

AU SENEGAL

CONCERTATION ET VENTE DIRECTE DES PRODUITS MARAICHERS



Les maraîchers du département de Kolda (Casamance) ont triplé leurs ventes entre deux campagnes : 48 tonnes en 2013 contre 15 en 2012. La création de la coopérative maraîchère a joué un rôle commercial décisif.

Dans le cadre d'un projet porté par :



AAgronomes et vétérinaires sans frontières

Association de développement communautaire
de Ninnaba

Miser sur les marchés urbains pour se diversifier

La région de Kolda présente un taux de pauvreté parmi les plus élevés du Sénégal (70 % des ménages). C'est une région à vocation agricole orientée jusqu'à maintenant vers la monoculture de l'arachide. Elle dispose d'un fort potentiel maraîcher encore largement sous-exploité. Traditionnellement, le maraîchage était plutôt destiné à l'autoconsommation et constituait une activité sociale de retrouvailles aux niveaux villageois et inter-villageois.

L'accélération du processus d'urbanisation a amplifié la demande urbaine en légumes frais, surtout pendant la saison sèche. Les habitudes alimentaires se modifient, la qualité nutritive des légumes est davantage reconnue. Avec le recul des cultures de rente comme l'arachide et le coton, le

maraîchage représente une alternative pour les exploitations familiales et une source très importante de revenus réguliers, surtout pour les femmes, très actives dans ce secteur. Ces dernières assurent aussi l'approvisionnement des marchés urbains, qui écoulent maintenant plus de 50 % de la production régionale.

C'est dans ce contexte qu'intervient Agronomes et Vétérinaires sans Frontières (AVSF) dans la région avec deux orientations stratégiques :

- l'augmentation de la quantité et de la qualité de la production maraîchère par la diffusion des techniques agroécologiques et la prise en compte des exigences des consommateurs urbains,
- l'organisation de la concertation entre maraîchers afin de renforcer leur capacité de négociation et de commercialisation.

Un cadre de concertation pour professionnaliser la filière

La principale innovation du projet pour l'approvisionnement des marchés urbains est d'ordre organisationnel. Il s'agit de la facilitation de la concertation entre acteurs et de la mise en place d'une faîtière à vocation économique dans la filière maraîchère.

Le projet s'appuie sur des organisations communautaires de base, les Groupements de promotion féminine (GPF). Les unions de groupements et les commerçants sont également associés à la concertation. La première étape de la concertation a été le partage des conclusions d'une étude réalisée par AVSF sur la filière maraîchère au niveau local¹. Les organisations ont ensuite échangé sur les possibilités de prise en charge de certaines insuffisances : difficultés d'accès aux intrants, aux marchés, aux infrastructures de production et de stockage.

Trois organisations maraîchères² prenant part au processus ont créé une organisation faîtière appelée *Cadre de concertation pour la promotion du maraîchage dans la région de Kolda* (CCPM) et regroupant 1 000 maraîchers. Sa fonction a évolué rapidement de la concertation vers la mise en marché et le CCPM a donné naissance à une coopérative permettant d'exploiter collectivement les opportunités offertes par les marchés locaux.

Le cadre de concertation créé répond aux besoins d'expertise et de crédibilité (accès au marché et au crédit, plaidoyer, agroécologie,...) qui ne peuvent être pris en charge par les groupements isolés.

Transition vers un modèle agroécologique

La seconde innovation du projet est une démarche qualité centrée sur la promotion de modes de production agroécologiques valorisant des complémentarités élevage/agriculture.

Dans la région, les sols sont dégradés à cause de l'exploitation intensive de l'arachide. Les techniques agroécologiques sont diffusées progressivement par l'intermédiaire d'animateurs-relais (6 sur la zone du projet, ils organisent des ateliers de partages au niveau des faîtières) et de paysans- contacts (au service d'un village ou d'un groupement villageois). L'élevage est source de matière organique pour les parcelles maraîchères: la poussière de fumier et le compostage améliore

¹ Les points forts et freins identifiés sont repris dans le tableau page 4

² ADC/Ninnaba, ASAFEMD/TR, Union des groupements maraîchers du Kossy « Mballondiral »

la fertilité des sols. La fumure organique est utilisée avec une faible dose d'engrais chimiques, les techniques de paillage gagnent du terrain et la pratique du brulis recule. A travers des ateliers d'échanges pour visualiser les expériences et faire parler les producteurs pilotes, les stratégies évoluent et gagnent en efficacité.

Les mises en marché sont facilitées

Dès la première campagne (2013), la concertation entre une vingtaine de groupements maraîchers de la région a rationalisé la commercialisation de produits maraîchers sur les marchés des villes de Kolda, Salikégné et Saré Yoba. Les maraîchers vendent leurs produits à des plus prix rémunérateurs.

Sur la campagne 2013, les 200 producteurs du CCPM ont enregistré plus de 30 millions de FCFA de recettes (46 000 euros), soit 230 euros par producteur.

En 2014, 10 nouveaux groupements sont entrés dans le système portant le nombre de producteurs à 300. Ils ont enregistré, à fin mai 2014, 45,7 millions de FCFA de recettes (70 000 euros), soit 233 euros par producteurs.

	Autoconsommation (kilos)	Ventes (kilos)	Recettes millions de FCFA - euros
Résultats			
Campagne 2013	870	47 968	30,5 - 46 000
Campagne 2014	1 980	64 550	45,7 - 70 000

Tableau : Résultats de la campagne agricole des groupements maraîchers du CCPM (Source : B ; Coulibaly, AVSF)

L'augmentation des revenus est majoritairement due à l'organisation pour la vente groupée et directe :

- la vente dans les hôtels, casernes militaires et autres se développe mais n'absorbe pour le moment pas tous les volumes produits ;
- un kiosque permet de faire de la vente directe à Kolda et de collecter des informations sur la demande des consommateurs urbains pour s'y adapter. L'expérience est un test qui se révèle positif. Pour donner plus de visibilité aux actions menées par les femmes, des ateliers sont régulièrement organisés pour sensibiliser les consommateurs urbains. Un deuxième kiosque est en cours d'installation pour renforcer le dispositif de vente directe.

La coopérative maraîchère entend développer la vente groupée mais, comme tous les producteurs ne sont pas entrés dans le système, cela maintient la possibilité pour les commerçants d'accéder aux produits sans contractualiser. En 2014, la coopérative a plus de 1 000 membres sur Kolda et il y a de nouvelles demandes d'adhésion. Les premiers résultats de commercialisation des légumes a motivé l'engagement des groupements maraîchers. L'élargissement de la base sociale de la coopérative maraîchère est fondamental pour augmenter le pouvoir de négociation et de plaider des producteurs.

Par ailleurs, des magasins de stockage de l'oignon sont en cours de création en 2014 en vue de réguler le marché. Grâce au stockage, les maraîchers de Kolda entendent alimenter le marché de l'oignon toute l'année. Le stockage est primordial face aux oignons importés, principalement des Pays-Bas³.

Le poids des maraîchers grandit au niveau national

La coopérative des maraîchers de la région de Kolda (issue du CCPM) a adhéré à la Coopérative nationale des horticulteurs, elle-même membre du CNCR (Conseil national de concertation et de coopération des ruraux). Les organisations professionnelles des grandes zones de production de légumes comme les « Niayes » et la vallée du Fleuve Sénégal ont obtenu de l'Etat et de l'organisation des commerçants importateurs d'oignons, le gèle périodique des importations d'oignons afin de protéger la production locale. Cela montre l'émergence d'une capacité de négociation des maraîchers au niveau national et la coopérative maraîchère de la région de Kolda veulent contribuer à agrandir cette force.

Points forts	Freins
<ul style="list-style-type: none"> • Forte demande urbaine, • Motivation et engagement des producteurs et de leurs organisations, • Proximité avec 4 grands marchés hebdomadaires (dont 2 en Guinée Bissau voisine), • Volonté politique affichée par les pouvoirs publics : facilitation de dialogue entre acteurs (producteurs et importateurs), politique de régulation de prix de l'oignon et de la pomme de terre 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de professionnalisme des maraîchers et difficultés d'accès aux intrants • Faibles capacités de négociations initiales des maraîchers • Existence de concurrences avec des produits importés : oignon, carotte, pomme de terre • Accès limité au crédit bancaire rendant difficile la collecte des produits par les organisations.

Pour creuser le sujet :

Capitalisation, *Accès au marché et commercialisation de produits agricoles*, 2009

Information, *Régulation du marché de l'oignon au Sénégal*, 2009

Information, *En Afrique, les produits locaux réinvestissent les marchés*, 2012

Témoignage, *Reconquérir le marché des oignons à Kayes au Mali*, 2013

Témoignage, *Quel accès aux marchés pour les maraîchers, Pierre Cuhe nous parle d'un projet dans le nord du Burkina Faso*, 2013

Fiche innovation, *Les maraîchers se professionnalisent*, 2012

³ Le Sénégal consomme 180 000 tonnes d'oignons par an. En 2011, 200 000 tonnes ont été produites (contre 130 000 en 2007). La production nationale suffit mais le problème réside dans sa conservation. Le cas de la tomate est plus compliqué car il s'agit d'un produit très périssable et la transformation artisanale ne pourrait rivaliser avec l'industrie de produits à base de tomates qui existe dans la vallée du fleuve Sénégal. Mais la région de Kolda a le potentiel pour alimenter une usine qui aurait un effet d'entraînement sur la production.

Découvrez d'autres témoignages et fiches innovations sur la promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest sur **alimenterre.org**, ou retrouvez-nous sur **cfsi.asso.fr**

CONTACTS

I PORTEUR DU PROJET

AVSF Sénégal, www.avsf.org/ Bougoupé Coulibaly, [b.coulibaly\[at\]avsf.org](mailto:b.coulibaly[at]avsf.org)

I PARTENAIRE

ADC Ninnaba

I AUTEUR

Hélène Basquin © CFSI

I PHOTOS

© AVSF Sénégal

I DATE DE PUBLICATION

mai 2014

Ce projet a bénéficié d'un financement de la Fondation de France dans le cadre du programme « Promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest » (PAFAO, appel 2012). Voir la fiche projet.

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 financière 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.



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

