination en collaboration avec les structures spécialisées. L'implication de la recherche et des autorités prépare le chemin qui mène vers des semences de qualité déclarée ou mieux encore des semences certifiées. La FCMN paye avec la recherche (INRAN) des semences de base qu'elle met à la disposition des producteurs pour la production des bulbes mères. La FCMN a approché la direction de la promotion des filières végétales pour formaliser un partenariat en vue d'arriver à la certification des semences produites par les membres. La FCMN envisage également de créer un mini laboratoire pour faire des testes de qualité.

En perspective : 'Maison de semences' pour marketing et distribution

Dans la culture d'oignon, les cultivateurs utilisent en moyenne 5 kg de semences par hectare (3 *tias*). Pour 30 000 hectares, il faut en principe 750 tonnes de semences. Même si l'on considère que seulement 20% des producteurs font recours aux semences de qualité, les besoins nationaux se chiffrent encore à 150 tonnes par an.



Les magasins de type reseda

UNIC RESEDA a mis en place un autre prototype d'abri moderne de stockage et conservation d'oignon à l'image de celui de l'ANPIP. Ce magasin permet de stocker 20 tonnes d'oignon pour une durée de six mois. Il vise un taux de perte de moins de 15%. Le coût de construction de l'abri *reseda* est autour de 1,5 million F CFA.

Depuis 2006, plusieurs structures d'accompagnement et d'encadrement (SNV, LWR, USADF, ANFO, FCMN, Agri-Bilan, GSC Nagari Nakowa, UNIC RESEDA) appuient les producteurs à valoriser l'oignon au moment de la récolte.

ANPIP, à travers le projet PIPII, a piloté un prototype de magasin à Guidan Ider, construit avec des matériaux locaux. La toiture étanche visait la protection contre l'humidité et favorise l'aération.

UNIC RESEDA a mis en place un autre prototype d'abri moderne de stockage et conservation d'oignon à l'image de celui de l'ANPIP. Ce magasin permet de stocker 20 tonnes d'oignon pour une durée de six mois. Il vise un taux de perte de moins de 15%. Le coût de construction de l'abri *reseda* est autour de 1,5 million F CFA.



Rudu dans la région de Madawa



Magasin moderne reseda

sacs d'oignons, soit 1 à 6 tonnes. Le coût de construction moyen d'un *rudu* est autour de 50,000 FCFA. Les *rudus* ne permettent pas de bien maîtriser la température et l'humidité, qui sont les paramètres clés de la conservation.

Caractéristiques des rudus

- Toiture en paille: forte absorption des rayons solaires niveau d'étanchéité défectueuse;
- Faible capacité de stockage;
- Surcharge avec la mono-claie;
- Taux de perte supérieur à 20% après trois mois de conservation;
- Construction non sécurisant: risque élevé d'incendie et de vols et de dégâts par les animaux

Les pertes de stockage sont généralement très élevées et alors décourageantes pour les producteurs. En fonction des itinéraires techniques de production, de récolte et de stockage et la durée de la conservation, les pertes occasionnées se situent entre 10 et 90% des bulbes mises dans les *rudus*. Dans ces conditions, il est difficile de rentabiliser l'opération de stockage, même si les prix doublent ou triplent après quelques mois.

Le graphique suivant montre clairement que les centres de commercialisation importants de Galmi, Sabon Guida et Madaoua-Tounfafi sont les sites où on trouve un grand nombre de *rudus*.

La production actuelle de semences améliorées est alors minime par rapport aux besoins.

La FCMN étendra le réseau de multiplicateurs de semences d'oignon aux autres régions et coopératives du pays. Il est envisagé qu'à l'horizon 2015, les multiplicateurs paysans puissent produire 27 tonnes de semences de graines. Cette quantité permettrait de créer une entreprise coopérative semi-indépendante : « La maison de semences » La gestion quotidienne sera assurée par un directeur général. La maison de semences sera ravitaillée par les producteurs semenciers à travers leurs coopératives. Les techniciens de la FCMN et les animateurs endogènes seront responsables du suivi de la qualité des semences produites.

Conclusions et défis

Les semences d'oignon constituent une chaîne de valeur spécifique de la filière oignon. Une bonne partie des producteurs de bulbes, conscients de son importance, est prête à payer un bon prix pour des semences de qualité. La production de semences est alors une activité commerciale, qui, comme les expériences des multiplicateurs témoignent, est rentable. Bien que certains semenciers aient commencé à analyser la rentabilité de la production de semences, c'est un défi de généraliser la tenue de comptes d'exploitation.

L'activité de production de semences d'oignon est très exigeante sur le plan technique. Elle demande une technicité élevée des semenciers, le respect des itinéraires et un suivi-contrôle rapproché, surtout si l'on veut aboutir à la production des semences certifiées. L'organisation efficace de formations et de suivi-accompagnement reste un défi, surtout si l'on veut plus rapidement couvrir les besoins en semences de qualité. Les producteurs semenciers actuels peuvent jouer un rôle important ; ils peuvent former et conseiller d'autres producteurs de semences.

La production des semences d'oignon est aussi exigeante sur le plan financier. Elle demande des semences de base, des intrants (terre, engrais, motopompes) et de la main d'œuvre. Les producteurs semenciers ont malheureusement encore des problèmes pour acquérir les investissements nécessaires. Ils sont 'victimes' de la réticence générale des banques à financer l'agriculture qu'elles considèrent très instables d'où la difficulté de financer les activités liées à la production de semences. Un grand défi est de convaincre les banques et IMF d'accompagner l'initiative de production semen-

cière. Ces derniers sont des acteurs manquant dans le système actuel.

En ce qui concerne la commercialisation et la distribution des semences, la création et la gestion d'une maison de semences est aussi un grand défi. Un enjeu particulier est d'organiser l'ensemble des producteurs semenciers autour de cette maison de semences et d'arriver à la commercialisation de semences certifiées auxquelles les producteurs d'oignon-bulbe ont confiance.

Suggestions d'action

- Doubler les efforts de formation technique des producteurs semenciers, avec accent particulier sur le rôle de formateur-conseiller des producteurs semenciers actuels.
- Assurer la disponibilité des semences de base.
- Montrer la rentabilité de la production semencière aux banques et IMF, sur la base des comptes d'exploitation des multiplicateurs et des études de marché.
- Analyser l'impact sur la productivité des champs d'oignon-bulbe et l'impact sur l'efficacité dans l'utilisation des ressources en eau.
- Poursuivre les démarches pour arriver à des semences de qualité déclarée ou des semences certifiées.
- Poursuivre les démarches pour la mise en place d'une maison de semences.
- Délimiter et sécuriser les zones de production de semence afin d'obtenir des semences génétiquement saines.

Questions clés

- Comment accélérer la production de semences d'oignon, sans toutefois compromettre l'appropriation de l'activité par les producteurs semenciers et sans compromettre la qualité des semences ?
- Quelles sont les risques liés à la proposition de créer une maison de semences ?

Saisons de production et opportunités de stockage

La culture de l'oignon peut s'étaler sur trois saisons. La culture hivernale, pratiquée par certains producteurs avec de l'expérience technique et des moyens, est destinée à la vente directe, car sa récolte coïncide avec la période de hauts prix. Les deux autres saisons, les saisons sèches fraîches et chaudes offrent des perspectives pour s'investir dans le stockage des oignons.

La campagne de la saison froide (Novembre à Janvier) est la plus importante. Sa récolte coïncide avec l'abondance de l'oignon sur le marché. Si les producteurs vendent à la récolte, ils le font généralement à des prix bas. Pour avoir des sacs, ils doivent souvent aussi casser le prix. Dans ces conditions, il est rentable de stocker pour vendre les oignons après quelques mois.

La culture d'oignons pendant la saison sèche chaude est surtout pratiquée dans des vallées où l'eau se retire tardivement. Ces zones ont un avantage comparatif dans la mesure où la récolte d'oignon est plus tardive. C'est dans ces zones que la stratégie de stockage et de vente différée est beaucoup développée. La culture d'oignons pendant la saison chaude est aussi pratiquée par des producteurs qui visent des prix d'oignon plus favorables.

Abris de stockage

La vente différée suppose la construction des abris de stockage. En ce moment, les producteurs, les commerçants et coopératives utilisent deux types d'abris. Plus de 95% de la conservation d'oignon se fait de manière traditionnelle dans le *rudu* : des silos en tiges et paille. La durée de conservation n'excède généralement pas les 2-3 mois. Durant ces dernières années, plusieurs initiatives de conception et de construction d'abris modernes ont vu le jour. Dans la plupart des cas, il s'agit des infrastructures en banco. Le modèle en banco le plus rencontré est le *reseda*. Les expériences avec des abris en matériaux définitifs – toujours financés par les bailleurs de fonds ont montré que les coûts sont inhibiteurs et leurs performances ne sont pas concluantes.

Les rudus

Les rudus sont des cases en paille avec une ouverture pour faire rentrer et sortir les oignons. Les oignons se trouvent sur une claie en tiges, qui repose sur des pierres et n'est pas en contact avec le sol. En fonction de leur taille, les *rudus* peuvent contenir 5 à 50

Stockage et conservation:

Conseils techniques pour perdre moins

Le stockage/conservation de l'oignon constitue aujourd'hui une option importante pour augmenter les revenus des producteurs d'oignon. En plus des hausses de prix de vente, la vente différée joue positivement sur la sécurité alimentaire des ménages. L'utilisation des abris modernes réduit les pertes de conservation qui sont actuellement très élevées. Des meilleures pratiques de stockage peuvent considérablement augmenter les revenus des producteurs et d'autres stockeurs. Ces initiatives méritent d'être soutenues à travers une synergie d'actions. Cependant, force est de constater que la durée de stockage est fonction du niveau de vulnérabilité du producteur et de l'augmentation des prix sur le marché.

Face à cette situation peu enviable, plusieurs initiatives sont menées par les producteurs parmi lesquelles la vente différée occupe une place de choix. La stratégie de vente différée, qui permet aux producteurs d'éviter le bradage, nécessite le stockage de l'oignon durant les périodes où les prix sont encore bas.

Dans la zone de recherche action, les abris de stockage sont estimés à 21 magasins de type moderne et 4260 magasins de type traditionnel. Environ 6717 tonnes d'oignon sont stockés dont 6465 tonnes pour les rudu et 252 tonnes dans les reseda sur une période de quatre mois. La gestion du stockage dans des magasins de type reseda est le plus souvent sous la responsabilité d'une coopérative. Pour améliorer les pratiques de stockage, les organisations des producteurs d'oignon ont organisé plusieurs formations en amont et en aval.

Financement et crédit pour la chaîne de valeur de l'oignon

Financement et crédit pour la chaîne de valeur de l'oignon

Contrairement à la production, les acteurs du maillon de la commercialisation semblent beaucoup plus orientés vers le système d'autofinancement. Dans tout les cas, l'usure et les taux d'intérêt observés peuvent atteindre plus de 130% dans la zone de Maggia. Pour charger un camion de 30 tonnes du lieu de production au marché de distribution une importante masse d'argent est mobilisée (environ 10 millions de FCFA) l'introduction d'un appui financier formel servira à renforcer l'ensemble des maillons de la chaîne.

Les Banques et Institutions de Micro Finance (IMF)

Dans la zone de la recherche action, il existe une banque commerciale (ECOBANK) et sept institutions de micro-finance. Les entretiens de l'équipe recherche action «l'Oignon» avec ces institutions financières ont permis d'apprécier le niveau d'implication de l'ECOBANK et de cinq institutions de micro-finance (Yarda Tarka Magia, WADATAR KOWA, Dan Albassan, Babu Dolé et ASUSU – CIIGABA).

Dès lors que l'oignon est un produit très périssable, la fluctuation de son prix sur le marché est très dynamique. Ces situations font de l'oignon un produit à risque sur lequel il est difficile de porter une analyse conséquente de prêt. Toutefois, ces institutions injectent des capitaux importants dans la filière même si la plus grande partie des ressources financières sont investies sur le maillon de production à travers des crédits de campagne de production.

La banque commerciale est jusque là réticente à placer des ressources dans la filière car l'orientation des investissements est fonction du chef d'agence; en effet, pour la banque, le chef d'agence a une responsabilité ferme sur les produits proposés aux clients. Depuis sa création, elle a mené des actions d'informations et de sensibilisations qui ont permis de compter en termes de client une structure de producteur d'oignon de Galmi et une moyenne d'un

peu plus de dix personnes physiques de la filière oignon. En effet l'exigence de la banque n'est pas seulement d'ouvrir un compte mais de faire des mouvements avant de prétendre à un accompagnement. Les institutions de micro-finance font plus d'effort dans l'accompagnement des acteurs de la filière oignon. A ce jour, ces structures de financement appuient l'ensemble des chaînes et mail-lons de la filière oignon. Les interventions de chacune d'elles sont fonctions de leurs capacités financières d'une part et du mécanisme mis en place pour suivre les crédits placés d'autre part.

La Caisse Populaire d'Epargne et de Crédit WADATAR KOWA

La caisse intervient au niveau de la zone de recherche action (départements Konni et Madaoua) et compte six organisations membres dont 3755 hommes, 1520 femmes et 1320 personnes morales. La situation des crédits octroyés dans le cadre de la production et la commercialisation de l'oignon n'est pas spécifiquement établie car les crédits orientés vers le secteur concernent l'agriculture en général.

Mutuelle d'épargne et de crédit BABU DOLE de Tsernaoua

Cette mutuelle a des capacités financières très limitées car ses fonds proviennent uniquement des épargnes des membres. L'en-cours de 2009 est de 6,229,354 FCFA avec un crédit en souffrance de 789,802 FCFA pour la même année. Le financement de l'oignon au niveau de cette mutuelle est très timide ou souvent rare du fait des risques liés à ce produit.

Mutuelle DAN ALBASSAN de Galmi

Créée en 1996 avec l'adhésion de 50 membres individuels et un capital au départ de 125,000 FCFA, la mutuelle de crédit compte aujourd'hui un capital de 942,000 FCFA et 1021 membres dont 24 groupements de maraîchers. Bien qu'elle soit dans la bande de production intensive et commercialisation du violet de Galmi, elle a un faible investissement et de contrôle des activités de la filière. Au titre de l'année 2010, 18 crédits ont été octroyés à 18 groupements pour un montant de 900,000 FCFA soit 50,000 FCFA par groupe-ment. Elle applique un taux d'intérêt de 2,5% par mois soit un taux annuel de 30%.

Questions clés

Comment concilier un nouveau type de sac qui préserve l'intérêt des producteurs et celui des femmes productrices de *tchalis* ainsi que l'environnement ?

deaux (France). Elle les commercialise à travers des tabliers et boutiques à Madaoua, Konni et Tsernaoua. Ambal Mali, pour sa part, a introduit un sac filet de 50 kg pour une phase test mais le sac n'a pas eu l'agrément ni des producteurs ni des commerçants qui n'ont pas d'intérêt à utiliser des sacs plus petits car l'augmentation du nombre de sacs implique une augmentation des frais de transport. Ces innovations n'ont pas reçu l'agrément des acteurs d'ensachage et de reconditionnement et le test n'a pas été concluant. Signalons que les commerçants d'oignon disposent de plus de 3 millions de sacs en jute recyclables pour une valeur estimée à plus de trois milliards de FCFA. Les sacs actuellement utilisés dans la commercialisation de l'oignon sont devenus des références, difficiles à remplacer étant entendu qu'ils constituent le fruit d'entente entre producteurs et commerçants.

Innovation ou tradition

L'introduction de nouveaux sacs risquerait de causer un manque à gagner important aux femmes confectionneuses de *tchali* de Galmi. Chaque chapeau confectionné est vendu à 125 F CFA l'unité. Partant du postulat d'une production moyenne de 300.000 tonnes exportée, il faudra en moyenne trois millions de chapeaux, soit environ 312 millions de chiffres d'affaires générés par cette activité.

Suggestions d'action

Le constat sur le faible taux de participation des femmes au sein des organisations et surtout leur présence timide dans les différents maillons de la chaîne est édifiant. Souvent reléguées aux fonctions de services, elles arrivent difficilement à se forger une place autour des activités de la filière. Cependant, depuis longtemps, les femmes se sont illustrées dans la fabrication des *tchalis*. Fortes de ces acquis, et depuis la tentative d'introduction des sacs en nylon, les confectionneurs des *tchalis* dont les femmes et les jeunes de Galmi s'organisent et se battent pour garder leur principale activité génératrice de revenus.

Des rénovateurs à l'ANFO s'occupent de la question des sacs sans en avoir tiré une conclusion.

Yarda Tarka Magia et ASUSU – CIIGABA: deux institutions d'espoir pour la filière

Yarda a hérité des fonds de la cellule crédit du projet basse vallée de la Tarka qui a été financé par l'union européenne. En 2009, Yarda dispose d'un encours de crédit d'un milliard trois cent millions (1,300,000,000 FCFA) pour une demande de client estimée à deux milliards (2,000,000,000 FCFA) soit une demande non satisfaite de 35%.

De 2007 à 2009, le crédit oignon se chiffre chaque année à 17% des crédits placés. Pour 2010, les prévisions de crédit et de warrantage de la campagne oignon se chiffrent à 104,587,000 FCFA.

En 2007 Yarda a été saisi par ANFO pour le financement d'un prêt de 8,000,000 FCFA au profit de ses membres. Ce financement a été octroyé et le montant a été remboursé. L'opération de placer directement le crédit au niveau des membres de ANFO n'a pas pu être répétée à cause d'une divergence de vision portant sur la gestion du crédit que la Yarda a voulu placer et suivre conjointement le crédit avec ANFO pour une plus grande efficacité et efficience.

L'IMF ASUSU-CIIGABA est née du souci permanent de la BAD et du Gouvernement de la République du Niger de pérenniser la délivrance des services financiers aux populations à faibles revenus du Niger et qui n'ont pas accès aux services bancaires. Sa création répond à la nécessité de doter le secteur de la micro finance d'institution professionnelle.

Ainsi ASUSU fournit ses services financiers selon la méthodologie de crédit direct avec éducation aux micro entrepreneurs organisés en Associations d'Épargne et de Crédit (AEC), en groupement ou individuellement sous forme de crédit AGR, crédit d'embouche, crédit individuel, crédit warrantage, crédit maraîchage, crédit relais et crédit de trésorerie. Pour continuer à satisfaire les besoins d'une clientèle sans cesse croissante, au delà des lignes de crédit des projets de Développement, ASUSU-CIIGABA gère des lignes de refinancement venant des banques commerciales. De ce fait, ASUSU a pu multiplier ces sources de financement au cours des deux dernières années et a pu mobiliser plus de trois milliards de FCFA pour satisfaire sa clientèle sur l'étendue du Niger. Dans la zone de la recherche action, notamment à Konni, les fonds alloués à la filière oignon ont connu des régressions importantes sur l'ensemble des crédits placés (28%, 25%, 18%) de 2007, 2008 et 2009 car jus-

qu'en 2008 le bureau de Konni couvrait Konni, Tahoua et Madaoua. En 2009, Tahoua était autonome engendrant la baisse considérable des encours de crédit et d'épargne.

Situation au 31 Décembre	2007	2008	2009
Encours de crédit embouche	00	49,688,973	56,593,374
Encours de crédit AGR	157,452,887	155,777,022	43,361,591
Encours de crédit filière oignon	61,489,120	70,003,551	23,175,697

Accès au crédit pour la commercialisation

Contrairement à la production où les producteurs sont familiarisés aux crédits de campagne, on note une absence notoire du système de financement dans le maillon de la commercialisation. Les acteurs de cette fonction semblent beaucoup plus orientés vers le système d'autofinancement et non vers les banques, du fait de la masse importante d'argent qui est mobilisée (environ 10 millions de FCFA pour un chargement d'un camion du lieu de production au marché de distribution). Pourtant, l'introduction d'un tel appui servira à renforcer plus le maillon de la chaîne et limiter de ce fait l'usure observée où des taux d'intérêt peuvent aller jusqu'à hauteur de 130% (cas Kawara).

La fermeture des banques telles que la BDRN et l'influence négative qui en a suivi ont créé une méfiance au niveau des acheteurs. Ainsi l'usage des banques se limite souvent à des transactions des devises et non à un préfinancement d'une affaire commerciale. Par exemple Hadiza, une des cinq femmes commerçantes Nigériennes qui font le trajet jusqu'à Cotonou utilise la banque Sahélo – Sahélienne pour transférer de l'argent jusqu'à Agadez.

Depuis l'événement malheureux de Guidan Ider (un producteur voyageant avec une forte somme d'argent de la vente d'oignon sur lui a été assassiné en route entre Yaya et Tsernawa), les acteurs de la commercialisation ont commencé à utiliser les services de la banque dans les transactions financières. Ailleurs, dans les filières

mettant d'acheter des céréales en période de soudure, de payer les impôts pour les femmes veuves ou d'assurer les dépenses sociales des ménages dont la scolarité des enfants.

L'importance de la confection des « tchalis » pour les femmes

La productivité du travail de transformation de feuille de doum en *tchali* est de 8 à 10 *tchalis* par jour et par femme selon le cas. Avec un petit fagot de palme acheté à 2000F CFA sur place à Galmi, une femme fabrique en moyenne 50 *tchalis*. Chaque unité de *tchalis* se vend en moyenne à 50 F CFA sur place à Galmi. Donc, sur chaque fagot acheté, transformé et vendu, une femme gagne 500 F CFA de bénéfice. Il est aussi clair que ces prix fluctuent selon la saison. Si la demande est grande, les prix montent - cas de la période de la grande campagne de production d'oignon - mais en périodes de mévente (en hivernage) les prix chutent.

Certaines femmes stockent leur production quand elles ont encore les moyens de se procurer de la matière première mais la plupart bradent leurs produits pour subvenir à leurs besoins. La rémunération du travail ne dépasse pas 100 F CFA par jour mais comme c'est une activité en continue et les enfants les assistent dans la confection des *tchalis*, le revenu moyen de chaque femme peut varier de 180,000 à 576,000 de F CFA par an.

Même si les revenus des femmes paraissent faibles, les *tchalis* donnent aux femmes une certaine indépendance financière vis-à-vis du chef de famille, dans un contexte de saturation foncière où l'accès à la terre dans cette zone leur devient de plus en plus difficile.

Les chapeaux et sacs servent l'intérêt des commerçants

Trois types de *tchali* ont été identifiés (le grand, le moyen et le petit); ils sont utilisés en fonction du type de sac en jute sur lequel ils sont placés pour remplissage. Confectionnés à mesure pour les sacs *boligui* et *chonaka*, ils permettent d'augmenter le poids d'un sac d'oignon de 20 à 50 kg, d'où son intérêt pour les commerçants.

Dans le contexte que le violet de Galmi vient de recevoir son récépissé de labellisation par l'Organisation africaine pour la propriété intellectuelle (OAPI), un système d'étiquetage et l'introduction de nouveaux sacs filets est envisagé : La Société SAFIE Niger Oignon expérimente avec des sacs en nylon de 5 et de 20 kg venus de Bor-

Sacs et ensachage : «Mata-mata chapeau pour les femmes»

Les chapeaux ou « tchalis » sont fabriqués par les femmes, les jeunes et les enfants de Galmi et des villages environnants. C'est une activité lucrative dont le chiffre d'affaire annuel est estimé à 312 millions de F CFA. Leur disparition en cas d'introduction prématurée d'un autre type d'emballage risquerait de créer un important manque à gagner aux ménages vulnérables de Galmi et environs. La matière première de base servant à la confection des chapeaux est constituée essentiellement des feuilles de palmier doum (*Hyphaene thaibeica*) récoltées dans les terroirs villageois des communes du Département de Gouré . Ces feuilles sont acheminées par trois principaux commerçants de Galmi qui les revendent en détail aux confectionneurs de Galmi.

La production des « tchali » est une opportunité de revenus surtout pour les femmes. Leur vente au niveau des centres de commercialisation modernes et traditionnels d'oignon assure aux familles les plus démunies un revenu régulier leur permettant de subvenir aux besoins essentiels de dépenses sociales des ménages. Ce commerce fait vivre aussi de nombreux petits intermédiaires : des collecteurs de « tchali » qui achètent au niveau des villages environnants de Galmi et se chargent du transport aux marchés d'oignon, et des revendeurs, qui achètent sur le marché aux femmes désireuses de conclure rapidement leurs ventes. S'y ajoutent, des grossistes motorisés qui viennent acheter à Galmi des feuilles du palmier doum à transformer en « tchali » dans d'autres zones de fabrication. Ils achètent aussi le produit final pour le revendre dans les autres zones de production d'oignon.

Sur une production potentielle de la région de Tahoua destinée à l'exportation d'environ 300.000 tonnes d'oignon, le besoin en chapeau est de 2,5 millions unités (300.000.000 kg/120). Si le prix de vente d'un « tchali » est de 125 F CFA , la valeur qu'engendrerait ce commerce des chapeaux est estimée à 312 millions de F CFA. Le « tchali » joue donc un rôle socio-économique important car il fournit aux plus démunis une source de revenus monétaires leur per-

comme le coton et le cacao, les banques accompagnent tous le processus de commercialisation.

Les raisons d'absence de collaboration dans la filière oignon peuvent être multiples :

- Niveau d'organisation relativement faible de la filière ;
- Les risques encourus qui sont trop élevés ;
- Pas d'offres spéciales comme la réduction de taux d'intérêt et une subvention de la part de l'Etat ;
- Une politique de communication des banques très limitée ;
- Une réticence des acteurs de faire appel aux services financiers.

Pourtant il existe plusieurs possibilités de collaborations comme par exemple :

- Les besoins d'investissements et de fonds de roulement (comptoir de Tsernaoua) ;
- L'opportunité de la filière qui mobilise prêt de 30 milliards chaque année, atout ignoré par les banques;
- Des structurations fonctionnelles à l'image des commerçants de Arewa organisés en groupement d'inter aide économique et qui disposent d'un fonds utilisé en cas d'éventuelles difficultés;
- Des consignataires en qui des grands commerçants basés à l'extérieur (Ghana, Cote d'Ivoire, Bénin, Togo) ont placé leur confiance.

Suggestion d'action

- Améliorer et sécuriser l'accès au crédit aux petits producteurs ;
- Renforcer les producteurs et leurs organisations sur l'importance du respect des échéanciers de paiement des crédits ;
- Porter des actions pour que les IMF et banques offrent des paquets spéciaux pour le secteur aussi bien pour la commercialisation et la transformation que pour la production ;
- Conduire des ateliers de mise en relation pour que les IMF et Banques augmentent leurs confiances aux acteurs de la filière oignon.

Interface dans la commercialisation : Espoir ou désespoir ?

Le mécanisme traditionnel de fixation des prix ressort des prérogatives du commerçant et de l'intermédiaire. L'intermédiaire est la clé de voûte de la commercialisation de l'oignon et rémunéré au cours d'une transaction à 200 FCFA par sac. Leur spécificité est fonction du centre de commercialisation au niveau des différentes localités. Le pouvoir d'achat, la quantité de production mobilisable, l'ancienneté et la confiance entre eux et les acheteurs déterminent le niveau d'influence et l'importance dans les prises de décisions. Les intermédiaires assurent la régulation de transactions destinées à l'exportation dans les marchés d'oignon. La transparence dans la transaction sécurise les revenus du producteur en période de forte production. Devant cet état de fait, des partenaires de l'ANFO et les autorités administratives et coutumières travaillent activement pour la restauration d'un équilibre de la transparence des transactions commerciale qui doit passer par une concertation et une implication de l'ensemble des acteurs pour que la transmissibilité des prix du marché soit effective et transparente tout au long de l'année.

Pendant la période de la SONARA (Société Nationale pour la Commercialisation de l'Arachide), l'Etat nigérien proposait de fixer un prix unique des produits agricoles. Cependant, la production et la commercialisation de l'oignon a toujours été l'affaire du secteur privé et la dynamique de la demande et l'offre de l'oignon sont liées aux réalités du terrain (commercialisation différée faite de façon traditionnelle). L'intérêt apporté à la commercialisation d'oignon par les étrangers à susciter l'émergence d'un groupe d'interprètes pour faciliter la transaction entre les commerçants et les producteurs d'où le commencement de l'intermédiation dans l'oignon. Ainsi ces intermédiaires développent des stratégies propres pour être maîtres des transactions et ces situations ont été en défaveur des

l'appui de leurs chefs de gare développent des stratégies de refus des sacs de type *boligui*. Aussi des *tchalis* non conventionnels commandés par des commerçants et des intermédiaires véreux sont détruits par les producteurs. Les types de sacs au niveau de chaque centre de commercialisation sont le résultat d'un compromis entre les producteurs et les commerçants.

Ce type d'action résultant d'un processus de concertation entre producteurs et leurs intermédiaires est un bon début qui ne suffit guère pour la filière entière où les acteurs restent divisés par rapport au meilleur type d'emballage.

Une route de changement peut commencer par trois types d'action:

1. Instaurer des bascules au niveau des points de collecte et centres de commercialisation (traditionnel et moderne)
2. 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)
3. Renforcer l'information et la sensibilisation sur la nécessité de moderniser l'emballage de l'oignon avec pesage standard
4. Formaliser le système de conditionnement sur la base d'une réglementation acceptée par tous.

Le défi majeur est d'arriver à uniformiser le conditionnement des oignons en tenant compte de l'intérêt des principaux acteurs de la question (petit producteur, commerçant, confectionneuse et docker). Pour ce type de conditionnement, c'est important de tenir compte des aspects suivants:

- Le changement des sacs doit prendre en compte la confection des *tchalis* par les femmes et la confection des sacs en jute.
- La modernisation de l'ensachage doit tenir compte de la santé des dockers raison pour laquelle l'utilisation des sacs *chonakan* de 100 kg avec *tchali* réduit, est suggérée.

Pour y arriver, c'est nécessaire d'informer les acteurs concernés sur les avantages d'avoir un système de conditionnement plus transparent et uniformisé. Les ONG aussi bien que les structures de l'ANFO et la FCMN doivent s'impliquer dans la réalisation de ces actions.

En dehors des quatre centres qui refusent le *boligui*, il est observé un recul de son acceptation. Ainsi, au niveau des points de commercialisation de Gandassamou et d'Eroufa/Kabori, la présence de *boligui* est respectivement de 1% et 5%.

Initiatives d'amélioration

Pour pallier ces types de conséquences (perte de revenus, accidents parmi les dockers), les responsables ANFO Galmi procèdent à l'incinération des *tchalis* non conventionnels destinés à des Boligui hors norme. Cette stratégie permet de contrôler les manœuvres de certains commerçants véreux qui disposent de sac *boligui* à l'image d'un grenier mobile.

Dans la même lancée d'amélioration des revenus des petits producteurs, la SNV Niger et ANFO Nationale en collaboration avec Embal-Mali ont fait un test d'introduction d'un type de sac en filet de 50 kg. Cependant cette innovation n'a pas eu l'agrément des acteurs d'ensachage et de reconditionnement. En effet les conséquences de l'introduction de tel type d'emballage auront des effets sur les revenus :

- Des femmes et enfants de Galmi et villages environnants par un manque à gagner estimé à 312 millions de FCFA pour 2,5 millions d'unités de chapeau vendus chaque année.
- Des commerçants d'oignon qui disposent de plus de 3 millions de sacs en jute recyclables pour une valeur de 3 milliards de FCFA.

De l'avis de certains ténors de la filière oignon, il faut obligatoirement voir les intérêts des producteurs et des commerçants. Les sacs actuellement utilisés dans la commercialisation de l'oignon sont devenus des références, qui sont difficiles à remplacer; également, d'après le Président régional de l'ANFO, les sacs sont des anciens compromis entre producteurs et commerçants et par conséquent, on ne peut pas les changer d'un revers de la main.

Suggestions d'action

Sur la base des constats et discussions avec les acteurs autour du conditionnement, nous retiendrons que les petits producteurs semblent être les plus lésés du système. Face à une telle situation, les petits producteurs de certains centres de commercialisation avec

producteurs. Suite à la surproduction de 2003 où le prix minimum a atteint 1500 FCFA le sac de 120 kg (*chonakan*), la chefferie traditionnelle fut impliquée dans la zone de Tsernawa à fixer le prix. Les commerçants de Ghana ont refusé d'acheter et après 15 jours, le chef de canton a décidé de liquider le stock d'oignon en voie de pourriture.

Depuis l'année 2000, différents projets et partenaires (PIP2, PIV, USADF, SNV, RECA, ANFO et FCM Niya) renforcent les capacités des producteurs autour des techniques de production et de conservation à travers des séries d'ateliers autour des enjeux de la fixation des prix de l'oignon et le mécanisme de transmissibilité des prix au niveau des points de vente. Ces actions ont permis la mise en place des mécanismes de contrôle et de régularisation des fluctuations des prix ou «comité de fixation de prix de l'oignon local» avec l'appui de la SNV et l'accord des autorités administratives et autorités coutumières.

Du prix unilatéral à un prix concerté rémunérateur en période de grande production

Des dires de Elhadji Douka, Vice Président de l'ANFO régionale et président du comité de gestion du comptoir de Tsernaoua « Plus de 80% de la population dans la zone Ader-Maggia-Tarka produit de l'oignon et beaucoup d'autres en dépendent largement». En effet face à la convoitise de l'or Violet par des acheteurs étrangers et dans l'intérêt de mieux s'organiser, les producteurs d'un centre de commercialisation demandent l'appui de la chefferie traditionnelle et de l'administration publique pour procéder à l'élection et la mise en place d'un chef de gare. Ce dernier est le premier responsable du centre ou point de commercialisation. Il a le pouvoir de rendre justice et ou prévenir d'éventuels conflits. Il a aussi pour mission de défendre la cause des producteurs dans la fixation de prix et d'arriver à faire la promotion de son centre de commercialisation et faire venir plus d'acheteurs. A coté de ces représentants de producteurs, se trouvent des personnes dénommées Logeurs disposant des relations avec les acheteurs venus des pays voisins. Ces logeurs facilitent aux commerçants étrangers l'hébergement, l'accès aux centres de commercialisation et en cas de besoins, l'acquisition d'un camion pour l'acheminement des oignons achetés. A l'arrivée des acheteurs, les logeurs les orientent vers les intermédiaires acteurs incontournables dans les transactions commerciales de l'oignon. L'intermédiaire informe l'acheteur du prix de marché et l'acheteur

lui confie les sacs en jute et l'argent correspondant à leur remplissage. Ainsi l'intermédiaire informe les producteurs de l'arrivée et du prix de marché. Si le prix répond aux attentes des producteurs, l'accord de la transaction est accepté si non une négociation est engagée pour arriver à un prix. Le plus souvent, c'est à ce moment que l'intermédiaire exprime ses deux titres de pouvoir «intermédiaire et intimidateur». Certes, c'est dans un tel contexte que le schéma de l'intermédiation se décrit mais la stratégie, l'approche et la démarche de l'intermédiation dans la chaîne de valeur de l'oignon sont intimement liées au centre ou point de commercialisation.

La catégorie d'intermédiaire et leur nombre au niveau du centre de commercialisation sont fonction de l'intensité et de l'importance des activités commerciales. La composition des équipes ou groupes d'intermédiaires varie d'un centre à un autre. Toutefois, il ressort trois principaux niveaux d'intermédiation dans la chaîne de valeur de l'oignon. Le rôle de chaque type d'intermédiaire est distinct :

Les intermédiaires titulaires ont leurs propres acheteurs venant de l'étranger et même du Niger. Il n'y a pas des contrats formels entre eux mais leurs relations sont basées sur la confiance et l'habitude. Ces intermédiaires ont des liens de transaction avec d'autres intermédiaires résidant dans la zone de production, ils sont aussi appuyés par des aides ou suppléants à côté desquels travaillent des intermédiaires auxiliaires. L'importance du groupe qui côtoie l'intermédiaire Titulaire détermine son assise et sa zone de couverture.

Pour l'intermédiaire suppléant, c'est le niveau d'échelon auquel il se trouve qui détermine son appellation. Ainsi il peut être : Aide titulaire, lorsqu'il est sous la responsabilité du titulaire et responsable d'un nombre d'intermédiaires subalternes ou être Intermédiaire auxiliaire, à ce moment il joue le rôle de l'aide titulaire dans le cas ou celui-ci n'existe pas dans le schéma d'intermédiation de sa zone de couverture. Le plus souvent cette catégorie d'intermédiaires sont sous la responsabilité directe de l'intermédiaire titulaire. En réalité ces intermédiaires sont ceux qui ont de relation directe avec les producteurs au niveau des centres de commercialisation car c'est à eux que les sacs sont confiés par l'intermédiaire titulaire ou son aide.

Les intermédiaires villageois, sont le plus souvent des grands producteurs logés au niveau des villages. Ils jouent le rôle de collec-

Ce qui s'observe à Aréwa, principal centre traditionnel de commercialisation, est dramatique car il y existe des commerçants qui utili-

« *Quand le boligui rentre dans mon grenier, je me retire pour ne pas avoir des larmes aux yeux car la contenance de mon grenier peut se limiter à un ou deux sacs de boligui alors que je place une vingtaine de chonakan à la récolte* ». (Productrice de Tama)

sent des sacs encore plus grands que le *boligui* conventionnel lors des transactions au niveau des parcelles des producteurs. Le *boligui* ainsi surchargé constitue un risque de blessures et de pourriture du produit lors du transport.

Accidents parmi les dockers

L'unité du sac *boligui* est chargée sur les camions à 500 FCFA par les dockers contre 300 à 350 le *chonakan* suivant les centres. En effet, cette différence de prix n'est pas sans conséquence fâcheuse car il est observé des accidents allant d'une invalidité physique à la mort du docker en passant par une fracture du cou ou de la colonne vertébrale. Ces types d'accidents sont souvent fréquents.

« *Nous refusons le boligui au niveau de notre centre parce que sa contenance n'est pas équivalente au prix que le commerçant nous propose pour le remplir d'oignon* ». (Le chef de gare de Tama)

Refusons le boligui !

Parmi les 10 centres de commercialisation de la zone Ader-Maggia-Tarka pris en compte par la recherche action "Éplucher l'oignon", quatre rejettent le *boligui*. Il s'agit de Guidan Ider; Sabon Guida; Kawara et Tama. En effet, le mouvement pour le refus du sac *boligui* a commencé à Sabon Guida car pour les producteurs, ce type de sac est à leur désavantage et la différence de prix de 5,000 FCFA ne compense pas la quantité d'oignon consommée. Ce refus a fait un boom dans la commercialisation de l'oignon et l'affaire est montée jusqu'à l'Ambassade de Ghana, au gouvernement et aux préfets de la zone à l'époque. Malgré des tentatives de faire revenir les producteurs sur cette question, la zone de Sabon Guida a maintenu sa position et dès lors il n'y a que des *chonakan* moyen en jute de 120 kg.

Pour le remplissage des sacs, des chapeaux communément appelés *tchali* en langue Haoussa sont placés au-dessus des sacs. Le type de *tchali* utilisé est fonction du type de sac en jute. Ces *tchalis* permettent d'augmenter le poids du sac de 20 jusqu'à 50 kg. Cette stratégie du commerçant lui permet d'avoir suffisamment d'oignon dans un sac et lui réduit le coût du transport. Ces chapeaux sont confectionnés par les femmes et les enfants du village de Galmi à partir de feuilles de palmier doum. Il est estimé qu'ils gagnent près de 312 millions de FCFA pour 2,5 millions d'unités de chapeau vendus chaque année.



Différence de poids

Le *boligui* rempli d'oignons pèse entre 150 et 160 Kg. Son chapeau à lui seul a une contenance de 50 kg. Ces types de sacs en jute sont le plus souvent utilisés par les commerçants de Ghana et Togo. Le sac est reconnu par une bande verte verticale dénommée «cravache» ou «chicotte» par les producteurs.

Néanmoins ce sont les sacs *chonakan* reconditionnés qui sont les plus utilisés. Il a été observé une différence d'environ 10 kg entre le poids d'un sac neuf et un sac déjà utilisé.

Les sacs *mata* dans l'Ader Magia et la Tarka ne sont utilisés pour faciliter le transport de l'oignon du point de production à accès difficile aux points de collecte et de commercialisation (zone Madaoua, Tahoua commune, Galmi, Aréwa, Tsernaoua et Niamey). L'oignon est également reconditionné dans des sacs en jute.

La différence de poids entre les sacs (avec chapeau) nouveaux ou vieux peut monter jusqu'à 25 kg (*chonakan*) et 40 kg (*boligui*). La persistance au recyclage des sacs par les commerçants exportateurs engendre un manque à gagner aux producteurs. La perte par année de production peut augmenter jusqu'à 115,000 FCFA (*chonakan*) et 167,586 FCFA (*boligui*)! La perte est de 2 tonnes environ sur un chargement de 25 tonnes autorisés par camion (*chonakan*). Cette augmentation de poids est doublée avec le *boligui*.

teurs. Cependant ils ne dépendent pas directement d'un intermédiaire titulaire quelconque d'un centre de commercialisation. Ils négocient préalablement le prix de l'oignon et se chargent de l'intermédiation entre les producteurs et les autres niveaux d'intermédiation par l'entremise du chef de gare.

Il est complexe d'hierarchiser l'intermédiation dans la chaîne de valeur de l'oignon. C'est un schéma difficile à uniformiser et chaque centre de commercialisation dispose d'un tracé propre.

Par exemple:

A Arewa les intermédiaires sont sous la responsabilité de deux chefs de Gare. Chaque chef de gare a une zone de couverture au niveau du centre et une équipe bien distincte composée d'intermédiaires titulaires plus leurs auxiliaires ou aides (13+13 et 12+12). Chaque intermédiaire auxiliaire a un point de commercialisation propre. Ce sont ces intermédiaires qui informent les producteurs des évolutions des prix et c'est chez eux que les producteurs amènent leurs productions. Ici les intermédiaires sont organisés en groupement. Leurs frais d'intermédiation sont collectés et placés à la garde du trésorier du groupement pour une période de 1 à 3 jours. Les frais correspondant à chaque intermédiaire sont payés après règlement des éventuels litiges observés sur le centre de commercialisation.



Ces types de structurations et organisations fonctionnels sont aussi observés à Tounfafi/ Madaoua, Sabon Guida, Eroufa et Kabobi. Cependant à Gandassamou, les intermédiaires locaux ont plus de pouvoir que le chef de gare.

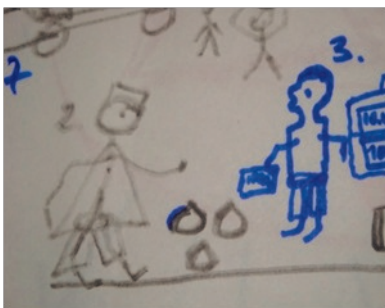
A Kawara, l'intermédiation est assurée par des intermédiaires locaux qui sont membres de la coopérative des producteurs du village. Ils se renseignent auprès des intermédiaires de Galmi de l'évolution des prix, et reçoivent ensuite les sacs pour partager aux producteurs sur la base d'un prix fixé par les intermédiaires de Galmi.

A Tsernaoua avant l'avènement du comptoir moderne, l'intermédiation de vente d'oignon autour du comptoir de Tsernaoua est exclu-

sivement exercée par des intermédiaires titulaires qui se font aider par des auxiliaires. Chaque intermédiaire possède un réseau de commerçants qui lui sont fidèles et qu'il loge dès leur arrivée. Ces intermédiaires s'accaparent des sacs en jute et jouent un double rôle celui d'intermédiation et celui de logeur.

Cette pratique est aussi observée à Guidan Ider. Avec la démarche d'amélioration du schéma de commercialisation de l'oignon local, les acteurs autour du centre de commercialisation de Tsernaoua ont développé une politique d'accès au circuit d'intermédiation. Ainsi, la commercialisation de l'oignon local passe systématiquement par le comptoir mais le chargement des camions peut se faire au niveau des trois points de vente secondaires rattachés au comptoir.

Au niveau de chaque village, on retrouve des intermédiaires villageois reconnus par le comité de gestion du comptoir avec qui ils sont en contact régulier. Ces intermédiaires villageois sont responsables du marché et facilitent l'accès au comptoir, aux petits producteurs d'oignon et les intermédiaires titulaires ont obligatoirement pris la robe de logeurs. Une fois la production livrée, le paiement est direct au comptoir. Les figures ci-dessous expriment la vision des producteurs de Tsernaoua et de Guidan Ider de l'intermédiation actuelle.



Mécanisme traditionnel de fixation de prix vu par les petits producteurs de Tsernaoua et Guidan Ider



Le mécanisme actuel de fixation des prix au niveau du comptoir de Tsernaoua



Le mécanisme actuel de fixation des prix au niveau xxxxxxxxxxxxxxxx

Depuis quelques temps, on peut observer un mouvement de résistance qui se tourne contre les *boliguis*, parce qu'on dit que ces types de sacs causent une situation dangereuse pour ceux qui sont responsables du remplissage et chargement sur le camion (voir photo docker). Un deuxième problème qui se pose est le manque de format unique de sacs. La différence (en termes de prix) entre les grands et petits sacs, les nouveaux et vieux sacs, et surtout la non transparence sur le poids exact, amène des problèmes dans la négociation du prix.



Les sacs sont classés en plusieurs catégories selon la provenance des commerçants et des zones de production. Les intermédiaires à travers les commerçants sont chargés de fournir les sacs aux producteurs qui ne sont pas responsables du remplissage des sacs bien que la production leur appartienne. Les dockers sont responsables du remplissage

des sacs et sont engagés par le commerçant.

Cette situation n'est pas sans conséquence sur les relations entre dockers et producteurs car les producteurs estiment que les dockers sont toujours du côté des commerçants qui payent leur prestation et même des gratifications si le commerçant estime que les sacs sont bien remplis. Les commerçants pensent également qu'en confiant le remplissage des sacs aux producteurs, ils n'ont pas la garantie que les sacs seront bien remplis et que les oignons seront de bonne qualité.



«Le Boligui, sac ou grenier?» -

Conditionnement de l'oignon dans la région de Tahoua

Le système d'ensachage des oignons a plusieurs désavantages pour les petits producteurs et d'autres acteurs (artisans, dockers) concernés dans l'ensachage des oignons. Les deux désavantages le plus importants sont:

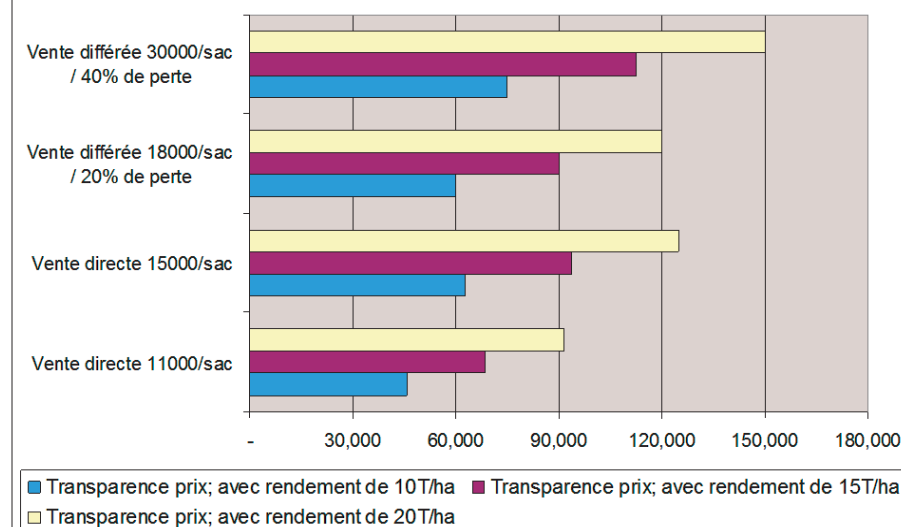
- la menace de la santé des dockers (les sacs *boligui* pèsent jusqu'à 210 kg) et
- la perte de revenus pour les petits producteurs à cause du fait qu'il existe différents types de sacs et le poids des différents sacs n'est pas bien défini. Ainsi, le producteur perd entre 115.000 et 167,600 FCFA par année.

Il existe des initiatives de changer cette situation défavorable, mais pour arriver à une meilleure situation on a besoin de l'action collective, qui inclut tous les acteurs concernés: commerçants, intermédiaires, dockers, artisanats et producteurs.

Avec une production annuelle estimée à près de 500 000 tonnes, le Niger est considéré comme l'un des pays les plus grands exportateurs de l'oignon en Afrique de l'Ouest. Ainsi, l'oignon est conditionné dans des sacs en jute qui facilite le transport. Ces sacs sont généralement des vieux sacs utilisés pour l'exportation du cacao.

Dans le système d'ensachage, plusieurs acteurs sont impliqués. Il s'agit des producteurs, des intermédiaires, des chefs de gare, des commerçants, des artisans et des dockers. Les sacs sont classés en plusieurs catégories selon la provenance des commerçants et des zones de production. On peut trouver les sacs: *boligui* (150 à 160 kg), *chonakan* (120 à 130 kg) en jute dans les bassins de production de l'Ader Magia et les sacs *mata* (50 kg) en plastique dans la région d'Agadez.

Impact transparence prix sur bénéfices par hectare



Le manque de transparence dans les transactions commerciales de l'oignon (prix et ensachage) limite les revenus des petits producteurs.

Le mécanisme traditionnel de fixation de prix revient à l'intermédiaire et à l'acheteur. Le producteur est mis au courant une fois le prix arrêté, il est demandé à l'acheteur de procéder à l'ensachage. La transaction se termine quand le producteur achemine les sacs remplis d'oignon au point de chargement et reçoit la valeur de l'argent correspondant aux sacs vendus livrés au près de l'intermédiaire ou du chef de gare.

Malheureusement la fixation de prix de l'oignon est aussi un facteur comme la période de commercialisation et la zone dans laquelle a lieu la commercialisation.

Dans tous les deux cas, le plus souvent l'intermédiaire arrête le prix avec les acheteurs avant d'aborder les producteurs. C'est dans cette situation que le prix peut être cassé car la situation rend l'intermédiaire maître de la transaction commerciale et de la fixation du prix. En effet, c'est à ce moment précis que l'intermédiaire joue sa carte de couteau à double tranchant c'est-à-dire s'associe à l'acheteur pour faire chuter le prix du sac et recevoir à la fin de la transaction une commission sur la différence au près de l'acheteur et au même moment faire comprendre aux producteurs les difficultés liées à faire venir et à convaincre l'acheteur. Cette forme «d'escroquerie négociation» est malheureusement acceptée par l'ensemble des parties même si elle crée un manque à gagner de plus de 400,000 FCFA pour les petits producteurs par hectare emblavé.

Par contre, en période post-récolte (juin-septembre) où la vente est différée par le producteur, l'ensachage a lieu au niveau du grenier ou 'Roudou'. C'est à cette période que le producteur impose ses conditions car l'offre est inférieure à la demande. En effet, c'est la période propice aux producteurs dans la négociation pour l'obtention du meilleur prix. L'acquisition du bon prix s'intensifie encore plus si la vente a lieu avant la sortie de l'oignon précoce (1er cycle de production octobre-décembre). Même dans ce cas les oignons ensachés dans les zones à accès difficile subissent un manque à gagner de 1000 FCFA par sac en jute de 120 kg. Cette différence est supposée couvrir le coût de transport pour l'acheminement du sac à la zone d'accès facile (Route Nationale bitumée) d'une part et d'autre part les frais d'intermédiation de l'intermédiaire représentant et accompagnant l'acheteur venu le plus souvent de Galmi.

Suggestions d'action

L'amélioration des revenus des acteurs de la chaîne, de la transparence dans les négociations et les transactions commerciales de l'oignon doit obligatoirement passer par:

- La mise en relation de l'intermédiation locale avec les acheteurs pour améliorer le pouvoir de négociation et réduire l'influence de la double intermédiation qui crée un manque à gagner aux acteurs locaux (producteurs, intermédiaires et dockers)
- Le renforcement de la commercialisation et de la recherche de débouchés par la mise à la disposition des organisations paysannes des zones reculées, des camionnettes par les IMF et/ou les Banques
- La formalisation de l'ensemble de comités en charge de la fixation et transmission des prix d'une part et d'autre part le renforcement de leur pouvoir de négociation et d'action de suivi-contrôle de la transparence dans la commercialisation.