



Fondation  
de  
France

PROGRAMME

PROMOTION DE L'AGRICULTURE  
FAMILIALE EN AFRIQUE DE L'OUEST

FICHE ENTRETIEN

AU MALI

## INTRANTS BIOLOGIQUES POUR LE MARAICHAGE



### Entretien avec Ibrahim Sarr et Issiaka Magassa (RHK)

Le maraîchage occupe plus de 80 % des femmes actives vivant près d'un point d'eau dans la région de Kayes. En réaction à la crise alimentaire et à la hausse exceptionnelle du coût des intrants chimiques en 2008, le Réseau régional des horticulteurs de Kayes (RHK) s'est lancé dans la production d'intrants biologiques locaux.

Ibrahim Sarr et Issiaka Magassa, respectivement directeur et ingénieur agronome du RHK, travaillent l'ONG Grdr au renforcement de la production et de la commercialisation de semences et produits biologiques de la région de Kayes.

Dans le cadre d'un projet porté par :



**Réseau des horticulteurs de Kayes**



**Grdr – [www.grdr.org](http://www.grdr.org)**

### Pourquoi ce choix de l'agroécologie ?

La production horticole sur la zone était faible et la demande locale n'était pas satisfaite, notamment sur le marché de Kayes. Nous avons travaillé deux aspects pour combler ce vide : le renforcement des organisations de producteurs (OP) et le développement des techniques d'agroécologie tropicale (AET).

La question des semences était le goulot d'étranglement des agriculteurs : les semences hybrides F1 obligeaient à un renouvellement annuel coûtant 6 500 FCFA les 100 g. Le projet a misé sur la réduction drastique des coûts des engrais et semences, sans baisse de qualité. Les techniques d'AET ont été améliorées et le nombre de producteurs les utilisant a augmenté. Avant le début 2012, le RHK avait 20 producteurs de semences, vendant 3 500 FCFA les 100 g d'intrants: moitié

moins cher que les hybrides. Aujourd’hui, les résultats se voient par la baisse des achats d’intrants au RHK par les producteurs, et la baisse du chiffre d’affaires du principal fournisseur d’intrants.

Ce qui fait la différence, c’est l’approvisionnement régulier des consommateurs sur l’année. Par exemple, toute la production d’oignon arrive sur le marché en février-mars à des prix très bas. Avec les nouvelles techniques de production et la conservation de bulbilles, l’oignon arrive deux mois plus tôt sur le marché. La production d’oignons a ainsi été valorisée : le marché est approvisionné et permet à ceux qui ne pouvaient pas produire de le faire.

### **Vous travaillez à la mise en place d’un système de type Association pour le maintien d’une agriculture paysanne (AMAP), pourquoi ?**

À la périphérie de Kayes, une organisation directe entre producteurs et consommateurs permettrait de rentabiliser différentes productions. *Hortitechs* a développé le concept des AMAP au Bénin et le GRDR a travaillé sur des expériences similaires en France. Nous avons rencontré Edgard Deguenon de Hortitechs aux séminaires de Dakar et Lomé du CFSI et avons visité son projet au Bénin.

Suite aux problèmes de commercialisation que nous rencontrons, nous avons décidé de l’expérimenter. Nous souhaitons diminuer le nombre d’intermédiaires, qui sont les plus gagnants et réduire leur action pour accroître la plus-value des producteurs. Sur ce sujet, l’expérience du Bénin nous intéresse, il faut conjuguer les efforts. Nous avons par exemple constaté que nous pouvions utiliser les mêmes outils, notamment les questionnaires et comptes-rendus de réunions avec les expatriés.

Nous nous sommes aussi rendu compte que l’approche ne pouvait être la même. Au Bénin, les cibles privilégiées sont les expatriés, or avec la crise sécuritaire leur nombre est faible au Mali. Nous visons donc les classes moyennes de la région de Kayes, en particulier les fonctionnaires, que nous allons démarcher sur leur lieu de travail. Pour atteindre les clients, notre message est la qualité mêlée à la solidarité, nous expliquons notre démarche et mettons en avant le côté sain du produit et l’usage de beaucoup moins d’engrais chimiques que l’agriculture conventionnelle.

### **Vous ciblez-donc un marché de niche ?**

C’est un marché de niche car nous ne vendons pas directement sur le marché, nous ciblons nos clients. Le terme « *niche* » indique que ce qui est visé, ce sont de nouveaux clients en mesure de distinguer les produits de qualité et les autres, et d’y mettre le prix. La ville est composée d’une population au revenu différent de celle du village, avec des habitudes de consommation urbaines. Les urbains ne consomment ni couscous ni tô, alors que c’est la base de l’alimentation rurale. Ils se nourrissent davantage de pâtes et autres produits importés accompagnés de légumes, d’où l’intérêt de nourrir les villes par la production horticole.

A terme, notre objectif est le marché de masse. Pour nous le marché de masse, c’est l’échelle régionale. Beaucoup de producteurs produisent d’abord pour leur consommation, ensuite pour le marché local le plus proche. Mais la région se désenclave de plus en plus, grâce au développement d’axes routiers. Du coup, les produits d’ailleurs, du Mali ou d’autres pays, arrivent sur le marché de Kayes. Il faut maintenir la position dominante des producteurs locaux sur ce marché.

Le marché de niche et le marché de masse ne s’excluent pas, toute la production arrive sur le marché en même temps. Même si la commercialisation en circuit court ne concerne qu’une faible quantité de nos producteurs, les autres [*le RHK en compte 24 000*] continuent à commercialiser sur un marché de masse accessible aux autres consommateurs.

### **La population de Kayes est-elle sensible à l'argument de vente « bio » ?**

La grande masse de la population n'est pas réceptive au critère sanitaire et solidaire que nous mettons en avant, nous nous adressons à un public averti. Il serait vain d'aller chercher cet esprit auprès du malien moyen, qui n'est pas sensibilisé à la différence entre bio et non bio.

La majorité de la population s'intéresse avant tout au prix, pas à la solidarité. Notre capitalisation de 2011 a montré que l'écart de prix avec les produits cultivés en agriculture conventionnelle n'est pas si important. La cherté des produits biologiques est relative. Les intrants utilisés en agriculture biologique reviennent moins chers au producteur, mais ne permettent pas d'atteindre les rendements obtenus par l'utilisation d'intrants chimiques. Nos techniques agroécologiques sont à parfaire.

### **Pouvez-vous nous en dire plus sur la conservation ?**

Nous avons la volonté d'approvisionner le marché le plus longtemps possible. La production de bulbilles permet de produire en amont du marché habituel de l'oignon-échalote ; la conservation et le séchage permettent de vendre plus en aval. Au total la période de commercialisation peut être étalée sur 9 mois au lieu de 2-3 mois actuellement. D'où notre stratégie d'avoir une case de conservation avec l'association de producteurs.

Des financements ont été trouvés pour construire des cases de conservation d'oignons. L'hypothèse était qu'en limitant les pertes de poids à 25 % au plus et en misant sur des productions faites avec de la fumure organique comme principal intrant, la rentabilité du projet serait garantie. Nous pourrions conserver les oignons 4 à 5 mois, pour les commercialiser durant la période de soudure.

En nous lançant dans l'installation d'une case de conservation, nous nous sommes aperçus que certains producteurs nous avaient fourni des oignons cultivés de manière conventionnelle, qui ne peuvent pas se conserver du fait de l'utilisation d'intrants chimiques. Ce problème vient du fait que nous n'avons pas encore une grande maîtrise des techniques culturales de l'oignon utilisées par nos fournisseurs-producteurs, ni les moyens de suivre chaque producteur au jour le jour. Le conditionnement devrait être pensé en amont, pour adapter les conditions de productions à la finalité du produit.

Cette expérience a également révélé qu'il faut un partenariat entre les producteurs et les autres acteurs de la chaîne de commercialisation (revendeurs, semi-grossistes et grossistes), qui jouent un rôle inestimable dans la fixation des prix du marché, indépendamment du volume de l'offre.

### **Comment développer la place de l'agriculture familiale sur le marché urbain ?**

Il faut renforcer les arguments de qualité gustative et organoleptique des produits par celui de l'augmentation de la production par des techniques culturales saines. Le RHK s'est investi en ce sens en vulgarisant les techniques de production basées sur l'utilisation d'intrants biologiques, qui garantissent la qualité et la conservation des produits. Pour arriver à s'imposer comme un pilier de l'alimentation urbaine, l'agriculture familiale doit mettre l'accent sur le renforcement des capacités de production du petit producteur, dans des conditions proches de l'agriculture biologique.

La recherche effrénée de marges bénéficiaires plus importantes pour ces produits constitue un frein à leur commercialisation dans un contexte de plus en plus concurrentiel. Le différentiel de prix entre les productions dites conventionnelles et celles produites avec des intrants biologiques doit tenir compte du pouvoir d'achat du consommateur moyen. Il faut notamment promouvoir toutes les pratiques de relation directe avec les consommateurs (bien nantis ou pas) et diminuer la place des intermédiaires dans le circuit de commercialisation.



**Avez-vous développé des partenariats avec des entreprises privées ?**

Kayes est la première zone minière du Mali. Il y a une concentration importante de travailleurs, avec un type de consommation auquel nous pouvons répondre. Il y a une demande de bananes par exemple, sur laquelle nous allons travailler dans un projet de court terme : la mise en place d’une unité de mûrissement (chambre spéciale). Nous sommes en relation avec les producteurs de bananes pour la mettre en place et déterminer un prix au producteur un peu au-dessus du prix actuel.

Le principal problème du ravitaillement de ces sociétés minières est le désintérêt total des dirigeants quant à savoir si nous produisons bio ou pas. Nous devons donc continuer notre travail de plaidoyer auprès de ces entreprises privées internationales.

**Vous comptez commercialiser des paniers comprenant à la fois des produits maraîchers et de l’élevage, pourquoi ?**

Notre objectif est de regrouper des produits en un seul lieu pour satisfaire les demandes des consommateurs, tout en gardant une logique de traçabilité des produits. Nous comptons commercialiser des paniers composés de fruits, légumes, œufs et lait. Cela permettra de tester le marché avec un panier diversifié en produits et

de consolider les actions d’AET.

Avec des produits de maraîchage et d’élevage, nous souhaitons créer une relation entre ces producteurs :



fournir les éleveurs en résidus de maraîchage pour l’alimentation animale ; fournir les maraîchers en résidus d’élevage comme intrants biologiques. Il y a une compétition sur la matière organique issue de la bouse de vache : les producteurs en AET sont obligés de passer commande et de payer alors qu’ils n’ont pas la trésorerie. Nous souhaitons ainsi créer un lien pour sécuriser la production de compost, une sorte de don et contre-don. On veut recréer de la solidarité entre maraîchers et éleveurs.

Nous sommes dans une phase de sensibilisation, pour montrer à chacun les avantages qu’il peut tirer de cette coopération. Nous ne sommes pas les seuls à vouloir utiliser les bouses et fientes. Les producteurs de céréales ou de riz en veulent aussi par exemple. La situation n’est pas la même partout. Le nord de la



région étant la zone d'élevage par excellence, il n'y a pas de problème pour se fournir. Notons aussi que le maraîchage est une activité majoritairement féminine, en particulier dans les zones urbaines, tandis que l'élevage est réalisé par les hommes.

Nous envisageons de commercialiser du compost biologique, mais nous avons un problème d'emballage : le compost est un produit qui chauffe et ses micro-organismes détruisent l'emballage. Il faut donc habituer les agriculteurs à utiliser leur propre compost. Par ailleurs, l'entreprise TOGUNA vient de s'installer à Bamako et commercialise du compost de façon industrielle. Nous envisageons de nouer un partenariat, mais sa forme reste à définir.

### **Les producteurs sont-ils réceptifs à l'utilisation d'intrants biologiques ?**

Ce n'était pas gagné, mais aujourd'hui notre grande satisfaction est de voir que la plupart de nos membres utilisent systématiquement du compost et des intrants biologiques, en tout cas en priorité sur les intrants chimiques. Les agriculteurs voient plusieurs avantages à ces techniques de production biologique : elles réduisent leurs coûts de production, impactent positivement la conservation des produits et la santé des consommateurs. Un indicateur de cette tendance est la baisse du chiffre d'affaires du revendeur d'intrants agricoles dont nos membres étaient les principaux clients.

Notre réseau a acquis une meilleure visibilité et le nombre d'organisations membres est passé de 65 en 2009 à 92 en 2011, ce qui lui confère une vraie légitimité. Nous recevons chaque semaine de nouvelles demandes d'adhésion, car nos membres ont répété à leur entourage les connaissances et avantages dont ils ont bénéficié grâce au réseau.

### **Comment se passe votre collaboration avec la recherche agronomique ?**

Nos semences n'étaient pas identifiables, il n'y avait pas de traçabilité. Grâce aux contacts avec la recherche agronomique, nous souhaitons faire certifier nos semences. Le problème est qu'il faut envoyer toute la récolte, ce qui a un coût que l'on pourrait réduire par la présence de ce service à Kayes. Il y a une relation de confiance avec la recherche agronomique et les semences peuvent être identifiées selon leur date de production, leur pourcentage de germination et le nom du producteur. Les voyages d'études, comme celui au Centre sahélien de formation et de recherche en agroécologie et agrobiologie (CSFRA), permettent aux producteurs d'améliorer leurs techniques culturales.

### **Quelles sont vos relations avec les services semenciers de l'État ?**

Nos concurrents directs sont les firmes productrices de semences, nous avons donc besoin de ces alliés de poids. Prenons l'expérience du RHK dans la production et la commercialisation des semences de "Violet de Galmi". Au Niger, un bras de fer a été engagé en 2008 entre des firmes étrangères de production de semence et des producteurs de cette semence autour des droits de propriété de cette variété. L'enjeu de la maîtrise de ce marché est tellement important que sans alliances on n'arrivera jamais à faire face aux agrobusiness qui ne voient que le profit.

Notre stratégie a été de maîtriser les techniques de production, puis de nouer des partenariats avec les services semenciers de l'État et la recherche agronomique, pour constituer une alliance forte au cas où nous devrions faire face au même problème que les producteurs nigériens. Cette approche, en plus d'être formative, a l'avantage de constituer des alliés importants et directement impliqués dans la commercialisation des semences d'oignon.

Plus de 70 % des semences traitées et certifiées sont directement vendues par les services semenciers et 30 % nous sont retournés et commercialisés par le service intrants du RHK à Kayes.

Le partenariat privilégié que nous entretenons avec les services semenciers de l'État est une source de satisfaction importante pour nous.

Les alliances et partenariats sont nécessaires pour que les producteurs soient en position de force pour se faire entendre. La promotion de l'agriculture familiale passe par la maîtrise des facteurs de production, principalement la semence et la terre. L'action du mouvement des organisations agricoles derrière la coordination nationale des organisations paysannes (CNOP), face au phénomène d'accaparement des terres à l'Office du Niger au Mali, en est l'exemple typique.

Il faut chercher des partenariats et alliances du côté des décideurs administratifs, politiques et techniques qui défendent les mêmes intérêts que nous. L'alliance et le partenariat doivent être à la fois existentiels et stratégiques, en fonction des intérêts en jeu.

### **Comptez-vous diversifier votre production de semences ?**

Nous envisageons un volet de relance de semences en voie de disparition. L'idée est de créer un répertoire des semences locales maraîchères : le gombo, le diakhatou<sup>1</sup>, etc. Le Gombo est recherché pour son côté gluant qui rend les plats moins secs. La variété la plus commercialisée est la Clemson Spineless, une variété étrangère hybride plus productive mais moins gluante. Il en faut donc plus pour obtenir le même effet qu'une variété ancienne comme le Torigan, moins productive. Les variétés anciennes sont prisées par les consommateurs qui les connaissent. Si les deux variétés sont sur le marché, les femmes achètent le Gombo Torigan. Mais cela demande plus d'efforts au producteur.

### **Avez-vous accès aux financements « classiques » ?**

Le maraîchage n'est plus une activité de pauvres. Le réseau a pu mettre en place des partenariats avec des institutions financières, ce qui donne des résultats. Nous avons ainsi attribué une bonne dizaine de prêts à des organisations paysannes membres, pour leur permettre notamment de se fournir en équipement. Mais il reste beaucoup à faire concernant les conditions de demande de crédit et l'accès à un crédit agricole adapté. C'est un axe de travail important pour nous.

L'enjeu à moyen terme, c'est d'atteindre une autonomie financière relative. Le RHK compte 80 % de subventions, les 20 % restants sont les bénéfices de la vente d'intrants et les cotisations. Il faut dégager une stratégie pour la prise en charge autonome de nos activités dans les années à venir.

### **En quoi une OP comme le RHK favorise l'alimentation des villes par la production familiale locale ?**

Prenons l'expérience du RHK dans la culture de la pomme de terre. Dans la région de Kayes l'acquisition de semences relevait du parcours du combattant jusqu'en 2007, malgré l'existence de conditions pédoclimatiques [*climat interne du sol*] favorables et d'un marché potentiel. Entre le manque de professionnalisme des revendeurs et la prudence des importateurs à s'orienter vers d'autres régions que Sikasso, les producteurs ne pouvaient disposer des semences à temps et à prix modéré.

Pour que la pomme de terre puisse y être cultivée, il a fallu la mise en place du RHK pour créer une relation directe avec les importateurs de semences. Conséquence : de 2008 à 2010, le marché de Kayes fut régulièrement desservi en pommes de terre biologiques et de qualité gustative supérieure aux importées. Ceci a contribué à stabiliser le prix du kilo de pommes de terre entre mars et avril (période de récolte de la production locale).

---

<sup>1</sup> Aussi appelé « aubergine amère » ou « aubergine africaine »

Le même cas s'est présenté avec l'oignon. Dans la région de Kayes, la semence d'oignon était la chasse gardée des firmes semencières depuis plusieurs années. La formation aux techniques de production des semences d'oignon, la complicité avec la recherche agronomique et le service semencier national ont permis la quasi-autonomie des maraîchers de Kayes. Qui connaît la place de l'oignon dans l'alimentation urbaine comprendra aisément le rôle des OP.

L'autre facteur est le rôle vis-à-vis des pouvoirs publics pour la prise de décisions sauvegardant les intérêts des petits producteurs en matière d'accès aux facteurs essentiels de production. Le rôle des OP dans la lutte contre la session des terres aux multinationales par nos États, et leur travail de vulgarisation de la Loi d'Orientation Agricole sont autant de cas édifiants qui montrent leur rôle dans la défense de l'agriculture familiale. C'est dans leur rôle politique de défense des intérêts des producteurs et d'alerte par rapport aux menaces que les OP peuvent être les plus efficaces et crédibles dans la promotion de l'agriculture familiale.

Propos recueillis le 2 septembre 2011 par Johanne Villegas (CFSI) et le 16 août 2012 par Mathilde Lecler. Contributions aux discussions en ligne du CFSI « *marchés de niche* » le 9 décembre 2011, « *rôle des OP* » le 6 janvier 2012, « *concertation* » le 13 mars 2012 et « *transformation, conditionnement* » le 22 octobre 2012. Édités par Justine Mounet (CFSI) le 6 août 2013. Photos © RHK.

#### Pour creuser le sujet :

- Fiche projet, *Appui à la production horticole biologique dans la région de Kayes au Mali*, 2011
- Fiche projet, *Valorisation des intrants biologiques au Mali*, 2010
- Étude, *Les agriculteurs familiaux luttent pour des systèmes alimentaires durables*, 2013
- Témoignage, Ibrahim Sarr, *Développement agricole et situation politique au Mali*, 2013

**Ce projet a bénéficié d'un financement dans le cadre du programme « *Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest* » (PAFAO) du CFSI et de la Fondation de France. Voir la fiche des projets de 2010 et 2011.**

Le programme de Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest 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), de la Fondation Ensemble, de la Fondation L'OCCITANE et de l'Agence Française de Développement. La SEED Foundation et la Fondation Un monde par tous participent également au volet capitalisation du programme.

