



AU BURKINA FASO

DE LA MANGUE BIO POUR TOUS !



Entretien avec Eugène Millogo (Upromabio)

Eugène Millogo, producteur de mangues biologiques certifiées équitables au Burkina Faso, est aussi le président de la société coopérative de l'Union des producteurs de mangues biologiques et équitables de la région des Hauts-Bassins (Upromabio/HBS).

L'agroécologie se développe en Afrique de l'Ouest mais reste confrontée à des points de blocage, notamment au niveau de la production et de la mise en marché des produits. L'Upromabio tente de relever ces défis pour étendre son marché, autant à l'export que dans le pays.

Grâce à une stratégie de changement d'échelle reposant sur un essaimage des coopératives et des points de vente, et des actions de sensibilisation et de plaidoyer, l'Upromabio est-il en train de gagner le pari de la mangue bio pour tous à travers le pays ?

Dans le cadre d'une initiative portée par :



Coopérative Upromabio/HBS

Que cultivent les producteurs de la coopérative Upromabio ?

Les 42 membres de la coopérative produisent, sur 239 hectares de vergers, des mangues, certifiées biologiques et équitables, mais aussi des oranges, des bananes et des papayes. 11 cultivent de la fleur d'hibiscus (*bissap*) et certains des céréales telles que le maïs et le sorgho.

L'Upromabio a-t-elle sa propre unité de transformation ?

L'Upromabio possède une unité de séchage de la mangue et de la fleur d'hibiscus, mais travaille également avec des sous-traitants, Santig 1 et la coopérative féminine Cotrapal. À chaque début de campagne, un contrat de sous-traitance est signé avec ces unités. Nous travaillons aussi avec la structure Fantic, qui nous accompagne sur la transformation et l'exportation.



Équipe des transformatrices et des transformateurs de l'unité de séchage de l'Upromabio © Upromabio

Quel rôle joue l'Upromabio dans l'organisation de la chaîne de production ?

L'Upromabio demande à ses membres la quantité disponible de produits qui peut lui être vendue. Dans le cas où la quantité prévue dépasse la capacité de stockage de l'Upromabio, le producteur conserve la marchandise dans des petits magasins, qui ont été construits à cet effet. Dans la plupart des cas, la coopérative paie en avance les producteurs, et leur demande d'apporter leurs produits jusqu'au siège lorsque la capacité de stockage se libère. Par la suite, Upromabio redistribue, auprès de sa propre unité de transformation et de son partenaire Cotrapal la mangue brute ainsi que le bissap, dont une partie sera exportée. Pour ce qui est du marché local, les produits transformés et autres produits frais sont collectés et acheminés dans les divers points de vente, propres et partenaires. La coopérative a donc un rôle de stockage et de redistribution.

L'ensemble de vos produits sont-ils certifiés biologiques ?

Parmi les fruits, céréales, et autres denrées que cultivent nos producteurs, seules la mangue et la fleur d'hibiscus sont certifiées biologiques par Ecocert. Cependant, tous nos producteurs appliquent des pratiques d'agriculture biologique, qu'ils soient certifiés ou non.

Un frein majeur au développement de la certification est son coût très élevé. Par exemple, la certification de la mangue et du bissap pour 42 producteurs coûte environ 4 500 euros par an. C'est pourquoi nous certifions principalement ce qui est destiné à l'export.

Cependant, sur le marché local, les consommateurs commencent à montrer un véritable intérêt pour la certification. De plus en plus de personnes nous demandent des explications quant aux différences entre produits biologiques et conventionnels. Pour répondre à cette demande, nous avons réalisé des affiches que nous avons exposées dans les rues.

De quelle manière parvenez-vous à rendre accessibles vos produits aux différentes catégories de consommateurs locaux ?

Il existe une grosse différence de prix entre une mangue brute issue de l'agriculture conventionnelle, 40 et 50 FCFA, et celle certifiée biologique, environ 105 FCFA. Afin d'atteindre toutes les catégories de consommateurs, nous proposons trois types de produits à base de mangue séchée : le premier choix se caractérise par une qualité supérieure du fruit et une couleur uniforme après séchage, le deuxième choix quant à lui est un mélange de deux couleurs, et le troisième choix correspond à des chutes de tranches de mangues. Nous exportons le premier choix, qui est à 5 000 FCFA le kilo, alors que nous vendons localement le deuxième choix à 2 500 FCFA et le troisième choix à 500 FCFA. Ainsi, les consommateurs ne pouvant pas payer entre 2 000 et 2 500 FCFA prennent la produit à 500 FCFA, vendu dans les mêmes boutiques. Bien que la différenciation du produit soit perceptible d'un point de vue de la couleur et de la taille des morceaux, le goût est similaire entre les trois produits.



Plaquette commerciale de la coopérative Upromabio © Upromabio

Comment articulez-vous les ventes à l'export et celles à destination du marché local ?

Notre sous-traitant Fantic s'occupe de l'exportation vers l'Europe et les États-Unis et moi, de la vente locale, notamment la mangue séchée de deuxième choix.

Cependant, l'Upromabio travaille pour l'exportation seulement quatre mois dans l'année, d'avril à juillet, parfois août. Or la vente locale prend place sur toute l'année, ce qui permet d'écouler les produits qui n'ont pas pu être exportés. La banane séchée, ainsi que les agrumes et les céréales (maïs et sorgho) à l'état brut sont en revanche vendus exclusivement localement. La coopérative vend également sur le marché local différents jus comme ceux de mangue et de gingembre. Finalement, l'Upromabio maintient ses activités de production et commerciales toute l'année.

Comment sont gérés les points de ventes de l'Upromabio ?

Les points de vente, qui ne sont pas grands, proposent des échantillons de nos produits. Lorsqu'une grosse commande est réalisée, l'Upromabio y fait venir la marchandise. Nos clients sont pour la plupart des femmes grossistes qui viennent s'approvisionner en stocks d'au moins 20 kilos, ou bien des consommateurs qui achètent entre 1 et 5 kilos. Les produits frais comme les bananes et les

agrumes représentent les plus grosses transactions. Initialement, les points de ventes étaient tenus par des membres de la coopérative, mais des difficultés sont survenues. Des salariés, employés et payés par l'Upromabio, ont donc été recrutés pour les remplacer.



L'Upromabio a ouvert un premier point de vente à Bobo-Dioulasso. Grâce aux fonds reçus par le dispositif Coup de Pouce Pafao, un autre a été inauguré à Banfora. Dans un but d'autonomisation financière, Upromabio prélève un pourcentage sur les ventes. À partir de calculs comptables, il a été décidé en 2019 de prélever 15 % des bénéfices perçus dans les points de ventes. Ce nouveau système finance une partie d'un de nos événements phares : les journées commerciales des produits biologiques et équitables. La première édition avait d'ailleurs été financée grâce au programme Pafao. En 2019, l'évènement a attiré plus de 3 000 participants. Ces journées commerciales prennent de l'ampleur ; le prélèvement au niveau des points de vente s'élèvera sans doute à 20 % en 2020.

Stand Upromabio lors des journées commerciales des produits biologiques et équitables du Burkina Faso, édition 2020 © Upromabio

Avez-vous d'autres débouchés nationaux ?

Nous travaillons avec des partenaires privés, comme Claudys Épices, boutique spécialisée dans la vente de produits biologiques à Bobo-Dioulasso. Ce partenariat est acté par un contrat dans lequel il est stipulé que 100 FCFA par kilo vendu de produits sont dédiés à l'entretien de la boutique. Nous approvisionnons également la boutique de notre partenaire transformateur Cotrapal, avec lequel nous avons signé le même contrat. Pour éviter des effets de concurrence entre nos points de distribution, les prix de vente dans ces boutiques sont les mêmes que ceux appliqués dans les points de vente gérés par l'Upromabio.

Nous envisageons de développer ce type de partenariat. Actuellement, nous recensons les boutiques ouagalaises spécialisées en produits biologiques, qui pourraient vendre nos produits. Comme nous n'avons pas les fonds pour créer des points de vente à Ouagadougou, ville assez éloignée du siège d'Upromabio, il est plus intéressant d'acheminer nos produits jusqu'à des boutiques déjà existantes. Les grands marchés ne sont pas une option car il y a une trop grande présence de produits conventionnels parmi lesquels notre offre biologique ne se démarquerait pas. Notre objectif est que nos produits soient placés dans des magasins spécialisés en produits biologiques.

Aussi, grâce à l'appui du président du Conseil régional, l'Upromabio est parvenue à négocier un contrat d'approvisionnement avec l'hôpital de Banfora. Comme nous leur livrons des fruits frais (bananes, oranges et papayes) trois fois par semaine, nous sommes convenus d'une réduction

de 50 FCFA par kilo. En outre, des négociations sont en cours avec le camp militaire de Bobo-Dioulasso. Enfin, l'Upromabio a enclenché des démarches pour développer ses ventes de fruits frais auprès des institutions et centres de formation de Ouagadougou.

D'un point de vue financier, quelle a été l'évolution des activités de l'Upromabio ?

De manière générale, les exportations engendrent le plus de profits et les ventes locales viennent en deuxième position. En 2015, le chiffre d'affaires était de 91 millions de FCFA et a atteint 278 millions en 2016. En 2017, de mauvaises récoltes ont provoqué une baisse à 78 millions. Les années 2018 et 2019 ont été marquées par une reprise progressive du chiffre d'affaires qui s'élevait respectivement à 90 et 114 millions. L'incident de 2017, dû à de faibles pluies, a conduit les producteurs à innover. Ils ont creusé des cuvettes au pied de chaque arbre pour y concentrer l'eau de pluie. Cette méthode a en outre permis une hausse dans la production des fruits.

Quelles stratégies pour développer vos ventes et changer d'échelle ?

Nous avons remarqué une évolution de la consommation de produits biologiques mais il existe un vrai manque de boutiques. Les points de vente de l'Upromabio sont aussi insuffisants. C'est pourquoi nous allons en installer un supplémentaire à Bobo-Dioulasso. À Ouagadougou, nous allons aider les gens à agrandir leurs points de vente et désirons également créer les nôtres. Cependant, les produits y seront vendus plus cher, en raison du coût du transport. Étant donné l'augmentation de la demande, et notre avantage concurrentiel constitué par le caractère biologique, nous ne connaissons pas d'effets de compétition avec les produits issus du marché conventionnel. Pour cela, nos opérations de promotion ont bien fonctionné.

Cependant, la multiplication des points de vente dans le pays n'est pas chose aisée : la mise en place de chacun représente un budget d'environ 6 000 à 7 000 euros. Aussi, nous voulions ouvrir une boutique au Sahel mais nous avons repoussé ce projet à plus tard à cause de l'insécurité et, actuellement, de la crise sanitaire Covid-19.

Un autre de nos objectifs est de créer une marque nationale. Par exemple, avec notre partenaire privé Claudys Épices, nous voudrions créer la marque « Claudys Épices – Upromabio », le but étant de devenir associé de ces boutiques. Nous avons repéré trois points de vente à Ouagadougou, deux à Koudougou et un dans la région du Centre-Sud, avec lesquels nous pourrions contractualiser. Il s'agirait pour l'Upromabio de livrer ces acteurs privés, qui s'occuperaient de la vente, sur laquelle ils prélèveraient une marge. Comme les points seront éparpillés à travers le pays, nous imaginons un système de collecte mensuel, afin de minimiser les frais de transport et de déplacement.

Faites-vous appel aux institutions de microfinance locales ?

Non car à l'inverse de l'Europe, il est très difficile de souscrire un crédit au Burkina Faso. Nous utilisons des mécanismes de financement pour l'exportation mais aucun pour développer le marché local. Au Burkina Faso, les garanties exigées sont importantes et les taux d'intérêt très élevés (entre 11 et 14 %). En outre, une fois le dossier déposé auprès de l'institution, l'attente est d'environ 6 mois, ce qui peut paralyser l'activité de la structure. Cependant, nous avons un contrat avec l'institution financière Shared Interest, qui accorde des prêts à des structures impliquées dans le commerce équitable. Le système est davantage adapté à nos besoins, en octroyant des crédits à l'exportation. Au lieu que le client préfinance 50 %, nous traitons directement avec Shared Interest qui finance à 100 %. Après l'étape de production, nous exportons et lorsque le client a bien reçu sa commande, ce dernier verse l'argent directement à Shared Interest. Souvent, une petite partie de ces fonds issus du préfinancement est utilisée comme fonds de roulement pour faire tourner les points de ventes.

Comment comptez-vous augmenter vos capacités de production ?

Le dispositif Coup de pouce Pafao nous a aidés à la création de nouvelles coopératives dans différentes provinces. En l'occurrence, dans la province de la Comoé, deux coopératives ont été créées, ainsi qu'une union provinciale dans la ville de Banfora. Le cas est similaire dans la province de la Léraba, qui compte aujourd'hui deux nouvelles coopératives rassemblées autour de l'union provinciale à Sindou. Notre objectif est d'en créer une supplémentaire à Koudougou, et de nous étendre dans toutes les zones où la mangue est produite, soit les régions des Hauts-Bassins, des Cascades, la Boucle du Mouhoun et le Centre-Sud.

Le but est donc de créer des coopératives autour de la mangue dans ces régions, de les rassembler en unions provinciales pour ensuite voir émerger notre fédération nationale. Comme les démarches sont lentes, elle n'a pas encore été créée. Cette fédération nationale ne concernera que la mangue ; nous ne pouvons pas ajouter un autre produit dans les statuts. Nous avons fait une demande pour la création d'une fédération de produits biologiques, qui a été rejetée.

Quelle est votre organisation interne ? Les nouvelles structures affiliées à l'Upromabio doivent-elles s'organiser de la même manière ?

En 2009, la coopérative Upromabio s'est constituée à partir de 3 groupements rassemblant 45 producteurs : un à Toussiana, un autre à Orodara et un autour de Bobo-Dioulasso. Ces groupements, qui réunissent aujourd'hui 42 producteurs, sont devenus des sociétés coopératives dont je suis le président du conseil d'administration. Concernant les élections au sein de la coopérative, chaque groupement est représenté par 5 personnes. Ce sont ces 15 personnes qui organisent les élections et élisent le bureau du conseil d'administration.

Avant la création de chaque coopérative, l'Upromabio présente ses statuts et son règlement intérieur. Certaines coopératives acceptent d'y adhérer, et de suivre notre dynamique, d'autres non. D'autres ne veulent pas se convertir au bio ; nous les avons donc écartées. Une différence de perception et de mentalité, ainsi que des coûts de production plus élevés expliquent que certains producteurs soient réfractaires au bio.

Les conditions de création des unions provinciales sont similaires. Ces dernières doivent adhérer aux principes de l'Upromabio, et donc doivent regrouper des coopératives impérativement impliquées dans des processus d'agroécologie.



Les producteurs de mangues de l'Upromabio s'attellent au nettoyage des vergers © Upromabio

Quelles d'actions de plaidoyer mène l'Upromabio ?

Avec le soutien de différents partenaires pour avoir plus de poids, nous menons diverses actions de plaidoyer. Par exemple, avec la Plateforme nationale du commerce équitable du Burkina Faso et l'Interprofession de la filière mangue du Burkina Faso, nous avons fait un plaidoyer auprès des institutions publiques pour faire annuler les impôts sur la prime du commerce équitable qui est injustement considérée comme bénéfice. Aucun document officiel n'a été reçu jusqu'à présent, mais le plaidoyer est en train d'aboutir.

Aussi, l'Upromabio s'est mobilisée pour demander à l'État des subventions permettant aux producteurs de se procurer des intrants biologiques. En 2016, le plaidoyer avait fonctionné : l'État a financé l'achat de 20 000 litres de Success Appat, qui lutte contre la mouche des fruits. Ce produit revient à un coût de 12 500 FCFA par hectare, inaccessible à la grande majorité des producteurs.

Cette année, nous nous mobilisons une nouvelle fois pour faire renouveler cette subvention : que l'État finance ces produits à hauteur de 90 %, et nous, producteurs, paierons les 10 % restants.

Avec qui travaillez-vous pour mener à bien vos actions de sensibilisation et de promotion de l'agriculture biologique ? Quels ont été les résultats de ces actions ?

Plusieurs acteurs burkinabè sont particulièrement mobilisés à nos côtés, sur la promotion de l'agriculture biologique : le Conseil national de l'agriculture biologique au Burkina Faso (Cnabio), véritables leaders dans le bio au Burkina, l'Interprofession de la filière mangue du Burkina Faso et la Plateforme du commerce équitable du Burkina Faso. Nous avons travaillé à plusieurs reprises avec le Cnabio, en particulier sur la sensibilisation. Ils réalisent de nombreuses opérations de communication : débats, émissions de radio, spots, etc. Nous avons été invités plusieurs fois à participer à des débats qu'ils animaient. Ils sont aussi intervenus lors des journées commerciales des produits biologiques, qu'ils nous ont aidées à financer. Cette année, en raison d'un manque de liquidités, ils ne seront pas en mesure de nous appuyer. Parmi leurs autres actions, le label Système participatif de garantie (SPG) est une bonne initiative, à condition que les producteurs connaissent les différents types de certificats. Pour cela, le Cnabio peut les accompagner par le biais de formations.

L'objectif 2020 de l'Upromabio est qu'au moins 10 % de la population des grandes villes consomme des produits issus de l'agriculture biologique. Grâce à ces actions de communication et de sensibilisation, nous sommes vraiment en train de rendre accessibles les produits biologiques à travers le pays. Nous avons également observé une véritable augmentation de nos ventes. Les gens, curieux, se sont rendus à nos points de vente pour tester quelques produits. La plupart ont aimé, et sont revenus, surtout les consommateurs appartenant à la classe moyenne, qui est prête à payer plus. En outre, le bouche-à-oreille est pour beaucoup dans l'augmentation de nos ventes. Par exemple, des fonctionnaires originaires de Ouagadougou, qui viennent en mission à Bobo-Dioulasso s'approvisionnent auprès de nos points de vente et ramènent leurs achats à la capitale. Ce type de consommateur aide beaucoup à notre agrandissement. En fait, notre stratégie aujourd'hui repose aussi sur la mise en place d'actions de plaidoyer et de sensibilisation pour favoriser un changement d'échelle de l'Upromabio, d'un point de vue économique.

Propos recueillis et édités par Alice Moreau (CFSI), avril 2020.

Photos © Upromabio/HBS

Pour creuser le sujet :

- Synthèse de discussion, *La mise en marché des produits agroécologiques*, 2017
- Fiche innovation, *au Burkina Faso, des circuits courts de fruits locaux*, 2016
- Film, *L'agriculture biologique au Burkina Faso, réponse aux effets du changement climatique*, Production ASTM, 2014

Cette initiative a bénéficié d'un financement du CFSI et de l'AFD dans le cadre du programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) appel de 2017 (n°002).

Le programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) est porté par la Fondation de France et le CFSI. Il bénéficie de la contribution de la Fondation JM.Bruneau (sous égide de la Fondation de France) et de l'Agence française de développement. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.



**FONDATION
JM.BRUNEAU**
SOUS L'ÉGIDE DE LA
FONDATION DE FRANCE



RÖPPA
Afrique Nourricière