



AU BURKINA FASO

## MIEUX CONSERVER L'OIGNON POUR MIEUX LE VENDRE



### Entretien avec Moumouni Nikiema (Siad)

Moumouni Nikiema, ingénieur en énergie, est le coordinateur du Siad au Burkina Faso. Le Siad appuie, en partenariat avec l'Association pour le développement communautaire (Adeco), des maraîchères en agroécologie dans l'Oudalan au nord du pays. Ils travaillent à la reconnaissance du rôle des femmes dans le bien-être des familles pour leur faciliter l'accès à la terre et à l'eau. Pour que l'activité leur soit profitable, l'enjeu est de conserver et commercialiser l'oignon sur la période la plus longue possible afin de profiter de prix rémunérateurs. Le marché est en forte croissance avec la forte croissance de la demande des consommateurs urbains et des acheteurs des pays côtiers (Côte d'Ivoire, Ghana) qui se ravitaillent au Burkina Faso.

Dans le cadre d'un projet porté par :



[www.siad.asso.fr](http://www.siad.asso.fr)

### Pourquoi cibler votre action sur le soutien aux femmes ?

80 % des dépenses de la famille reviennent aux ménagères. La priorité des hommes dans les villages est de cultiver pendant la saison des pluies pour remplir le grenier. Le reste de l'année, ce sont les femmes qui, notamment grâce aux cultures de contre-saison, se battent seules pour payer la pitance journalière, l'eau de boisson, le savon, les frais de scolarisation et les vêtements des enfants. Pourtant, s'il n'y a plus de vivres, les femmes n'ont pas le droit d'ouvrir le grenier sans l'autorisation de leur mari. Si on améliore leur situation, cela se répercute favorablement sur toute la famille.

Grâce à un partenariat avec l'association Réseau femmes en action (RFA), un changement de mentalité est en cours pour que les femmes aient un meilleur accès à la terre et soient soutenues dans leurs activités. Les techniques d'animation sont à la fois les clubs d'écoute de sensibilisation et

les émissions radiophoniques qui peuvent susciter le débat entre mari et femme. Des exemples précis montrent l'impact positif des activités de contre-saison des femmes : dans certaines familles les enfants sont obligés d'arrêter l'école, au contraire de celles où les femmes, qui sont dans le maraîchage, ont assez de ressources. Dans les clubs d'écoute, nous utilisons aussi des images et des dessins ainsi que des sketches de mise en situation pour illustrer les exemples.

### **A-t-il été facile de faire valoir les droits des femmes ?**

Les méthodes d'animation du Réseau femmes en action sont efficaces malgré le problème de langue : les populations ne parlent pas le moré, mais le songhaï ou le foulfouldé (peul). Cela n'a pas été facile de trouver des traducteurs, mais nous avons finalement réussi à constituer un petit groupe de personnes disponibles pour expliquer les messages.

Par ailleurs, il est important qu'il y ait des femmes dans l'équipe du projet [*note : Deux salariés des quatre salariés du Siad Burkina Faso sont des femmes*]. Le contact avec les villageoises est plus aisé, elles sont réticentes à discuter avec des hommes. Il faut approcher les gens en fonction de leur sensibilité et de ce que vous attendez d'eux. Par contre, une fois que la confiance est gagnée et que vous arrivez à réunir hommes et femmes ensemble, une fois, deux fois, trois fois, le précédent est créé et cela ne cause plus de problème pour la suite.

Les hommes ont compris que les femmes ne travaillent pas seulement pour elles. Quand vous l'expliquez avec les bons mots et arguments, leur comportement change. Il faut aussi que les chefs soient sur la même longueur d'onde que vous, qu'ils aient compris le bien-fondé de la sensibilisation car les hommes ont tendance à suivre sans réfléchir les autorités coutumières et religieuses. Si les responsables des communautés sont de votre côté, alors la sensibilisation devient très facile.



*Périmètres maraîchers © Siad*

### **Convaincre les autorités est un préalable à toute intervention ?**

Si les responsables ne sont pas convaincus, pas de réussite envisageable ! Une anecdote : nous avons installé une centrale solaire dans un village avec des compteurs individuels dans chaque maison. Personne n'a payé sa facture, ni le premier mois, ni le second, ni le troisième... Le fils du chef du village avait déclaré inconcevable de payer l'électricité étant donné que le soleil n'appartient à personne. Nous avons dû installer la centrale ailleurs car, si les gens ne payent pas leurs factures,

il est impossible de faire face aux charges fixes et aux différentes pannes. Si nous avions d'abord convaincu ce jeune homme du bien-fondé de notre système, il aurait pu au contraire inciter la population à payer la facture.

Le plaidoyer auprès des autorités locales, coutumières ou religieuses (chef de quartier, imam, prêtre) est un préalable à la mise en œuvre d'un projet car ils ont une grande influence sur les populations.

### **Comment appréciez-vous le changement vis-à-vis des femmes maraîchères ?**

Grâce à ce travail de reconnaissance de leur rôle dans les familles, toutes les parcelles bordant les nouveaux boulis<sup>1</sup> sont attribuées aux femmes, sous la supervision de la Direction régionale de l'agriculture qui enregistre les parcelles. Nous organisons une cérémonie de remise d'ouvrage aux populations et les maraîchères sont officiellement reconnues comme propriétaires des terres.

Le nombre de femmes augmente vite sur les périmètres maraichers. Aujourd'hui, leurs maris viennent les aider. C'est un fait nouveau de voir les hommes et les femmes travailler sur le même champ de maraichage. Nous avons même réussi à les réunir pour les formations, alors que, selon eux, cela va à l'encontre des traditions de voir hommes et femmes apprendre ensemble.



*Formation réunissant hommes et femmes © Siad*

### **Le prix de vente de l'oignon est-il rémunérateur pour les productrices ?**

Le prix de vente est crucial. Une production d'oignons importante mais que l'oignon mais payée à vil prix réduit à néant les efforts pour soutenir les maraîchères.

Pendant les récoltes en mars, le prix tombe à 250/350 FCFA le kilo. Mais quatre mois plus tard (juillet), les prix flambent à 700 FCFA jusqu'en janvier-février de l'année suivante. Les marchés sont alors approvisionnés avec des oignons des Pays-Bas, du Maroc et du Niger.

---

<sup>1</sup> Retenue d'eau en langue moré. Le bouli retient dans son fond les rares précipitations collectées pendant la période des pluies, permettant l'arrosage des cultures maraichères créées en périphérie pendant la saison sèche qui dure près de 9 mois.

Il est donc fondamental d'allonger la période de commercialisation. Avant l'intervention d'Adeco les femmes vendaient les oignons uniquement pendant la récolte c'est-à-dire à partir de fin mars et durant tout le mois de avril.

### **Comment avez-vous allongé la période de commercialisation de l'oignon ?**

La conservation de l'oignon dépend des techniques de culture et de récolte (hauteur de coupe). Le respect des itinéraires techniques agroécologiques allonge la durée de conservation.

La formation compare les méthodes conventionnelles et les méthodes agroécologiques sur des champs écoles. Ensuite on évalue les résultats en termes de quantité et de qualité (taille des bulbes). C'est indispensable car les populations ne croient que ce qu'elles voient. Les gens sont réticents s'ils n'ont pas de résultat concret sous les yeux. Aujourd'hui, les gens sont convaincus, c'est un combat que nous avons gagné. On peut remercier les formateurs, qu'ils soient fonctionnaires ou formateurs locaux. L'affectation des fonctionnaires ne tient pas compte de leur ethnie. Les formateurs de l'Inera (Institut de recherche du Burkina Faso) et de la Direction de l'agriculture sont donc limités par la barrière de la langue. Mais ils sont compétents et peuvent être de bons formateurs de formateurs. Ensuite, ce sont les formateurs originaires de l'Oudalan qui sont en contact direct avec les maraîchers (comme le spécialiste Moïse Ouedraogo qui a une longue expérience de formation des maraîchers et Amadou Ly d'Adeco).

Les différentes techniques et pratiques permettent de conserver l'oignon pendant 3 à 4 mois avec une perte de l'ordre de 30 % pour atteindre juillet et août. Cette conservation permet de vendre le sac à un prix compris entre 25 000 et 27 000 FCFA contre 10 000 à 11 000 FCFA pendant la récolte en avril.

### **Comment aller plus loin pour réduire les pertes ?**

Les chambres froides sont efficaces mais beaucoup trop chères. Nous avons visité à Ouagadougou celles de l'aéroport et de la zone d'activités diverses (ZAD), leur coût de fonctionnement varie de 1 à 1,5 million de FCFA par mois. Avec certains collègues ingénieurs en bâtiment, nous avons construit des bâtiments pour conserver l'oignon pendant 5 à 7 mois, c'est-à-dire jusqu'en fin d'année.

Mais les taux de perte restent trop élevés, de l'ordre de 20 à 30 %, cela n'est pas rentable, il faudrait les réduire aux alentours de 5 à 10 % comme pour les chambres froides. Nous sommes en contact avec d'autres ingénieurs pour améliorer la conception des bâtiments.

### **Qu'en est-il de l'accès à l'eau ?**

Le Siad travaille en partenariat avec l'ONG "Découvrir - Analyser - Agir" (DAA). Cette ONG de droit français est spécialisée dans la réalisation des boulis dans la province de l'Oudalan. Compte tenu du départ du fondateur de l'association et de la non-accessibilité de la zone pour les expatriés, DAA a confié ses activités au Siad. Nous avons une convention de partenariat et le transfert de compétences s'est fait grâce à l'embauche d'un des salariés de DAA. Nous venons de réaliser le plus grand bouli de l'Oudalan sur un périmètre de 13 hectares, dont 6 hectares aménagés pour le maraîchage. Auparavant, les gens faisaient de simples crevasses en U pour retenir l'eau mais cela ne résout pas le problème. La technique a été améliorée pour ne pas avoir à recreuser les boulis chaque année : il faut aussi mettre des dignes, arborer la zone, etc. Après la saison des pluies, les boulis s'assèchent généralement en deux mois, nous espérons que le nouveau bouli retiendra l'eau plus longtemps.

Pour économiser l'eau, nous testons dans un village un système d'irrigation goutte à goutte avec des panneaux solaires pour le pompage. L'idée est de remplacer les motopompes qui fonctionnent

avec du carburant et qui tombent régulièrement en panne. Les pompes solaires sont plus chères au départ mais elles peuvent fonctionner en autonomie pendant au moins 8 ans, sans entretien à payer. Grâce aux économies d'eau, le système goutte à goutte va permettre aux maraîchers de prolonger la saison.

Nous espérons avec l'irrigation par le système goutte à goutte avec le pompage solaire, avoir deux récoltes pendant la période sèche. L'objectif est que, grâce aux économies d'eau, une seconde campagne puisse commencer en mars ou avril pour que la vente des oignons coïncide avec la période de flambée des prix, en septembre, octobre et novembre. En somme, économiser de l'eau et réduire le coût d'investissement en économisant le carburant pour créer une deuxième campagne juste à la fin de la première.



*Irrigation goutte à goutte © Siad*

### **La filière solaire est-elle développée au Burkina Faso ?**

En tant qu'ingénieur en énergie, j'ai travaillé sur une demande d'une société spécialisée qui cherchait à comprendre les freins à la production d'énergie solaire. A cause des coupures de délestage, la tension fluctue sur le réseau national interconnecté (RNI) et cela empêche les onduleurs d'injecter de façon continue et optimale l'énergie solaire photovoltaïque sur le RNI. Cela explique pourquoi les détenteurs de panneaux solaires n'en tirent pas de revenu suffisant pour amortir le coût de l'équipement. La recommandation est donc, soit la stabilisation du réseau grâce à une augmentation de la production nationale pour éviter les longs temps de délestage, soit la négociation avec les fabricants d'onduleurs pour tenir compte de nos réalités. La poussière sur les panneaux fait aussi beaucoup baisser la production.

### **Avez-vous d'autres pistes pour faciliter la commercialisation ?**

Nous avons l'idée de mettre en place une Esop (Entreprise de services et organisations de producteurs) et nous avons travaillé en partenariat avec APME2A<sup>2</sup>. L'Esop doit assurer la formation sur les itinéraires techniques et l'accès aux intrants (semences de qualité, sacs) pour mener à bien la campagne, conserver les oignons et trouver des marchés rémunérateurs. Les productrices devaient être les actionnaires de cette entreprise. Pour le moment, le fonctionnement type Esop

<sup>2</sup> Voir le témoignage de Modibo Ouedraogo d'APME2A <http://www.alimenterre.org/sites/www.cfsi.asso.fr/files/1032-entretien-2014135-apme2a-ouedraogo-vf.pdf>

n'est pas adapté car les femmes sont illettrées dans leur grande majorité (sur les 500 productrices concernées par le projet, une seule sait lire et écrire) et la notion d'actionnariat leur est inconnue. Adeco pilote l'entreprise sociale Albassal Sahel mais elle peine à fonctionner.

Adeco a plutôt construit un magasin de stockage (équipé d'une bascule et d'une boutique d'intrants) et prospecté des clients pour la vente en gros. Les clients viennent acheter l'oignon en gros au magasin. Ainsi les femmes perçoivent au minimum 400 FCFA par kilo d'oignon plutôt que 225 FCFA si elles commercialisent seules et qu'elles vont de marché en marché, en transportant de petites quantités.



*Transport de l'oignon vers la conserverie © Siad*

Le responsable d'Adeco se renseigne sur les prix et centralise toute la production au magasin de Gorom Gorom. Il cherche les acheteurs qui viennent de Ouagadougou ou des pays voisins (Côte d'Ivoire et Ghana).

Pour la campagne passée, je précise qu'Adeco n'a pas acheté la production mais a accompagné les productrices et producteurs à commercialiser environ 135 tonnes de leur production.

La commercialisation par Adeco permet de sécuriser les prix.

### **Comment appréciez-vous le changement de situation des femmes maraîchères ?**

Nous n'avons pas les chiffres précis mais je peux vous donner des estimations qui aident à avoir une idée. Avant l'intervention d'Adeco les femmes écoulaient leurs productions en allant de marché en marché. La quantité transportée ne pouvait pas dépasser un sac et chaque vente n'excédait pas 11 000 FCFA, utilisés directement pour les besoins ordinaires du ménage. Même si elles vendaient 6 à 10 sacs en plusieurs fois, elles ne pouvaient pas économiser du fait car l'argent était dépensé entre deux ventes. Avec l'intervention d'Adeco pour les ventes groupées, elles perçoivent une somme allant de 75 000 à 150 000 FCFA en une seule fois. Avec cet argent, elles achètent des animaux (moutons, chèvres, poulet) pour pratiquer l'embouche. Six mois plus tard, elles revendent les animaux pour le Ramadan ou la Tabaski avec une marge bénéficiaire de 100 à 150 %.

Propos recueillis en janvier 2017 par Hélène Basquin Fané (CFSI). Photos © Siad

**Pour creuser le sujet :**

- Témoignage, Quel accès aux marchés pour les maraîchers ? Pierre Cuche nous parle d'un projet dans le nord du Burkina Faso, 2013
- Fiche innovation, Amélioration de la production maraîchère, 2014
- Témoignage, Reconquérir le marché des oignons à Kayes au Mali, 2013
- Film, Pour le meilleur et pour l'oignon, 2008

**Ce projet a bénéficié de financements de la Fondation L'OCCITANE, de l'Agence française de développement et du CFSI dans le cadre du programme Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest (Pafao) appel de 2014 (n°164). Voir la fiche du projet.**



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. Seed Foundation participe également au volet capitalisation du programme. Le Roppa est membre du comité d'orientation et de suivi du programme.



FONDATION JM.BRUNEAU  
Sous l'égide de la Fondation de France

