

BURKINA FASO
MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DES RESSOURCES
HYDRAULIQUES, DE L'ASSAINISSEMENT ET DE LA
SECURITE ALIMENTAIRE

BURKINA FASO
PROJET D'APPUI A L'ELABORATION
D'UN SCHEMA DIRECTEUR
POUR LA PROMOTION D'UNE
AGRICULTURE ORIENTEE
VERS LE MARCHE AU BURKINA FASO
RAPPORT FINAL

JUILLET 2015
AGENCE JAPONAISE DE COOPERATION
INTERNATIONALE
NTC INTERNATIONAL CO., LTD.
OVERSEAS MERCHANDISE INSPECTION CO., LTD.

BURKINA FASO
MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DES RESSOURCES
HYDRAULIQUES, DE L'ASSAINISSEMENT ET DE LA
SECURITE ALIMENTAIRE

BURKINA FASO
PROJET D'APPUI A L'ELABORATION
D'UN SCHEMA DIRECTEUR
POUR LA PROMOTION D'UNE
AGRICULTURE ORIENTEE
VERS LE MARCHE AU BURKINA FASO
RAPPORT FINAL

JUILLET 2015
AGENCE JAPONAISE DE COOPERATION
INTERNATIONALE
NTC INTERNATIONAL CO., LTD.
OVERSEAS MERCHANDISE INSPECTION CO., LTD.

Résumé exécutif

Au Burkina Faso, l'agriculture demeure l'un des premiers piliers de la croissance économique. En effet, les exportations du pays dépendent principalement de l'or (67%) et du coton (17%) (Statistiques du Gouvernement en 2010) de par les valeurs d'exportation. Cependant, la structure industrielle de monoculture, l'augmentation des exportations et la réduction des importations sont des contraintes pour la croissance économique durable.

En vue de développer le secteur agricole, le Gouvernement du Burkina Faso a élaboré le Programme national du secteur rural (PNSR, 2011-2015) pour mettre en œuvre le volet relatif au secteur rural de la « Stratégie de croissance accélérée et de développement durable » (SCADD, 2011-2015). Le PNSR est donc un programme sectoriel visant à augmenter les revenus des habitants ruraux mettant l'accent sur la promotion des produits agricoles destinés aux marchés international, sous-régional et burkinabè.

C'est dans ce contexte que le Ministère de l'Agriculture, des ressources hydrauliques, de l'assainissement et de la sécurité alimentaire (MARHASA) a mis en œuvre le projet d'appui à la l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion d'une agriculture orientée vers le marché avec l'appui financier et technique de l'Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA). Le projet était placé sous la tutelle technique de la Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER). La mise en œuvre du projet a été participative, avec la désignation d'une équipe de cadres de la DGPER, appelés homologues, pour assister l'équipe d'experts de la JICA. Des rencontres de parties prenantes ont été régulièrement tenues avec les acteurs impliqués, notamment les acteurs directs.

La mise en œuvre du projet a comporté les principales étapes suivantes : une étude préalable des chaînes de valeur, l'analyse approfondie des chaînes de valeur, la réalisation des activités pilotes et la rédaction du schéma directeur. Le processus a également conduit à l'organisation de voyage pour analyser des marchés extérieur (Côte d'Ivoire, Ghana, Maroc).

Dans le cadre de l'étude de base, les données/informations d'ordre général sur l'agriculture, sur l'industrie, sur les politiques, sur les projets et programmes et sur les marchés de proximité ont été collectées et analysées. Aussi, les informations transversales des produits agricoles telles que l'organisation des acteurs, la structure des importations et des exportations et les normes de qualité ont aussi été collectées. Cette phase a permis de sélectionner 11 produits qui ont fait l'objet d'une analyse approfondie à l'issue de laquelle, quatre produits ont été retenus. Ce sont la mangue, la fraise, l'oignon et le soja.

Les activités pilote réalisées dans le cadre du projet visait à tester ou à vérifier des hypothèses. Ainsi, sur la mangue, l'activité pilote a porté sur l'amélioration de la performance du séchoir ATESTA dans deux unités de transformation à Bobo Dioulasso. Au niveau de la fraise, les activités pilotes ont portées des essais de transport de la fraise et sur l'introduction fraisiers au Burkina Faso. Le site de Boulmigou à Ouagadougou a été utilisé. En ce qui concerne l'oignon, il s'est agit de conduire des essais de production d'oignon en hivernage à Korsimoro et à Yako. En fin, au niveau du soja, l'activité pilote a porté sur la transformation (production et utilisation du tofu). Cette activité a été réalisée à Léo.

Les constats issus des différentes analyses et les résultats des activités pilotes ont permis d'identifier les contraintes de développement des filières retenues et de proposer des solutions. Le présent schéma directeur qui est le fruit de ce projet est décliné en projets de promotion pour chaque produit visé ainsi que des approches de promotion pour chaque type de marché visé. Chaque projet comporte des composantes déclinées en actions et en activités, une vision, des objectifs, une durée d'exécution en lien avec la phase2 du PNSR, des zones cibles ainsi que les acteurs impliqués dans la mise en œuvre.

Un des aspects importants de ce schéma directeur est que l'explication de la démarche de son élaboration et l'implication des homologues tout au long du processus permettent à la partie burkinabè de s'en inspirer pour élaborer des schémas directeurs pour d'autres produits agricoles non pris en compte dans ce cadre.

Projets de promotion des produits agricoles (schéma directeur)

Les projets de promotion des produits agricoles visent à promouvoir la diversification des produits agricoles orientés vers les marchés et la promotion des produits agricoles burkinabè concurrencés aux produits importés.

(1) Modèle pour le marché international : projet de promotion de la mangue

Il existe deux chaînes de commerce pour la mangue : la mangue fraîche et la mangue séchée. Ce projet vise à augmenter les exportations des mangues fraîches et séchées vers le marché international. Pour ce faire, on vise à augmenter la production des mangues pour les exportations et leur conditionnement tout en recherchant les nouveaux débouchés pour les exportateurs privés. Quant à la mangue séchée, on vise à chercher les débouchés, améliorer la qualité des produits, réduire le coût de production et renforcer la capacité de transformation tout en améliorant l'aspect hygiénique des unités de transformation.

Ce projet est composé de 4 composantes et 5 actions comme le montre le tableau suivant.

Projet de promotion de la mangue	Composantes		Actions
	Fraîche	Composante 1 : Prospection de débouchés	1. Identification de nouveaux pays pour l'exportation par l'APEMAB 2. Appui à l'introduction d'un système de taxe sur les exportations pour les activités de l'association des exportateurs de mangues
Séchée	Composante 2 : Amélioration de l'hygiène	3. Appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE	
	Composante 3 : Amélioration de la qualité et de la productivité	4. Développement et vulgarisation de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA	
	Composante 4 : Augmentation des capacités de transformation	5. Introduction de petits séchoirs	

Période d'exécution : 5 ans

Zones cibles : régions de Cascades et des Hauts-Bassins

Coût approximatif du projet : 987 millions de FCFA

(2) Modèle pour le marché sous-régional : projet de promotion de la fraise

Il existe deux chaînes de commerce sous-régional pour la fraise : le marché local et le marché de haut de gamme (supermarché). Ce projet vise à augmenter les exportations vers le marché sous-régional dont la demande du marché de haut-de gamme existe. Pour ce faire, on vise à améliorer la capacité de marketing des producteurs, chercher les débouchés grâce à la commercialisation avec la valeur ajoutée et maintenir voire augmenter la production par la sélection de variétés adaptées etc.

Ce projet est composé de 2 composantes et 5 actions comme le montre le tableau suivant.

Projet de promotion de la fraise	Composantes		Actions
	Composante 1 : Prospection de débouchés		1. Renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional
2. Commercialisation à valeur ajoutée sur le marché national			
Composante 2 : Maintien et élargissement de la production		3. Identification de variétés adaptées	
		4. Introduction de la culture accélérée	
		5. Formation de nouvelles zones de production	

Période d'exécution : 5 ans

Zones cibles : Ouagadougou et Bobo-Dioulasso

Coût approximatif du projet : 67 millions de FCFA

(3) Modèle pour le marché burkinabè : projet de promotion de l'oignon

Il existe deux chaînes de valeur du commerce de l'oignon à l'intérieur du pays de l'oignon de la saison sèche et de l'oignon importé de la saison de pluie. Ce projet vise à augmenter le volume mis sur le marché de l'oignon burkinabè en période de juillet à novembre où celui de l'oignon burkinabè devient rare. Pour ce faire, on vise à vulgariser la culture de l'oignon d'hivernage avec les variétés adaptées et à améliorer la capacité de stockage des oignons de la saison sèche par l'appui à la construction des magasins de stockage ou la vulgarisation des techniques appropriées de conservation.

Ce projet est composé de 2 composantes et 4 actions comme le montre le tableau suivant.

Projet de promotion de l'oignon	Composantes	Actions
	Composante 1 : Augmentation d'oignons en hivernage grâce à la culture d'hivernage	1. Amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon 2. Vulgarisation de la culture d'hivernage de l'oignon
Composante 2 : Mise sur le marché d'oignon de saison sèche en hivernage grâce à la conservation	3. Appui à la construction de magasins de stockage des oignons 4. Vulgarisation des techniques de conservation des oignons	

Période d'exécution : 5 ans

Zones cibles : régions de la Boucle du Mouhoun, du Nord, du Centre-Nord, du Centre-Ouest, du Centre, du Plateau Central, Hauts Bassins et du Centre-Est

Coût approximatif du projet : 3 883 millions de FCFA

(4) Modèle pour le marché burkinabè : projet de promotion du soja

Il existe deux chaînes de commerce du soja à l'intérieur du pays. Il s'agit celles des matières premières pour l'aliment animal et humain. Toutefois, le volume de la seconde est faible. Ce projet vise à augmenter la production du soja pour répondre à la demande en soja consistant essentiellement en matière première pour l'aliment animal et à faciliter la distribution. Pour ce faire, on vise à augmenter le volume du soja burkinabè mis sur le marché par les échanges d'informations entre les producteurs et les autres acteurs tels que les collecteurs, à promouvoir les petites activités de transformation alimentaire, à structurer la filière et à promouvoir la collaboration des acteurs.

Ce projet est composé de 3 composantes et 5 actions comme le montre le tableau suivant.

	Composantes	Actions
Projet de promotion du soja	Composante 1 : Augmentation du volume de soja mis sur le marché national	1. Augmentation du volume mis sur le marché burkinabè - Rotation de culture avec le coton - Appui conseil technique pour améliorer la productivité
	Composante 2 : Promotion de petites activités de transformation alimentaire du soja	2. Sensibilisation les vertus des produits transformés issus du soja
		3. Renforcement des capacités techniques des transformateurs sur les produits transformés issus du tofu
	Composante 3 : Création de l'interprofession de la filière soja	4. Renforcement des capacités du groupe noyau
		5. Accélération de structuration des acteurs de la filière et de leur collaboration

Période d'exécution : 5 ans

Zones cibles : régions de l'Est, du Centre-Est, du Centre-Ouest, du Centre-Sud, des Hauts-Bassins, du Sud-Ouest, des Cascades et du Centre

Coût approximatif du projet : 1 502 millions de FCFA

A l'issue du projet les recommandations suivantes ont été formulées :

(1) Promotion d'une agriculture orientée vers le marché

« L'agriculture orientée vers le marché » reconnaissant l'agriculture comme business et produire/commercialiser les produits agricoles répondant à la demande du marché visé a été adoptée comme approche de développement dans le cadre du projet PAPAOM. Les petits producteurs appuyant l'agriculture du pays, il est important de les aider d'une manière durable pour qu'ils puissent pratiquer une agriculture orientée vers le marché dans la chaîne de valeur.

(2) Création d'un « service de la promotion d'une agriculture orientée vers le marché » ou d'une « unité de mise en œuvre des projets »

Il faut traiter l'agriculture avec une vision orientée vers le marché pour que les petits producteurs et les entreprises agricoles puissent avoir une compétitivité élevée. Il est proposé la création d'un « service de la promotion d'une agriculture orientée vers le marché » ou d'une « unité de mise en œuvre des projets » au sein de la DGPER pour promouvoir l'agriculture orientée vers le marché et pour mettre en œuvre le schéma directeur du présent Projet.

(3) Prise en considération du point de vue de développement des industries

Parmi les produits agricoles, le soja peut contribuer à l'émergence et à la promotion de diverses industries telles que la fabrication d'aliment animal, l'élevage, la fabrication d'huile ou la petite transformation par les femmes grâce à sa possibilité d'utilisation diverse (aliment animal, produit nutritif ou huile). Il faut donc considérer le soja en tant que produit stratégique

du pays pour le développement d'industrie sous l'initiative du MARHASA en vue de promouvoir le développement de la chaîne de valeur du soja.

(4) Prise en compte du marché sous-régional dont la croissance économique est possible

On peut souhaiter le développement des marchés des produits agricoles et des produits avec la valeur ajoutée des pays de la sous-région (de la CEDEAO) y compris le Burkina Faso grâce à l'augmentation de la population, à l'urbanisation, à l'augmentation des classes moyennes et à l'augmentation des revenus. Il faudra prendre en compte de la structure de consommation de chaque pays même si le commerce entre les pays de la CEDEAO est exonéré d'impôt.

(5) Prise en compte du marché de niche

Le coton destiné à l'exportation a contribué énormément à la croissance économique du Burkina Faso. Or, la diversification des produits agricoles pouvant épauler le coton pour envisager d'avantage de croissance économique. Le changement structurel de la consommation étant observé sur le marché international mûr, celuides pays en voie de développement ou celuides pays de la sous-région, les divers marchés de niche commencent à être créés. Il sera ainsi nécessaire de conquérir ces divers marchés de niches.

Résumé exécutif

Table des matières

Liste des figures

Liste des tableaux

Sigles et abréviations

CHAPITRE 1	INTRODUCTION	1
1.1	Contexte de l'étude	1
1.2	Objectif de l'étude	1
1.3	Zones et produits ciblés	1
1.4	Structure de mise en œuvre.....	2
1.5	Calendrier de mise en œuvre et contenu de l'étude	2
1.6	Structure du rapport	3
CHAPITRE 2	APERÇU DE L'ECONOMIE, DE LA POLITIQUE NATIONALE, DE L'AGRICULTURE, ET DU SYSTEME D'EXPORTATION DU BURKINA FASO.....	5
2.1	Conditions socioéconomiques et structure industrielle	5
2.2	Stratégies nationales	10
2.3	Organisations de l'administration agricole.....	12
2.3.1	Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire	12
2.3.2	Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER)	15
2.3.3	Vulgarisation agricole	16
2.3.4	Recherche agricole.....	17
2.4	Situation actuelle et contraintes du secteur agricole	17
2.4.1	Caractéristiques de production agricole	17
2.4.2	Organisations des agriculteurs/producteurs	20
2.4.3	Culture contractuelle	28
2.4.4	Crédit agricole.....	32
2.5	Situation actuelle et contraintes de structure/système des exportations	38
2.5.1	Environnement du commerce	38
2.5.2	Structure et système d'exportation.....	40
2.5.3	Structure de norme/protection phytosanitaire/contrôle de la qualité	43
2.5.4	Système de certification	51
2.5.5	Infrastructures de marché et de commerce.....	53
2.5.6	Contraintes de la structure et du système des exportations	55
2.6	Situation des appuis des bailleurs de fonds etc.....	57
2.6.1	Aides multilatérales	57
2.6.2	Aides bilatérales.....	60
2.6.3	Aides des autres organisations (ONG etc.)	63
CHAPITRE 3	RESUME DES PRINCIPAUX MARCHES DES PRODUITS AGRICOLES BURKINABE.....	65
3.1	Pays destinataires des produits agricoles du Burkina Faso.....	65
3.1.1	Commerce mondial des produits agricoles	65
3.1.2	Evolution du montant total des exportations du Burkina Faso vers les autres régions du monde.....	67
3.1.3	Evolution du volume des exportations des produits agricoles du Burkina Faso vers les autres régions du monde.....	68

3.2 Marchés internationaux	70
3.2.1 Région de l'Union Européenne.....	70
3.2.2 Région du Moyen Orient.....	73
3.2.3 Région maghrébine	75
3.3 Marchés sous régionaux (zone CEDEAO).....	77
3.3.1 Evolution démographique	77
3.3.2 PIB	77
3.3.3 Importations des produits agricoles	80
3.3.4 Particularités	82
3.4 Marchés locaux à l'intérieur du pays.....	82
3.4.1 Evolution démographique.....	82
3.4.2 PIB	82
3.4.3 Importations des produits agricoles	83
3.4.4 Particularités	84
CHAPITRE 4 PROCESSUS D'ELABORATION DU SCHEMA DIRECTEUR.....	85
4.1 Sélection des produits agricoles ciblés et analyse des chaînes de valeur	85
4.1.1 Principes de base.....	85
4.1.2 Sélection primaire des produits ciblés	85
4.1.3 Analyse préalable des chaînes de valeur.....	87
4.1.4 Classification des produits agricoles ciblés.....	88
4.1.5 Sélection secondaire des produits ciblés	88
4.1.6 Processus de sélection.....	90
4.1.7 Analyse des chaînes de valeur	91
4.2 Elaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles	92
4.2.1 Etude et analyse pour l'élaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles.....	92
4.2.2 Organisation et élaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles.....	92
4.3 Activités pilotes	92
4.3.1 Plan des activités pilotes	92
4.3.2 Mise en œuvre des activités pilotes et feedback aux projets de promotion	95
CHAPITRE 5 POSITIONNEMENT DU SCHEMA DIRECTEUR ET APPROCHE DE DEVELOPPEMENT.....	97
5.1 Positionnement du schéma directeur par rapport aux politiques du pays.....	97
5.2 Contenu du plan du schéma directeur.....	98
5.3 Approche de développement	98
5.3.1 Promotion d'une agriculture orientée vers le marché	98
5.3.2 Approche de chaîne de valeur.....	99
5.3.3 Croissance économique et chaîne de valeur.....	100
5.3.4 Caractéristiques des marchés visés	101
5.3.5 Caractéristiques des marchés visés et points à retenir pour la promotion.....	103
5.3.6 Particularités des produits ciblés et points à retenir pour la promotion	105
CHAPITRE 6 MODELE POUR LE MARCHE INTERNATIONAL : MANGUE	109
6.1 Analyse de la situation actuelle	109
6.1.1 Marchés visés.....	109
6.1.2 Culture et production	115
6.1.3 Traitement post-récolte/transformation.....	118
6.1.4 Chaîne de valeur	127
6.1.5 Situation de structuration des organisations.....	130
6.1.6 Activités d'appui des autres partenaires techniques et financiers	130
6.1.7 Activités des organismes gouvernementaux	132

6.2	Contraintes de développement et mesures de promotion	133
6.2.1	Contraintes de développement et mesures de promotion pour les exportations de mangues fraîches	133
6.2.2	Contraintes de développement et mesures de promotion pour les exportations de mangues séchées.....	137
6.3	Activité pilote relative à l'appui à la promotion d'exportation des mangues séchée	145
6.3.1	Aperçu de l'activité pilote.....	145
6.3.2	Etat d'avancement de l'activité pilote.....	149
6.3.3	Leçons apprises et problèmes à résoudre	162
6.3.4	Feedback pour le projet de promotion	166
6.4	Projet de promotion de la mangue	168
6.4.1	Cadre du projet de promotion de la mangue	168
6.4.2	Stratégies de promotion et composantes	170
6.4.3	Actions	175
6.4.4	Plan de mise en œuvre du projet de promotion.....	190
6.4.5	Projets prioritaires	192
6.4.6	Conclusions.....	193
CHAPITRE 7 MODELE POUR LE MARCHÉ SOUS-REGIONAL : FRAISE.....		197
7.1	Analyse de la situation actuelle	197
7.1.1	Marchés visés.....	197
7.1.2	Culture et production	198
7.1.3	Traitement post-récolte et transformation.....	204
7.1.4	Chaîne de valeur	205
7.1.5	Situation de structuration des organisations de la filière	209
7.1.6	Activités d'appui des autres bailleurs de fonds.....	209
7.1.7	Activités des organismes gouvernementaux	209
7.2	Contraintes pour la promotion de la filière et mesures de promotion.....	209
7.2.1	Contraintes pour la promotion	209
7.2.2	Mesures de promotion.....	211
7.3	Activité pilote de promotion de la commercialisation des fraises	215
7.3.1	Activité pilote préliminaire	215
7.3.2	Contexte de l'activité pilote	220
7.3.3	Etat d'avancement de l'activité pilote et résultats.....	225
7.3.4	Leçons apprises et problèmes à résoudre	235
7.3.5	Feedback pour le projet de promotion	236
7.4	Projet de promotion de la fraise.....	237
7.4.1	Cadre du projet de promotion	237
7.4.2	Stratégies de promotion et composantes	237
7.4.3	Actions	240
7.4.4	Plan de mise en œuvre du projet de promotion.....	248
7.4.5	Projets prioritaires	248
7.4.6	Conclusions.....	249
CHAPITRE 8 MODÈLE POUR LE MARCHÉ NATIONAL : OIGNON		251
8.1	Analyse de la situation actuelle	251
8.1.1	Marchés visés.....	251
8.1.2	Production et culture	259
8.1.3	Chaîne de valeur	263
8.1.4	Situation de création des organisations professionnelles	267
8.1.5	Appui des bailleurs de fonds.....	270
8.1.6	Activités des organismes gouvernementaux	272
8.2	Contraintes pour la promotion de la filière et mesures de promotion.....	272
8.2.1	Contraintes pour la promotion	273
8.2.2	Mesures de promotion.....	274

8.3	Activité pilote sur la production de l'oignon d'hivernage	276
8.3.1	Activité pilote préalable	276
8.3.2	Contexte de l'activité pilote	280
8.3.3	Etat d'avancement de l'activité pilote et résultats.....	282
8.3.4	Leçons apprises et problèmes à résoudre	293
8.3.5	Feedback pour le projet de promotion	294
8.4	Projet de promotion de l'oignon	296
8.4.1	Cadre du projet de promotion de l'oignon	296
8.4.2	Stratégies de promotion et composante	297
8.4.3	Actions	299
8.4.4	Plan de mise en œuvre du projet de promotion.....	305
8.4.5	Projets prioritaires.....	307
8.4.6	Conclusions.....	308
CHAPITRE 9	MODÈLE POUR LE MARCHÉ BURKINABÈ : SOJA	313
9.1	Analyse de la situation actuelle	313
9.1.1	Marchés visés.....	313
9.1.2	Culture et production	324
9.1.3	Chaîne de valeur	330
9.1.4	Structuration de la filière.....	339
9.1.5	Activités d'appui des autres bailleurs de fonds.....	339
9.1.6	Activités des organismes gouvernementaux	341
9.2	Contraintes pour la promotion de la filière et propositions de promotion.....	342
9.2.1	Contraintes pour la promotion	342
9.2.2	Mesures de promotion.....	344
9.3	Elaboration de matériels pédagogiques pour l'amélioration des techniques de fabrication de brochettes de tofu	345
9.3.1	Résumé de l'activité pilote.....	345
9.3.2	Etat d'avancement et l'activité pilote et résultats	350
9.3.3	Leçons apprises et problèmes à résoudre	357
9.3.4	Feedback pour le projet de promotion	358
9.4	Projet de promotion du soja.....	359
9.4.1	Cadre du projet de promotion du soja.....	359
9.4.2	Stratégies de promotion et composantes	361
9.4.3	Actions	365
9.4.4	Plan de mise en œuvre du projet de promotion.....	374
9.4.5	Actions prioritaires.....	377
9.4.6	Conclusions.....	377
CHAPITRE 10	STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE	379
10.1	Structure de mise en œuvre.....	379
CHAPITRE 11	RECOMMANDATIONS	381
11.1	Recommandations.....	381
11.1.1	Recommandations pour la mangue	381
11.1.2	Recommandations pour la fraise	381
11.1.3	Recommandations pour l'oignon	382
11.1.4	Recommandations pour le soja	382
11.2	Recommandations générales	383

Liste des figures

FIGURE 1.5.1 SCHEMA DE MISE EN ŒUVRE	2
FIGURE 2.1.1 DETAILS DU PIB NATIONAL PAR SECTEUR (VALEUR REELLE DE REFERENCE EN 1999).....	6
FIGURE 2.1.2 DETAILS DU PIB PAR HABITANT ET PAR SECTEUR	6
FIGURE 2.1.3 PIB EN FONCTION DES DEPENSES.....	6
FIGURE 2.1.4 EVOLUTION DES MONTANTS DES IMPORTATIONS DU BURKINA FASO.....	7
FIGURE 2.1.5 EVOLUTION DE LA VALEUR DES EXPORTATIONS AUX BURKINA FASO	8
FIGURE 2.3.1 ORGANIGRAMME DU MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DES RESSOURCES HYDRAULIQUES, DE L'ASSAINISSEMENT ET DE LA SECURITE ALIMENTAIRE (MARHASA)	14
FIGURE 2.4.1 REPARTITION DE L'AGRICULTURE AU BURKINA FASO	18
FIGURE 2.4.2 EVOLUTION DE LA SUPERFICIE DE CULTURE.....	19
FIGURE 2.4.3 EVOLUTION DU VOLUME DE PRODUCTION.....	19
FIGURE 2.4.4 EVOLUTION DES MONTANTS NETS DE PRODUCTION.....	20
FIGURE 2.5.1 PAYS MEMBRES DE L'UEMOA ET DE LA CEDEAO	39
FIGURE 2.5.2 PRINCIPAUX CORRIDORS DONT BURKINA FASO DISPOSE	40
FIGURE 3.1.1 EVOLUTIONS VOLUMES DES ECHANGES INTERNATIONAUX DES PRODUITS AGRICOLES PAR CATEGORIE	66
FIGURE 3.1.2 PART OCCUPEE PAR LES PAYS DE L'AFRIQUE DANS LE COMMERCE INTERNATIONAL DES PRODUITS AGRICOLES PAR CATEGORIE	67
FIGURE 3.1.3 VOLUME DES ECHANGES INTERNATIONAUX DES PRODUITS AGRICOLES AFRICAINS PAR PRODUIT.....	67
FIGURE 3.1.4 EVOLUTION DU MONTANT DES EXPORTATIONS DU BURKINA FASO	68
FIGURE 3.1.5 EVOLUTION DES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DU BURKINA FASO VERS LES AUTRES REGIONS DU MONDE	69
FIGURE 3.1.6 PART OCCUPEE PAR CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LE MONTANT DES EXPORTATIONS DES PRODUITS AGRICOLES DU BURKINA FASO (EN 2011).....	70
FIGURE 3.2.1 EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DES PAYS DE L'UE.....	71
FIGURE 3.2.2 PART OCCUPEE PAR CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LE MONTANT DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DE LA REGION DE L'UNION EUROPEENNE (EN 2013)	72
FIGURE 3.2.3 EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DANS LES PAYS DU MOYEN-ORIENT.....	74
FIGURE 3.2.4 PART OCCUPEE PAR CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LE MONTANT DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DE LA REGION DU MOYEN ORIENT (EN 2013)	74
FIGURE 3.2.5 EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DANS LA REGION DU MAGHREB	76

FIGURE 3.2.6 PART OCCUPEE PAR CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LE MONTANT DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DE LA REGION MAGHREBINE (EN 2013).....	76
FIGURE 3.3.1 PIB ET DEMOGRAPHIE DES PAYS DE LA CEDEAO (EN 2013).....	78
FIGURE 3.3.2 EVOLUTION DU PIB PAR HABITANT ET DE LA DEMOGRAPHIE DU BURKINA FASO ET DES PAYS PROCHES	79
FIGURE 3.3.3 TAILLE DE LA CLASSE MOYENNE ET POURCENTAGE DANS LA POPULATION TOTALE (2010) DANS LES PAYS DE LA CEDEAO	80
FIGURE 3.3.4 EVOLUTION DES IMPORTATIONS EN VALEUR (USD) DE CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LA CEDEAO	81
FIGURE 3.3.5 PART OCCUPEE PAR CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LE MONTANT DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DE LA REGION DE LA CEDEAO (EN 2013)	81
FIGURE 3.4.1 EVOLUTION DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DU BURKINA FASO.....	83
FIGURE 3.4.2 PART OCCUPEE PAR CHAQUE PRODUIT AGRICOLE DANS LE MONTANT DES IMPORTATIONS DE PRODUITS AGRICOLES DU BURKINA FASO (EN 2011).....	84
FIGURE 4.1.1 PROCESSUS DE SELECTION DES PRODUITS AGRICOLES POTENTIELS	91
FIGURE 4.3.1 PROCESSUS D'ELABORATION DU SCHEMA DIRECTEUR ET RELATION AVEC LES ACTIVITES PILOTES.....	93
FIGURE 5.3.1 NOTION DE L'AGRICULTURE ORIENTEE VERS LE MARCHE ADOPTEE DANS LE CADRE DU PROJET	98
FIGURE 5.3.2 CYCLE ACCELERANT LA CROISSANCE DU MARCHE ET DE L'ECONOMIE BURKINABE	101
FIGURE 6.1.1 PERIODES D'EXPORTATION DES MANGUES DES PRINCIPAUX LIEUX DE PRODUCTION VERS L'EUROPE.....	109
FIGURE 6.1.2 SITUATION DES EXPORTATIONS DU BURKINA FASO VERS LA FRANCE (2012) PAR VOIE AERIEENNE ET MARITIME	111
FIGURE 6.1.3 IMPORTATIONS DE MANGUES SECHEES EN EUROPE (2012).....	113
FIGURE 6.1.4 PRINCIPALES ZONES DE PRODUCTION DE LA MANGUE	116
FIGURE 6.1.5 CHAINE COMMERCIALE DE LA MANGUE (FRAICHE ET SECHEE)	128
FIGURE 6.3.1 INFLUENCE DE L'ACTIVITE PILOTE SUR LA CHAINE DE VALEUR DE LA MANGUE	147
FIGURE 6.3.2 DISPOSITION DES CLAIES DE SECHAGE ET DE PLAQUE DE CLOISON	153
FIGURE 6.3.3 EVOLUTION DE TEMPERATURE A L'INTERIEUR DE SECHOIR (MILIEU)...	154
FIGURE 6.4.1 RELATION ENTRE LES MESURES DE PROMOTION ET L'AUGMENTATION DES EXPORTATIONS DES MANGUES FRAICHES	170
FIGURE 6.4.2 RELATION ENTRE LES MESURES DE PROMOTION ET L'AUGMENTATION DES EXPORTATIONS DE MANGUES SECHEES	173
FIGURE 7.1.1 VOLUME DE PRODUCTION DE LA FRAISE PAR REGION	200
FIGURE 7.1.2 FORMES DES FRAISES	202
FIGURE 7.1.3 SYSTEME DE CULTURE DE LA FRAISE	203

FIGURE 7.1.4 CHAINE DE COMMERCE DE FRAISE DE LA BANLIEUE DE LA CAPITALE	206
FIGURE 7.3.1 INFLUENCE DE L'ACTIVITE PILOTE SUR LA CHAINE DE VALEUR.....	221
FIGURE 7.4.1 STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DE LA FRAISE	248
FIGURE 8.1.1 EVOLUTION ANNUELLE DES PRIX CONSOMMATEURS DES OIGNONS DE OUAGADOUGOU (2002 A 2009).....	253
FIGURE 8.1.2 EXPORTATIONS MENSUELLES VERS LES PAYS DE LA CEDEAO (2012).....	254
FIGURE 8.1.3 EXPORTATIONS MENSUELLES VERS LA COTE D'IVOIRE (2012)	254
FIGURE 8.1.4 IMPORTATIONS MENSUELLES DE L'OIGNON DES PAYS-BAS (2013).....	257
FIGURE 8.1.5 FLUCTUATION DES PRIX DE L'OIGNON AU GHANA	258
FIGURE 8.1.6 PRINCIPALES ZONES DE PRODUCTION DES OIGNONS SECHES	260
FIGURE 8.1.7 CHAINE DE COMMERCE DE L'OIGNON BURKINABE	264
FIGURE 8.2.1 VOLUME DE TRANSACTION AU MARCHÉ PERIODIQUE DE KORSIMORO (VOLUME DE COMMERCIALISATION DES PRODUCTEURS) ET EVOLUTION DES PRIX PRODUCTEURS (DE DECEMBRE 2012 A OCTOBRE 2013).....	273
FIGURE 8.3.1 RESULTATS DE L'ENQUETE SUR LES GOUTS DES CONSOMMATEURS.....	280
FIGURE 8.3.2 INFLUENCE DE L'ACTIVITE PILOTE SUR LA CHAINE DE VALEUR.....	281
FIGURE 8.3.3 CHANGEMENT DE LA FORME DES BILLONS ET DU POSITIONNEMENT LORS DU REPIQUAGE.....	285
FIGURE 8.3.4 DIFFERENCES DE METHODE D'APPLICATION DE L'ENGRAIS.....	287
FIGURE 8.4.1 STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DE L'OIGNON.....	306
FIGURE 9.1.1 ZONES DE CULTURE DE SOJA DANS L'AFRIQUE DE L'OUEST	317
FIGURE 9.1.2 PRODUCTION DE SOJA DES PAYS VOISINS (TONNES)	318
FIGURE 9.1.3 RENDEMENT UNITAIRE DES PAYS VOISINS (KG/HA)	318
FIGURE 9.1.4 EVOLUTION MENSUELLE DU PRIX DE SOJA EN 2012 (GHC/100KG).....	320
FIGURE 9.1.5 EVOLUTION DU NOMBRE DE VOLAILLES ET DE LA PRODUCTION DES ŒUFS (DE 2007 A 2011).....	324
FIGURE 9.1.6 PRINCIPALES PROVINCES PRODUCTRICES DU SOJA.....	325
FIGURE 9.1.7 EVOLUTION DE LA PRODUCTION NATIONALE DU SOJA (DE 2002 A 2012).....	326
FIGURE 9.1.8 CHAINE DE COMMERCE DU SOJA	330
FIGURE 9.1.9 CLASSIFICATION DES CHAINES DE CONSOMMATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES DE TRANSFORMATION.....	332
FIGURE 9.1.10 PRODUITS DE TRANSFORMATION A BASE DU SOJA FABRIQUES ET VENDUS AU BURKINA FASO	335
FIGURE 9.1.11 SCHEMA DE PROCEDE POUR LA FABRICATION DU SOJA TORREFIE	336
FIGURE 9.1.12 SCHEMA DE PROCEDE POUR LA FABRICATION DE L'HUILE DE SOJA (TOURTEAU).....	337

FIGURE 9.1.13 SCHEMA DE PROCEDE POUR LA FABRICATION DE BROCHETTE DE TOFU	338
FIGURE 9.3.1 INFLUENCE DE L'ACTIVITE PILOTE SUR LA CHAINE DE VALEUR DU SOJA.....	347
FIGURE 9.3.2 METHODES DE FABRICATION DU LAIT DE SOJA (PRESSAGE AVEC CUISSON ET SANS CUISSON).....	350
FIGURE 9.3.3 EVALUATION DES MEMBRES DE L'ASAN SUR LES NOUVEAUX COAGULANTS	352
FIGURE 9.4.1 CONSOMMATION MONDIALE ET AFRICAINE PAR PERSONNE DE SOJA ...	360
FIGURE 9.4.2 STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DU SOJA..	374
FIGURE 10.1.1 STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE (PROPOSITION)	379

Liste des tableaux

TABLEAU 1.5.1 CONTENU DE L'ETUDE	3
TABLEAU 1.6.1 RESUME DES CHAPITRES DU PRESENT RAPPORT	4
TABLEAU 2.1.1 EVOLUTION EN VALEUR DES PRINCIPAUX PRODUITS AGRICOLES IMPORTES AU BURKINA FASO	8
TABLEAU 2.1.2 EVOLUTION DES VALEURS EXPORTEES POUR LES PRINCIPAUX PRODUITS AGRICOLES EXPORTEES	9
TABLEAU 2.1.3 EVOLUTION DU TAUX DE PAUVRETE1)	10
TABLEAU 2.3.1 EVOLUTION DU BUDGET DU MARHASA.....	15
TABLEAU 2.3.2 REPARTITION DES AGENTS DE LA DGPER (FEVRIER 2015).....	15
TABLEAU 2.3.3 EVOLUTION DU BUDGET DE L'INERA1).....	17
TABLEAU 2.4.1 ROLES ET FONCTIONNEMENT D'UNE ORGANISATION DES PRODUCTEURS	21
TABLEAU 2.4.2 CARACTERISTIQUES ET DIFFERENCES DE LA COOPERATIVE ET DU GROUPEMENT.....	22
TABLEAU 2.4.3 FORMES D'ORGANISATIONS ET LEUR DEFINITION	22
TABLEAU 2.4.4 CHAMBRES D'AGRICULTURE EN RESUME.....	23
TABLEAU 2.4.5 RESUME DE LA LOI PORTANT LA CREATION DES INTERPROFESSIONS DES FILIERES	25
TABLEAU 2.4.6 ETAT DE STRUCTURATION DES FILIERES	26
TABLEAU 2.4.7 STRUCTURATION DES FILIERES ET SERVICES DU MARHASA EN CHARGE DE LA STRUCTURATION DE CES FILIERES	26
TABLEAU 2.4.8 PROCESSUS DE CREATION DE L'INTERPROFESSION D'UNE FILIERE AGRICOLE.....	27
TABLEAU 2.4.9 BONNE PRATIQUE RELATIVE A L'ENTREMISE AU SYSTEME DE FINANCEMENT ET GARANTIE	27
TABLEAU 2.4.10 BONNE PRATIQUE RELATIVE A L'ACQUISITION DES INTRANTS.....	28
TABLEAU 2.4.11 BONNE PRATIQUE RELATIVE A LA STABILISATION DES PRIX DES PRODUITS ET AU MODE DE PAIEMENT	28

TABLEAU 2.4.12 APERÇU DES PARTIES CONTRACTANTES DES CONTRATS DE CULTURE (EXEMPLES)	29
TABLEAU 2.4.13 APERÇU DE LA CULTURE CONTRACTUELLE (EXEMPLES)	30
TABLEAU 2.4.14 BONNES PRATIQUES DE LA CULTURE CONTRACTUELLE	32
TABLEAU 2.4.15 RESUME DES ETABLISSEMENTS DE MICROFINANCE	34
TABLEAU 2.4.16 PORTFOLIO DU RCPB EN 2011	35
TABLEAU 2.4.17 TYPES DE CREDITS ALLOUES A L'AGRICULTURE PAR LE RCPB	35
TABLEAU 2.4.18 EXEMPLES DES CREDITS AGRICOLES DU RCPB	36
TABLEAU 2.4.19 RESUME D'EPARGNE SPONTANEE DU RCPB	36
TABLEAU 2.4.20 RESUME D'EPARGNE FORCEE	36
TABLEAU 2.4.21 PRODUITS DE CREDIT DU RCPB	37
TABLEAU 2.5.1 PRINCIPAUX ORGANISMES/ORGANISATIONS RELATIFS AUX EXPORTATIONS DES PRODUITS AGRICOLES	41
TABLEAU 2.5.2 POINTS DE DEDOUANEMENT DU BURKINA FASO	43
TABLEAU 2.5.3 ORGANISMES RELATIFS A LA PROTECTION ET AU CONTROLE DES VEGETAUX ET DES PRODUITS ALIMENTAIRES.....	44
TABLEAU 2.5.4 ORGANISMES CAPABLES DE METTRE EN ŒUVRE LE CONTROLE DE LA QUALITE	44
TABLEAU 2.5.5 LISTE DES POSTES DE CONTROLE PHYTOSANITAIRE.....	45
TABLEAU 2.5.6 MISE EN PLACE DES POINTS DE CONTROLE ET DES LABORATOIRES DES DIVERS ORGANISMES (MAI 2013).....	50
TABLEAU 2.5.7 ORGANISMES POSSEDANT LA CERTIFICATION BIOLOGIQUE (EN JUIN 2013).....	51
TABLEAU 2.5.8 ENTREPRISES ET ORGANISATIONS AYANT OBTENU LA CERTIFICATION BIOLOGIQUE	52
TABLEAU 3.1.1 EVOLUTION DES MONTANTS DES EXPORTATIONS DES PRODUITS AGRICOLES DES PRINCIPAUX PAYS DE L'AFRIQUE EN MILLIARDS DE DOLLARS US	65
TABLEAU 3.2.1 EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DE L'UE	70
TABLEAU 3.2.2 EVOLUTION DU PIB DE L'UE ET DU PIB PAR HABITANT	71
TABLEAU 3.2.3 EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DE LA REGION DU MOYEN ORIENT	73
TABLEAU 3.2.4 EVOLUTION DU PIB DU MOYEN ORIENT ET DU PIB PAR HABITANT	73
TABLEAU 3.2.5 EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DE LA REGION MAGHREBINE	75
TABLEAU 3.2.6 EVOLUTION DU PIB DE LA REGION MAGHREBINE ET DU PIB PAR HABITANT	75
TABLEAU 3.3.1 EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DE LA REGION DE LA CEDEAO	77
TABLEAU 3.3.2 EVOLUTION DU PIB ET DU PIB PAR HABITANT DE LA REGION DE LA CEDEAO	77
TABLEAU 3.4.1 EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DU BURKINA FASO	82
TABLEAU 3.4.2 EVOLUTION DU PIB REEL DU BURKINA FASO ET DU PIB PAR HABITANT	83

TABLEAU 4.1.1 MATRICE DE SELECTION PRIMAIRE DES PRODUITS AGRICOLES POTENTIELS	86
TABLEAU 4.1.2 OBJECTIFS D'ETUDE POUR L'ANALYSE PREALABLE DES CHAINES DE VALEUR	87
TABLEAU 4.1.3 RUBRIQUES DE L'ANALYSE PREALABLE DES CHAINES DE VALEUR.....	87
TABLEAU 4.1.4 CARACTERISTIQUES DE PRODUITS AGRICOLES SELECTIONNES	88
TABLEAU 4.1.5 RESULTAT DE LA SELECTION SECONDAIRE	89
TABLEAU 4.1.6 OBJECTIFS ET LES RESULTATS DE L'ANALYSE DES CHAINES DE VALEUR.....	91
TABLEAU 4.3.1 MESURES DE PROMOTION ET ELEMENTS A VERIFIER ET A CONFIRMER DANS LES ACTICITES PILOTES	95
TABLEAU 5.3.1 MARCHES VISES ET PRODUITS SELECTIONNES	104
TABLEAU 5.3.2 CARACTERISTIQUES DES MARCHES VISES ET ORIENTATIONS DE LA PROMOTION.....	104
TABLEAU 5.3.3 CARACTERISTIQUES DES MARCHES VISES ET ORIENTATIONS DE LA PROMOTION.....	106
TABLEAU 6.1.1 TYPES DES MARCHES VISES PAR LES MANGUES BURKINABE	109
TABLEAU 6.1.2 VOLUMES D'EXPORTATIONS DES MANGUES DU BURKINA FASO ET DES PAYS VOISINS VERS LE MARCHE UE-27.....	110
TABLEAU 6.1.3 EXPORTATION DES MANGUES DU BURKINA FASO VERS LES PAYS D'EUROPE (ENTRE 2009 ET 2012) (LES MANGUES SECHEES INCLUDES)	110
TABLEAU 6.1.4 EXPORTATION DES MANGUES DU BURKINA FASO VERS LES PAYS MEDITERRANEENS ET DU GOLFE PERSIQUE (2009 A 2012).....	111
TABLEAU 6.1.5 EXPORTATION DES MANGUES DU BURKINA FASO VERS LES PAYS VOISINS (2009-2012)	112
TABLEAU 6.1.6 EVOLUTION DES IMPORTATIONS DES MANGUES DES PAYS EUROPEENS, MEDITERRANEENS ET DU GOLFE PERSIQUE	112
TABLEAU 6.1.7 EXPORTATIONS DU JUS DE MANGUE DU BURKINA FASO.....	114
TABLEAU 6.1.8 IMPORTATIONS DU JUS DE MANGUE DU BURKINA FASO	115
TABLEAU 6.1.9 PRODUCTION DE MANGUES.....	115
TABLEAU 6.1.10 PERIODE DE RECOLTE DES DIFFERENTES VARIETES DE MANGUE	116
TABLEAU 6.1.11 NOMBRE D'INTERCEPTIONS POUR CAUSE DE LA MOUCHE DES FRUITS RELEVES EN EUROPE PAR PAYS DE PROVENANCE	118
TABLEAU 6.1.12 ENTREPRISES POSSEDANT LES UNITES DE CONDITIONNEMENT DES MANGUES AINSI QUE LEUR SIEGE ET CAPACITE DE TRAITEMENT	119
TABLEAU 6.1.13 ENTREPRISES POSSEDANT LE CERTIFICAT « ECOCERT » POUR LA MANGUE FRAICHE	120
TABLEAU 6.1.14 TYPES DES EXPORTATEURS DES MANGUES SECHEES	123
TABLEAU 6.1.15 ENTREPRISES POSSEDANT LE CERTIFICAT ECOCERT POUR LA MANGUE SECHEE	123

TABLEAU 6.1.16 EXEMPLES DE COUT DE PRODUCTION DES MANGUES SECHEES (COUT POUR 1KG DE PRODUIT)	129
TABLEAU 6.1.17 EXEMPLES DES CHAINES DE VALEURS DES EXPORTATIONS VERS L'EUROPE	130
TABLEAU 6.3.1 ELEMENTS A VERIFIER LORS DE L'ACTIVITE PILOTE	146
TABLEAU 6.3.2 COMPARAISON DE CONSOMMATION DE GAZ	153
TABLEAU 6.3.3 RESULTATS DES ESSAIS PAR TYPE DE FILET	154
TABLEAU 6.3.4 RESULTATS DES ESSAIS PAR TYPE DE CLAIE	155
TABLEAU 6.3.5 PROBLEMES DU SECHOIR ATESTA ET RESULTAT D'AMELIORATION..	156
TABLEAU 6.3.6 AMELIORATIONS EFFECTUEES	158
TABLEAU 6.4.1 CONTRAINTES ET MESURES DE DEVELOPPEMENT POUR LA MANGUE FRAICHE	170
TABLEAU 6.4.2 CONTRAINTES ET MESURES DE DEVELOPPEMENT POUR LA MANGUE SECHEE	172
TABLEAU 6.4.3 IDENTIFICATION DE PAYS CIBLES PAR L'APEMAB ET METTEUR EN ŒUVRE DE L'ACTIVITE.....	175
TABLEAU 6.4.4 CALENDRIER POUR L'IDENTIFICATION DES PAYS CIBLES PAR L'APEMAB	176
TABLEAU 6.4.5 ACTIVITES D'APPUI A LA CREATION DE SOURCES D'ACTIVITES DE L'APEMAB ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES.....	177
TABLEAU 6.4.6 CONTENU DE L'ACTIVITE A LA CREATION DE SOURCES D'ACTIVITES DE L'APEMAB ET DE L'APPUI.....	177
TABLEAU 6.4.7 CALENDRIER DE LA CREATION DE SOURCES FINANCIERES POUR LES ACTIVITES DE L'APEMAB	178
TABLEAU 6.4.8 APERÇU DE L'APPUI FINANCIER (SUBVENTION) DESTINE AUX EXPORTATEURS.....	179
TABLEAU 6.4.9 APERÇU DU CREDIT A BAS TAUX DESTINE AUX EXPORTATEURS	179
TABLEAU 6.4.10 ACTIVITE DE L'AMELIORATION DE L'HYGIENE VISANT A SATISFAIRE LES EXIGENCES D'HYGIENE ALIMENTAIRE DES REGLEMENTS DE L'UE 1	180
TABLEAU 6.4.11 ACTIVITE DE L'AMELIORATION DE L'HYGIENE VISANT A SATISFAIRE LES EXIGENCES D'HYGIENE ALIMENTAIRE DES REGLEMENTS DE L'UE 2	180
TABLEAU 6.4.12 ACTIVITE DE L'AMELIORATION DE L'HYGIENE VISANT A SATISFAIRE LES EXIGENCES D'HYGIENE ALIMENTAIRE DES REGLEMENTS DE L'UE 3	181
TABLEAU 6.4.13 CONTENU DES TRAVAUX D'AMELIORATION DES INFRASTRUCTURES	182
TABLEAU 6.4.14 ACTIVITE DE L'AMELIORATION DE L'HYGIENE VISANT A SATISFAIRE LES EXIGENCES D'HYGIENE ALIMENTAIRE DES REGLEMENTS DE L'UE 4	183
TABLEAU 6.4.15 MESURES CONTRE LES CONTAMINATIONS PENDANT LA TRANSFORMATION	183

TABLEAU 6.4.16 ACTIVITE DE L'AMELIORATION DE L'HYGIENE VISANT A SATISFAIRE LES EXIGENCES D'HYGIENE ALIMENTAIRE DES REGLEMENTS DE L'UE 5	184
TABLEAU 6.4.17 CALENDRIER DE L'AMELIORATION DE L'HYGIENE VISANT A SATISFAIRE LES EXIGENCES D'HYGIENE ALIMENTAIRE DES REGLEMENTS DE L'UE	185
TABLEAU 6.4.18 DEVELOPPEMENT DES TECHNIQUES D'AMELIORATION DU SECHOIR ATESTA, ACTIVITES DE VULGARISATION DE CES TECHNIQUES ET METTEURS EN ŒUVRE	186
TABLEAU 6.4.19 CALENDRIER POUR LE DEVELOPPEMENT DES TECHNIQUES D'AMELIORATION DU SECHOIR AINSI QUE POUR LEUR VULGARISATION	187
TABLEAU 6.4.20 ACTIVITES DE PROMOTION POUR L'INTRODUCTION DES PETITS SECHOIRS ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES 1.....	189
TABLEAU 6.4.21 ACTIVITES DE PROMOTION POUR L'INTRODUCTION DES PETITS SECHOIRS ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES 2.....	189
TABLEAU 6.4.22 CALENDRIER POUR LA PROMOTION D'INTRODUCTION DES PETITS SECHOIRS	189
TABLEAU 6.4.24 STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DES EXPORTATIONS DES MANGUES FRAICHES	191
TABLEAU 6.4.25 STRUCTURE DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DES EXPORTATIONS DES MANGUES SECHEES	191
TABLEAU 6.4.27 COUT APPROXIMATIF DU PROJET DE PROMOTION DE LA MANGUE ..	192
TABLEAU 7.1.1 RESUME DES GROUPEMENTS MARAICHERS Y COMPRIS LES PRODUCTEURS DE FRAISES.....	198
TABLEAU 7.1.2 VARIETES CULTIVEES A BOULMIOUGOU	201
TABLEAU 7.1.3 EXEMPLE DE COUT DE PRODUCTION DE FRAISE (PAR KG).....	208
TABLEAU 7.1.4 PRIX DE VENTE AU DETAIL DE FRAISES IMPORTEES DANS LES SUPERMARCHES	208
TABLEAU 7.1.5 EXEMPLE DE LA CHAINE DE VALEUR DE LA FRAISE DESTINEE A ABIDJAN (SUPERMARCHES)	209
TABLEAU 7.3.1 RELATION ENTRE L'ACTIVITE PILOTE (PROPOSITION) ET L'ACTIVITE PILOTE PREALABLE.....	215
TABLEAU 7.3.2 TECHNIQUES DE CULTURE ACCELEREE TESTEES.....	224
TABLEAU 7.3.3 PLANNING DES ACTIVITES.....	225
TABLEAU 7.3.4 STRUCTURE DU PRIX DE VENTE.....	230
TABLEAU 7.3.5 NOMBRE DE PLANTS INTRODUIIS PAR SITE.....	231
TABLEAU 7.3.6 VARIETES INTRODUIITES POUR L'ACTIVITE PILOTE	232
TABLEAU 7.3.7 SITUATION DE LA CROISSANCE POUR CHAQUE VARIETE	233
TABLEAU 7.3.8 PRODUCTEURS PARTICIPANT AU TEST DE CULTURE ACCELEREE.....	234
TABLEAU 7.3.9 RESULTATS DE LA CULTURE ACCELEREE.....	234

TABLEAU 7.4.1 ACTIVITES DU RENFORCEMENT DES CAPACITES MARKETING POUR LE MARCHE SOUS-REGIONAL ET METTEUR EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	241
TABLEAU 7.4.2 CALENDRIER DES ACTIVITES DU RENFORCEMENT DES CAPACITES MARKETING POUR LE MARCHE SOUS-REGIONAL	242
TABLEAU 7.4.3 ACTIVITES DE COMMERCIALISATION PAR LES PRODUCTEURS A VALEUR AJOUTEE SUR LE MARCHE BURKINABE ET METTEUR EN ŒUVRE DE CETTE ACTIVITE	243
TABLEAU 7.4.4 CALENDRIER DES ACTIVITES DE LA COMMERCIALISATION PAR LES PRODUCTEURS A VALEUR AJOUTEE SUR LE MARCHE BURKINABE	243
TABLEAU 7.4.5 IDENTIFICATION DE VARIETES ADAPTEES ET METTEUR EN ŒUVRE D'ACTIVITE	244
TABLEAU 7.4.6 CALENDRIER DE LA SELECTION DES VARIETES ADAPTEES.....	244
TABLEAU 7.4.7 ACTIVITES DE L'INTRODUCTION DE LA CULTURE ACCELEREE ET METTEUR EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	245
TABLEAU 7.4.8 CALENDRIER DES ACTIVITES DE L'INTRODUCTION DE LA CULTURE ACCELEREE	246
TABLEAU 7.4.9 ACTIVITES DE L'APPUI A LA FORMATION DE NOUVELLES ZONES DE PRODUCTION ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	247
TABLEAU 7.4.10 CALENDRIER DES ACTIVITES DE LA FORMATION DE NOUVELLES ZONES DE PRODUCTION	247
TABLEAU 7.4.11 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DE LA FRAISE.....	248
TABLEAU 7.4.12 COUT APPROXIMATIF DU PROJET DE PROMOTION DE LA FRAISE.....	248
TABLEAU 8.1.1 IMPORTATIONS D'OIGNON AU BURKINA FASO.....	252
TABLEAU 8.1.2 EXPORTATIONS DES OIGNONS NEERLANDAIS VERS LES PAYS DE LA CEDEAO	254
TABLEAU 8.1.3 PERIODES DE RECOLTE/MISE EN MARCHÉ ET VOLUMES DE PRODUCTION DES PAYS DE LA SOUS-REGION	255
TABLEAU 8.1.4 EXPORTATIONS DES OIGNONS DU BURKINA FASO.....	256
TABLEAU 8.1.5 EXPORTATIONS DES OIGNONS DU NIGER.....	256
TABLEAU 8.1.6 CALENDRIER DE CULTURE DE L'OIGNON D'HIVERNAGE	261
TABLEAU 8.1.7 CALENDRIER DE CULTURE DE L'OIGNON DE SAISON PLUVIEUSE	261
TABLEAU 8.1.8 PRINCIPALES VARIETES DE LA CULTURE DE SAISON SECHE	262
TABLEAU 8.1.9 PRINCIPALES VARIETES DE LA CULTURE D'HIVERNAGE	262
TABLEAU 8.1.10 EXEMPLE DU COUT DE PRODUCTION DE L'OIGNON D'HIVERNAGE (PAR HECTARE).....	267
TABLEAU 8.1.11 EXEMPLE DE CHAINE DE VALEUR DE L'OIGNON DESTINE AU MARCHÉ D'ABIDJAN	267
TABLEAU 8.1.12 MEMBRES DE L'UNAPOB	269
TABLEAU 8.1.13 MEMBRES DE L'APCOB	270
TABLEAU 8.1.14 NOMBRE D'ENTREPOTS AMENAGES AVEC L'APPUI DU PAFASP.....	270

TABLEAU 8.1.15 AMENAGEMENT EN PETITE IRRIGATION PAR LE PAFASP	271
TABLEAU 8.3.1 CALENDRIER DE CULTURE DANS LE CADRE DE L'ACTIVITE PILOTE PREALABLE.....	278
TABLEAU 8.3.2 RENDEMENT DES VARIETES TESTEES PAR SUPERFICIE DE CULTURE (35M ²) SUR LES DEUX SITES	279
TABLEAU 8.3.3 EMBLEMES DES SITES DE MISE EN ŒUVRE DU TEST DE CULTURE DE L'OIGNON D'HIVERNAGE	283
TABLEAU 8.3.4 SUPERFICIE DES PARCELLES POUR LES PEPINIERES ET QUANTITE DE SEMIS.....	284
TABLEAU 8.3.5 POURCENTAGES DE BONS PLANTS.....	285
TABLEAU 8.3.6 SUPERFICIES DES PARCELLES DE CULTURE DE L'OIGNON D'HIVERNAGE	286
TABLEAU 8.3.7 APPLICATION DE L'ENGRAIS SUR LES PARCELLES.....	286
TABLEAU 8.3.8 RENDEMENTS OBTENUS LORS DE L'ESSAI.....	288
TABLEAU 8.3.9 TAILLE DES BULBES RECOLTES A KORSIMORO.....	288
TABLEAU 8.3.10 RESULTATS DE LA COMMERCIALISATION A KORSIMORO	292
TABLEAU 8.3.11 RESULTAT DE COMMERCIALISATION A YAKO	292
TABLEAU 8.3.12 RESULTAT DE CALCUL DE BENEFICE PAR HECTARE DE LA CULTURE D'OIGNON D'HIVERNAGE	293
TABLEAU 8.4.1 ACTIVITES D'AMELIORATION DES TECHNIQUES DE CULTURE D'HIVERNAGE DE L'OIGNON ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	300
TABLEAU 8.4.2 CALENDRIER DES ACTIVITES D'AMELIORATION DES TECHNIQUES DE CULTURE D'HIVERNAGE DE L'OIGNON.....	300
TABLEAU 8.4.3 ACTIVITES DE VULGARISATION DE LA CULTURE D'HIVERNAGE DE L'OIGNON	301
TABLEAU 8.4.4 CALENDRIER DES ACTIVITES DE LA VULGARISATION DE LA CULTURE D'HIVERNAGE DE L'OIGNON	302
TABLEAU 8.4.5 ACTIVITES D'APPUI A LA CONSTRUCTION DE MAGASIN DE STOCKAGE DES OIGNONS ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	303
TABLEAU 8.4.6 CALENDRIER DES ACTIVITES DE L'APPUI A LA CONSTRUCTION DES MAGASINS DE STOCKAGE DES OIGNONS	303
TABLEAU 8.4.7 ACTIVITES DE VULGARISATION DES TECHNIQUES DE CONSERVATION DES OIGNONS	304
TABLEAU 8.4.8 CALENDRIER DES ACTIVITES DE LA VULGARISATION DES TECHNIQUES DE CONSERVATION DES OIGNONS.....	304
TABLEAU 8.4.9 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DE L'OIGNON	306
TABLEAU 8.4.10 COUT APPROXIMATIF DU PROJET DE PROMOTION DE L'OIGNON	307
TABLEAU 9.1.1 MARCHES VISES PAR LE SOJA BURKINABE.....	313
TABLEAU 9.1.2 IMPORTATIONS DU SOJA DES PAYS DE LA SOUS-REGION (2008 A 2012)	315

TABLEAU 9.1.3 IMPORTATION DE FARINE DE SOJA DES PAYS DE LA SOUS-REGION (2008 A 2012)	316
TABLEAU 9.1.4 IMPORTATION DE L’HUILE DE SOJA DES PAYS DE LA SOUS-REGION (2008 A 2012)	316
TABLEAU 9.1.5 PRODUCTION ET RENDEMENT DES PAYS DE LA SOUS-REGION (2004 A 2012).....	317
TABLEAU 9.1.6 PRIX UNITAIRES DU SOJA DANS LES PAYS DE L’AFRIQUE DE L’OUEST (JANVIER 2009).....	318
TABLEAU 9.1.7 PRIX DU SOJA AU GHANA ET EN COTE D’IVOIRE (NOVEMBRE 2013) ...	318
TABLEAU 9.1.8 EVOLUTION DE PRIX D’ACHAT DU SOJA (2013).....	318
TABLEAU 9.1.9 PRODUCTION DU SOJA AU GHANA (DE 2007 A 2012)	320
TABLEAU 9.1.10 TAUX DE MELANGE ET MATIERES PREMIERES DE L’ALIMENT POUR ANIMAL (L’ENTREPRISE FASO GRAIN)	322
TABLEAU 9.1.11 PRINCIPAUX FABRICANTS DE SOJA POUR L’ELEVAGE.....	323
TABLEAU 9.1.12 PRODUCTION DES 10 PREMIERES PROVINCES PRODUCTRICES DU SOJA (DE 2002 A 2012)	325
TABLEAU 9.1.13 REPARTITION DES TACHES PAR GENRE DE LA CULTURE ET DU TRAITEMENT POST-RECOLTE DU SOJA DANS LA PROVINCE DE LA SISSILI.....	328
TABLEAU 9.1.14 VARIETES DU SOJA ET LEURS CARACTERISTIQUES	328
TABLEAU 9.1.15 EVOLUTION DE LA PRODUCTION DES SEMENCES CERTIFIEES (2001 A 2009).....	329
TABLEAU 9.1.16 ETAPES DES TRAVAUX RELATIFS AU SOJA : DE LA RECOLTE JUSQU’ AU STOCKAGE (1HA).....	329
TABLEAU 9.1.17 COUT DE PRODUCTION DE PRODUCTEUR CONTRACTUEL DE L’ANCIENNE ESOP DE LEO (2012)	333
TABLEAU 9.1.18 BENEFICES DU SOJA TORREFIE (2012)	336
TABLEAU 9.1.19 COUT DE PRODUCTION D’HUILE DE SOJA (2012).....	337
TABLEAU 9.1.20 BENEFICES OBTENUS AVEC LES BROCHETTES DE TOFU (2012).....	339
TABLEAU 9.3.1 TECHNIQUES DE TRANSFORMATION DE BROCHETTE DE TOFU.....	349
TABLEAU 9.3.2 CONTENU D’APPUI A L’OBTENTION D’UNE SOURCE DE REVENUS STABLE.....	349
TABLEAU 9.3.3 COMPARAISON DES ELEMENTS NUTRITIFS CONTENUS DANS LE LAIT DE SOJA FABRIQUE SELON LA METHODE	350
TABLEAU 9.3.4 COMPARAISON DES VOLUMES DE PRODUCTION DE TOFU OBTENUS SELON LA METHODE.....	351
TABLEAU 9.3.5 METHODES DE COAGULATION DE TOFU ET COAGULANTS.....	351
TABLEAU 9.3.6 RECETTES ET BENEFICES DE L’ASAN (ENTRE OCTOBRE ET DECEMBRE 2014).....	355
TABLEAU 9.3.7 RECETTES ET BENEFICES DU KIOSQUE (ENTRE OCTOBRE ET DECEMBRE 2014).....	355

TABLEAU 9.4.1 ACTIVITES D’AUGMENTATION DU VOLUME MIS SUR LE MARCHE BURKINABE (PHASE PILOTE) ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	366
TABLEAU 9.4.2 CALENDRIER DES ACTIVITES D’AUGMENTATION DU VOLUME MIS SUR LE MARCHE BURKINABE (PHASE PILOTE).....	367
TABLEAU 9.4.3 ACTIVITES D’AUGMENTATION DU VOLUME MIS SUR LE MARCHE BURKINABE (PHASE PROJET) ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	368
TABLEAU 9.4.4 CALENDRIER DES ACTIVITES D’AUGMENTATION DU VOLUME MIS SUR LE MARCHE BURKINABE (PHASE PROJET)	368
TABLEAU 9.4.5 ACTIVITES DE SENSIBILISATION AUX PRODUITS TRANSFORMES ISSUS DU SOJA ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	369
TABLEAU 9.4.6 CALENDRIER POUR LA SENSIBILISATION AUX PRODUITS TRANSFORMES ISSUS DU SOJA.....	369
TABLEAU 9.4.7 ACTIVITES DU RENFORCEMENT DES CONNAISSANCES ET DES CAPACITES TECHNIQUES SUR LES PRODUITS TRANSFORMES ISSUS DU TOFU ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	371
TABLEAU 9.4.8 CALENDRIER DES ACTIVITES DU RENFORCEMENT DES CONNAISSANCES ET DES CAPACITES TECHNIQUES SUR LES PRODUITS TRANSFORMES ISSUS DU TOFU	371
TABLEAU 9.4.9 ACTIVITES DU RENFORCEMENT DES CAPACITES ET DES FONCTIONS DU GROUPE NOYAU ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	372
TABLEAU 9.4.10 CALENDRIER DES ACTIVITES DU RENFORCEMENT DES CAPACITES ET DES FONCTIONS DU GROUPE NOYAU	372
TABLEAU 9.4.11 ACTIVITES D’ORGANISATION DES ACTEURS, STRUCTURATION DE LA FILIERE ET AMELIORATION DE LA COLLABORATION ET METTEURS EN ŒUVRE DE CES ACTIVITES	373
TABLEAU 9.4.12 CALENDRIER DES ACTIVITES D’ORGANISATION DES ACTEURS, STRUCTURATION DE LA FILIERE ET AMELIORATION DE LA COLLABORATION.....	374
TABLEAU 9.4.13 CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET DE PROMOTION DU SOJA	376
TABLEAU 9.4.14 COUT APPROXIMATIF DU PROJET DE PROMOTION DU SOJA.....	377

Sigles et abréviations

ABNORM	Agence Burkinabé des Normes, de la Métrologie et de la Qualité
ACI	Association de Crédit Intermédiaire
ACP	Pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique
AEFOB	Association des Exportateurs de la Filière Oignon du Burkina
AFD	Agence Française de Développement
AGOA	African Growth and Opportunity Act
ANPI	Agence Nationale de Promotion des Investissements
APCEN-B	Association Professionnelle des Commerçants et Exportateurs de Nibie du Burkina
APCOB	Association Professionnelle des Commerçants d'Oignons du Burkina
APE	Accord de Partenariat Economique
APEMAB	Association Professionnels des Exportateurs de la Mangue du Burkina
APEX	Agence pour la Promotion des Exportations du Burkina Faso
API	Agence pour la Promotion des Investissements du Burkina Faso
APME2A	Agence pour la Promotion des Petites et Moyennes Entreprises, Agriculture et Artisanat
APRICES	Association Professionnelle Interregionale des Commerçants et Exportateurs de Sesame du Burkina
APROMAB	Association Professionnelle de la Mangue du Burkina
ARPSB	Association Regionale des Professionnels du Sesame du Burkina
ASAN	Association les Amis de la Nature
ASE	Autorisation Spéciale d'Exportation
ASK	Association Song Koaadba
ATP (EATP)	Agribusiness and Trade Promotion (ATP) and Expanded Agribusiness and Trade Promotion (EATP)
ATTRAB/B	Association pour le Transfert de Technologie Agricole dans le Boulgou
BAD	Banque Africaine de Développement
BCEAO	Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest
BKB	Breizh Kengred Burkina
BM	Banque Mondiale
CARD	Coalition pour le développement de la riziculture en Afrique (Coalition for African Rice Development)
CBC	Conseil Burkinabé des Chargeurs
CCI	Chambre de Commerce et d'Industrie du Burkina Faso
CCS	Certificat de Contrôle Sanitaire
CDS	Cercle des Sécheurs
CEAS	Centre Ecologique Albert SCHWEITZER
CEDEAO	Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CEFORE	Centre de Formalités des Entreprises
CFA	Centres Financiers aux Agriculteurs
CFC	Crédit du Fonds pour le Commerce
CFE	Centre Financier aux Entrepreneurs
CFO	Cotisation Forcée Obligatoire
CIC-B	Comité Interprofessionnel des Céréales du Burkina
CIF	Centre d'Innovation Financière
CIF	Confédération des Institutions Financières
CIFOB	Comité Interprofessionnel de la Filière Oignon du Burkina
CILSS	Comité permanent Inter-Etats de Lutte contre la Sécheresse dans le Sahel
CIR	Cadre intégré renforcé
CIR-B	Comité Interprofessionnel du Riz du Burkina
CNA	Chambre Nationale d'Agriculture
CNC	Certificat National de Conformité
CNRST	Centre National de la Recherche Scientifique et Technologique

CNUCED	Conférence des Nations unies sur le Commerce et le Développement
COLEAP	Comité de liaison Europe-Afrique-Caraïbes-Pacifique
CP	Caisses Populaires
CPF	Confédération Paysanne du Faso
CPI	Conseil Présidentiel Pour l'Investment
CPR	Centre de Promotion Rurale
CRA	Chambre Régionale d'Agriculture
CREAF	Centre de Recherches Environnementales, Agricoles et de Formation
CREDO	Organisation Chrétienne de Secours et de Développement
CRREA	Centre Régional de Recherches Environnementales et Agricoles
CRS	Catholic Relief Services
CSB	Corn-Soya Blend
CSP	Country Strategy Paper
CV	Caisse Villageoise
CVECA	Caisses Villageoises d'Épargne et de Crédit Autogérées
DCP	Document Cadre de Partenariat
DDEA	Direction du Développement des l'Entreprenariat Agricole
DDMPA	Direction du Développement des Marchés des Produits Agricoles
DGADI	Direction Générale des Aménagements Agricoles et du Développement de l'Irrigation
DGCE	Direction Générale du Commerce Extérieur
DGCI	Direction Générale du Commerce Intérieur
DGESS	Direction Générale des Études et des Statistiques Sectorielles
DGFOMR	Direction Générale du Foncier, de la Formation et de l'Organisation du Monde Rural
DGI	Direction Générale de l'Industrie
DGPER	Direction Générale de la Promotion de l'Economie Rurale
DGPV	Direction Générale des Productions Végétales
DGQM	Direction Générale de la Qualité et de la Métrologie
DOPAIR	Direction de l'Organisation des Producteurs et de l'Appui aux Institutions Rurales
DPASA	Direction Provinciale de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire
DPEFA	Direction de veille et de la Promotion Économique des Filières Agricoles
DPSAA	Direction de la Prospective et des Statistiques Agricole et Alimentaire
DPVC	Direction de la Protection des Végétaux et du Conditionnement
DRASA	Direction Régionale de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire
DTAN	Direction de la Transformation, de l'Alimentation, de la Promotion des Normes et de la Qualité Nutritionnelle des Produits Agricoles
DTIS	Diagnostic Trade Integration Study
DVRD	Direction de la Vulgarisation et de la Recherche Développement
EAU	Emirats Arabes Unis
ECOWAS	Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest
ESOP	Enterprise de Service et d'Organisation des Producteurs
FAARF	Fonds d'Appui aux activités Rémunératrices des Femmes
FAO	Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture
FASONORM	Organisme National de Normalisation du Burkina Faso
FCPB	Fédération des Caisses Populaires du Burkina
FEER	Fonds de l'Eau et de l'Équipement Rural
FIDA	Fonds international de développement agricole
GESB	Groupe des Exportateurs de Sesame et Autres Produits Oleagineux du Burkina
GIE	Groupe d'Intérêt Economique
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
HACCP	Analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise

ICI	Investir en Côte d'Ivoire
IITA	International Institute of Tropical Agriculture
INERA	Institut National de l'Environnement et de la Recherche Agricole
INSD	Institut National de la Statistique et de la Démographie
IRSAT	Institut de Recherche en Sciences Appliquées et Technologies
IRSAT-DTA	Institut de Recherche en Sciences Appliquées et Technologies – Département Technologies alimentaires
ISO	Organisation internationale de normalisation
JAICAF	Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry
JETRO	Organisation Japonaise du Commerce Extérieur
JICA	Agence Japonaise de Coopération Internationale
JIRCAS	Japan International Research Center for Agriculture Sciences
KIT	Koninklijk Instituut voor de Tropen
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
LDP	Pays les Moins Avancés (PMA)
LNSP	Laboratoire National de Santé Publique
MAH	Ministère de l'Agriculture et de l'Hydraulique
MARHASA	Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire
MASA	Ministère de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire
MCA	Millennium Challenge Account
MCC	Millennium Challenge Corporation
MDA	Maison de l'Aviculture
MEBF	Maison de l'Entreprise du Burkina Faso
MFI	Institutions de Micro-Finance
MICA	Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat
NPPO	Organisation Nationale de Protection des Végétaux
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OHADA	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OMD	Objectifs du millénaire (Millennium Development Goals)
ONAC	Office National du Commerce Extérieur
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONU	Nations-Unies
PAPAOM	Projet d'Appui à l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion d'une Agriculture Orientée vers le Marché
P4P	Purchase for Progress
PABSO	Programme d'Aménagement des Bas-fonds dans le Sud-Ouest et la Sissili
PADAB II	Programme d'Appui au Développement de l'Agriculture du Burkina Faso Phase 2
PAFASP	Programme d'Appui aux Filières Agro-Sylvo-Pastorales
PAM	Programme Alimentaire Mondial
PAMF	Société Burkinabé de MicroFinance
PAN	Plan d'Action pour le développement de la filière Niébé
PAPSA	Projet d'Amélioration de Productivité et à la Sécurité Alimentaire
PCESA	Programme de Croissance Economique dans le Secteur Agricole
PDA	Programme de Développement de l'Agriculture
PIB	Produit Intérieur Brut
PNSA	Programme Nationale pour la Sécurité Alimentaire
PNSR	Programme National du Secteur Rural
PNUD	Programme des Nations unies pour le développement
PPAAO	Programme de productivité Agricole en Afrique de l'Ouest
PROFIL	Projet d'appui aux filières agricoles
PRP	Projet Riz Pluvial
PSSA	Programme Spécial pour la Sécurité Alimentaire

PTRAMAB	Professionnels de la Transformation de la Manguette au Burkina
RCPB	Réseau des Caisses Populaires du Burkina
RCTF	Réseau de Transformatrices des Céréales du Faso
RG	Recensement Général de l'Agriculture
RNB	Revenu National Brut
ROSCA	Tontine
SA	Société Anonyme
SARL	Société Anonyme à Responsabilité Limitée
SCAC	Service de Coopération et d'Action Culturelle
SCADD	Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable
SCPQ	Service du Contrôle Phytosanitaire et de la Qualité
SDR	Stratégie de Développement Rural
SE-CNSA	Secrétariat Exécutif du Conseil National de sécurité Alimentaire
SGP	Système Généralisé de Préférences
SGTF Durabilis	Société de Gestion de Terminaux Fruitières Durabilis
SLEC	Schéma de Libéralisation des Echanges de la CEDEAO
SDFA	Stratégie de Développement des Filières Agricoles
SNE	Stratégie Nationale des Exportations
SNVACA	Système National de Vulgarisation et d'appui Conseil Agricoles
SOFIPE	Société de Financement de la Petite Entreprise
SONACEB	Société Nationale de Cartons et d'Emballages du Burkina
SONAGESS	Société Nationale de Gestion du Stock de Sécurité Alimentaire
SP/CPSA	Secrétariat Permanent de Coordination des Politiques Sectorielles Agricoles
STABEX	Stabilization of Export Earnings System
SUBEX	Subvention pour le développement du potentiel exportable
SYLVIE	Système de liaison virtuelle des importations et exportations
TEC	Tarif Extérieur Commun
TICAD	Conférence internationale de Tokyo sur le développement de l'Afrique (Tokyo International Conference on African Development)
TRIE	Transit Routier Inter-Etat
TSA	Initiative Tout sauf les Armes
UAT	Unité d'Animation Technique
UCOBAM	Union des Coopératives Agricoles et Maraichères du Burkina
UDGPM/K	Union Départementale des Groupements des Producteurs des Maraichers de Korsimoro
UE	Union Européenne
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UNAPOB	Union Nationale des Producteurs d'Oignon du Burkina
UNAPROSEB	Union Nationale des Producteurs de Sesame du Burkina
UNEXMB	Union Nationale des Exportateurs de Mangues du Burkina
UNPCB	Union Nationale des Producteurs de Coton du Burkina Faso
UNPMB	Union Nationale des Producteurs de Mangues du Burkina
UPPFL/CO	Union Provinciale des Producteurs de Fruits et Légumes de la Comoé
USAID	United States Agency for International Development
ZAT	Zone d'Appui Technique

Poids et Mesures

Système métrique

Taux de change

1 EUR = 655,957 FCFA = 135,33 JPY

1 USD = 123,96 JPY

Chapitre 1 Introduction

1.1 Contexte de l'étude

Le Burkina Faso est un pays enclavé de l'Afrique de l'Ouest dont le RNB par habitant est de 750 USD (en 2013, Banque Mondiale). L'agriculture est l'un des secteurs majeurs, représentant 30% du PIB (Banque Mondiale) et 85% de la population active (2005, Organisation Internationale du Travail)¹. Le sorgho, le mil, le maïs et le niébé sont les principales cultures vivrières, tandis que le coton, l'arachide et le sésame sont les principales cultures de rente. La culture consiste en un système agricole extensif dépendant des précipitations.

Les exportations du Burkina Faso, si l'on considère les montants d'exportation, dépendent de deux produits, l'or et le coton, depuis l'augmentation des exportations de l'or en 2009. En effet, ces deux produits occupent respectivement 63% et 19% des montants d'exportation (Institut national de la statistique et de la démographie, 2013). Le Burkina Faso, avec l'augmentation de la population de ces dernières années, a une balance commerciale déficitaire, et sa balance des comptes courants continue à être déficitaire depuis plusieurs années. Par conséquent, sortir d'une structure industrielle de monoculture et promouvoir la diversification des produits agricoles sont essentiels pour le développement durable de l'économie. Dans le secteur de l'agriculture au Burkina Faso, les cultures vivrières et le coton représentent encore 84% des terres agricoles (Institut national de la statistique et de la démographie, statistiques annuelles du Burkina Faso, 2013). La promotion de la diversification des produits agricoles ou de la mise en valeur des produits d'exportation sont indispensables pour atteindre les objectifs fixés.

Le gouvernement burkinabè a établi le Programme National du Secteur Rural (PNSR, 2011-2015) pour mettre en œuvre la stratégie relative au secteur de l'agriculture dans le cadre de la Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD, 2011-2015). Le PNSR est un programme sectoriel intégrant le secteur rural et vise à améliorer l'augmentation des revenus de la population rurale par la promotion des produits agricoles et le développement de l'agriculture orientés vers les marchés internationaux, sous-régionaux et burkinabè.

Dans un tel contexte, le projet pour la formulation du schéma directeur (S/D) pour la promotion de l'agriculture orientée vers le marché (PAPAOM), en cohérence avec le PNSR est réalisé par la Direction Générale de la Promotion de l'Economie Rurale (DGPER) du Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (MARHASA) avec la coopération technique et financière de l'Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA).

1.2 Objectif de l'étude

L'objectif du projet est d'élaborer un schéma directeur et des plans d'action contribuant à la promotion des exportations des produits agricoles et à la réduction des importations à travers des processus tels que l'analyse des chaînes de valeur ou la mise en œuvre d'activités pilotes. Les résultats attendus de ce schéma et de ces plans est l'augmentation des revenus du monde rural agricole grâce à l'augmentation des exportations des produits agricoles, par l'accroissement de leur volume et leur diversification, ainsi que la réduction des importations par l'augmentation de la production de produits locaux actuellement fortement concurrencés par l'importation.

1.3 Zones et produits ciblés

La zone ciblée par le schéma directeur est l'ensemble du territoire. Toutefois, les zones ciblées pour chaque produit agricole devront être identifiées sur la base de la sélection des produits agricoles potentiels, qui seront sélectionnés en deux étapes : une sélection primaire et une sélection secondaire.

¹ En ce qui concerne les données statistiques de l'OIT, celles de l'année 2005 sont les plus récentes.

1.4 Structure de mise en œuvre

Le « Groupe de travail », mis en place au sein de la DGPER, a mis en œuvre le projet en collaboration avec l'équipe d'étude de la JICA.

1.5 Calendrier de mise en œuvre et contenu de l'étude

(1) Calendrier de mise en œuvre

Subdivisée en deux phases qui sont l'analyse des chaînes de valeur et la mise en œuvre des activités pilotes, l'étude a été réalisée entre mars 2013 et mai 2015.

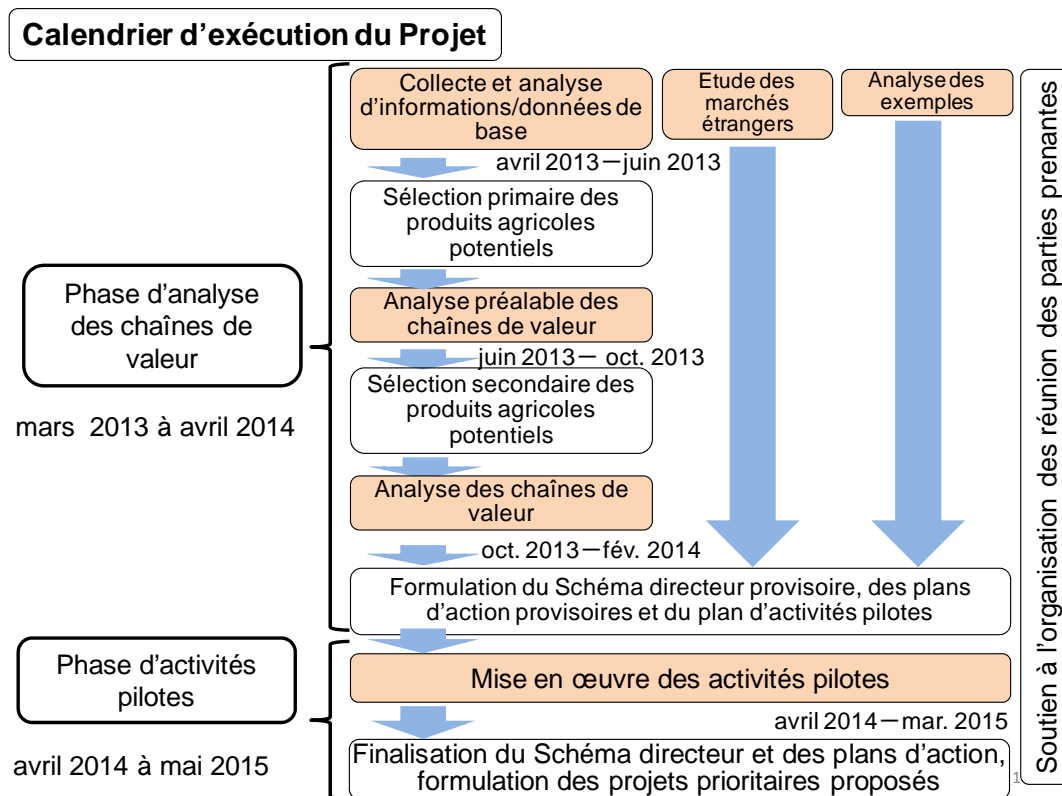


Figure 1.5.1 Schéma de mise en œuvre

(2) Contenu de l'étude

Les principaux éléments de chaque phase sont les suivants.

Tableau 1.5.1 Contenu de l'étude

1^{ère} phase (mars 2013 – mars 2014)	2^e phase (avril 2014 – mai 2015)
1. Collecte d'informations au Japon	1. Mise en œuvre des activités pilotes
2. Rédaction du rapport préliminaire et concertation	2. Rédaction et distribution du manuel de promotion des produits agricoles
3. Rédaction du plan de travail et concertation	3. Finalisation des Plans d'Action
4. Rédaction du planning de transfert technique	4. Propositions de projets prioritaires
5. Collecte de données/informations	5. Rédaction et remise du rapport d'avancement 2
6. Sélection primaire des produits agricoles potentiels	6. Finalisation du Schéma Directeur
7. Mise en œuvre de l'analyse préalable des chaînes de valeur	7. Rédaction du Rapport Final Provisoire et explications
8. Mise en œuvre de l'étude sur les marchés étrangers	8. Rédaction du Rapport Final
9. Rédaction du rapport d'avancement 1 (avant-projet)	
10. Sélection secondaire des produits agricoles potentiels	
11. Mise en œuvre de l'analyse des chaînes de valeur	
12. Analyse d'exemples tirés de projets d'autres organisations, de partenaires ou du secteur privé	
13. Propositions d'activités pilotes	
14. Aide à la mise en œuvre des réunions des parties prenantes	
15. Rédaction du Schéma Directeur Provisoire (y compris les plans d'action)	
16. Rédaction et remise du rapport intérimaire	

1.6 Structure du rapport

Ce rapport est composé de 11 chapitres. Sa structure a deux particularités. Tout d'abord, le processus d'élaboration de ce Schéma Directeur et les approches de développement retenues en ce qui concerne la promotion des produits agricoles sont respectivement expliqués dans les chapitres 4 et 5, afin de rendre plus efficace la formulation de plans de promotions, dans le cas où des plans de promotions seraient élaborés pour des produits qui n'ont pas été visés par cette étude. Ensuite, après le chapitre 6, les modèles de projets de développement pour chaque produit sélectionné sont détaillés. Il est donc possible de les extraire du rapport et les utiliser pour leur mise en œuvre. La synthèse de chaque chapitre est présentée dans le tableau ci-dessous.

Tableau 1.6.1 Résumé des chapitres du présent rapport

Synthèse	
Chapitre 1 Introduction	Contexte, objectifs, zones ciblées, structure de mise en œuvre, calendrier, contenu de l'étude
Chapitre 2 Aperçu de l'économie, de la stratégie nationale, de l'agriculture et du système d'exportation du Burkina Faso	Aperçu de l'économie, de la stratégie nationale, du secteur agricole et du système d'exportation des produits agricoles au Burkina Faso
Chapitre 3 Résumé des principaux marchés des produits agricoles burkinabè	Aperçu des principaux marchés d'exportation pour les produits agricoles burkinabè, pour les marchés international, sous-régional et national à partir de données statistiques
Chapitre 4 Processus d'élaboration du Schéma Directeur	Présentation du processus proposé par cette étude pour la formulation d'un schéma directeur pour la promotion de produits agricoles. Les procédés concernant 1) la méthode de sélection des produits agricoles, 2) l'analyse des chaînes de valeur des produits agricoles sélectionnés, 3) les éléments de vérification concernant les produits sélectionnés et incluant les activités pilotes sont expliqués dans ce chapitre.
Chapitre 5 Positionnement du schéma directeur et approches de développement	Clarification de la position du schéma directeur en tant que politique au sein du gouvernement burkinabè, et explication des approches de développement retenues et promues par ce schéma directeur
Chapitre 6 Modèle pour le marché international : la mangue	Description du projet de promotion de la mangue, retenu comme modèle de promotion pour le marché international. Ce chapitre est composé de l'analyse de la situation existante, des contraintes de développement, des activités pilotes, du projet de promotion, des coûts de mise en œuvre et des recommandations
Chapitre 7 Modèle pour le marché sous-régional : la fraise	Description du projet de promotion de la fraise, retenu comme modèle de promotion pour le marché sous-régional. La composition de ce chapitre la même que pour le chapitre 6.
Chapitre 8 Modèle pour le marché burkinabè : l'oignon	Description du projet de promotion de l'oignon, retenu comme modèle de promotion pour le marché burkinabè (incluant le marché sous-régional). La composition de ce chapitre la même que pour le chapitre 6.
Chapitre 9 Modèle pour le marché burkinabè : le soja	Description du projet de promotion du soja, retenu comme modèle de promotion pour le marché burkinabè (incluant le marché sous-régional). La composition de ce chapitre la même que pour le chapitre 6.
Chapitre 10 Structure de mise en œuvre	Synthèse de la structure de mise en œuvre pour l'ensemble du schéma directeur
Chapitre 11 Recommandations	Synthèse des recommandations pour l'ensemble du schéma directeur

Chapitre 2 Aperçu de l'économie, de la politique nationale, de l'agriculture, et du système d'exportation du Burkina Faso

2.1 Conditions socioéconomiques et structure industrielle

(1) Conditions naturelles

Entouré par le Mali, le Niger, le Bénin, le Togo, le Ghana et la Côte d'Ivoire, le Burkina Faso est un pays de l'Afrique de l'Ouest enclavé avec une/la superficie totale de 274 200km² (environ 70% du territoire du Japon). Avec une altitude moyenne d'environ 400m, les terres ne sont pas accidentées en général (l'altitude varie de 125m à 749m). Cependant, la production agricole s'est adaptée aux caractéristiques locales et est assez diversifiée, grâce à un climat bien diversifié, avec une pluviométrie variant de 300mm par an dans les zones sahéliennes du nord à 1200mm dans la région du sud-ouest. Il n'y a qu'une saison pluvieuse par an, qui s'étale de mai à octobre (Rapport d'étude pour la collecte et la vérification d'informations du secteur de l'agriculture du Burkina Faso, JICA, 2012).

(2) Société et culture

Avec une (est –ce que ça se dit) (le taux de croissance annuel sur les 10 dernières années est de 3%), la population totale en 2012 était de 16,46 millions d'habitants (la densité démographique était d'environ 60 personnes par km² (Banque Mondiale)). Le Burkina Faso est un pays avec de nombreuses ethnies (60 au total), dont les principales sont les Mossi, les Gourmantché, les Yarse, les Gourounsi ou les Bobo. La répartition démographique par religion est comme suit : religion musulmane (30 à 40 %), chrétienne (15 à 20%) et animiste (40 à 55%).(Agriculture et sylviculture du Burkina Faso, JAICAF, 2013)

(3) Macroéconomie et structure industrielle

Les graphiques suivants montrent l'évolution du PIB (la valeur réelle étant basée sur les prix de l'année 1999) par secteur pour la période de 1970 à 2007. Le Burkina Faso a connu une croissance considérable pendant cette période d'environ 40 ans en quintuplant le PIB national et en doublant le PIB par habitant. Même si de nombreux pays subsahariens maintiennent un taux de croissance économique relativement élevé, celui du Burkina Faso depuis la fin des années 1990 est considérable, avec un taux moyen annuel de croissance économique sur les 10 dernières années de 5,7%.

La particularité de la croissance économique du Burkina Faso est que tous les secteurs sont en croissance, du secteur primaire au secteur tertiaire. L'agriculture connaît une tendance à la réduction de sa part par rapport aux autres secteurs, mais elle reste un secteur principal au-delà des années 2000, qui occupe environ 30% du PIB national.

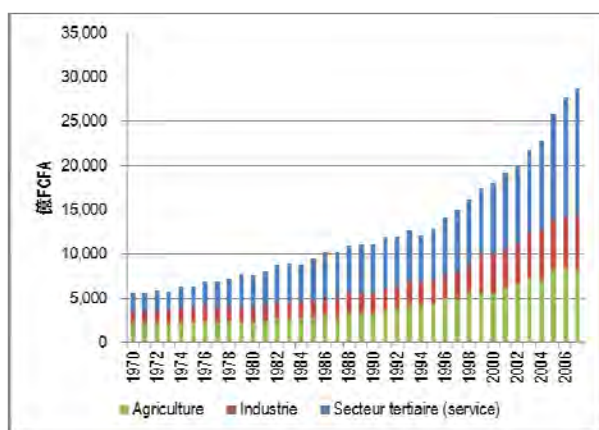


Figure 2.1.1 Détails du PIB national par secteur (Valeur réelle de référence en 1999)

Source : World Development Indicators de la Banque Mondiale (toutefois, les détails n'étant pas publiés depuis 2005, les valeurs ont été calculées avec les données du des comptes économiques de la nation 1999 à 2007: Comptes définitifs de l'INSD (2010))

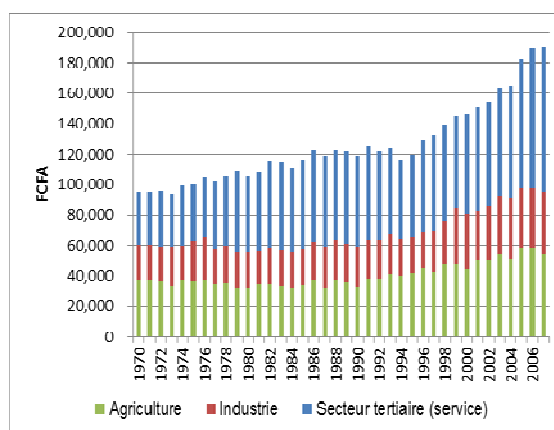


Figure 2.1.2 Détails du PIB par habitant et par secteur (Valeur réelle de référence en 1999)

Source : même que ci-gauche

(4) Structure des exportations/importations et produits agricoles

Les figures suivantes montrent les détails du PIB en fonction des dépenses (la consommation, l'investissement, les dépenses gouvernementales et les exportations nettes) de la période allant de 1999 à 2007. La balance commerciale du Burkina Faso est déficitaire tout au long de cette période à cause de montants d'exportation faibles (8% du PIB, en moyenne de 1999-2007) et de montants d'importation élevés (23%).

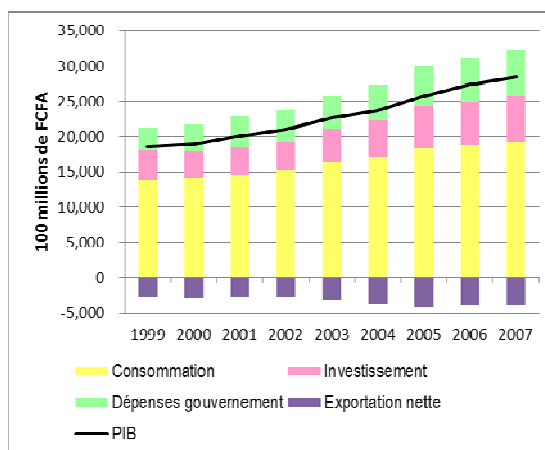


Figure 2.1.3 PIB en fonction des dépenses (Valeur réelle de référence en 1999)

Source : World Development Indicators de la Banque Mondiale (toutefois, les détails n'étant pas publiés depuis 2005, les valeurs ont été calculées avec les données du des comptes économiques de la nation 1999 à 2007: Comptes définitifs de l'INSD (2010))

1) Valeur des importations

L'évolution de la valeur totale des importations burkinabè et la valeur des importations de produits agricoles¹ au Burkina Faso est présentée dans le graphique ci-dessous. Depuis 2001, les importations sont principalement constituées de produits industriels, et avec la croissance démographique, les importations continuent à augmenter. D'autre part, bien que la valeur des importations de produits agricoles ait tendance à augmenter, sa croissance est faible par rapport à la valeur totale des importations. La part représentée par les produits agricoles en valeur dans les importations totales du Burkina Faso a diminué de 15% à 7%.

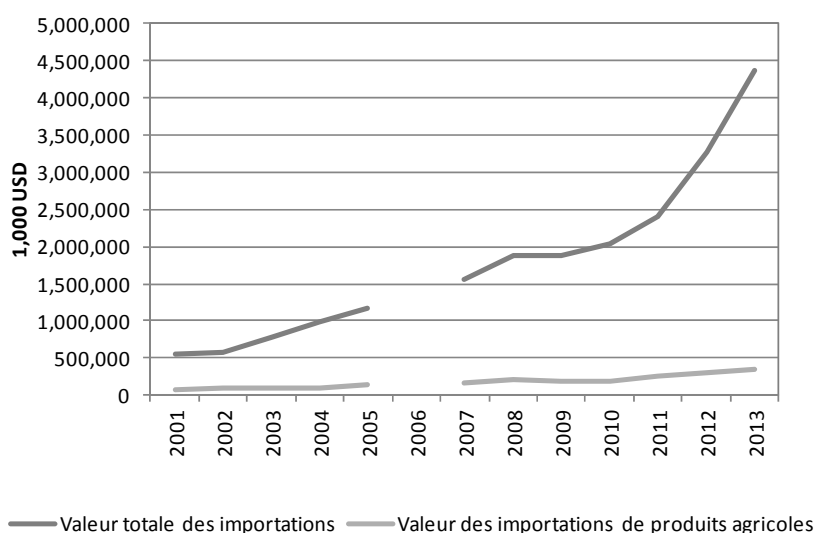


Figure 2.1.4 Evolution des montants des importations du Burkina Faso
Source : Trademap

La valeur totale des importations de produits agricoles et la valeur des importations des principaux produits agricoles importés sont détaillées dans le tableau ci-dessous. En ce qui concerne la valeur des importations des principaux produits agricoles importés, le riz, qui représente 40% de la valeur importée pour les produits agricoles, a vu son volume de consommation augmenter soudainement en zone urbaine ces dernières années, et le Burkina Faso n'est auto-suffisant qu'à hauteur de 40%. Le gouvernement essaie donc de substituer le riz importé avec du riz produit localement. Après le riz, la farine, le blé et le sucre, qui sont les matières premières pour faire du pain, sont les plus importés. Ces produits représentent plus de 70% de la valeur totale importée pour les produits agricoles.

¹ Les produits agricoles inclus dans le calcul sont ceux des codes du système harmonisé suivants : HS07(Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires), HS08(Fruits comestibles; écorces d'agrumes ou de melons), HS09(Café, thé, maté et épices), HS10(Céréales), HS11(Produits de la minoterie; malt; amidons et féculés; inuline; gluten de froment), HS12(Graines et fruits oléagineux; graines, semences et fruits divers ;etc.), HS15(Graisses et huiles animales ou végétales; etc.), HS17(Sucres et sucreries), HS20(Préparations de légumes, de fruits ou d'autres parties de plantes) et HS52(Coton)

Tableau 2.1.1 Evolution en valeur des principaux produits agricoles importés au Burkina Faso

Unité : 1 000USD

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Produits agricoles	82981	85510	90885	93879	141504		173891	206665	184175	187633	246307	293445	335030
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Riz	34791	36164	34369	46794	69493		69325	90891	69570	63697	92847	116610	125393
	41.9%	42.3%	37.8%	49.8%	49.1%		39.9%	44.0%	37.8%	33.9%	37.7%	39.7%	37.4%
Blé	4149	3340	3339	2356	2813		21355	33035	24718	19944	28604	27606	34596
	5.0%	3.9%	3.7%	2.5%	2.0%		12.3%	16.0%	13.4%	10.6%	11.6%	9.4%	10.3%
Farine de blé	5117	5373	10743	6895	13896		7879	6321	11656	18106	17489	24224	19806
	6.2%	6.3%	11.8%	7.3%	9.8%		4.5%	3.1%	6.3%	9.6%	7.1%	8.3%	5.9%
Sucre	12043	14825	14880	6612	13636		18747	11862	17436	24286	36239	35562	51756
	14.5%	17.3%	16.4%	7.0%	9.6%		10.8%	5.7%	9.5%	12.9%	14.7%	12.1%	15.4%

Source : Trade Map

2) Valeur des exportations

Comme détaillé dans le graphique ci-dessous, les principaux produits d'exportation au Burkina Faso actuellement sont l'or et les produits agricoles, et représentent 90% de la valeur totale des exportations. La valeur des exportations d'or a considérablement augmenté après 2007 et représentait 77% de la valeur totale des exportations du Burkina Faso en 2011. Cependant, la balance commerciale burkinabè reste déficitaire. D'autre part, avant 2007, les produits agricoles représentaient plus de 70% de la valeur totale des exportations. Cependant, avec la baisse des prix internationaux, ceux-ci ne représentaient plus que 20% du montant total des exportations en 2011. D'un autre côté, la valeur des exportations d'or en 2012 a diminué et celle des produits agricoles a augmenté. Cependant, les exportations continuent de dépendre de l'or et des produits agricoles. Avec l'augmentation des importations en valeur, la balance commerciale reste déficitaire.

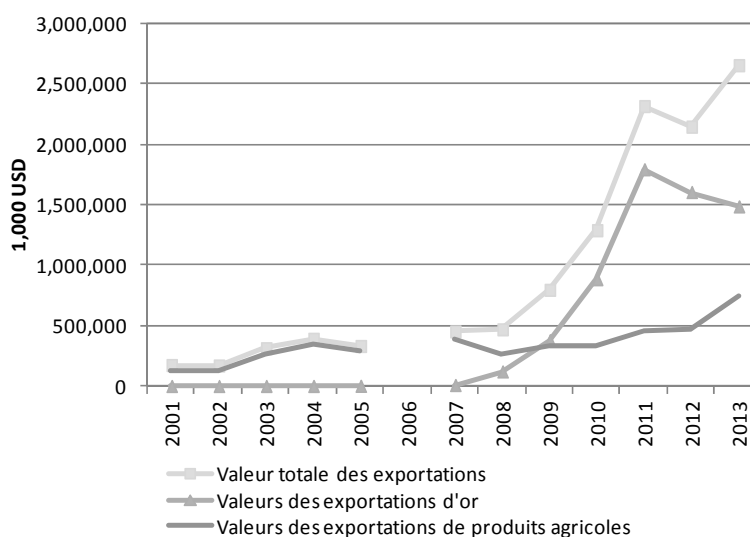


Figure 2.1.5 Evolution de la valeur des exportations aux Burkina Faso

Comme détaillé dans le tableau ci-dessous, le coton représente plus de 60% de la valeur totale exportée des produits agricoles burkinabè. Il est donc nécessaire que le Burkina Faso apprenne du succès du coton, et s'efforce de diversifier les produits d'exportations et d'augmenter les valeurs exportées. Depuis 2007 environ, les exportations de sésame et de noix de cajou ont tendance à augmenter en valeur. Il est donc possible de dire qu'un changement est en train d'apparaître tendant vers la diversification des produits exportés et l'augmentation de la valeur d'exportation. Cependant,

le pourcentage de produits agricoles burkinabè commercialisés reste faible dans son ensemble, et même en incluant le marché burkinabè, le pourcentage de céréales commercialisées par rapport aux céréales produites en 2010 n'était que de 6 à 9%. Les spéculations de rente ne sont commercialisées qu'à hauteur de 40% (PNSR, axe 2, contexte). Inversement, pour l'agriculture, qui est la principale industrie au Burkina Faso, il est possible de dire qu'en améliorant la distribution vers les marchés nationaux, régionaux et internationaux, il est possible d'atteindre une plus grande croissance économique et d'améliorer la balance commerciale (les objectifs du PNSR sont d'augmenter les taux de céréales et de cultures de rente commercialisées jusqu'à respectivement 20% et 80%).

Tableau 2.1.2 Evolution des valeurs exportées pour les principaux produits agricoles exportés

Unité : 1000 USD

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Produits agricoles	132279	130872	264814	349971	288877		387640	268622	333174	336459	451035	475404	751715
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0	100.0	100.0
Coton	109542	109142	228421	296401	248985		304383	198809	252079	228143	272929	304883	454671
	82.8%	83.4%	86.3%	84.7%	86.2%		78.5%	74.0%	75.7%	67.8%	60.5	64.1	60.5
Sésame	6232	6592	7874	11805	9595		21059	24638	47650	55920	56644	90529	161306
	4.7%	5.0%	3.0%	3.4%	3.3%		5.4%	9.2%	14.3%	16.6%	12.6	19.0	21.5
Noix de cajou	732	286	2308	1269	1135		1068	3171	2683	7733	61627	33450	52163
	0.6%	0.2%	0.9%	0.4%	0.4%		0.3%	1.2%	0.8%	2.3%	13.7	7.0	6.9

Source : Trade Map

(5) Rôle de l'agriculture dans l'industrie

Comme mentionné ci-dessus, l'agriculture occupe environ 30% du PIB national et emploie 85% de la population active (Organisation Internationale du Travail, 2005), 45% des revenus des ménages étant générés par l'agriculture (Rapport d'étude pour la collecte et la vérification d'informations du secteur de l'agriculture du Burkina Faso, JICA, 2012), il s'agit réellement de la première industrie du pays. L'industrie et les services emploient respectivement 3% et 12% de la population active (Organisation Internationale du Travail, 2005).

L'agriculture burkinabè est essentiellement extensive et dépend des précipitations. Toutefois, la culture est également pratiquée dans les bas-fonds avec l'eau de pluie ou dans les plaines irriguées, dont le potentiel d'aménagement est respectivement d'environ 500 000 ha et 230 000ha, parmi lesquels environ 90% sont inexploités (Rapport d'étude pour la collecte et la vérification d'informations du secteur de l'agriculture du Burkina Faso, JICA, 2012). Les céréales telles que le sorgho, le mil ou le maïs et les cultures vivrières telles que le niébé (légumineuses) représentent 79% des terres cultivées alors que les cultures de rente telle que le coton, le sésame et l'arachide en occupent 19%. A l'exception du riz et du blé, le taux d'autosuffisance des principales céréales est presque de 100%.

De nombreux agriculteurs, en plus des cultures vivrières, cultivent également des cultures de rente correspondant aux conditions de leur zone de résidence, ou pratiquent l'élevage. La superficie moyenne de culture par paysan était de 0,85ha en 2008. Malgré l'existence de textes juridiques relatifs à la propriété foncière, les formes de propriété foncière traditionnelle ou de prêt sont encore ancrés dans le milieu rural.

(6) Pauvreté et assurance de la sécurité alimentaire

Malgré une bonne croissance économique à la même année, le revenu national brut par habitant restait faible, à hauteur de 750 USD en 2013 (Banque Mondiale) 43,9% de la population vit en dessous du seuil de pauvreté en 2009. En particulier, plus de la moitié de la population rurale vit en dessous du seuil de pauvreté.

Tableau 2.1.3 Evolution du taux de pauvreté¹⁾

Unité : %

	1994	1998	2003	2009
Zones rurales	51.0	51.0	52.3	50.7
Zones urbaines	10.4	16.5	19.9	19.9
Total	44.5	45.3	46.3	43.9

NB 1 : Le taux de pauvreté représente le pourcentage de la population en dessous du seuil de pauvreté. Celui-ci est fixé chaque année.

Source : SCADD (2010)

La sécurité alimentaire est un thème majeur dans les politiques du gouvernement burkinabè et visée par « l'Axe 1 : Amélioration de la sécurité et de la souveraineté alimentaires » du PNSR. Même si l'objectif principal du Projet est l'amélioration des chaînes de valeur des produits d'exportation, il est nécessaire de prendre en considération sa contribution à l'amélioration de la sécurité alimentaire du pays dans sa mise en œuvre. Par exemple, il est nécessaire de réfléchir à l'utilisation durable des terres, et de l'harmonie avec les cultures vivrières lorsqu'on recommande la culture des produits de rente.

2.2 Stratégies nationales

(1) Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD) et Programme National du Secteur Rural (PNSR)

Le gouvernement burkinabè a élaboré en 2011 la Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD, 2011-2015). Comme il est indiqué dans cette stratégie, le gouvernement a mis l'accent sur la croissance économique et cible un taux de croissance annuel de 10%. Par ailleurs, le secteur de l'agriculture/développement rural est considéré comme prioritaire, pour lequel une croissance accélérée est visée. Ainsi, le gouvernement vise un taux de croissance annuel de 10,7% pour le secteur primaire.

Le Programme National du Secteur Rural (PNSR, 2011-2015), qui est le document de mise en œuvre de la stratégie du secteur rural dans le cadre de la SCADD, est considéré comme programme amont du secteur de l'agriculture/développement rural. Le PNSR est un programme sectoriel intégrant l'ensemble du secteur de l'agriculture, (basé sur un axe stratégique) d'amélioration des revenus des habitants ruraux, qui vise à promouvoir et (à élever) à revoir les produits agricoles et les industries agricoles visant les marchés internationaux, régionaux (Afrique de l'Ouest) et nationaux.

L'accélération de la croissance économique est donc l'une des stratégies adoptées par la SCADD et l'agriculture est positionnée comme l'un des secteurs prioritaires pour le développement. Par ailleurs, l'amélioration des revenus de la population rurale est l'une des stratégies adoptées par le PNSR, qui est un document de mise en œuvre (d'actions) de la SCADD dans le domaine de l'agriculture et du développement rural. Le schéma directeur à établir dans le cadre du Projet devra être positionné comme document dépendant de l'axe stratégique 2 du PNSR. De ce fait, il faudra établir un schéma directeur cohérent avec l'axe stratégique 2 du PNSR, et qui peut être approuvé par le gouvernement burkinabè en tant que document de politique.

(2) Stratégie Nationale des Exportations (SNE)

Le gouvernement burkinabè a établi la Stratégie Nationale des Exportations (SNE) en 2010 sous l'initiative de la Direction Générale du Commerce Extérieur (DGCE) du Ministère de l'Industrie du Commerce et de l'Artisanat (MICA). Cette stratégie détermine les objectifs concrets de développement ou l'orientation du développement de 5 filières ; la mangue, l'oignon, le sésame, le karité et les produits d'élevage. Même si d'autres produits tels que la tomate, le gingembre, le soja ou la noix de cajou ont un potentiel d'exportation, cette stratégie n'entre pas en détails pour ces produits, considérant que leur potentiel est moins important que les 5 produits visés. Cette stratégie recommande par ailleurs la transformation et les exportations de produits oléagineux, des fruits, des légumes, du coton, de la viande, de la peau et des aliments pour le bétail.

Les objectifs et les activités de la SNE sont divisés en 4 axes stratégiques. Le premier axe est la création de l'Agence pour la Promotion des Exportations du Burkina (APEX), créée en divisant les domaines pris en charge par l'Office National du Commerce Extérieur (ONAC), qui a existé jusqu'en 2010. Le deuxième axe consiste dans le renforcement de la sensibilisation sur la nécessité d'exporter. Le troisième axe est de renforcer le lien avec les investisseurs étrangers. Enfin le quatrième consiste au développement de la transformation des produits agricoles afin d'augmenter leur valeur ajoutée.

Les contraintes/problèmes à résoudre pour atteindre les objectifs fixés par la SNE sont des problèmes techniques (l'accès aux techniques ou au savoir-faire, l'accès aux marchés), financiers (l'accès au crédit, le manque de prise d'initiatives financières pour les exportations, la faiblesse du système d'assurance ou d'assurance pour les exportations), institutionnels (le manque de politiques de stimulation économique, l'absence d'organisme spécialisé pour la promotion des exportations, l'absence d'organismes d'experts, les processus administratifs inefficaces), logistiques et de transport (coûts élevés, la vétusté et le manque des moyens de transport, la vétusté des installations de stockage, d'emballage et de transformation).

La SNE prévoit quatre programmes pilotes pour la mangue, l'oignon, le sésame et le beurre de karité pour une période de 5 ans. Elle vise ainsi à renforcer la productivité et la compétitivité des produits agricoles potentiels identifiés à travers les actions suivantes, en aidant les filières concernées à surmonter les contraintes entravant le développement des marchés du domaine agricole, tout en maintenant la supériorité relative de ces produits burkinabè sur les marchés.

- (a) Renforcement des capacités techniques des parties prenantes sur les produits concernés.
- (b) Amélioration et renforcement de la relation entre les parties prenantes et les organismes bancaires sur les produits concernés.
- (c) Amélioration de l'utilisation des infrastructures existantes de stockage pour les exportations ou le conditionnement.
- (d) Amélioration de la situation du transport aérien et terrestre.

(3) Stratégie de Développement des Filières Agricoles (SDFA)

Le gouvernement burkinabè a élaboré la Stratégie de Développement des Filières Agricoles (SDFA) sous l'initiative de la Direction Générale de la Promotion de l'Économie Rurale (DGPER) du Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (MARHASA). La SDFA vise à développer les filières agricoles en vue de renforcer la sécurité alimentaire, de diminuer la pauvreté et d'accroître la croissance économique. Des actions telles que le renforcement de la structuration des parties prenantes et des filières agricoles, l'amélioration de l'accès au crédit, la promotion des produits agricoles, le renforcement technique des parties prenantes des filières agricoles ou l'amélioration de la commercialisation des produits agricoles sont citées pour atteindre les objectifs fixés.

Cette stratégie vise les filières du sorgho, du mil, du maïs, du riz, du niébé, de l'oignon, de la mangue, du sésame, du coton et du manioc, pour lesquelles des activités d'appui ont déjà commencé et celles de l'arachide et du soja dont le potentiel de développement est important (au total 12 filières).

Elle vise par ailleurs la structuration des filières, la participation au fonctionnement dans les filières, le renforcement de la capacité des parties prenantes, l'assurance de la qualité des produits agricoles et des produits de transformation, l'amélioration de la gouvernance dans les filières et la remise du bilan des entreprises à travers les discussions avec les parties prenantes.

La SDFA est reconnue comme un document de politique gouvernementale au sein du MARHASA, et les préparatifs pour sa validation en conseil des ministres étaient en cours depuis/ en février 2015.

2.3 Organisations de l'administration agricole

2.3.1 Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire

(1) Organisation

Le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (MARHASA) est l'organisme en charge de la production du secteur de l'agriculture au sein du gouvernement burkinabè. La figure suivante est l'organigramme de ce ministère approuvé par le conseil des ministres au mois de février 2015. En ce qui concerne l'agriculture, le siège du Ministère est composé de 5 directions générales et les 4 directions des services centraux. Les 5 directions sont : la Direction générale des études et des statistiques sectorielles (DGESS), la Direction générale des productions végétales (DGPV), la Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER), la Direction générale du foncier, de la formation et de l'organisation du monde rural (DGFOMR) et la Direction générale des aménagements agricoles et du développement de l'irrigation (DGADI). Les Directions régionales de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DRARHASA) au niveau régional, les Directions provinciales de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DPARHASA) au niveau provincial, les Zones d'appui technique (ZAT) et les Unités d'animation technique (UAT) au niveau départemental, communal et (inter) villageois sont les structures déconcentrées du Ministère.

La Direction générale des études et des statistiques sectorielles (DGESS) a pour mission la conception, la planification, la coordination, le suivi et l'évaluation des activités du développement sectoriel. La Direction générale des productions végétales (DGPV) a pour mission principale la nutrition/sécurité alimentaire et le développement durable des produits agricoles. Elle est en charge de l'administration agricole, en particulier de la culture. La Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER) a pour mission la promotion de l'économie rurale et est en charge des aspects post-récolte, de la transformation jusqu'à la commercialisation. La Direction générale du foncier, de la formation et de l'organisation du monde rural (DGFOMR) a pour mission la gestion durable des sols et la stabilisation de la gestion des terres du milieu rural. Elle s'occupe par ailleurs de la structuration des filières. La Direction générale des aménagements agricoles et du développement de l'irrigation (DGADI) a pour responsabilité de coordonner les politiques nationales pour le développement durable de l'agriculture irriguée et est en charge de la gestion durable des terres agricoles.

Les Directions régionales de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DRARHASA) sont mises en place dans les 13 régions du pays. Elles contribuent à la conception, l'élaboration, la mise en œuvre, le contrôle et le suivi évaluation de la politique agricole et de sécurité alimentaire du département au niveau régional. Elles coordonnent, dirigent et gèrent les activités des Directions provinciales de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DPARHASA). Les DPARHASA sont mises en place dans les 45 provinces et contribuent à la conception, l'élaboration, la mise en œuvre, le contrôle et le suivi évaluation de la politique agricole et de sécurité alimentaire du département au niveau provincial, coordonnent et gèrent les activités des Zones d'appui technique (ZAT). Les ZAT et les UAT mettent en œuvre et suivent les politiques ou les stratégies du MARHASA dans leur zone respective en collaborant avec tous les services du département. Les activités de vulgarisation sur le terrain sont assurées par les techniciens spécialisés ou les agents de vulgarisation des ZAT et des UAT. Aussi, les Centres de Promotion Rurale (CPR) en charge de la formation professionnelle sur les techniques agricoles sont mis en place sous la tutelle des DRARHASA.

Le processus de budgétisation et de validation du budget est comme suit :

- (a) Chaque direction technique dans chaque direction générale rédige sa propre proposition de budget
- (b) Chaque direction générale transmet sa proposition de budget à la Direction Administrative et Financière (DAF), qui synthétise le budget du MARHASA puis le soumet au Ministère de l'Economie et des Finances (MEF)

-
-
- (c) Le MEF arbitre les budgets en discutant avec chaque Ministère et élabore la proposition de budget national
 - (d) La proposition de budget est soumise à l'approbation de l'Assemblée Nationale : si celle-ci l'approuve, le budget est officiellement approuvé.

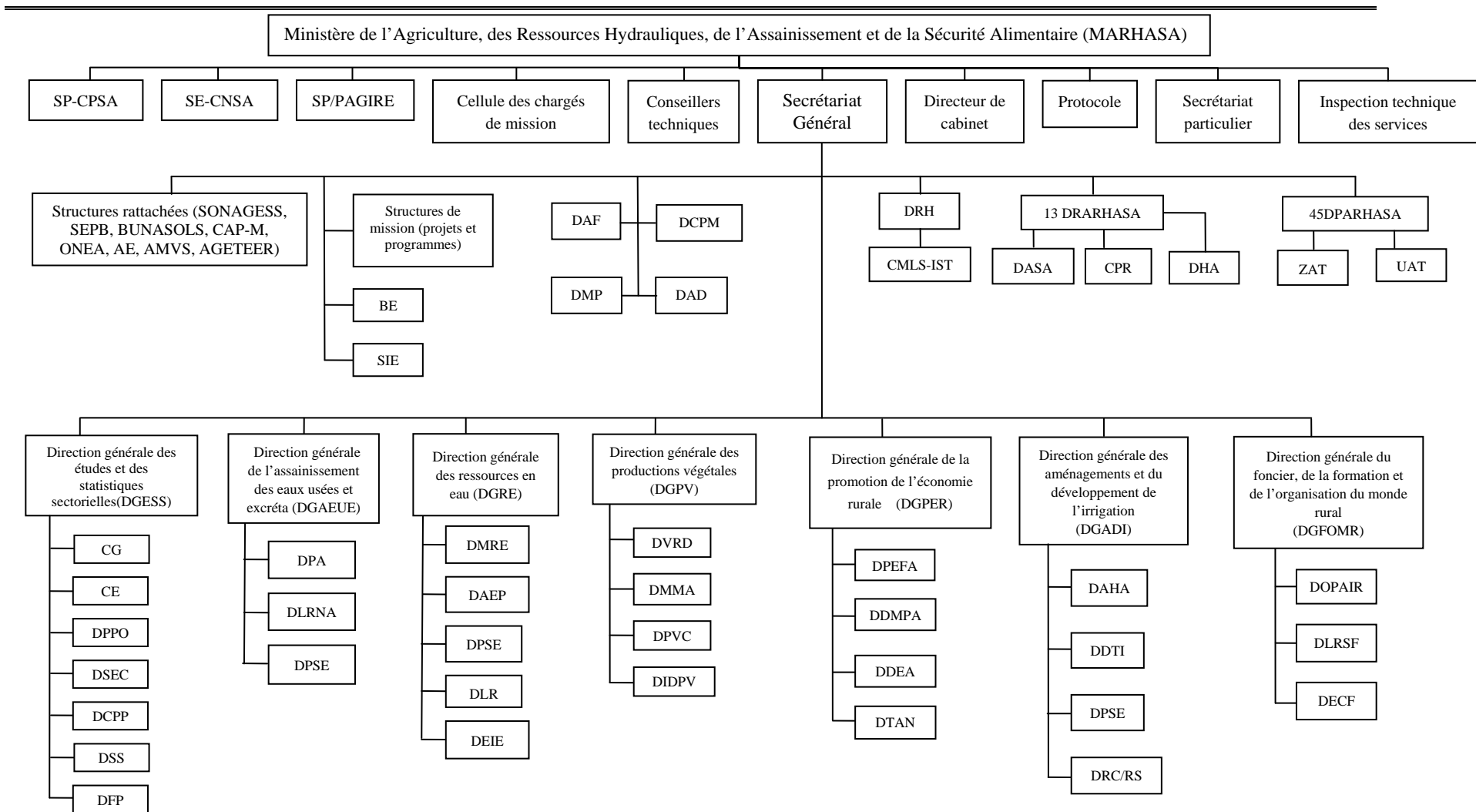


Figure 2.3.1 Organigramme du Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (MARHASA)

(2) Aspect financier

Le budget du Ministère de l'Agriculture et de l'Hydraulique (MAH)² est en augmentation avec l'importance du secteur de l'agriculture. Comme le montre le tableau ci-dessous, le MAH dispose de 24% du budget de l'ensemble des départements ministériels en 2012, ce qui en fait le budget le plus important.

Tableau 2.3.1 Evolution du budget du MARHASA

Unité : million de FCFA

	2010		2011		2012	
	Montant	Pourcentage du budget national (%)	Montant	Pourcentage du budget national (%)	Montant	Pourcentage du budget national (%)
MARHASA	109 826	19,9	132 981	24,7	161 540	24,0
Ensemble	550 994	100,0	538 691	100,0	627 661	100,0

NB : Ce budget n'inclus que les frais d'investissement (projets, activités, etc.) : les frais de personnel et de fonctionnement ne sont pas inclus

Source : établi à partir du budget du gouvernement burkinabè

Selon « Agriculture et la sylviculture du Burkina Faso 2013 » de Japan Association for International Collaboration of Agriculture and Forestry (JAICAF), les montants des aides financières des bailleurs de fonds sont intégrés dans le budget de l'Etat. La proportion de la contribution nationale et celle des bailleurs de fonds dans le budget est également fixée pour tous les secteurs (fonds propre 31%, aide financière non remboursable 19% et aide remboursable 50%).

2.3.2 Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER)

La Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER), qui est l'organisme d'exécution du Projet, est composée de 4 directions techniques, qui sont la Direction de développement des marchés des produits agricoles (DDMPA), la direction du développement de l'entrepreneuriat agricole (DDEA), la direction de la transformation, de l'alimentation, de la promotion des Normes, et de la qualité nutritionnelle des produits agricoles (DTAN) et la direction de la promotion économique des filières agricoles (DPEFA). La DGPER est en charge de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques et stratégies relatives aux post-récolte, à la transformation, à la distribution et aux marchés des produits agricoles. Mettant l'accent sur la mise en relation des producteurs et les acteurs des marchés, elle s'occupe de la mise en œuvre des politiques et stratégies relatives à cet aspect.

En février 2015, la DGPER comptait 82 agents. Le nombre d'agents par direction technique est détaillé dans le tableau 2.3.2. Le budget de la DGPER était de 37 500 000 000 FCFA en 2012 et de 49 460 000 000 FCFA en 2013.

Tableau 2.3.2 Répartition des agents de la DGPER (février 2015)

Direction	Nombre d'agents
Direction Générale ¹⁾	29
Direction du développement des marchés des produits agricoles	14
Direction du développement de l'entrepreneuriat agricole	14
Direction de la transformation de l'alimentation, de la promotion des normes et de qualité nutritionnelle des produits agricoles	11
Direction de veille et de la promotion économique des filières agricoles	14
Total	82

NB 1: chauffeurs inclus

² Le ministère a été restructuré au Ministère de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire depuis juillet 2013, puis au Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (MARHASA) en février 2015.

Les principales activités de la DGPER sont les suivantes pour chaque direction technique :

(1) Direction du développement des marchés des produits agricoles

- (a) Assurer l'organisation des marchés des produits agricoles et le renforcement des infrastructures de stockage, de conservation et de mise en marché
- (b) Assurer l'élaboration et le suivi de la mise en œuvre des textes législatifs et réglementaires pour le développement et la promotion de l'entreposage, de la tierce détention et le warrantage des produits agricoles
- (c) Assurer la mise en place et la gestion d'un mécanisme public d'intervention pour l'incitation et la régulation des prix des produits agricoles et agro-alimentaires nationaux
- (d) Assurer l'élaboration et le suivi de mise en œuvre du cadre réglementaire ainsi que les modalités d'intervention des acteurs publics dans le marché des produits agricoles

(2) Direction du développement de l'entrepreneuriat agricole

- (a) Promouvoir l'entrepreneuriat agricole
- (b) Assurer l'accompagnement des acteurs de l'agriculture à l'accès aux services financiers
- (c) Promouvoir des mécanismes d'atténuation des risques agricoles
- (d) Assurer l'élaboration et la promotion de la stratégie nationale du partenariat public-privé dans le secteur agricole en collaboration avec les autres structures

(3) Direction de la transformation de l'alimentation, de la promotion des normes et de qualité nutritionnelle des produits agricoles

- (a) Contribuer à la promotion des normes et de la qualité des produits agricoles et agro-alimentaires
- (b) Contribuer à la promotion de la transformation des produits agricoles nationaux
- (c) Promouvoir la consommation des produits agricoles et agroalimentaires nationaux

(4) Direction de veille et de la promotion économique des filières agricoles

- (a) Assurer la veille, l'analyse économique et l'orientation en matière de développement des filières agricoles
- (b) Contribuer à la promotion du partenariat entre les organisations des producteurs et les structures privés des filières agricoles et stratégiques

2.3.3 Vulgarisation agricole

La DVRD, appartenant à la DGPV pour mission de mettre en œuvre des politiques de vulgarisation agricole. La DVRD s'occupe de la vulgarisation relative à la production (jusqu'à la récolte). Quant à la vulgarisation sur le terrain, ce sont des techniciens spécialisés ou des agents de vulgarisation appartenant aux ZAT ou aux UAT qui assurent l'encadrement des paysans. En ce qui concerne la structuration, la DGPER et la DGFOMR sont concernées. La DGPER s'occupe de la structuration des organisations professionnelles en mettant l'accent sur la commercialisation et la DGFOMR sur l'appui aux organisations des producteurs, le dialogue et la coordination des divers maillons. Il arrive que le personnel du niveau central encadre directement les organisations paysannes etc. en assurant la formation. Il faut tout de même souligner qu'il manque plus de la moitié des agents des UAT chargés de la vulgarisation, dont le nombre est normalement fixé à 1 031 agents sur l'ensemble du territoire, avec seulement 512 agents déployés actuellement (Situation du réseau d'encadrement des 13 DRAH

en 2011).

2.3.4 Recherche agricole

La recherche agricole du Burkina Faso est assurée par l'Institut de l'environnement et de la recherche agricole (INERA), qui dépend du Ministère de la Recherche Scientifique et de l'Innovation et dont le siège est à Ouagadougou. Le territoire national est divisé en 5 zones dans lesquelles les Centres Régionaux de Recherches Environnementales et Agricoles (CRREA) et le Centre de Recherches Environnementales, Agricoles et de Formation (CREAF : à Kamboinsé) sont mis en place afin de mener des activités de recherche correspondant aux conditions de chaque zone.

L'INERA a entamé 16 programmes dans les 4 domaines de la production végétale, de la production animale, de la production forestière et des ressources naturelles/système de production en 2009. Il y a 5 programmes de recherches dans le domaine de la production végétale qui visent entre autres les céréales traditionnelles, les plantes oléagineuses³, les légumes, le riz et le coton.

Les spéculations traitées dans le domaine de la production végétale par les CRREA en 2012 sont les suivantes. Des essais de culture de variétés du maïs, du sorgho, du mil et du niébé sont menés dans ces centres.

- (a) CRREA Centre, Saria (Koudougou) : sorgho et niébé
- (b) CRREA Est, Kouaré (Fada-Ngourma) : sorgho, maïs et riz
- (c) CRREA Nord-Ouest, Di (Tougan) : sorgho, riz, maïs et mil
- (d) CRREA Ouest, Farako-Bâ (Bobo-Dioulasso) : riz, mangue, tomate, oignon, noix de cajou
- (e) CRREA Sahel(Nord), Katchari (Dori) : sorgho, mil, niébé et fruits de la zone sahélienne

Le Burkina Faso a été sélectionné pour la mise en œuvre de la deuxième phase du Programme de Productivité Agricole en Afrique de l'Ouest (PPAAO/WAAPP), dans le cadre duquel la mise en œuvre d'activités de recherche sur les fruits et légumes est appuyée. Ces activités sont mise en œuvre dans les centres de Kamboinsé et de Farako-bâ. En ce qui concerne les recherches sur la mangue, l'INERA mène des recherches sur 1) l'introduction de nouvelles variétés, 2) les techniques de greffe, 3) l'impact du changement climatique sur la productivité, etc.

Tableau 2.3.3 Evolution du budget de l'INERA¹⁾

Unité : millions de FCFA

	2011	2012	2013
Budget	3 832	3 418	4 948

NB1) : n'inclut pas les frais de fonctionnement et de personnel

2.4 Situation actuelle et contraintes du secteur agricole

2.4.1 Caractéristiques de production agricole

(1) Zones de culture

La figure suivante présente les zones de culture des principales céréales et des cultures de rentes. Les spéculations à cultiver sont sélectionnées en fonction de la pluviométrie et des conditions du sol au Burkina Faso. En général, le mil est cultivé dans les zones à faible pluviométrie, et la part du sorgho et du maïs s'accroît plus la pluviométrie augmente. Les céréales comme le mil et le sorgho ainsi que les autres spéculations telles que le sésame ou le niébé sont cultivées avec l'eau de pluie en saison pluvieuse. Toutefois, le riz et le maïs sont cultivés même en saison sèche dans les domaines irrigués. Par ailleurs, les légumes tels que la tomate ou l'oignon sont en principe cultivés aux alentours des barrages ou dans les bas-fonds en saison sèche. Les zones de culture des spéculations de rente diffèrent en fonction des spéculations. La superficie par agriculteur est en diminution (0,96ha en 1998 à 0,85ha/personne en 2008) avec l'augmentation de la population (FAOSTAT).

³Il s'agit du sésame, de l'arachide et du niébé

Répartition de l'agriculture

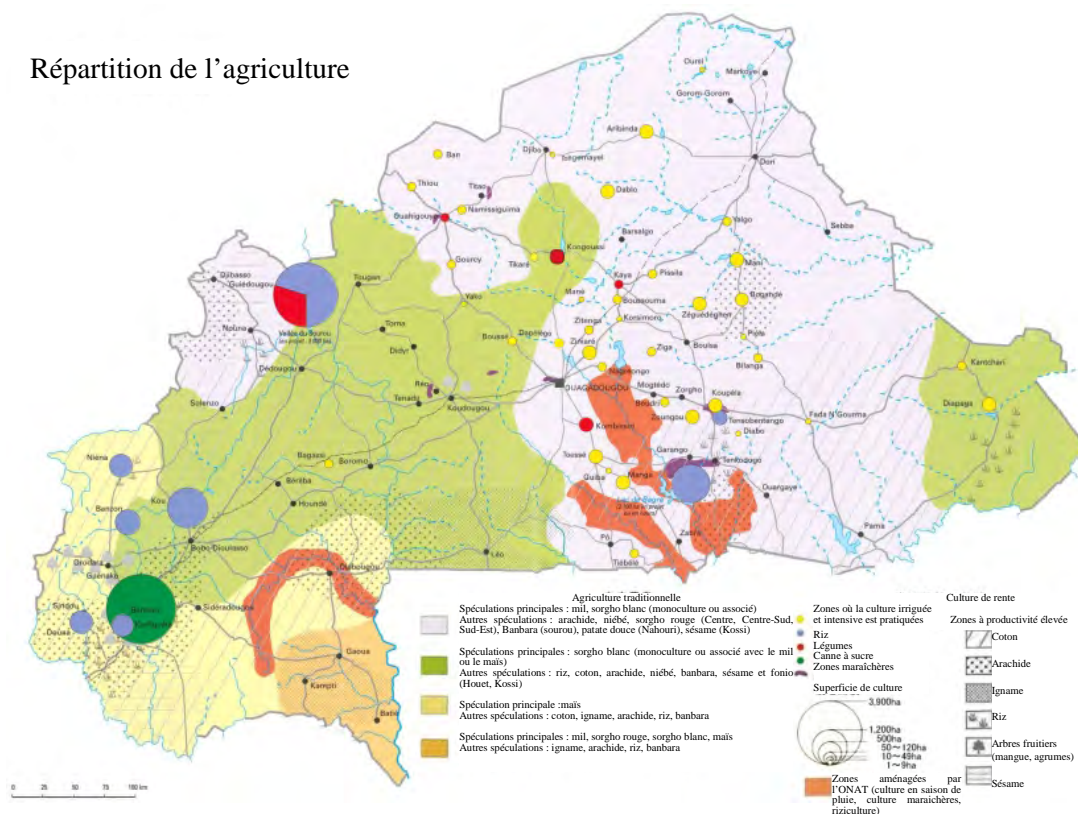


Figure 2.4.1 Répartition de l'agriculture au Burkina Faso

Source : « Agriculture et sylviculture au Burkina Faso » JAICAF (2013)

(2) Superficie de culture

La figure suivante montre l'évolution de la superficie de culture de 2002 à 2013. Les terres arables du Burkina Faso sont estimées à environ 9 millions d'hectares dont 6 à 7 millions sont exploités ces dernières années (Rapport d'étude pour la collecte et la vérification d'informations du secteur de l'agriculture du Burkina Faso, JICA, 2012). Les principales céréales telles que le sorgho, le mil, le maïs et le riz occupent plus de 60% de la superficie cultivée (voir la figure suivante). La part occupée par les céréales n'a pas connu pas de grand changement ces dernières années. La superficie totale est en augmentation depuis 2007 et les nouvelles superficies sont destinées essentiellement aux céréales. Après les céréales, la superficie de culture la plus importante est occupée par les légumineux (le niébé etc.), qui occupent environ 15 à 20% de la superficie totale de culture. Le coton et les oléagineux (le soja, l'arachide et le sésame) occupent également chacun 5 à 10% de la superficie. La superficie de culture du coton, qui est la principale culture de rente, reste presque constante alors que celle des oléagineux est en légère augmentation. Les céréales, les légumineux, le coton et les oléagineux occupant plus de 95% de la superficie de culture, celle des fruits et légumes, des haricots et des tubercules n'est que de moins de 1% pour chaque culture.

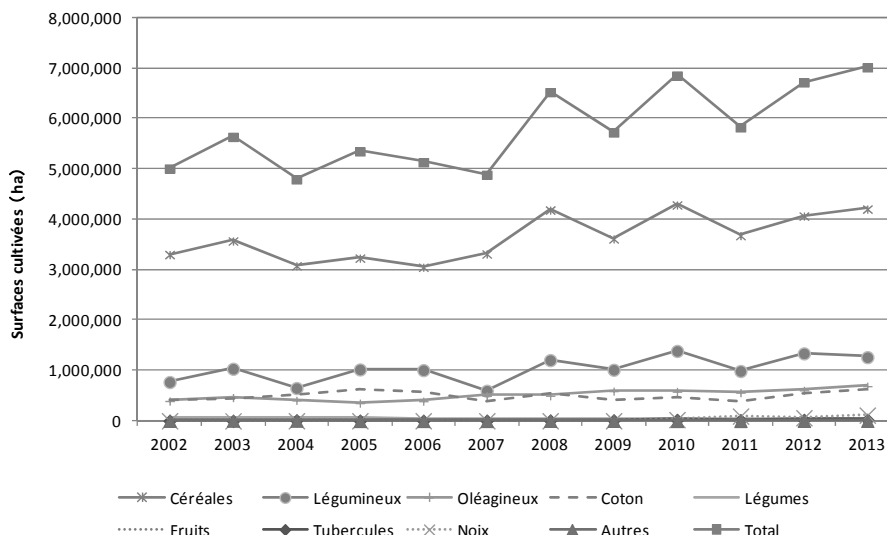


Figure 2.4.2 Evolution de la superficie de culture

Source : FAOSTAT

(3) Volume de production

La figure suivante montre l'évolution du volume de production de plusieurs spéculations sur 10 ans entre 2002 et 2013. Les céréales sont dominantes et sont suivies des haricots et des légumes. La production des haricots et des tubercules est en augmentation ces dernières années. La production d'« autres » spéculations, qui incluent la canne à sucre, est en augmentation.

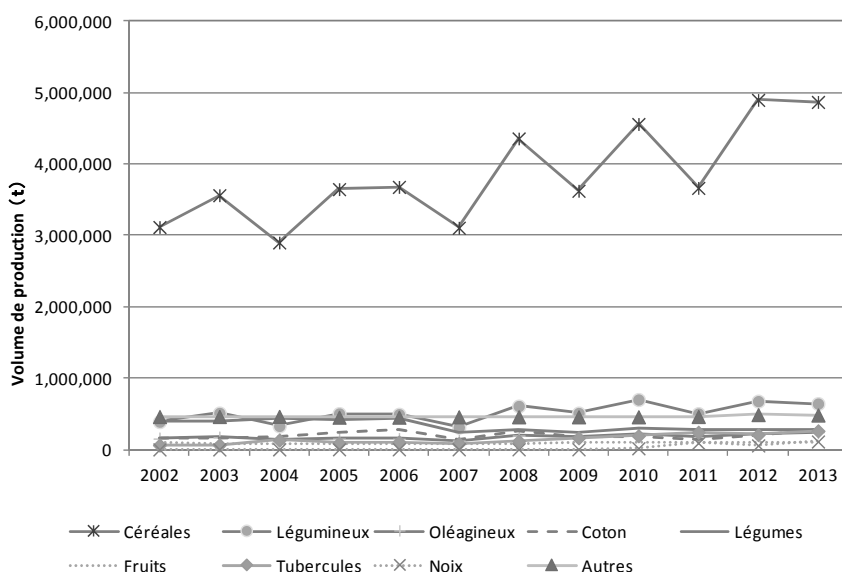


Figure 2.4.3 Evolution du volume de production

Source : FAOSTAT

(4) Montant de production

La figure suivante montre l'évolution du montant net de la production. Malgré quelques fluctuations annuelles, le montant net de production (toutes spéculations confondues) montre une légère tendance à l'augmentation et le montant total en 2013 était de 2 milliards USD. Les céréales, dont le montant de production net est plus élevé, occupent environ 40% du montant total. Ensuite, les oléagineux et le coton les suivent en occupant chacun environ 15 à 20%. Le coton, qui est la principale culture de rente, occupe plus de 10% du montant de production, plus que les haricots (environ 10%) malgré une

superficie totale occupée (moins de 10%) moins importante que les haricots. Toutefois, le montant net de production du coton est en diminution et celui des oléagineux en augmentation. Les taux occupés par les fruits/légumes et les tubercules étant respectivement moins de 5%, la contribution de ces spéculations est faible.

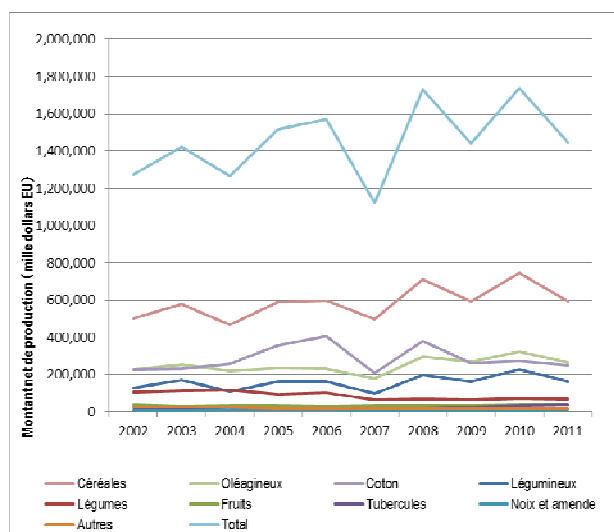


Figure 2.4.4 Evolution des montants nets de production

Source : FAOSTAT

2.4.2 Organisations des agriculteurs/producteurs

Le principal thème de l'appui au développement agricole était l'amélioration de la productivité de l'agriculture, mais ces dernières années, la promotion du secteur de l'agriculture et le développement du secteur privé ont été liés et l'accent a été mis sur le lien des petits producteurs et les marchés. Les mesures d'intégration des petits agriculteurs dans les marchés sont donc abordées. Dans ce contexte, le gouvernement burkinabè essaie de promouvoir la structuration des filières de chaque produit agricole (intégrant tous les maillons) au niveau des communes, des provinces et des régions, et de restructurer les organisations de producteurs, d'éleveurs, de sylviculteurs, de pêcheurs, de transformateurs et d'exportateurs qui étaient des organisations pour chaque catégorie, vers des organisations verticales intégrant tous les acteurs de chaque filière au niveau national.

(1) Rôle et fonctionnement d'organisation des producteurs

Les petits producteurs ont des contraintes telles que (1) l'accès aux ressources naturelles (les terres, les ressources forestières, l'eau etc.), (2) l'accès aux marchés des éléments nécessaires à la production (les intrants, le crédit et les marchés des produits agricoles), (3) l'asymétrie des informations dont chacun dispose et l'accès aux informations et (4) une influence limitée sur le processus de décision politique.

La création et le renforcement des organisations de producteurs sont des moyens efficaces pour résoudre ces contraintes. Les organisations de producteurs ont les 3 rôles et fonctionnements suivants.

Tableau 2.4.1 Rôles et fonctionnement d'une organisation des producteurs

	Rôle	Fonctionnement
1	Solidariser les producteurs et unifier l'interlocuteur	Le renforcement du pouvoir de commercialisation pour l'ensemble des producteurs et la protection des bénéficiaires. L'organisation des producteurs en devenant l'interlocuteur unique des producteurs avec les autres acteurs permet de mettre en œuvre les activités d'une manière efficace. Plus concrètement, l'encadrement technique, la formation, la fourniture de divers services sociaux tels que l'appui matériel et la fourniture d'informations utiles à chaque producteur, peuvent être assurés d'une manière efficace et rationnelle.
2	Compléter le fonctionnement des marchés	Compléter et rationaliser le fonctionnement incomplet des marchés grâce aux fonctions des organisations de producteurs et par des réformes institutionnelles. La réalisation d'économies d'échelle grâce à la structuration, l'accès stable aux marchés grâce à la fourniture de produits en grande quantité ou l'entrée aux marchés de niche (commerce équitable) grâce à la structuration peuvent, entre autres, être obtenus.
3	Améliorer la position des producteurs	La position sociale, économique ou politique des producteurs ainsi que le pouvoir de négociation sont améliorés par les activités collectives. Entre autres ; la négociation en groupe lors des achats des intrants agricoles ou l'utilisation d'influence face aux politiques grâce au renforcement du pouvoir de promotion peuvent être renforcés.

Source : « Nouveau type d'organisation des producteurs dans le milieu rural de l'Afrique d'aujourd'hui – par l'exemple du Ghana » Tsutomu Katou (2008) modifié et ajouté

(2) Catégories des organisations agricoles et situation de création

Il existe deux types d'organisations des producteurs agricoles, qui sont soit créées par la volonté de producteurs (coopérative et groupement) ou qui sont soit des organisations publiques comme la Chambre d'agriculture. Les organisations spontanées des paysans sont règlementées par la loi n/ 014/99/an. portant règlementation des sociétés coopératives et groupements au Burkina Faso et les Chambres d'Agriculture sont régies par le Décret N° 2001-770 bis/PRES/PM/Agri du 31 décembre 2001 portant création, attributions, organisation et fonctionnement des Chambres régionales d'agriculture au Burkina Faso et le Décret n° 2001-771/PRES/PM/AGRI du 31 décembre 2001 portant approbation des statuts des Chambres régionale d'agriculture du Burkina Faso. En outre, le Ministère des Affaires Intérieures est en charge de la Loi associative n.010/92/AN qui régit la création et les formalités d'enregistrement des coopératives/groupements volontaires à but non lucratif. Ici, la situation de la loi n/ 014/99/an portant règlementation des sociétés coopératives et groupements au Burkina Faso et des Chambres d'agriculture sera synthétisée.

1) Coopérative et groupement

La loi n/ 014/99/an définit la coopérative et le groupement en tant que plus petites organisations autorisées à mettre en œuvre des activités économiques et arrête la définition de chaque type d'organisation, du nombre de membres, des formalités d'agrément et des règlements à respecter. Le tableau suivant résume les caractéristiques de ces deux types d'organisation et leurs différences (Loi 050 et acte uniforme OHADA).

Tableau 2.4.2 Caractéristiques et différences de la coopérative et du groupement

	Coopérative	Groupement
Définition	Une coopérative a pour objectifs de poursuivre des intérêts économiques, sociaux et culturels sous forme d'entreprise et organisée spontanément.	Organisation spontanée qui a une personnalité économique, dont les membres ont des intérêts communs.
Membres minimum	Coopérative de consommateurs : 15 personnes	Groupement de consommateurs : 15 personnes
	Coopérative de producteurs : 5 personnes	Groupement de producteurs : 10 personnes
	Coopérative de transformateurs : 5 personnes	Autre type de groupement : 5 personnes
	Autre type de coopérative : 7 personnes	
Organisme d'agrément ⁴	Haut commissaire	Maire
Points à respecter	Enregistrement des adhérents et des parts possédées par chaque adhérent	Enregistrement des adhérents et des parts possédées par chaque adhérent
	Rapport annuel de comptabilité	Encadrement par un inspecteur en comptabilité extérieur
	Etablissement du rapport d'audit sur la comptabilité	Etablissement du rapport d'audit sur la comptabilité
	Organisation de l'assemblée générale	Organisation de l'assemblée générale
	Mise en place du comité de gestion	Mise en place du bureau
	Mise en place du comité de contrôle	Mise en place du comité de contrôle
	Part possédée par la coopérative	
Cotisation des adhérents		
Ministère de tutelle	Le MARHASA prend en charge de l'appui à la structuration et de la formalité d'agrément	

Source : Agriculture et sylviculture au Burkina Faso, JAICAF (mars 2013) modifiée et ajoutée

La « coopérative » est une organisation conforme à la définition de la coopérative approuvée internationalement. Quant au « groupement », certains points obligatoires relatifs à la structuration ont été allégés, tels que l'exemption d'établissement du bilan ou l'enregistrement des cotisations pour les activités à la place de l'enregistrement des parts possédées.

Cette loi définit les structures faitières de la coopérative et du groupement selon les 3 catégories suivantes⁵. Parmi ces 3 types d'organisations, la « fédération » et la « confédération » peuvent adhérer aux structures sous-régionales de l'Afrique de l'Ouest et internationales.

Tableau 2.4.3 Formes d'organisations et leur définition

Forme d'organisation	Définition
Union	Une organisation rassemblant plus de deux coopératives ou groupements.
Fédération	Une organisation rassemblant plus de deux unions.
Confédération	Une organisation rassemblant plus de deux fédérations.

Il existe une « Confédération Paysanne du Faso (CPF) », qui est une organisation représentative des producteurs agricoles. La confédération est composée par 14 organisations agricoles (unions et fédérations) et a pour objectifs d'augmenter la production des aliments pour les entreprises rurales familiales (producteurs) et d'augmenter les revenus des paysans.

⁴ Si l'on adapte ce système à la division territoriale actuelle, le Préfet devient « Province » et le commissaire devient « Département » et « Commune »

⁵ Selon la DOPAIR (DGFOMR), le gouvernement burkinabè a ratifié en décembre 2011 le traité de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) approuvée par 17 pays francophones de l'Afrique de l'Ouest en décembre 2010. Cette loi entrera en vigueur en 2013.

2) Chambres d'Agriculture

Des chambres d'agriculture ont été créées dans les 13 régions du territoire et au niveau national en novembre 2003, en tant qu'organisation représentative de la population s'occupant de l'agriculture (l'agriculture, l'élevage, la pêche et la sylviculture), conformément aux décrets n. 770 et 771 de 2001. Les chambres d'agriculture sont structurées au niveau villageois (1 représentant de chaque pour l'agriculture, l'élevage, la pêche et la sylviculture dont une femme), départemental (6 représentants sont sélectionnés), provincial et régional (Chambre Régionale d'Agriculture (CRA)). Dans chaque CRA, un conseil régional composé de 7 représentants provinciaux (20% de représentants villageois et 20% des représentants féminins) est formé. Le tableau suivant récapitule le rôle et la structure des chambres d'agriculture.

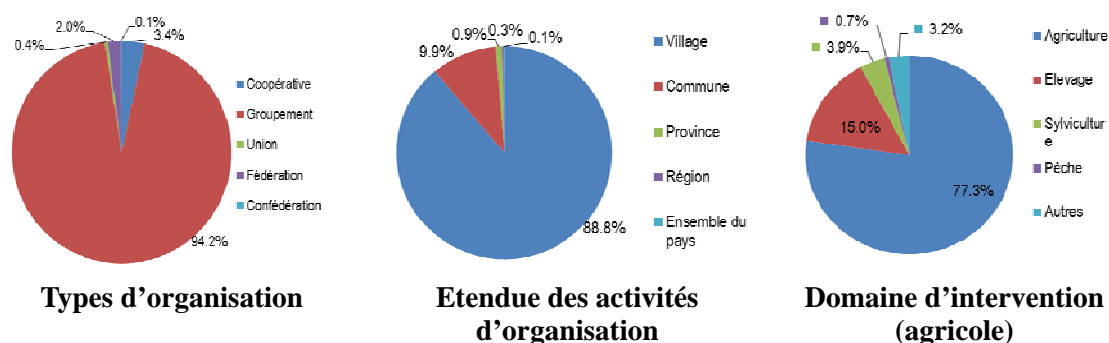
Tableau 2.4.4 Chambres d'Agriculture en résumé

Rôles	(1) Représentant et conseiller des agriculteurs, (2) Organisation de formations, émission d'informations, (3) appui aux producteurs
Positionnement	Organisation publique à laquelle tous les agriculteurs et les organisations agricoles appartiennent
Structure	<ul style="list-style-type: none"> Une chambre d'agriculture a un comité d'administrateurs, un comité technique et un secrétariat. Sous la tutelle du président bénévole (agriculteur représentant), 3 personnes salariées à plein temps (envoyées par le MARHASA) : secrétaire général, secrétaire et comptable.
Principes de gestion	Toutes les activités telles que la gestion et la sélection des représentants sont gérées par les producteurs spontanément.
Fonds de roulement	<ul style="list-style-type: none"> Il n'y a que la subvention de l'Etat (salaires du personnel permanent, les frais d'énergie ou le carburant) comme source de revenu. Les bâtiments et le terrain pour les bureaux sont fournis par le gouvernement gratuitement.
Autres	Les CRA peuvent conclure les conventions et les contrats directement avec les bailleurs de fonds ou les entreprises privées avec la décentralisation. Il existe des CRA plus actives que d'autres, qui concluent des conventions avec les bailleurs de fonds (CRA des Hauts-Bassins appui la formation des agents de vulgarisation en collaboration avec le PAPSA de la Banque Mondiale depuis 2011).

Source : Interview des CRA (le 21 mai 2013)

3) Situation de création des organisations relatives à l'agriculture

Il existe 25 650 organisations relatives à l'agriculture (coopératives, groupements, unions, fédérations et confédérations) sur l'ensemble du territoire selon le Rapport d'Analyse du Recensement des Organisations Professionnelles Agricoles (OPA) au Burkina Faso du MARHASA de mai 2012.



Selon ce rapport, environ 94% des organisations relatives à l'agriculture sont des groupements mettant en œuvre des activités au niveau communal ou villageois (environ 89% au niveau des villages et 11% pour les communes). Les organisations masculines, féminines et mixtes représentant respectivement 36%, 37% et 24% du total, on peut dire que les femmes sont plus structurées. Les principaux domaines d'intervention sont l'agriculture (environ 77%) et l'élevage (15%). Environ 84%, 6% et 68% des organisations étudiées disent qu'elles s'occupent respectivement de la production, de la transformation et de la commercialisation. Environ 58% (14 831 organisations) mènent des activités dans deux domaines ou plus.

(3) Interprofession des filières agricoles

Une filière est l'enchaînement de tous les maillons depuis la production jusqu'à la consommation d'un produit et inclut les acteurs concernés et les relations entre les organisations concernées⁶. L'approche par filière vise à améliorer le système de marché en éliminant les contraintes de chaque maillon de la production jusqu'à la consommation d'un produit agricole. Pour ce faire, le renforcement des fonctions des acteurs des sous-secteurs, l'établissement d'une collaboration entre les acteurs et une structure de discussion seront nécessaires. Le gouvernement burkinabè a défini les clauses relatives à la création des interprofessions des filières, leur structure, leurs pouvoirs et leur fonctionnement en adoptant la loi 050-2012/AN portant réglementation des organisations interprofessionnelles des filières agro-sylvo-pastorales, halieutiques et fauniques du pays que l'on peut résumer comme suit.

⁶ Selon le rapport des chercheurs (Sayoko Kamie, Yasuyo Hasegawa et Miki Yoshida) « Participation des pauvres aux marchés et appui des bailleurs de fonds – Selon l'exemple de l'analyse des filières aux Sénégal » JICA 2007

Tableau 2.4.5 Résumé de la loi portant la création des interprofessions des filières

Rubrique	Aperçu
Structure	Les interprofessions sont des personnes morales créées pour chaque filière agricole au niveau national et doivent inclure au moins 2 maillons dont le maillon production.
Adhésion	Seules les organisations professionnelles du niveau national peuvent demander l'adhésion à l'interprofession de la filière concernée.
Missions	<p>Les principales missions sont les suivantes.</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Accélérer les discussions en partageant les informations et les opinions afin que les maillons contribuent à l'harmonisation de la filière. (2) Promouvoir et gérer les conventions interprofessionnelles des acteurs de divers maillons. (3) Améliorer, assurer la qualité des produits et établir des étiquettes. (4) Elaborer les politiques, les stratégies, les plans et les méthodes pour la promotion de la filière et protéger les intérêts en représentant la filière. (5) Développer les plans et les outils de promotion de la filière à travers la recherche, la formation et les conseils. (6) Développer et proposer la procédure d'accès aux cultures de rente ou aux intrants et la méthode d'imposition. (7) Appuyer et activer la formation des organisations professionnelles des acteurs de la filière. (8) Collecter, traiter et émettre les informations stratégiques de la filière, les informations statistiques des organisations adhérentes et les informations pour effectuer le suivi des impacts de l'interprofession.
Gestion	<p>La gestion de l'interprofession doit être assurée conformément aux principes de base ci-après.</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Principe d'unanimité : l'unanimité est nécessaire pour la prise de décision. (2) Principe de représentabilité : l'interprofession doit représenter la filière qualitativement et quantitativement. (3) Principe d'équivalence : le droit de vote des représentants des organisations professionnelles de chaque maillon est réparti d'une manière équitable. (4) Principe de complémentarité : les missions de l'interprofession ne peuvent pas être confiées aux adhérents.
Convention interprofessionnelle	<p>Une convention interprofessionnelle doit être consentie par les organisations adhérentes par écrit et approuvée par le ministre concerné et le Ministre des Finances. Une convention interprofessionnelle approuvée a une force contraignante à tous les acteurs de la filière concernée (membre de l'interprofession ou pas). Les conventions interprofessionnelles sont destinées surtout aux domaines suivants.</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) l'ajustement de l'offre par rapport à la demande, (2) la gestion de la collaboration industrielle des secteurs concernés, (3) la participation aux marchés, (4) la détermination des normes sur la qualité des produits, (5) les informations sur les demandes et les offres, (6) la mise en œuvre des programmes de recherche appliquée (7) la promotion des produits sur les marchés, et (8) la prise des mesures contre les conditions climatiques incertaines.
Financement	<p>La source de financement est le fond propre à l'interprofession et la cotisation forcée obligatoire (CFO) payée par les adhérents.</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ La source de financement inclut les charges des adhérents, la cotisation forcée perçue par chaque maillon, la rémunération de prestation, le produit d'investissement, le don et l'héritage. ♦ La CFO peut être forcée avec l'approbation de l'administration lors de la mise en œuvre de la convention interprofessionnelle, les conditions de mise en place et de perception sont stipulées par les règlements détaillés. La CFO peut être prélevée sur les produits importés.
Relation avec le gouvernement	<p>Le gouvernement prend en charge l'appui et les conseils à l'interprofession mais la méthode d'intervention doit être stipulée par les règlements détaillés. Les politiques ou les stratégies sont élaborées par le gouvernement après discussion avec l'interprofession de la filière concernée. L'interprofession doit remettre un rapport annuel au ministère de tutelle et au Ministère des Finances, le rapport de comptabilité, le résumé des activités, les comptes rendus des assemblées générales et la synthèse de la mise en œuvre de la convention interprofessionnelle seront enregistrés.</p>

Source : Extrait de la loi 050-2012/AN

La DGPER désigne le personnel en charge des filières identifiées et jugées prioritaires pour favoriser

la structuration des filières agricoles⁷.

Tableau 2.4.6 Etat de structuration des filières

Produits dont la structuration de la filière est en cours	Fruits et légumes, soja, niébé, manioc, arachide, noix de cajou, sésame, maïs et riz
Produits pour lesquels la structuration de la filière a commencée	Taro, igname

Les produits pour lesquels les interprofessions sont déjà établies sont la banane, l'oignon et le riz.

Les filières potentielles de la DGPER sont des filières visées par les projets des bailleurs de fonds (y compris les ONG), pour lesquelles des interprofessions ont été créées grâce à l'appui des bailleurs de fonds. La question de la pérennisation de ces interprofessions après l'achèvement de ces projets se pose donc. Le Comité Interprofessionnel du Riz du Burkina (CIR-B) a eu des difficultés financières en 2007 avec l'achèvement du projet d'appui et l'appui du bailleur de fonds a repris en 2010.

Par ailleurs, de nouvelles organisations sont créées afin de former des organisations interprofessionnelles pour chaque produit agricole, en dehors des organisations existantes. Par exemple, malgré l'existence du Comité Interprofessionnel des Céréales du Burkina (CIC-B), l'Association Professionnelle des Commerçants et Exportateurs de Niébé du Burkina (APCEN-B) a été formée en vue de créer l'interprofession de cette filière dans le futur sous l'initiative du MARHASA en mai 2012.

(4) Appui à la structuration des filières agricoles

Deux directions générales du MARHASA sont en charge de l'appui à la structuration des filières agricoles.

Tableau 2.4.7 Structuration des filières et services du MARHASA en charge de la structuration de ces filières

Direction générale	Direction	Contenu	Points communs
Direction Générale de la Promotion de l'Economie Rurale(DGPER)	DPEFA	Cette direction prend en charge la structuration de l'ensemble de la filière par produit agricole surtout la structuration des groupements en mettant l'accent sur la commercialisation sur les marchés.	Coordination des dialogues ou d'unification des interprofessions dans la filière de chaque produit agricole
Direction générale du Foncier de la formation et de l'organisation du monde rural (DGFOMR)	DOPAIR	Cette direction prend en charge la structuration, l'enregistrement ou le renforcement de la gestion des groupements et des coopératives au sein des filières par produit.	

En ce qui concerne la production, la Direction de la Vulgarisation et de la Recherche Développement (DVRD) de la Direction Générale des Productions Végétales (DGPV) est en charge de la vulgarisation dans le domaine de la production jusqu'à la récolte et met en œuvre diverses activités d'appui aux producteurs et aux organisations des producteurs telles que les CRA ou les Champs-Ecoles des Producteurs (CEP).

La DGPER a établi une Note conceptuelle pour la structuration des filières agricoles en 2010 en vue de créer les interprofessions des filières agricoles. Le processus de création d'une interprofession d'une filière agricole est comme suit.

⁷Entretien avec la DGPER (le 10 juin 2013)

Tableau 2.4.8 Processus de création de l'interprofession d'une filière agricole

Acteurs de la production	Acteurs de la distribution	Acteurs de la transformation
Les DPARHASA procèdent à la collecte d'informations sur les acteurs/partenaires, à la sensibilisation et à l'élaboration de la liste des organisations professionnelles. Les CRA et les provinces (approbation des organisations professionnelles) s'occupent de la mise à jour de cette liste.	Les DPARHASA établissent la liste des acteurs de la distribution dans les provinces en collaboration avec les CRA et les CCI qui sont approuvées par le Commissaire.	Les DPARHASA établissent la liste des acteurs de la transformation dans les provinces en collaboration avec les CRA et les CCI qui sont approuvées par le Commissaire.
Créer les unions au niveau provincial, régional et national en groupant les coopératives et les groupements.	Créer les interprofessions des acteurs concernés au niveau provincial, régional et national	Créer les interprofessions des acteurs concernés au niveau provincial, régional et national
< Organisme en charge > : MARHASA, CCI	< Organisme en charge > : MARHASA, CRA, CCI	< Organisme en charge > : MARHASA, CRA, CCI



Etablissement de l'interprofession

Création l'interprofession de la filière par les représentants des maillons de la production, de la transformation et de la commercialisation de la filière en présence de la CRA, de la CNA, de la CCI, de la DGPER et de la DGFOMR sur la base de la loi portant sur la création des interprofessions de la filière.

Source : résumé de la note conceptuelle de la DGPER pour la structuration des filières agricoles

(5) Bonne pratiques des organisations des agriculteurs

Les bonnes pratiques obtenues lors les interviews des organisations des producteurs sont les suivantes.

Tableau 2.4.9 Bonne pratique relative à l'entremise au système de financement et garantie

Points	Contenu	Organisation
Approvisionnement en intrants agricoles-1	Normalement, un adhérent souhaitant acheter les intrants discute avec le système de financement et rembourse individuellement. L'organisation de producteurs s'approvisionne et distribue les intrants en groupant les commandes des adhérents. → Obtention d'un pouvoir de négociation et évite l'utilisation de l'investissement par les membres à des fins détournées, mais pas de capacité de réaction en cas de non remboursement des dettes.	ASK
Approvisionnement en intrants agricoles-2	L'organisation des producteurs rassemble les adhérents souhaitant acheter les intrants et emprunte les fonds à un organisme financier pour acheter les intrants à la place des adhérents et les distribue à ces derniers. L'argent emprunté par l'organisation devra être remboursé en prélevant des frais sur les intrants, ou sur les bénéfices obtenus en vendant les produits collectivement. Le fonds emprunté à l'organisme financier est remboursé par l'organisation des producteurs. → Obtention d'un pouvoir de négociation et évite l'utilisation de l'investissement par les membres à des fins détournées, capacité de réaction en cas de non remboursement des dettes.	Coopeka (Coopérative de la production, de la transformation et des exportations)
Approvisionnement en intrants agricoles-3	Suite à une demande exprimée par des groupements adhérents, l'organisme financier et l'organisation des producteurs déterminent les groupements cibles du prêt après un examen mutuel. L'organisation des producteurs devient un garant solidaire du groupement profitant du prêt. Il n'est pas possible de demander un emprunt individuel. → Etablit un système de responsabilité collective, évite l'utilisation de l'argent emprunté à des fins détournées et permet le remboursement par les membres en mettant en place un système de garantie solidaire.	Sugr So Zama (Union départementale des groupements)
Achat des animaux	L'organisme financier prête l'argent aux adhérents souhaitant acheter des animaux lors de l'assemblée générale de l'organisation de producteurs afin d'éviter le mécontentement des adhérents si l'organisation emprunte l'argent nécessaire à la place des adhérents. Ainsi les adhérents doivent emprunter sous leur propre responsabilité. → En prêtant l'argent devant tous les adhérents, on peut éviter l'utilisation de l'argent à des fins détournées et le non remboursement.	ASK (association régionale des groupements)

Tableau 2.4.10 Bonne pratique relative à l'acquisition des intrants

Points	Contenu	Organisation
Engrais	Chaque groupement appartenant à l'union conserve deux sacs de produits agricoles (environ 100kg x 2 sacs) après la récolte et vend lorsque les prix sont plus élevés sur les marchés pour acheter les engrais. L'union achète les engrais en rassemblant les demandes des groupements membres. →Évite l'utilisation de l'argent à des fins détournées, pouvoir de négociation en achetant une grande quantité et acquisition des engrais d'une manière sûre.	Sugr So Zama (Union départementale des groupements)

Tableau 2.4.11 Bonne pratique relative à la stabilisation des prix des produits et au mode de paiement

Points	Contenu	Organisation
Stabilisation des prix	La commercialisation des produits est assurée essentiellement par l'organisation de producteurs qui procède à la négociation avec les acheteurs. Ou alors, les membres négocient en obtenant l'accord de l'organisation afin de stabiliser les prix de vente. La négociation et la commercialisation de façon individuelle par les membres sont en principe interdites.	ASK (association régionale des groupements)
Mode de paiement	L'organisation des producteurs établit un bulletin de livraison aux membres livrant le niébé et paie en espèce à ces derniers après la commercialisation collective en échange du bulletin. L'organisation des producteurs établit un bulletin de livraison aux membres livrant les produits agricoles. Si l'acheteur a procédé au paiement d'avance, l'organisation paie immédiatement. Sinon, l'organisation devant payer aux producteurs dans les 30 jours après la livraison en espèce, elle demande aux acheteurs de procéder au paiement 15 jours après l'achat au plus tard.	

2.4.3 Culture contractuelle

(1) Contraintes de la culture contractuelle

La culture contractuelle est une culture pour laquelle le producteur et le transformateur/commerçant/exportateur (entreprise d'agrobusiness) concluent un contrat écrit ou verbal et la production, la commercialisation et le paiement sont réalisés conformément aux clauses contractuelles⁸. L'entreprise d'agrobusiness fournit souvent les intrants indispensables à la production (les semences, les pépinières, les engrais, l'encadrement technique etc.) et ces frais sont prélevés sur le montant de paiement au producteur.

Un rapport de la FAO⁹ signale que ce système est approprié pour la production des produits périssables nécessitant une main d'œuvre intensive et que le marché ne peut être créé sans procéder à la conclusion du contrat. Les produits agricoles non traditionnels, comme les fruits et légumes sont plus adaptés à ce type de culture plutôt que les produits agricoles traditionnels d'exportation. Les petits producteurs ont certains avantages par rapport aux grandes exploitations, comme la motivation des ouvriers (producteurs)¹⁰. D'un autre côté, les entreprises d'agrobusiness ont tendance à préférer conclure des contrats avec les grandes exploitations plutôt qu'avec les petits producteurs, pour lesquels les commissions ou le coût de main d'œuvre sont plus élevés car ils ont besoin d'acheter les produits de même qualité et de taille, tout en répondant à l'exigence de traçabilité des produits agricoles.

De ce point de vue, le rapport de la FAO souligne que la création d'organisation des producteurs apporte des avantages aux producteurs et aux entreprises d'agrobusiness. Les producteurs peuvent

⁸ La qualité du produit, la norme, le standard, la part de la production, la méthode de culture, le délai, le transport, le prix d'achat ou le processus de paiement etc. devraient être stipulés dans le contrat.

⁹ FAO et IFAD (2010) "Making the most of agricultural investment: A survey of business models that provide opportunities for smallholders".

¹⁰ Si les prix varient beaucoup en fonction de la qualité du produit, les petits producteurs qui disposent d'une main d'œuvre familiale peuvent fournir des produits de qualité étant donné que les efforts consentis sont répercutés sur leurs revenus par rapport aux grandes exploitations utilisant une main d'œuvre salariée, dont les efforts ne sont pas répercutés sur les salaires.

renforcer leur pouvoir de commercialisation et leurs bénéfices en se groupant en organisation. Et les entreprises d'agrobusiness sont rassurées et peuvent distribuer les intrants à travers l'organisation tout en améliorant la communication, le suivi sur le terrain ou le service. Elles peuvent diminuer les risques de non-exécution des clauses contractuelles. Par ailleurs, on peut diminuer les frais divers relatifs aux activités de négociation, de vulgarisation technique ou de logistique.

Toutefois, il faut signaler le problème de la pratique de la vente parallèle¹¹ par les producteurs sous contrat. L'établissement d'un contrat signé ou la création d'organisations de producteurs ne sont pas des solutions pour remédier à ce problème. Plus la concurrence est rude et les marchés sont instables, comme pour le sésame, plus les ventes parallèles sont observées.

(2) Exemples des cultures contractuelles

Ici, le haricot vert et le soja sont utilisés comme exemples de culture contractuelle¹². Les informations des parties concernées par les contrats sont les suivantes.

Tableau 2.4.12 Aperçu des parties contractantes des contrats de culture (exemples)

	Haricot vert	Soja
Entreprise	Burkina Fresh basé à Ouagadougou (traite aussi les mangues fraîches)	Entreprise de Service et Organisation des Paysans (ESOP) de Léo
Type d'entreprise	Exportateur (possède la certification Global GAP)	Transformateur de soja
Produits traités	Haricot vert frais (par voie aérienne)	Aliment volaille (commercialisé dans le pays)
Acheteurs	Importateur hollandais (commercialisation contractuelle)	Commercialisation aux adhérents des organisations des aviculteurs etc.
Producteurs contractuels	Groupement des producteurs de Kaya NEB – nooma (104 producteurs de 14 sites)	65 groupements de Léo (10 à 15 producteurs par groupement : total 1005 producteurs)
Volume contractuel	Achat de tous les haricots verts produits aux fermes contractuelles	Environ 350 tonnes par an

Le contenu de chaque contrat est comme suit.

¹¹ Vendre tous ou une partie des produits agricoles cultivés sous contrat avec une entreprise d'Agrobusiness à un tiers.

¹² Des entretiens avec l'entreprise Burkina Fresh (le 29 avril 2013) et le groupement des producteurs NEB-nooma (le 3 mai 2013) ont été réalisés. Quant au soja, un entretien avec l'ESOP a été réalisé le 6 juin 2013. Le contenu ici mentionné est celui des dates d'entretien.

Tableau 2.4.13 Aperçu de la culture contractuelle (exemples)

	Haricot vert	Soja
Contexte de la culture	Les producteurs contractuels sont expérimentés et proches du siège de l'entreprise (Ouagadougou).	Zone de production du soja et on essaye de remplacer les importations des farines de poisson par les produits transformés du soja pour la fabrication des aliments pour animaux.
Durée du contrat	Contrat conclu à chaque campagne.	Contrat conclu à chaque campagne.
Contenu du crédit accordé	Les frais des semences, des engrais, du carburant des motopompes et d'entretien. Achat de motopompe en plusieurs versements (déduits du montant de paiement).	Les semences améliorées (multipliées à partir des semences d'origines produites par l'INERA), le fumier et l'encadrement technique des groupements de producteurs sont fournis. Les semences sont fournies en grandes quantités.
Prix d'achat	Prix fixe déterminé lors des discussions préalables.	Prix fixe déterminé lors des discussions préalables.
Mode d'achat	Contrat par unité de parcelle de culture (en ha) et achat de tous les produits cultivés dans les parcelles contractuelles.	Volume contractuel déterminé pour chaque groupe en discutant avec les groupements.
Assurance de la qualité	Contrat conclu uniquement avec les groupements expérimentés en culture du haricot vert.	Groupements formés avec des producteurs ayant le niveau exigé après un encadrement technique.
Mode de culture	Monoculture par l'irrigation avec pompage	Monoculture ou culture associée avec l'eau de pluie (chaque producteur décide).
Utilisation des terres agricoles	Culture dans les domaines irrigués. Cependant, les producteurs peuvent utiliser librement une partie des domaines.	Chaque producteur cultive dans ses parcelles.
Suivi	Le leader du groupement explique le programme de culture. Mettre en place 2 responsables sur le terrain.	Les deux encadreurs sur les techniques de culture (personnel de l'ESOP) assurent le suivi.
Qualité et taille	Le tri est assuré au niveau de l'entreprise qui revend les haricots verts qui n'ont pas satisfait aux exigences de qualité sur les marchés locaux.	L'ESOP procède au tri tout en éliminant les impuretés (la qualité et la taille ne posent pas de problèmes comme le soja est utilisé comme matière première pour la transformation).
Méthode d'expédition	La production est ajustée préalablement en fonction du volume d'exportation d'une fois.	Chaque groupement produit et regroupe avec l'arrivée de la saison pluvieuse.
Méthode de transport	Les haricots verts mis dans les barquettes plastiques préalablement distribuées par l'entreprise sont récupérés par le camion appartenant à l'entreprise.	Chaque groupement transporte le soja en le mettant dans les sacs en plastiques préalablement mis à leur disposition.
Mode de paiement	Versement 20 à 30 jours après la récolte (au plus tard) sur le compte bancaire des groupements.	Paiement en espèce pour chaque groupement. L'entreprise paie un faible bonus du montant aux groupements respectant les clauses contractuelles.
Méthode de conservation	Magasin de stockage frigorifique de l'entreprise	Le soja est séché et conservé dans un magasin de location.
Problèmes	Les prix unitaires n'augmentent pas malgré la hausse des prix des intrants. Ainsi, la superficie contractuelle est en diminution. D'ailleurs, le montant contractuel de l'année passée n'est pas encore versé.	Le paiement en espèce devient difficile avec l'augmentation des producteurs participants à ce système. Les institutions financières ne couvrent que la moitié du montant nécessaire, l'entreprise n'a donc pu que payer la moitié de la somme qu'elle doit payer.

Pour obtenir le niveau technique nécessaire des producteurs contractuels, l'entreprise Burkina Fresh conclue les contrats uniquement avec les groupements ayant le niveau technique exigé par l'entreprise et l'ESOP forme les groupements uniquement avec des producteurs qui ont obtenu un niveau technique satisfaisant après la formation assurée par l'entreprise pour assurer la qualité des produits. Les deux entreprises fournissent un service de crédit pour motiver les producteurs à continuer la culture contractuelle. L'entreprise Burkina Fresh essaie de stimuler la motivation des producteurs pour augmenter la production en permettant à ces derniers d'utiliser une partie des domaines irrigués librement, en concluant les contrats par unité de superficie de culture (ha) et en achetant tous les haricots verts produits sur les parcelles contractuelles. Quant à l'ESOP, elle essaie de stimuler la motivation des producteurs en leur payant des bonus (en augmentant le prix d'achat) ou en procédant au paiement en espèces. Grâce à tels efforts et au suivi sur le terrain, le problème des ventes parallèles

n'a pas encore été observé¹³.

D'un autre côté, ces deux entreprises concluent les contrats pour chaque campagne afin d'éviter les risques liés à la commercialisation. Il faut toutefois signaler que le plus grand problème de ces deux entreprises est la marge brute d'auto-financement. L'entreprise Burkina Fresh ne paie pas les producteurs car elle n'est pas payée par l'importateur hollandais et l'ESOP n'a payé que la moitié car elle n'a pas bénéficié d'un prêt de montant nécessaire. Cette dernière discute aussi avec les banques ghanéennes en plus des banques burkinabè afin d'obtenir les fonds nécessaires. Les groupements des producteurs des haricots verts sous contrat ont déjà eu des pertes de 82 millions de FCFA par la non-exécution du contrat d'une entreprise burkinabè d'Agrobusiness. Ainsi, des problèmes de non-paiement aux producteurs sont observés.

La loi ou le règlement stipulant la culture contractuelle ne sont pas encore établies et l'organisme de tutelle qui doit gérer et superviser la culture contractuelle n'a pas été clarifié. Par ailleurs, il n'existe pas d'organisme auquel on peut demander des conseils en ce qui concerne ce genre de problème.

(3) Rôle du gouvernement et mesures de prévention de vente parallèle

Le rapport de la FAO ci-avant, relève les trois points suivants en tant que rôle à jouer par le gouvernement pour la culture contractuelle en plus de l'aménagement du cadre juridique pour la structuration des producteurs et de l'appui aux organisations des producteurs.

- (a) Etablir au moins le cadre juridique nécessaire pour faire fonctionner la culture contractuelle et si possible, élaborer une loi appropriée portant sur la culture contractuelle.
- (b) Elaborer et vulgariser un contrat modèle pour les principaux produits agricoles tout en effectuant un suivi afin de protéger les droits des deux parties que représentent l'entreprise d'agrobusiness et le producteur.
- (c) Solliciter les entreprises d'agrobusiness pour commencer la culture contractuelle en effectuant un appui financier, en prenant des mesures d'incitation fiscale et autres. La détermination des prix des terres appropriés pour les investissements agricoles peut inciter les parties concernées de conclure le contrat pour la culture.

L'aménagement et l'établissement d'un environnement sain par le gouvernement sont indispensables en tant que condition préalable pour la culture contractuelle. En particulier, l'aménagement, l'exécution des règlements et le processus juridique en cas de non-exécution du contrat sont nécessaires. Par ailleurs, un système limitant au minimum le non-respect du contrat entre les entreprises d'agrobusiness et les producteurs contractuels pour la mise en œuvre de la culture contractuelle est également nécessaire. Les méthodes imaginées jusqu'à présent pour éviter le problème de vente parallèle par les producteurs sont les suivantes¹⁴.

- (a) Prix d'achat flexibles
- (b) Mise en place d'un personnel de vulgarisation technique (suivi)
- (c) Utilisation du leader ou du groupement des producteurs lors de la vulgarisation technique (suivi)
- (d) Ajustement et amendement du contenu du contrat
- (e) Promulgation de la loi réglementant les acheteurs et non pas les producteurs.

Pour que la relation contractuelle dure d'une manière durable, il est nécessaire que les parties concernées (surtout les producteurs individuels) comprennent les avantages de la culture contractuelle et ses bénéfices comparativement à d'autres méthodes. La culture contractuelle échoue si les deux parties contractuelles n'arrivent pas à établir une relation de confiance mutuelle et de dépendance.

¹³ Vendre tous ou une partie des produits agricoles cultivés sous contrat à une tierce personne.

¹⁴ Carlos Arthur B. da Silva(2005)“THE GROWING ROLE OF CONTRACT FARMING IN AGRI-FOOD SYSTEMS DEVELOPMENT: DRIVERS, THEORY AND PRACTICE” Agricultural Management, Marketing and Finance Service, FAO.

(4) Bonnes pratiques de la culture contractuelle

Les bonnes pratiques de la culture contractuelle avec les exemples du haricot vert et du soja cités ci-avant sont synthétisées ci-dessous. Les bonnes pratiques collectées par l'ASK ont été obtenues lors de l'interview de cette association pour la production du niébé.

Tableau 2.4.14 Bonnes pratiques de la culture contractuelle

Point	Contenu	Organisation mettant en œuvre
Assurance du niveau technique	Former des groupements avec des producteurs contractuels ayant atteint le niveau technique exigé après avoir procédé à leur encadrement.	ESOP
Mode d'achat	Stimuler la volonté d'augmenter la production des groupements sous contrat en concluant les contrats par unité de superficie de culture en ha et en achetant tous les haricots produits dans les parcelles contractuelles. Procéder au tri des produits au niveau de l'entreprise et revendre sur les marchés locaux les produits n'ayant pas satisfait aux exigences.	Burkina Fresh
Prix d'achat	Payer un bonus aux groupements ayant respecté totalement le contrat de culture en augmentant un peu le prix d'achat.	ESOP
Mode de paiement	Payer en espèces lors de la livraison des produits par les groupements des producteurs contractuels.	ESOP
Utilisation des terres de culture	Une partie du domaine irrigué par pompage peut être utilisée librement par les producteurs sous contrat. Les équipements pour l'irrigation par les motopompes sont payés en déduisant plusieurs fois les montants à payer pour l'achat des haricots verts.	Burkina Fresh
Répartition de volume de production	La répartition du volume de production pour chaque producteur membre du groupement sous contrat est déterminée en discutant discussion avec chaque producteur (qui peut choisir la monoculture du soja ou une culture associée avec une autre spéculation).	ESOP
Suivi	Le leader du groupement sous contrat (expérimenté en culture) explique le programme de culture. Procéder à l'encadrement technique en mettant en place deux responsables sur place.	NEB-nooma (haricot vert)
Ajustement de volume de production	Le volume de production contractuelle est communiqué à chaque producteur sous contrat en fonction de la superficie dont il dispose (ha) tout en prévoyant la superficie de culture de réserve pour pouvoir ajuster et combler en cas de manque de volume de production. La production en surplus est revendue aux autres entreprises. Le niébé étant un produit recherché sur le marché, il est facile de revendre.	ASK (association des producteurs du niébé)
Prévention de la vente parallèle	Distribuer plus de semences de soja aux producteurs sous contrat que le volume prévu par le contrat. Les producteurs peuvent cultiver les semences en surplus pour cultiver le soja et vendre aux autres acheteurs.	ESOP

Source : Equipe d'étude

2.4.4 Crédit agricole

(1) Microfinance

Bien que les banques ordinaires et les organismes de crédit appartenant aux groupes bancaires aient des capitaux suffisants, ils sont tributaires de la fluctuation des prix du coton en raison de leurs investissements considérables dans l'industrie cotonnière¹⁵. Même s'il existe 20 succursales par 1 million d'habitants (4^{ème} parmi les pays de l'UEMOA), la plupart de ces succursales se situent à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso et celles situées dans des villes locales ou dans le milieu rural ont tendance à préférer les crédits à court terme, sur un ou deux ans¹⁶ pour éviter les risques de non-remboursement. Par ailleurs, ces établissements de crédit demandent 100% à 200% de garantie du montant de prêt. Le cadastre n'étant pas bien établi pour les propriétés foncières (telles que la terre ou le bâtiment) dans le milieu rural, il existe beaucoup d'établissement de crédit n'acceptant pas les biens

¹⁵ Selon la «Stratégie Nationale de Microfinance et Plan d'Action 2012-2016 » du Ministère de l'Economie et des Finances (2012), il existait 12 banques ordinaires, 5 quasi-banques, 10 sociétés d'assurance, 1 poste (SONAPOST), 2 sociétés d'assurance sociale, 14 fonds monétaires, plus de 280 établissements de microfinance et autres types d'établissement financiers.

¹⁶ OECD "Cadre D'action pour l'Investissement Agricole au Burkina Faso" (Mars 2011)

immobiliers comme garantie (gage)¹⁷. La Banque Mondiale estime que seule les 26% de la population totale du Burkina Faso a accès aux services de crédit.

Dans ce contexte, les établissements de microfinance jouent le rôle principal de service financier pour le milieu rural. Un établissement de microfinance est défini comme établissement de crédit fournissant un service financier aux couches pauvres qui ont des difficultés à accéder aux crédits des banques ordinaires ou ne peuvent pas accéder à ces dernières¹⁸.

Les principaux services de crédit des établissements de microfinance sont l'épargne, le crédit, l'envoi d'argent et l'assurance. Les établissements de microfinance sont gérés et supervisés par la Direction de la microfinance et la Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO)¹⁹.

Environ 286 établissements étaient enregistrés au Ministère de l'Economie et des Finances en date du 31 décembre 2010, dont :

- (a) 176 établissements qui font partie de réseaux de systèmes de crédit qui ont des succursales dans le milieu rural.
- (b) 83 établissements qui ne font pas partie de réseaux (solitaires)
- (c) 4 établissements dont l'agrément d'établissement de crédit n'est plus valide et qui sont en train de refaire la demande.
- (d) 23 établissements dont l'agrément en tant qu'établissement de crédit n'est plus valide et qui n'ont pas fait de demande de réinscription.

Parmi les 263 établissements inscrits, la plupart des établissements sont mutualistes ou coopératifs, et environ 20 établissements étaient des sociétés anonymes, des sociétés à responsabilité limitée, des établissements de crédit direct et des établissements de crédit solidaire. Le montant total du dépôt (épargne) de ces établissements était de 83,3 milliards de FCFA, le montant total des crédits alloués était de 79,4 milliards de FCFA avec un nombre total de clients de 1 136 285 personnes²⁰.

Actuellement, les 8 types d'organisations suivants fournissent un service de microfinance au Burkina Faso²¹.

¹⁷ Millennium Challenge Account (MCA) met en œuvre une formation sur la microfinance des banques ordinaires. En plus des connaissances de base de l'agriculture (le rendement ou le coût), le MCA guide les bénéficiaires sur la méthode pour assurer les bénéfices avec les crédits pour l'agriculture.

¹⁸ Stratégie Nationale de Microfinance et Plan d'Action 2012-2016 » du Ministère de l'Economie et des Finances (2012)

¹⁹ Les établissements de microfinance sont régis par la loi n°023-2009/AN du 14 mai 2009 et les établissements de crédit menant des activités dans le milieu rural sont régis par la loi n°18-97/AN du 30 juillet 1997 et le décret du Ministère de l'Economie et des Finances n°2009-839/PRES/PM/MEF du 18 décembre 2009.

²⁰ Stratégie Nationale de Microfinance et Plan d'Action 2012-2016 » du Ministère de l'Economie et des Finances (2012)

²¹ Page 34 de « Agriculture et sylviculture au Burkina Faso » JAICAF (mars 2013) modifiée avec diverses informations supplémentaires.

Tableau 2.4.15 Résumé des établissements de microfinance

Catégorie	Résumé
1. Etablissement de microfinance des banques ordinaires	Le service de crédit est fourni par une banque ayant mis en place un guichet spécifique pour la microfinance ou en mettant en place une filiale de microfinance. La Société de Financement de la Petite Entreprise (SOFIPE) appartenant à Eco Bank, fournit par exemple ces services.
2. Mutuelle et coopérative	Environ 73% des établissements de microfinance sont des mutuelles/coopératives. Le Réseau des Caisses Populaires du Burkina (RCPB), qui est une coopérative est un exemple de ces structures.
3. Etablissements de crédit directs ou solidaires	Les crédits sont alloués selon les principes des bailleurs de fonds ou des ONG. Les crédits des banques peuvent être utilisés comme fonds pour les activités. Par exemple, la Société Burkinabè de Micro-Crédit (PAMF) fait des prêts aux particuliers ou aux groupements sous l'appui de la Fondation Aga Khan.
4. Société Anonyme/Société à Responsabilité Limitée	Ce sont des entreprises privées d'épargne et de crédit qui sont gérées par les entreprises commerciales (du domaine fiscal) ou mènent des activités avec les crédits des banques etc. Par exemple Microfinance Plus SARL, basée à Banfora dépend de la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) pour le fonds.
5. Caisses Villageoises d'Epargne et Crédit Autogérées (CVECA)	Il s'agit d'une organisation créée en 2002 par une ONG française sur la base des résultats obtenus au Mali. Le crédit est alloué avec les fonds avec les épargnes des habitants de la communauté. Chaque caisse est indépendante (une ONG). Dans le domaine de la microfinance, il s'agit du 2 ^{ème} réseau après le RCPB.
6. Organisations de crédit fondées par le gouvernement	Les Fonds d'Appui aux activités Rémunératrices des Femmes (FAARF) destinés aux femmes pauvres ou les Fonds de l'Eau et de l'équipement Rural (FEER) sont mis en place par des projets gouvernementaux.
7. Etablissements de crédit à temps limités	Il s'agit d'établissements de microfinance temporaires dans le cadre d'un projet ou par ONG pour atteindre les objectifs du projet. Catholic Relief Services (CRS) ou l'Organisation Chrétienne de Secours et de Développement (CREDO) en sont des exemples
8. ROSCA	Il s'agit d'un système de crédit traditionnel par la solidarité des habitants du milieu rural et urbain parfois appelé aussi « Tontine ».

Source : Equipe d'étude

(2) Exemple d'un établissement de microfinance

Le Réseau des Caisses Populaires du Burkina (RCPB) est le plus grand établissement de microfinance au Burkina Faso. Le RCPB est un établissement de crédit mutuel fondé avec la collaboration du Canada en 1972 pour l'épargne et la microfinance qui a un réseau national (dans toutes les provinces) en 2013 dont 75% en milieu rural.

1) Structure du RCPB

Le RCPB est structuré en 3 niveaux (1) des Caisses Populaires (CP) comme unité de base, (2) des Unions du RCPB (4 unions : URCPB, URCPD, URCPN, URCPD) et (3) de la Fédération des Caisses Populaires du Burkina (FCPB). Chaque établissement de crédit mutuel a 5 points de services.

5 Antennes Techniques sont créées dans les régions où il n'y a pas d'union du RCPB afin de fournir les mêmes services que l'union à chaque établissement. Par ailleurs, le RCPB a fondé des Caisses Villageoises (CV) travaillant en collaboration avec les établissements de crédit mutuel de proximité. Une Caisse Villageoise est un regroupement de plusieurs groupements féminins solidaires, chacun est formé de 5 membres. Ces Caisses Villageoises fournissent des services de crédit destinés aux femmes.

La FCPB a mis en place, avec les grands établissements de crédit mutuel, le Centre Financier aux Entrepreneurs (CFE) examinant des crédits à montants élevés et ceux destinés aux PME, et les Centres Financiers aux Agriculteurs (CFA) en vue de favoriser les investissements dans le milieu rural à Ouagadougou, à Koupéla, à Ouahigouya et à Bobo-Dioulasso.


D'un autre côté, la FCPB et les 5 Unions des établissements de crédit mutuel ont fondé le Centre d'Innovation Financière (CIF) pour étudier, tester et mettre en place les nouveaux types de service de crédit tout en partageant les informations avec les unions des autres pays de l'Afrique de l'Ouest. Le CIF a été restructuré en Confédération des Institutions Financières (CIF) en se groupant avec les

autres unions des établissements de crédit mutuel. La CIF a mis en place le Centre de Documentation qui a commencé à fonctionner depuis juin 2013.

2) Portfolio du RCPB et crédit agricole

Le RCPB représente 25% des capitaux, 30% des guichets, 60% des clients, 80% des montants d'épargne et des soldes de crédits de tous les établissements de microfinance en 2010. Le tableau suivant montre le bilan des affaires du RCPB en 2011²².

Tableau 2.4.16 Portfolio du RCPB en 2011

Détails	Unité : USD	
Montant total des crédits alloués	129,8 millions	
Nombre de personnes empruntant actuellement	151 231	
Montant restant à rembourser (moyen)	858,5	
Montant total d'épargne	167,4 millions	
Montant des biens	236,1 millions	
Nombre de personnes ayant une épargne	852,149	
Capitaux pour les crédits	Certificat négociable de dépôt et épargnes	

Source : Mix Markets

Les crédits alloués au domaine de l'agriculture par le RCPB occupent environ 22% de l'ensemble des crédits au 31 décembre 2011. Les détails sont présentés dans le tableau suivant²³.

Tableau 2.4.17 Types de crédits alloués à l'agriculture par le RCPB

Type	Pourcentage (%)
Production agricole (achat des semences, des engrais etc.)	15,77%
Elevage des animaux (achat des animaux, des poussins ou des aliments etc.)	28,74%
Vente au détail des fruits et légumes (fonds pour l'approvisionnement des marchandises etc.)	3,12%
Stockage et vente des céréales (warrantage etc.)	24,78%
Transformation des produits agricoles (fonds pour l'achat des matières premières etc.)	4,16%
Investissements agricoles (achat des intrants ou des bœufs pour la traction animale)	3,33%
Crédit préalable à la commercialisation des produits agricoles (garantie et fonds pour le contrat de commercialisation)	0,19%
Crédits pour l'industrie cotonnière	19,92%
	100%
<u>Taux des crédits agricoles dans l'ensemble des crédits</u>	22,00%

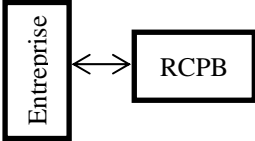
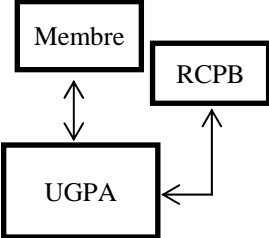
Source : FCPB(2012) "Financing the Working Capital of Agricultural Enterprises: RCPB Experience"

Le tableau suivant montre les crédits directs aux fabricants des mangues séchées et les crédits indirects aux membres de l'union des producteurs à travers l'UGPA.

²² Mix Markets (<http://www.mixmarket.org/mfi/rcpb>) accès le 8 juin 2013

²³ Etabli avec les informations du document "Financing the Working Capital of Agricultural Enterprises: RCPB Experience" présenté à la réunion de la FCPB à Kampala (Uganda) entre le 27 et le 30 mars 2012.

Tableau 2.4.18 Exemples des crédits agricoles du RCPB

Crédit direct à chaque transformateur		Crédit indirect en passant par l'UGPA	
	Membre du RCPB		Environ 1000 membres du RCPB
	Fabrication des mangues séchées		Production des céréales (expédition collective)
	Fonds de roulement : 60 000 USD		Fonds de roulement : 1 million USD
	Période de remboursement : 10 mois		Période de remboursement : 10 mois
	Délai de grâce : 7 mois		Remboursement : par commercialisation
	Remboursement : max. 3 fois		Crédit en plusieurs fois : progressif
	Gage : immobiliers + contrat de commercialisation + matériels/matériaux		Gage : garantie mutuelle et solidaire (plusieurs personnes) + contrat de commercialisation + caution de garantie

Source : RCPB(2012) "Financing the Working Capital of Agricultural Enterprises: RCPB Experience"

Environ 75% du réseau est situé dans le milieu rural, mais le montant des crédits pour l'agriculture n'occupe que 22% de l'ensemble. Par ailleurs, le montant moyen de crédit est de 858,5 USD, ce qui est donc de petite envergure.

3) Système d'épargne du RCPB²⁴

Il existe deux systèmes d'épargne au RCPB, spontanée et forcée. Les deux tableaux suivants montrent le résumé de ces deux systèmes d'épargne.

Tableau 2.4.19 Résumé d'épargne spontanée du RCPB

	Compte ordinaire	Dépôt à terme
Caractéristique	On peut retirer n'importe quand.	On ne peut pas retirer pendant 3 mois (minimum).
Montant minimum d'épargne	Non	500 000 FCFA
Commission de retrait	Néant	Néant
Commission pour l'ouverture du compte	500 FCFA (adhésion)	500 FCFA (adhésion)
Frais de maintien du compte	100 FCFA par mois	100 FCFA par mois
Taux d'intérêt	Néant	1,5% à 2,5% (après une période fixée)

Source : "Financial Cooperative for Rural Finance: Case Study Burkina Faso's Caisses Populaires Network" (Banque Mondiale, 2007)

Tableau 2.4.20 Résumé d'épargne forcée

	Epargne pour la garantie des crédits	Epargne contrainte (salarie)
Caractéristique	Gelée jusqu'au remboursement du crédit	Gelée jusqu'au remboursement du crédit
Montant minimum d'épargne	Montant correspondant à 15% de celui du crédit (taux plus faible pour les femmes)	2% du salaire mensuel de l'emprunteur (10% progressif pour le crédit immobilier)
Commission de retrait	Néant	Néant
Commission pour l'ouverture du compte	500 FCFA (adhésion)	500 FCFA (adhésion)
Frais de maintien du compte	Néant	Néant
Taux d'intérêt	Néant	Néant

Source : "Financial Cooperative for Rural Finance: Case Study Burkina Faso's Caisses Populaires Network" (Banque Mondiale, 2007)

²⁴ A partir de "Financial Cooperative for Rural Finance: Case Study Burkina Faso's Caisses Populaires Network" (Banque Mondiale 2007).

Le RCPB étant un établissement de crédit mutuel, les commissions pour l'ouverture des comptes sont considérées comme des frais d'adhésion et les frais de maintien du compte comme cotisation mensuelle.

4) Produits de crédit du RCPB²⁵

Les produits de crédit du RCPB sont présentés dans le tableau suivant. Toutefois, les crédits pour les fonctionnaires et les salariés du secteur privé et ceux de la consommation des personnes concernées (agriculteurs ou éleveurs) (par exemple les crédits pour les véhicules, les maisons et les activités sociales) sont exclus²⁶.

Tableau 2.4.21 Produits de crédit du RCPB

Type de bénéficiaires	Type de crédit	Durée max (mois)	Plafond	Taux	Epargne nantie	Frais gestion	Frais de dossier	Pénalités
Entreprises et commerçants	Crédit fonds de roulement	12	5 millions	15%	15%	1% crédit accordé	≤500 000 = 2 000 FCFA	10% des traites en retard
	Crédit d'équipement	24		14%				
	Construction et amél. locative	36		14%				
	Préfinancement des marchés	12		15%				
Agriculteurs et éleveurs	Crédits d'intrants	10		15%				
	Crédit d'équipements (leasing)	24		14%				
	Construction et amél. locative	36		14%				
	Crédit embouche	10		14%				
	Elevage	36		14%				
Groupes hommes/femmes et mixtes	Crédit d'intrants	10		15%				
	Crédit fonds de roulement	12		15%				
	Crédit d'équipement (leasing)	24		14%				
	Construction et amél. locative	36	14%					
	Crédit embouche	10	15%					
	Elevage	36	14%					
	Préfinancement des marchés	12	15%					
Produits aux femmes	Causse Villageoise	12	5 millions (150 000/personne)	10%	5% (3e cycle)	1% crédit accordé	2 000 FCFA	
	Association des Crédits Intermédiaires	12	5 millions (350 000/personne)	10%	10%			
	CFC	12	5 millions (500 000/personne)	13%	15%			

Source : Informations de la Fédération des Caisses Populaires du Burkina (FCPB)

La période maximum de remboursement est de 12 mois et le nombre de remboursement diffère en fonction de type de crédit et de demandeur. Comme pour les crédits agricoles, les demandeurs doivent déposer une caution de garantie (épargne nantie) ou le contrat de commercialisation en plus des gages immobiliers (terres et immeubles) ou matériels en fonction des types de crédits et de demandeurs.

Comme le montre le tableau ci-dessus, les catégories de crédit typiques au RCPB sont (1) les

²⁵ Le tableau est établi avec les informations obtenues auprès de la FCPB en juin 2013.

²⁶ Les conditions de crédit sont moins sévères pour les fonctionnaires et les salariés (privé) étant donné que les risques sont moindres.

produits aux femmes créant la Caisse Villageoise (CV), (2) les crédits aux groupements féminins gérant la caisse villageoise (caisse villageoise de deuxième génération) et (3) le Crédit du Fond pour le Commerce (CFC) pour les commerçantes pour les activités génératrices des revenus.

(3) Contraintes de la microfinance

Les quatre contraintes de la microfinance sont (1) une répartition inéquitable, (2) la non-conformité par rapport aux besoins, (3) une insuffisance des crédits pour l'agriculture et (4) la faible stabilité/durabilité.

En ce qui concerne la répartition inéquitable des établissements de microfinance, étant concentrés surtout dans les régions ou les provinces dynamiques, ils ne couvrent pas efficacement le milieu rural et apportent des écarts physiques d'une région à l'autre. La non-existence d'un établissement de crédit de petite taille à proximité est le problème le plus important des habitants en zone rurale.

Quant aux besoins des habitants ruraux, les micro-crédits ont un processus d'emprunt compliqué, les types et les domaines couverts par les produits sont limités (il s'agit souvent des produits à court terme). Bien que des programmes de crédit spécifiques (par exemple pour l'éducation ou la santé) soient mis en place par les ONG etc., l'ensemble des besoins ruraux n'est pas couvert.

Il y a de nombreux risques liés à l'agriculture, à cause de revenus saisonniers. Entre autres, la fluctuation des intrants et des produits, les mauvaises récoltes causées par les ennemis de culture ou des conditions climatiques défavorables sont des facteurs de risque. Il est alors nécessaire de déterminer des services et des conditions qui tiennent compte de ces risques pour les crédits agricoles. Surtout, il est nécessaire de développer des produits de crédit répondant aux risques avec une période de remboursement longue, la mise en place d'un délai de grâce ou un nombre faible de remboursements etc.

En ce qui concerne la stabilité/durabilité des établissements de microfinance, il existe de nombreux établissements qui n'ont pas collecté et remis les informations requises par la loi. Il n'en existe quasiment pas de durables financièrement. Bien qu'ils bénéficient de taux d'intérêt favorisés par les bailleurs de fonds et des ONG, ils ne sont pas très rentables. Ces programmes de crédit, avec un taux d'intérêt favorable, mis en place dans le milieu rural empêchent d'un autre côté le développement durable d'établissements de crédit rural. Par ailleurs, l'existence des crédits dépassant les intérêts officiels (10 à 20%) est aussi un problème.

Pour le genre, bien que des données détaillées par genre n'existent pas, il est certain que les femmes sont les principaux bénéficiaires de la microfinance. Pour ces femmes bénéficiaires, (1) la faible connaissance du crédit (processus compliqué), (2) la difficulté de préparer des garanties (gage), (3) les faibles capacités de gestion de projet, et (4) les conditions inappropriées des prêts sont les principales contraintes. En particulier, la période trop courte du remboursement et le nombre de remboursement, qui ne correspondent pas aux contraintes des femmes bénéficiaires, sont les causes de la difficulté de remboursement.

2.5 Situation actuelle et contraintes de structure/système des exportations

2.5.1 Environnement du commerce

(1) Cadre du commerce

Le Burkina Faso est un pays membre de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA) et de la Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) dans lesquelles l'intégration de l'économie est avancée.

Conformément au Schéma de Libéralisation des Echanges de la CEDEAO (SLEC), les droits de douanes sont en principe exonérés pour les exportations au sein de la zone de la CEDEAO.

Le Burkina Faso a adopté le tarif extérieur commun en 2000. Malgré son adoption par les pays membres de la CEDEAO, le tarif n'est pas totalement homogène étant donné que le Nigeria a refusé l'introduction d'une partie de ce tarif.

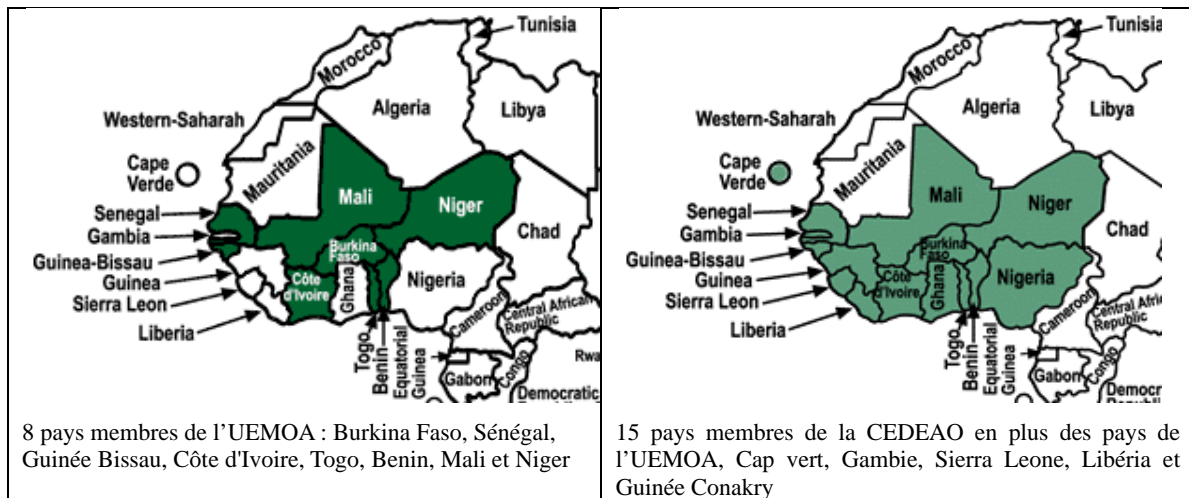


Figure 2.5.1 Pays membres de l'UEMOA et de la CEDEAO

Source : Banque Mondiale

Comme mentionné ci-après, les systèmes d'appui à l'accès aux marchés des pays en voie de développement ont été adoptés et les conventions visant à développer l'économie à travers le commerce ont été conclues en ce qui concerne le commerce avec les pays en dehors des zones ci-avant. Toutefois, ces mesures n'ayant pas d'impact considérable, la part occupée des pays de l'Afrique de l'Ouest dans les importations des pays développés est en diminution (EDIC, 2007).

- (a) Le cadre du Système généralisé de préférences (SGP) a été consenti à la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED) en 1970²⁷.
- (b) 1ère à 4ème convention de Lomé (1975 à 2000) : il s'agit d'un accord de coopération commerciale signé le 28 février 1975 entre la CEE et 46 pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (dits pays ACP), et renouvelé en 1979 (Lomé II, 57 pays), 1984 (Lomé III, 66 pays) et 1990 (Lomé IV, 70 pays). L'appui financier et technique, l'appui à l'industrialisation ou le Système de Stabilisation des Recettes d'Exportation (STABEX) ont été inclus.
- (c) Conclusion de l'Accord de Cotonou remplaçant la convention de Lomé en 2000.
- (d) Mise en application de la loi "African Growth and Opportunity Act" (AGOA) aux Etats-Unis. L'augmentation du nombre de produits d'importation exonérés et la limitation de leur quantité ont été mises en œuvre.
- (e) Début des exportations vers les pays de l'UE en fin 2007 sur la base du TSA (Initiative Tout sauf les Armes) avec l'échéance des mesures de l'Accords de partenariat économique de la convention de Lomé. Le TSA est un système autorisant les importations sans droits de douanes ni limitation de volume pour tous les produits autres les armes en provenance des pays les moins avancés (PMA).
- (f) La négociation de l'accord de partenariat économique entre l'UE et les pays de l'Afrique de l'Ouest est en cours (en date du 22 avril 2013)(la Côte d'Ivoire et le Ghana ont conclu des accords provisoires).

(2) Transport

Même si le Burkina Faso est un pays enclavé sans mer, il est un carrefour important de l'Afrique de

²⁷ Le Japon accorde actuellement un traitement sous le système généralisé de préférence au Burkina Faso.

l'Ouest, et il dispose des quatre corridors suivants.

- (a) Corridor d'Abidjan (Côte d'Ivoire) : il s'agit d'un corridor historique et de l'itinéraire d'exportation le plus court par le Sud-Ouest, sur lequel le transport ferroviaire existe (entre Kaya et Abidjan).
- (b) Corridor de Lomé (Togo) : il s'agit d'un corridor historique comme pour celui d'Abidjan.
- (c) Corridor de Tema (Ghana) : il s'agit d'un corridor qui s'est développé pendant le conflit en Côte d'Ivoire.
- (d) Corridor de Cotonou (Bénin) : il s'agit d'un corridor pour les importations des produits pétroliers qui n'est pas adapté au commerce général.

Le corridor d'Abidjan était le plus fréquenté avant le conflit en Côte d'Ivoire et les deux corridors de Tema et de Lomé se sont développés pendant cette période. Les exportateurs choisissent le corridor de transport en tenant compte du coût, de la sécurité et de l'efficacité.

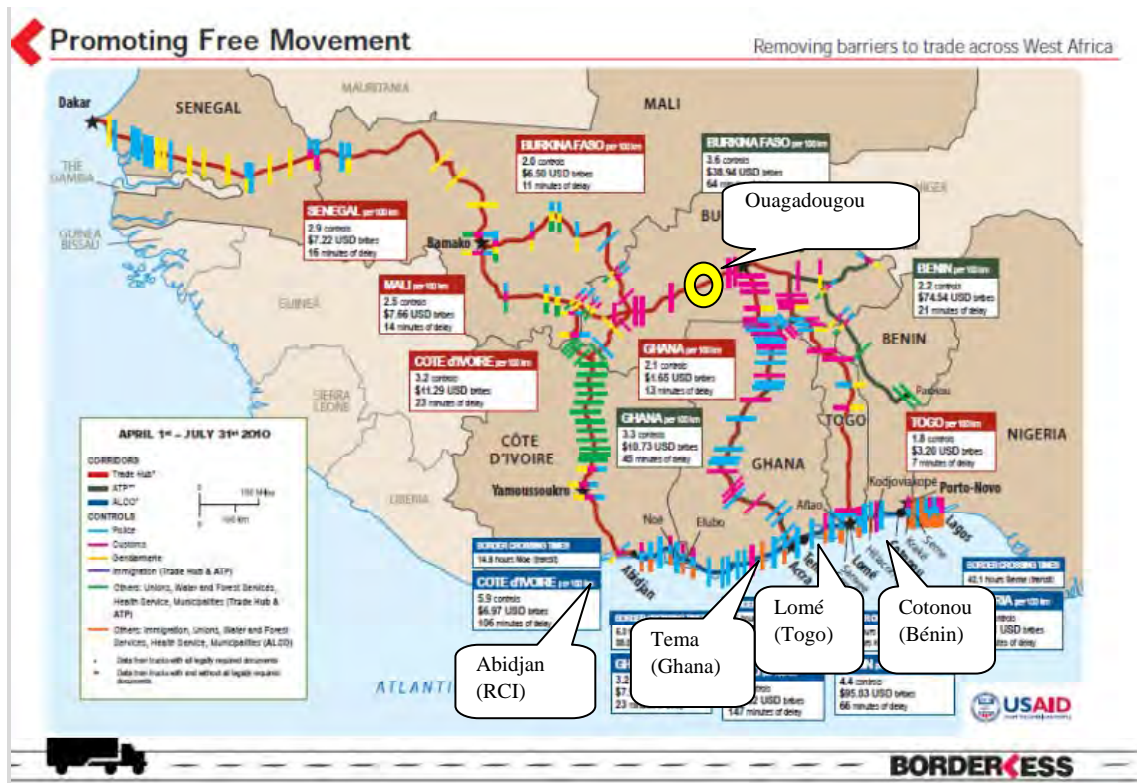


Figure 2.5.2 Principaux corridors dont Burkina Faso dispose

Source : USAID, Promoting the Free Movement of Transport, Goods & Persons the 2nd joint report on road harassment, 2010

2.5.2 Structure et système d'exportation

(1) Structure d'exportation

Les organismes s'occupant des exportations ou de la promotion des produits agricoles sont les suivants.

Tableau 2.5.1 Principaux organismes/organisations relatifs aux exportations des produits agricoles

Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat (MICA)	Le MICA est en charge de l'élaboration, de la mise en œuvre et de l'évaluation des politiques de commerce et des investissements industriels. <ul style="list-style-type: none"> ♦ Direction Générale du Commerce Extérieur (DGCE) : politiques de commerce ♦ Direction Générale du Commerce Intérieur (DGCI) : politiques de distribution à l'intérieur du pays ♦ Direction Générale de l'Industrie : politiques de promotion de l'industrie et des investissements, élaboration du code d'investissement
Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (MARHASA)	♦ DGPER : écoulement des produits agricoles et promotion des exportations
Ministère de l'Economie et des Finances	♦ Direction Générale des Douanes
Agence pour la Promotion des Exportations (APEX)	Agence publique sous la responsabilité du MICA. Ancien ONAC (Office National du Commerce Extérieur) réorganisée en 2011. Organisme spécialisé dans la promotion des exportations qui fournit les informations sur les marchés internationaux et l'exercice.
Chambre de Commerce, d'industrie et d'Artisanat du Burkina Faso (CCI)	Organisme public sous la responsabilité du MICA, représentant les intérêts du secteur privé, promeut le commerce ou organise les salons et les foires commerciaux. Il fournit également un service d'installations commerciales (les magasins de stockage dans le pays et les pays côtiers et les dépôts de la douane ou de la vente des documents pour le commerce (la demande d'importation/exportation, le certificat d'origine etc.).
Maison de l'Entreprise du Burkina Faso (MEBF)	Organisation liée à la CCI créée en 2002 avec l'appui de bailleurs de fonds tels que la Banque Mondiale en vue de servir d'intermédiaire pour des services commerciaux. Elle fournit des formations sur la gestion (management) et les financements (fonds) pour la création d'entreprises et l'élargissement des affaires (y compris l'augmentation des exportations). Les Centres de Formalités des Entreprises (CEFORE) s'occupant de tous les processus nécessaires ont été mis en place.
Conseil Burkinabè des Chargeurs (CBC)	Organisme public fournissant un appui relatif au transport maritime, terrestre, aérien et ferroviaire. Il fournit des informations sur les demandes et offres sur les points importants de transport ou les ports à travers la Bourse Nationale de Fret (BNF).

En dehors des organismes/organisations cités ci-dessus, l'Agence de promotion des investissements du Burkina Faso (API-BF) et l'Agence nationale de promotion des investissements (ANPI) sont des organismes de promotion des investissements burkinabè et étrangers mais elles ne sont pas encore opérationnelles. Le Conseil Présidentiel pour l'Investissement (CPI) est un organisme de consultation pour les investissements.

De nombreux organismes s'occupent de la promotion des exportations et il y a donc des chevauchements des rôles joués par ces organismes (selon la DGPER). En effet, un chevauchement est constaté entre les missions attribuées officiellement à l'APEX et à la DGPER pour la promotion des exportations des produits agricoles ainsi qu'à l'APEX, à la CCI et à la MEBF pour l'appui à la participation aux foires/salons internationaux. Cependant, la DGPER apportant un appui aux exportations vers les pays de la sous-région, la CCI un appui pour la recherche de débouchés sur les marchés internationaux et la MEBF un appui aux entreprises burkinabè, la répartition des activités est assurée. L'APEX doit coordonner les activités des organismes/organisations concernés et prendre l'initiative de la promotion des exportations en tant qu'organisme s'occupant uniquement de la promotion des exportations. Or, son état de fonctionnement n'atteignant pas le niveau souhaité, le domaine de la promotion des produits burkinabè, pour lequel elle doit prendre l'initiative n'est pas dynamique, étant donné que les différents organismes mènent des activités d'une manière désorganisée. Le renforcement de la capacité de mise en œuvre de la mission de l'APEX et le renforcement de l'APEX en tant que coordinateur des organismes concernés sont des contraintes à surmonter.

En ce qui concerne l'appui financier, la MEBF a proposé une Subvention pour le développement du potentiel exportable (SUBEX) avec l'appui de la Banque Mondiale jusqu'à janvier 2013. Le fonds pour ce service étant épuisé, il n'existe actuellement pas de fonds pour la promotion des exportations. Bien que la nécessité des Fonds d'Appui aux Exportations soit soulignée par la Stratégie Nationale des

Exportations (SNE), ces fonds n'existent pas encore.

(2) Résumé du système d'exportation et d'importation

L'intégration du système de commerce ou l'unification des documents avancent relativement bien dans les pays de l'Afrique de l'Ouest (Burkina Faso inclus) grâce à l'introduction du Schéma de Libéralisation des Echanges de la CEDEAO (SLEC). Le Tarif Extérieur Commun (TEC) étant introduit et les droits de douane supprimés à l'intérieur de la zone CEDEAO, les pays d'Afrique de l'Ouest sont les plus libéraux en Afrique en ce qui concerne le droit de douane (EDIC, 2007). L'intégration du système douanier est aussi avancée et il n'y a pas de problème à l'exception de quelques difficultés linguistiques avec les pays anglophones tels que le Ghana ou le Nigeria. Plus de 90% du processus douanier est effectué électroniquement (selon la Direction Générale des Douanes).

La taxe sur les exportations est imposée au cheptel vivant mais pas pour les autres produits agricoles. Les autres frais nécessaires relatifs aux exportations sont les frais de déclaration statistique (5 000 FCFA par demande).

Pour les exportations des principales céréales et légumineux, une Autorisation Spéciale d'Exportation (ASE) émise par la Direction Générale du Commerce Intérieur (DGCI) est nécessaire. Ce système d'ASE a été lancé en 2008 avec pour objectifs de (1) disposer des volumes réels des exportations des céréales et d'(2) assurer la sécurité alimentaire (pour prévenir des exportations soudaines d'aliments du pays). Les produits concernés et les interdictions d'exportation sont déterminés par un comité technique interministériel (dont le PAM, la SONAGESS, la DGPER et la DGCI sont membres). Les produits agricoles d'importance capitale pour la sécurité alimentaire du pays en font l'objet, toutes les céréales et le niébé sont donc ciblées par ce système. Le soja et le sésame, dont la consommation nationale est faible, ne sont pas concernés²⁸.

L'intégration du système de commerce ou la suppression des droits de douane étant bien avancées, ce sont les barrières non-tarifaires qui posent problème au Burkina Faso. Selon l'Etude Diagnostique d'Intégration au Commerce les formalités aux frontières ou l'intervention des services de police posent des problèmes²⁹, et les frais indirects dans le coût de transport sont donc importants. Le schéma de libéralisation des échanges n'étant pas mis en œuvre d'une manière complète, les barrières non-tarifaires suivantes sont toujours présentes selon le rapport de West Africa Trade Hub.

- (a) Barrières non-tarifaires dans le processus de transport et à la frontière (points de contrôle illégaux, pot-de-vin, achat de la carte grise pour le Transit Routier Inter-Etat (TRIE) à toutes les frontières, non-remboursement de l'assurance pour le transport cautionné), frais d'établissement des documents (Carte Brune, TRIE etc.)
- (b) Droits de douane inappropriés sur les produits à valeur ajoutée (les produits à valeur ajoutée de plus de 30% doivent être exonérés mais sont taxés en réalité).
- (c) Existence d'une limitation saisonnière (surtout pour le maïs)
- (d) Non-respect de la limitation du volume d'embarquement des camions (les poids de 11,5 tonnes par essieu sont fixés par un protocole de la CEDEAO)

Il faut noter que la JICA met à la disposition du gouvernement burkinabè plusieurs experts pour les activités pour faciliter les commerces au sein de l'UEMOA. Ces experts mènent des activités pour faciliter les activités de dédouanement. Grâce à ces activités, on peut souhaiter que l'analyse de la barrière non tarifaire plus réaliste soit possible.

²⁸ Toutefois, il existe différentes versions pour la liste des produits concernés par l'ASE et les produits concernés ne sont pas tout à fait connus par la population. C'est le maïs qui est le plus souvent concerné par l'interdiction d'exportation.

²⁹ L'association des vendeurs des oignons de Koudougou a souligné le problème des pots-de-vin demandés par le personnel des douanes de la frontière lors d'un entretien. Malgré la mise en œuvre d'un projet de l'USAID pour remédier à ce problème, il n'y a pas encore de résultats tangibles.

(3) Dédouanement

Les installations douanières du Burkina Faso étant gérées par la CCI³⁰, cette dernière est en charge du contrôle des véhicules fréquentant les douanes ou de la commercialisation des formulaires nécessaires pour les importations/exportations.

En général, le dédouanement est effectué aux douanes des grandes villes et les formalités aux postes frontières sont limitées aux formalités douanières de transport³¹. Le point de dédouanement le plus grand du pays est Ouaga Inter qui traite environ 40% des marchandises dédouanées dans le pays suivi du port sec de Bobo-Dioulasso et de l'aéroport de Ouagadougou³². Quant aux points de dédouanement frontaliers, le poste de contrôle de Bittou (frontière avec le Togo) et celui de Dakola (frontière avec le Ghana et proche de Pô) sont les 1^{er} et 2^{ème} en termes de quantité traitée.

Tableau 2.5.2 Points de dédouanement du Burkina Faso

(Frontière avec la Côte d'Ivoire)	(Frontière avec le Bénin)	(Ouagadougou)
- Niangoloko	- Nadiagou	- Ouaga Inter (Ouaga Route)
- Kampti	(Frontière avec le Niger)	- Ouaga Aéroport
(Frontière avec le Ghana)	- Kantchari	- Ouaga Gare
- Ouesa	(Frontière avec le Mali)	(Bobo-Dioulasso)
- Léo	- Koloko	- Bobo Port Sec
- Dakola	- Faramana	- Bobo-CAP (uniquement les courriers postaux)
- Zecco	- Djibasso	
(Frontière avec le Togo)	- Thiou	
- Bittou		

Source : Interview de la Direction Générale des Douanes

Les douanes burkinabè reconnaissent la nécessité de simplifier les formalités ou de réduire les documents exigés, et l'amélioration des services douaniers est réalisée avec l'appui de la CEDEAO. Cependant, les exportateurs sont surtout mécontents en ce qui concerne les perceptions illégales de droits de douanes ou de blocage des routes, et non pas en ce qui concerne les formalités d'exportation. Comme les exportateurs utilisent des transitaires, appelés «Maisons de Transit », pour les formalités, ils n'ont pas conscience de la complexité des formalités.

2.5.3 Structure de norme/protection phytosanitaire/contrôle de la qualité

(1) Normes sur la qualité

L'Organisme National de Normalisation du Burkina Faso (FASONORM) a été créé en 1998 au sein de l'ONAC (actuelle l'APEX) en tant qu'organisme d'étude et de promotion des normes sur la qualité. Il a fusionné avec la Direction Générale de la Qualité et de la Métrologie (DGQM) du MICA pour devenir un organisme indépendant « l'Agence Burkinabè de la Normalisation, de la Métrologie et de la Qualité (ABNORM) » en 2013 pour gérer la métrologie et la qualité³³.

ABNORM est chargé de la détermination des normes du pays, et 311 normes obligatoires sont mises en œuvre en mai 2013 dont 196 pour les produits agricoles/alimentaires (40 pour les fruits et légumes, 45 pour l'huile comestible et 53 pour les céréales). Les normes sont déterminées sur la base des règlements de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Il est possible de contrôler tous les points mentionnés dans les normes au sein des laboratoires publics à l'intérieur du pays (selon FASONORM).

ABNORM sert d'intermédiaire pour l'obtention des certificats ISO mais ne dispose pas de capacité de contrôle ni de certification. Les entreprises ont des demandes pour les séries ISO 9000 ou ISO22000.

³⁰ La CCI gère aussi les 3ports secs de Ouagadougou (2) et de Bobo-Dioulasso (1) en plus des installations douanières en collaboration avec le groupe français Bolloré.

³¹ Il n'y a eu que 21 demandes au poste de douane de Bittou entre le 1er janvier et le 13 juin 2013.

³² A l'exception du carburant qui est dédouané à la douane spécialisée (Ouaga Hydrocarbure).

³³ L'indépendance et le renforcement de FASONORM étaient inclus dans la SNE.

Quant au système d'analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise (HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point), même si FASONORM assure une formation de base destinées aux entreprises et aux groupements des agriculteurs, il n'assure pas de service de certification.

Il faudra examiner la mise en œuvre de la formation en collaboration des organismes privés de certification tels que Ecocert, Lacan ou Certysis afin d'apporter un appui à l'obtention du certificat Global GAP ou du certificat bio.

La mise en place du système du label Burkina est planifiée pour certifier la qualité des produits fabriqués au Burkina Faso. Le label Burkina vise à certifier la conformité des produits aux normes du gouvernement relatives aux processus de production et à la qualité des produits. C'est ABNORM qui devra certifier.

(2) Contrôle sanitaire et phytosanitaire

Les contrôles sanitaire et phytosanitaire des produits agricoles et des aliments sont assurés par les trois organismes suivants³⁴, qui émettent chacun un certificat de qualité. Seul le contrôle phytosanitaire des végétaux est obligatoire à la date de mai 2013 et l'obtention des autres certificats n'est pas obligatoire.

Tableau 2.5.3 Organismes relatifs à la protection et au contrôle des végétaux et des produits alimentaires

Organisme	Activités
Direction de la Protection des Végétaux et du Conditionnement (DPVC) de la DGPV du MARHASA	La DPVC émet le certificat du contrôle de protection phytosanitaire des végétaux et est chargée de la protection phytosanitaire des produits agricoles.
Direction Générale de la Qualité et de la Métrologie du MICA	La DGQM émet le Certificat National de Conformité (CNC) et est chargée du contrôle de conformité par rapport aux normes des aliments de transformation. Elle procédait au contrôle aux douanes mais le contrôle est suspendu actuellement.
Laboratoire National de Santé Publique du Ministère de la Santé	Le LNSP émet le Certificat de Contrôle Sanitaire (CCS) et est chargé du contrôle sanitaire des aliments écoulés dans le pays et des installations de transformation.

On peut citer aussi les organismes suivants capables de mettre en œuvre le contrôle de la qualité.

Tableau 2.5.4 Organismes capables de mettre en œuvre le contrôle de la qualité

Organisme	Activités
Institut de Recherche en Sciences Appliquées et Technologies - Département Technologie Alimentaire (IRSAT – DTA)	Le laboratoire public d'analyse qui a le plus d'équipements, et qui a obtenu une certification laboratoire international (ISO17025) (unique dans le pays).

Les caractéristiques de chaque organisme sont les suivantes.

1) Direction de la Protection des Végétaux et du Conditionnement (DPVC) de la DGPV

La DPVC est en charge de la protection phytosanitaire des végétaux et assure le contrôle phytosanitaire et l'émission du certificat de contrôle phytosanitaire des végétaux (Note d'inspection : BV) et le rapport d'inspection phytosanitaire (PV). Le certificat du contrôle phytosanitaire peut être émis le jour même ou préalablement dans tous les postes de contrôle phytosanitaire³⁵.

La DPVC est composée du Service des Interventions (SI), du Service du Contrôle Phytosanitaire et

³⁴ Quant aux produits d'élevage et des animaux, la Direction Générale des Services Vétérinaires est en charge du contrôle sanitaire.

³⁵ Lorsqu'un contrôle qui ne peut pas être effectué aux postes de contrôles frontaliers est nécessaire, les marchandises doivent rester au poste jusqu'à la fin du contrôle de l'échantillon à Ouagadougou.

de la Qualité (SCPQ) et du Service des Pesticides (SP). Le SCPQ a le contrôle sur les 18 postes de contrôle phytosanitaires du Burkina Faso. Il s'agit d'un petit service composé d'un chef de service et de 3 agents.

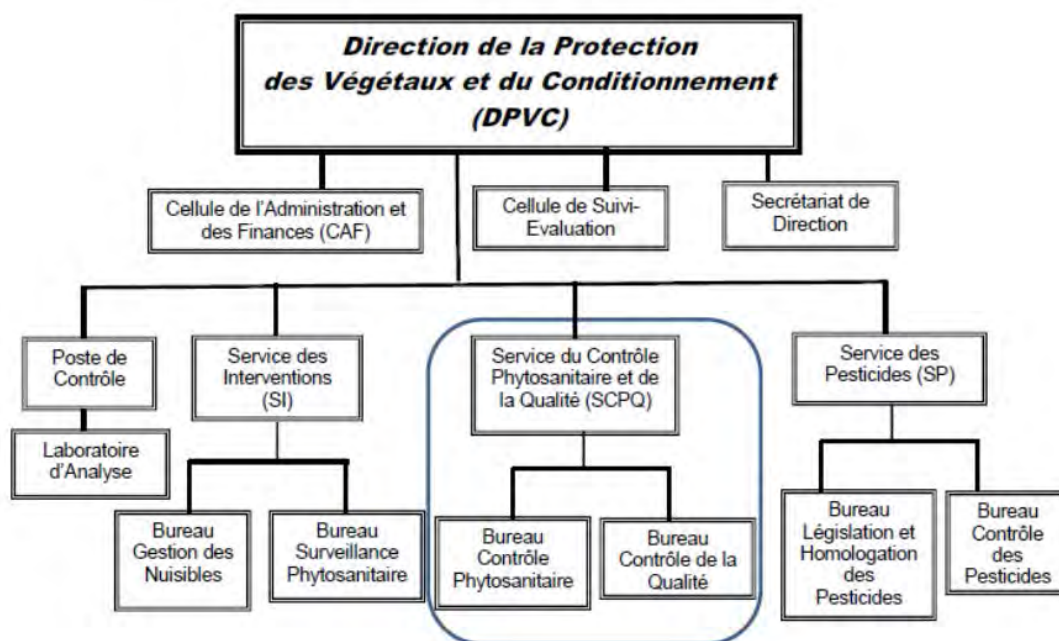


Figure 2.5.3 Organigramme de la DPVC (Direction de la Protection des Végétaux et du Conditionnement)

Le contrôle phytosanitaire des végétaux est assuré par les 18 postes de contrôle listés ci-dessous, situés aux frontières et dans les zones urbaines. Il y a deux à trois agents de contrôle phytosanitaires déployés par poste de contrôle. Le poste de douane le plus grand du pays « Ouaga Inter » ne dispose pas actuellement le poste de contrôle phytosanitaire mais la mise en place de ce poste est prévue dans la même période que celui de Cinkansé (frontière avec le Togo).

Tableau 2.5.5 Liste des postes de contrôle phytosanitaire

(Frontière avec la Côte d'Ivoire)	(Frontière avec le Bénin)	(Aéroport)
- Niangoloko	- Nadiagou	- Ouagadougou (Ouaga Aéroport)
- Kampti	(Frontière avec le Niger)	(Gare ferroviaire)
Frontièrontiec le Ghana	- Kantchari	- Ouaga Gare
- Ouesa	(Frontière avec le Mali)	- Bobo Gare 1
- Léo	- Koloko	- Bobo Port Sec (ancien Bobo Gare 2)
- Dakola	- Faramana	(poste central)
- Zecco	- Djibasso	- Bobo-Dioulasso (Bobo centre)
- Bittou	- Thiou	
Frontière avec le Togo		
- Bittou		

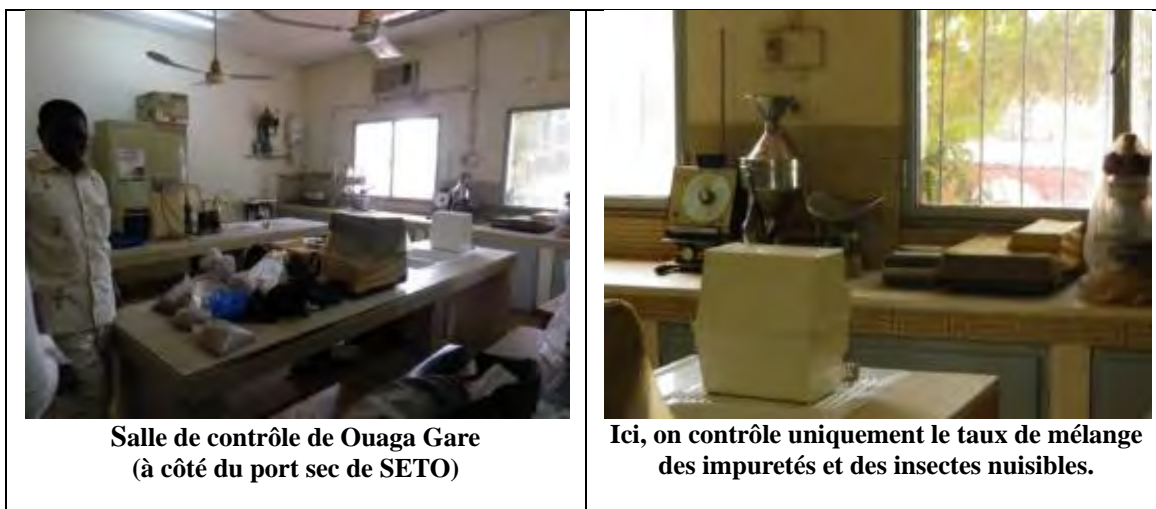
*Bittou se situe à la frontière à la fois avec le Ghana et le Togo

Source : Données de IPPCHP obtenues modifiées avec le résultat des entretiens

http://www.ippc.int/index.php?id=1110879&tx_legislation_pi1%5bshowUid%5d=185996&frompage=247&type=legislation&subtype=&L=0#item

Les postes pour lesquels les volumes de marchandises échangés sont importants sont les quatre postes de Bittou (frontière avec le Togo et le Ghana), de Niangoloko (frontière avec la Côte d'Ivoire), de Dakola (frontière avec le Ghana) et du port sec de Bobo. Le contrôle consiste en principe en une inspection visuelle et en un prélèvement d'échantillons qui seront envoyés au LNSP ou à l'IRSAT-DTA de Ouagadougou si une analyse est nécessaire. L'absence d'un poste de contrôle phytosanitaire bien équipé à Ouagadougou est un problème. Malgré l'existence d'un projet de

construction des laboratoires de contrôle phytosanitaire avec des équipements à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso, celui-ci n'est pas encore concrétisé. Les laboratoires ne possèdent pas de certificat international. Il y a eu une tentative d'obtention du certificat pour le laboratoire de contrôle ISO17020 avec l'appui d'un programme de l'UEMOA mais il n'a pas abouti.



La mise en œuvre du contrôle à la frontière n'est pas assurée d'une manière approfondie, et surtout la collaboration avec la douane n'est pas bien coordonnée. Ainsi, il y a des marchandises qui passent la frontière sans être contrôlées. Même si le processus de contrôle phytosanitaire n'est pas encore électronique, son intégration est prévue dans le SYLVIE³⁶ (un système intégral fournissant les informations sur la procédure des formalités du commerce).

La DPVC ne disposant pas de service de recherche, aucune recherche sur les méthodes de protection phytosanitaire n'est réalisée. La recherche est un domaine relevant de l'INERA. Par conséquent, la recherche sur les techniques de traitement thermique des mangues fraîches exigé pour les exportations vers le Japon ou les Etats-Unis n'est pas effectuée. Il n'a pas été possible de confirmer si l'INERA réalise une recherche sur de telles techniques ou non.

Les informations sur les conditions de contrôle phytosanitaires pour les importations des produits agricoles des autres pays ne sont également pas collectées.

2) Direction Générale de la Qualité et de la Métrologie (DGQM) du MICA

Cette direction est en charge de la conformité par rapport aux normes et à la métrologie et assure la surveillance des normes des marchandises commerciales écoulées dans le pays et qui passent par la douane (pour les produits agricoles c'est la DGPV qui est en charge). Elle émet le certificat national de conformité (CNC).

La DGQM est devenue une direction générale en 2011 en se séparant de l'Inspection Générales des Affaires Economiques (IGAE). Elle est devenue l'ABNORM en fusionnant avec FASONORM en 2013.

Il n'y a pas d'inspection périodique de produits écoulés dans le pays. Elle procède au contrôle en cas de plainte exprimée par les consommateurs³⁷.

Le contrôle des marchandises commerciales à la douane a été suspendu dans le cadre de la simplification de la procédure douanière sous la stratégie d'amélioration de l'environnement des affaires. Les produits destinés aux marchés burkinabè et aux exportations font en principe l'objet

³⁶ Système de Liaison Virtuelle des Importation et Exportation

³⁷ Les problèmes sont nombreux surtout à l'huile comestible (du coton) et à l'eau potable (en sachet).

d'un contrôle, mais l'obtention du CNC pour les produits destinés aux exportations n'est pas obligatoire pour le moment.

Même si les laboratoires de contrôle pour la métrologie et pour la qualité existent à Ouagadougou, ils sont petits. Le laboratoire de métrologie a essayé d'obtenir une certification laboratoire international avec l'appui de l'UEMOA mais a échoué.

Les contrôles possibles à réaliser, pour le cas de l'huile comestible, sont la teneur en eau, la pureté, les oxygénées, l'iode, la saponification, l'acide, la volatilité etc.



Vue d'ensemble du laboratoire de contrôle de la qualité



Contrôle de l'huile comestible

3) Laboratoire National de Santé Publique (LNSP)

Il s'agit d'un laboratoire d'analyse sanitaire des aliments appartenant au Ministère de la Santé. Il est en charge du contrôle sanitaire des aliments écoulés dans le pays et des installations de transformation des aliments et émet le Certificat de Contrôle Sanitaire (CCS). Il a le pouvoir d'effectuer un contrôle sanitaire forcé.

Même si le contrôle sanitaire du LNSP des aliments distribués aux marchés burkinabè est obligatoire, les lois ou les règlements obligeant un contrôle sanitaire préalable des produits destinés aux exportations n'existent pas. Les contrôles des produits d'exportation sont effectués en fonction de la demande exprimée par les entreprises³⁸.

Il y a quatre points de contrôle : deux à Ouagadougou (Ouaga Inter et Ouaga Gare), un à Bittou (frontière avec le Ghana et le Togo) et un à Bobo-Dioulasso. Le point de contrôle de Bobo-Dioulasso est doté d'un laboratoire simple pour le contrôle de la qualité de l'eau potable mais ne peut pas contrôler les produits agricoles. Les autres points n'ayant pas de laboratoire, les échantillons sont prélevés à ces points et ensuite envoyés au LNSP.

Il est possible de contrôler l'existence de la salmonelle, de l'aflatoxine et des produits chimiques phytosanitaires résiduels au laboratoire du siège du LNSP. Le LNSP a deux services d'analyse de la mycotoxine et du produit chimique phytosanitaire et essaye d'obtenir l'ISO17025³⁹.

4) Institut de Recherche en Sciences Appliquées et Technologies - Département Technologie Alimentaire (IRSAT-DTA)

L'IRSAT-DTA a été créé en 1997 sous la tutelle du Centre National de la Recherche Scientifique et

³⁸ Les demandes de contrôle est nombreuses surtout pour la détection de la salmonelle du sésame. On observe plus de violations relatives à l'aflatoxine. Le Japon met l'accent sur le produit chimique résiduel des sésames importés.

³⁹ A travers une entreprise de certification française COFRAC

Technologique (CNRSP) avec l'objectif d'améliorer la qualité des produits agricoles du Burkina Faso (les produits sylvo-pastoraux inclus). Il est composé du laboratoire des micro-organismes, du laboratoire des substances chimiques, du service de contrôle du goût des aliments et du service de formation. Contrairement au LNSP, il n'a pas le pouvoir d'effectuer de contrôle sanitaire forcé. Il assure le contrôle de la qualité et la formation en fonction des demandes exprimées par les entreprises.

Contrairement aux autres organismes de contrôle, l'IRSAT-DTA a pour mission d'assurer des formations relatives à la qualité en plus des contrôles. Ainsi, il assure la formation des divers domaines des techniques de transformation (les méthodes de décorticage, la fabrication du couscous ou des biscuits etc.), de gestion de la qualité (HACCP etc.), des méthodes de stérilisation ou des emballages de produits alimentaires etc.

L'IRSAT-DTA possède un laboratoire à Bobo-Dioulasso en plus du siège à Ouagadougou. Les installations de formation sont toutes situées à Ouagadougou.

Les laboratoires de l'IRSAT-DTA peuvent contrôler l'existence de la salmonelle mais pas celui de l'aflatoxine ou des produits chimiques résiduels. Chaque laboratoire dispose d'un personnel du niveau universitaire (2 à 3 personnes) et de stagiaires (étudiants). Le laboratoire de contrôle des micro-organismes a obtenu l'ISO17025 (certification laboratoire international) pour la première fois au Burkina Faso sous l'appui d'un programme de l'UEMOA⁴⁰.



Laboratoire des micro-organismes



Laboratoire des micro-organismes



Laboratoire des substances chimiques



Laboratoire des substances chimiques

⁴⁰ On a utilisé une entreprise française de certification COFRAC. Le laboratoire des substances chimiques essaye d'obtenir l'ISO.



Centre de formation



**Centre de formation
(formation sur la fabrication des gâteaux)**

(3) Laboratoires de contrôle privés

Plusieurs laboratoires privés de contrôle existent au Burkina Faso. La capacité des laboratoires gouvernementaux n'étant pas très élevée, il y a des acheteurs qui désignent des laboratoires privés pour mettre en œuvre le contrôle. Si on prend l'exemple de l'entreprise Velegda qui vend du niébé à la Croix Rouge, au PAM et à la SONAGESS, elle utilise l'un des laboratoires suivant (1) l'IRSAT-DTA, de (2) l'entreprise SGS (privée) et de (3) l'entreprise GRINO (privée) pour effectuer le contrôle sur la teneur en eau, l'existence des substances chimiques ou la modification génétique etc.

(4) Situation actuelle du contrôle phytosanitaire et du contrôle sur la qualité

Le tableau suivant récapitule la situation de mise en place des organismes de contrôle phytosanitaire ou de contrôle de la qualité. Le service de contrôle phytosanitaire obligatoire des produits d'exportation et d'importation possède une structure de contrôle appropriée, basée sur de nombreux postes de contrôle dans les zones urbaine et frontalière. Cependant, il n'existe pas beaucoup de postes de contrôle équipés de matériels de contrôle suffisant et l'absence d'un laboratoire équipé d'une manière correcte à Ouagadougou, où beaucoup de marchandises passent, est l'un des grands problèmes à résoudre.

Bien que le système de contrôle phytosanitaire fonctionne bien, il existe des cas de marchandises qui passent sans être contrôlées à cause d'une coordination insuffisante avec la douane à la frontière.

Les contrôleurs ont également des problèmes de capacité en termes d'inspection. Par exemple, on observe 5 à 6 cas de découverte de mouches de fruit à l'entrée des pays de l'UE malgré le certificat phytosanitaire du Burkina Faso pour les mangues (selon la DPVC).

**Tableau 2.5.6 Mise en place des points de contrôle et des laboratoires des divers organismes
(mai 2013)**

Organisme de contrôle	Contrôle des produits importés	Contrôle des produits d'exportations	Points de contrôle/laboratoires							
			Ouagadougou	Bobo -Dioulasso	Frontière avec la Côte d'Ivoire	Frontière avec le Ghana	Frontière avec le Togo	Frontière avec le Bénin	Frontière avec le Niger	Frontière avec le Mali
DGPV du MARHASA	Obligatoire	Obligatoire	Ouaga Aéroport Ouaga Gare	Bobo centre Bobo Gare 1 Bobo Port Sec	Niangoloko Kampiti	Ouesa Léo Dakola Zecco (Bittou*)	Bittou	Nadiagou	Kantchari	Koloko Faramana Djibasso Thiou
DGQM du MICA	Obligatoire (prévu)	Obligatoire (prévu)	◇ Ouaga							
LNSP du Ministère de la Santé	Obligatoire	Obligatoire	● Ouaga HQ ● Ouaga Inter ● Ouaga Gare	◇ Bobo		(Bittou*)	Bittou			
IRSAT -DTA	Facultatif	Facultatif	● Ouaga	● Bobo						

● Doté d'un laboratoire ◇ laboratoire avec limitation

Comparés aux postes de contrôle phytosanitaires, les services déconcentrés des organismes de contrôle de la qualité comme le LNSP et l'IRSAT-DTA sont peu nombreux et les laboratoires sont concentrés à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. Ces emplacements sont pertinents étant donné que le contrôle de la qualité des produits pour les exportations n'est pas obligatoire et que la plupart des demandes pour les exportations vers les pays en dehors de la zone, pour lesquels un contrôle de la qualité est exigé par les acheteurs, sont effectuées dans les grandes villes. Or, avec l'existence d'opinions doutant de la capacité des laboratoires d'analyse du gouvernement, les certificats des laboratoires gouvernementaux n'assurent pas réellement la sécurité des produits d'exportation.

Il est important de prouver la sécurité et la qualité des produits destinés aux pays développés par un organisme tiers fiable. L'existence de l'aflatoxine, de la salmonelle ou de produits chimiques résiduels est un grand problème de la sécurité des aliments. Il sera possible d'abaisser le coût des exportations en améliorant la fiabilité des contrôles des organismes de contrôle publics, étant donné que les exportateurs n'auront plus besoin de confier le contrôle à des entreprises privées du pays ou d'envoyer les échantillons aux laboratoires étrangers.

L'UE, qui importe beaucoup de produits alimentaires de pays d'Afrique a déjà commencé à prendre des mesures contre ce problème. L'EDES, dont l'objectif est d'améliorer la sécurité des produits alimentaires importés des pays de l'ACP met en œuvre le Programme de renforcement du Système de Sécurité Sanitaire des aliments au Burkina Faso depuis 2011. Des contrôleurs appartenant à l'aéroport Charles de Gaulle sont envoyés pour assurer l'encadrement technique des contrôleurs burkinabè.

2.5.4 Système de certification

Il est possible d'obtenir une certification biologique, GlobalGap ou commerce équitable au Burkina Faso à travers des organismes de certification privés. Les entreprises de certification qui ont été vérifiées sont Ecocert (France), Lacon (Allemagne), CERTISYS (Belgique), TÜV NORD INTEGRA (Belgique) et OCEA (Italie). Seule Ecocert a un bureau et personnel permanent.

(1) Ecocert

Ecocert Burkina Faso couvre 24 pays de l'Afrique de l'Ouest avec 10 contrôleurs. En plus des contrôles et des formalités pour l'obtention du certificat bio (le certificat de l'UE, le NOP des Etats-Unis, le JAS bio du Japon et le certificat bio de la Corée du Sud), du certificat GlobalGAP et du certificat Ecocert Fair Trade (commerce équitable), Ecocert offre un service de formation sur la certification. En Afrique de l'Ouest, il y a 90 cas d'obtention du certificat bio, environ 20 cas pour le commerce équitable (Fairtrade), environ 15 cas pour Global Gap (essentiellement pour la mangue). Les demandes de certification bio sont supérieures à celles de Global Gap⁴¹. Ce certificat couvre tous les maillons de la filière de la production jusqu'aux exportations, et environ 90% des certificats bio sont détenus par les exportateurs. Environ 10 certificats n'ont pas été renouvelés l'année dernière parce qu'il n'y avait pas de marché.

Ecocert a environ 30 clients au Burkina Faso, et 19 certificats biologiques sont valides à la date de juin 2013 (voir le tableau suivant). Les frais nécessaires pour l'obtention de la certification varient en fonction du nombre de producteurs à certifier, des produits ou l'existence de transformation mais s'élèvent entre 1 200 à 10 000 euros (déplacements inclus).

Tableau 2.5.7 Organismes possédant la certification biologique (en juin 2013)

Norme	Numéro de certification	Nom d'opérateur	Produits fabriqués	Type de certification	Catégorie de produit	Statut d'opérateur
834/2007 ou EOS	5554BF	Agroburkina	Mangue	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	22116BF	APSERN (Association des producteurs de la Sissilli pour l'eco gestion des ressources naturelles)	Soja	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 or EOS	7644BF	Belwet industrie	Huile de Balanites	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	6006BF	Burkarina	Beurre de karité	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	389BF	Burkinature sarl	Mangue fraîche et séchée, purée de mangue	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	389BF-50	Burkinature sarl	Ananas séché Beurre de karité	Biologique	Produits végétaux transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	398BF	CDS	Mangue	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	398BF-50	CDS	Hibiscus	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	1835BF-50	Coopake	Hibiscus séché	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié

⁴¹ Le certificat GlobalGap est destiné aux produits frais et non pas aux produits transformés. Par conséquent, le certificat bio couvre plus de types de produits et est préféré par les entreprises.

Norme	Numéro de certification	Nom d'opérateur	Produits fabriqués	Type de certification	Catégorie de produit	Statut d'opérateur
834/2007 ou EOS	1658BF	Cpbk-b	Beurre de karité amende	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	5500BF	Fédération Nununa	Beurre de karité	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	5038BF	Gaia bio solidaire	Fonio complètement décortiqué, sorgho et tef	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	6843BF	Gie naffa	Mangue fraîche et séchée	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	7343BF	Groupement féminin gnogondeme de yona	Beurre de karité	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	19051BF	Groupement Mixte Sanlé Séchage des Fruits et Légumes	Noix de cajou mangue fraîche et séchée hibiscus séché gingembre séché	Biologique	Produits végétaux non transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	11170BF	Selkis Crops	Beurre de karité	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	5842BF	Sotokacc	Beurre de karité	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	9013BF	Unaproka	Beurre de karité	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié
834/2007 ou EOS	1941BF-50	Wouol de beregadougou	Hibiscus séché gingembre gingembre séché	Biologique	Produits alimentaires transformés	Certifié

Source : document fourni par Ecocert (extrait des organismes burkinabè)

(2) LACON

LACON est un organisme de certification privé allemand effectuant des contrôles pour la certification biologique allemande et mettant en œuvre les formalités d'obtention de la certification. L'examen et la certification sont effectués en Allemagne. Il y a deux types de certification, une pour les producteurs et une pour les entreprises de conditionnement. LACON n'a pas de bureau ni de personnel permanent, mais possède un contrôleur à Ouagadougou et un autre à Bobo-Dioulasso. Il a déjà certifié 6 structures au Burkina Faso mais parmi celles-ci, ARFA a arrêté les procédures de renouvellement. Même si il y a une demande pour la certification, les frais d'obtention sont des charges importantes.

Tableau 2.5.8 Entreprises et organisations ayant obtenu la certification biologique

Entreprise	Siège	Produits certifiés
Agrifaso	Bobo-Dioulasso	Karité, bissap
UAB	Gassan	Haricot vert
ARFA	Fada-N'Grouma	Sésame
FASOBIO	Bobo-Dioulasso	Mangue
Biomega	Inconnu	Baobab, bissap
UCPA/BM	Dédougou	Bissap

Source : interview de contrôleur de Lacon

2.5.5 Infrastructures de marché et de commerce

(1) Infrastructures des marchés et du commerce

1) Infrastructures des marchés

Le marché de fruits et légumes de Bobo-Dioulasso a été construit avec l'appui du PAFASP de la Banque Mondiale en 2010. Le même type de marché est en cours de construction à Orodara et à Banfora. Ces marchés sont gérés par un comité formé par les représentants de la mairie et des représentants de l'association des producteurs et de distributeurs.



**Marché des fruits et légumes de Bobo-Dioulasso
(marché de gros mais aussi de vente au détail)**



**Mangues pour les exportations vers les pays
voisins (à l'intérieur du pays, le Niger et
l'Algérie)**

Des marchés de gros près des lieux de production de certains légumes⁴², appelés « comptoirs » ont été construits. Même si la construction de 6 comptoirs⁴³ est prévue dans l'ensemble du pays, seul celui de Koudougou est opérationnel en date de mai 2013, qui traite les oignons destinés aux marchés burkinabè et sous-régionaux. Plusieurs aires de regroupement sont mises aux alentours du comptoir dans les zones de production⁴⁴. La gestion d'un comptoir étant assurée par l'association des producteurs ou des distributeurs du lieu de production, l'existence d'une telle association est l'un des éléments clés pour la détermination des sites de construction des comptoirs. Le coût de construction est pris en charge par le PAFASP.

Un marché au gros des légumes appelé « Plateforme » a déjà été installé à Ouahigouya avec l'appui du PAFASP mais n'est pas encore opérationnel. La plateforme a le même fonctionnement qu'un comptoir: elle est dotée d'une aire de tri, d'un atelier, d'un magasin de stockage et de magasins de vente. Une plateforme est un grand comptoir servant de centre de regroupement pour la zone selon le PAFASP.

⁴² On prévoit la transaction de l'oignon, de la tomate et de la pomme de terre.

⁴³ Les sites candidats autre que Koudougou sont Korsimoro (avant Kaya), Niamssa, Ouahigouya et Mogtedo (avant Koupela).

⁴⁴ Les aires de regroupement sont prévues à Tita, à Tenado, Réo et à Kyon en plus de Koudougou.



Comptoir de Koudougou



Rempli des oignons en période de pointe de récolte



Plateforme de Ouahigouya



Atelier

En ce qui concerne les infrastructures existantes des marchés, il y a des marchés publics pour les céréales dans l'ensemble du pays, 19 marchés de collecte gérés par les collecteurs, 7 marchés de regroupement gérés par les collectivités locales et 21 marchés de détail gérés par les collectivités locales. Mais ces marchés n'ont presque pas de bâtiments et ne sont pas bien aménagés.



Photos : marché de gros de Léo

2) Infrastructures de commerce

La Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) possède des infrastructures de commerce comme des ports sec ou des magasins de stockage de douane à l'intérieur du pays et dans les pays voisins côtiers⁴⁵. Elle possède aussi des magasins de stockage et des aires de manutention aux quatre principaux ports d'embarquement d'Abidjan (Côte d'Ivoire), de Tema (Ghana), de Lomé (Togo) et de Cotonou (Bénin).

⁴⁵ Une partie des installations est gérée en collaboration avec l'entreprise SDV appartenant au groupe français Bolloré.

Le port d'Abidjan était le plus souvent utilisé avant le conflit en Côte d'Ivoire. Cependant, l'utilisation des ports de Tema et de Lomé a augmenté pendant cette période. Les exportateurs choisissent leur port d'embarquement en tenant compte du coût, de la sécurité et de l'efficacité⁴⁶. Il vaut mieux mettre les produits dans les conteneurs au Burkina Faso du point de vue de la sécurité mais cela coûte plus cher que de le faire dans les pays portuaires. Par ailleurs, le nombre de conteneurs disponibles au port sec de Bobo-Dioulasso étant limité, les exportateurs sont parfois obligés d'attendre.

2.5.6 Contraintes de la structure et du système des exportations

Les pays développés tels que le Japon, les pays de l'UE ou les Etats-Unis accordent un système de préférences généralisées (SPG) aux exportations du Burkina Faso, le Tarif Extérieur Commun de la CEDEAO est appliqué sans problème et le dédouanement est relativement facile. On n'observe pas de barrière tarifaire pour le moment. Les problèmes sont la fragilité du système pour la promotion des exportations du gouvernement ou les barrières non-tarifaires. Les contraintes du système des exportations relatives aux produits agricoles sont les suivantes.

(1) Système de promotion des exportations

Bien que l'APEX soit en charge de la promotion des exportations au Burkina Faso, elle ne réalise que peu d'activités concrètes. En effet, les cas d'intervention et d'appui de l'APEX n'ont guère été observés lors des entretiens avec les exportateurs. Même si l'APEX est désignée en tant qu'organisme d'exécution des projets pilotes de la Stratégie Nationale des Exportations (SNE), élaborée en 2010, seules les activités pour la filière sésame ont commencé (en juin 2013), appuyées par GIZ.

En dehors de l'APEX, la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI), la Maison de l'Entreprise (MEBF) et la DGPER du MARHASA sont impliqués dans la promotion des produits agricoles et leurs missions se chevauchent. Mais en réalité ces organismes complètent les activités de l'APEX. La CCI a des expériences de promotion vers les marchés internationaux, la MEBF gère le fonds pour la promotion des exportations et la DGPER a des expériences des activités de promotion des exportations vers les pays de la sous-région.

Le renforcement de l'APEX est indispensable pour réaliser les activités de promotion des exportations cohérentes. Cependant, le renforcement des capacités de l'APEX dans son ensemble nécessiterait des investissements et un temps importants. Il est donc réaliste de mener des activités de promotion de certains produits sous la forme de formations sur le tas. Il est par ailleurs souhaitable d'avoir la collaboration d'un organisme qui a l'expérience dans le domaine lors de la mise en œuvre. La procédure concrète des activités qui peut être proposé est comme suit.

- Sélection du produit à cibler (il est souhaitable que le produit sélectionné soit celui pour lequel un projet pilote de la SNE n'ait pas encore été réalisé)
- Etude sur les maillons de la filière du produit sélectionné (production, transformation, distribution, demande/besoin des marchés etc.)
- Identification de propositions d'activités concrètes pour l'augmentation des exportations (amélioration de la productivité, techniques de gestion de la qualité, infrastructures des marchés, renommée du produit, etc.)
- Identification des activités nécessaires pour la mise en œuvre des activités proposées et élaboration du budget à proposer
- Sélection des activités faisables et élaboration de proposition pour l'obtention du budget
- Demande du budget/recherche de bailleur de fonds
- Mise en œuvre des activités, suivi et accompagnement

⁴⁶ Par exemple, pour un exportateur basé à Bobo-Dioulasso, 20% au port d'Abidjan, 40% au port de Tema et 20% au port de Lomé.

(2) Capacité de contrôle phytosanitaire et de contrôle de la qualité

Il y a une marge d'amélioration pour les techniques du contrôle phytosanitaire et les équipements du laboratoire de la DPVC. Le contrôle phytosanitaire insuffisant du service du contrôle phytosanitaire du Burkina Faso est un problème (le contrôle d'existence des insectes nuisibles et des maladies n'est pas effectué d'une manière satisfaisante). Par exemple, on observe 5 à 6 cas de détection de mouches de fruit par an dans les pays importateurs qui provoquent la destruction de tous les lots dans le conteneur où la découverte a eu lieu. S'agissant des pertes importantes pour les exportateurs, l'amélioration du contrôle phytosanitaire avant l'expédition est un problème à résoudre rapidement.

En ce qui concerne les équipements de laboratoire, parmi les 18 postes du contrôle phytosanitaire sur l'ensemble du territoire, il n'y a que peu de laboratoires suffisamment pourvus en équipements de base. En particulier, le poste de Ouagadougou pour lequel le volume de marchandises à contrôler est important n'est pas bien équipé.

Le renforcement de la capacité des contrôleurs phytosanitaires est réalisé dans le cadre du programme EDES de l'UE qui s'est terminé en 2013. Ce programme ne prévoit pas la fourniture d'équipements.

Le service de contrôle phytosanitaire n'ayant pas de technique de traitement thermique, il n'est pas possible d'exporter les mangues burkinabè vers le Japon ou les Etats-Unis qui requièrent le traitement thermique pour l'importation. Bien qu'il soit nécessaire de chercher des pays où le traitement thermique n'est pas exigé pour chercher les nouveaux pays importateurs des mangues, le service de contrôle phytosanitaire ne collecte pas les informations nécessaires.

L'introduction (et l'établissement) des techniques du traitement thermique au Burkina Faso n'est pas réaliste compte tenu de la structure du service de contrôle phytosanitaire (qui n'a pas de section recherche) ou du temps/personnel/période pour l'établissement des techniques.

(3) Amélioration de la qualité des produits à exporter

La certification par un organisme tiers fiable sur la qualité et la sécurité est indispensable pour l'exportation de produits alimentaires, surtout s'il s'agit des exportations vers les pays développés. La qualité des produits d'exportation fait face aux problèmes suivants.

Contrôle obligatoire des produits à exporter : Les normes des produits alimentaires du Burkina Faso sont conformes aux normes internationales telle que ISO ou Codex. Toutefois, le contrôle n'est obligatoire que pour les produits importés et ceux distribués dans le pays et non pas pour les exportations. Certains exportateurs de sésame pensent qu'il est nécessaire d'effectuer le contrôle d'une manière stricte pour le sésame destiné à l'exportation à travers le contrôle d'un service gouvernemental.

Capacité des laboratoires gouvernementaux : Il existe deux laboratoires gouvernementaux (Laboratoire national de santé publique (LNSP) et Département Technologie Alimentaire de l'Institut de Recherches en Sciences Appliquées et Technologies (IRSAT-DTA)) offrant un service de contrôle de la qualité des produits alimentaires. Le renforcement de la capacité d'analyse et l'aménagement en équipement du laboratoire de microbiologie de l'IRSAT-DTA ont été réalisés grâce au programme d'appui à l'amélioration de la qualité de l'UEMOA, et le laboratoire a obtenu la certification ISO17025. Ces laboratoires sont capables d'effectuer les contrôles de l'aflatoxine et de la salmonelle, et le LNSP peut effectuer le contrôle des produits phytosanitaires résiduels.

Certification : A part le contrôle de la qualité, le système de certification garantit la qualité des produits d'exportation. En particulier, l'obtention de la certification Global GAP est indispensable pour les exportations de produits frais vers les pays de l'UE mais les frais pour son obtention sont très élevés.

(4) Aménagement d'infrastructures commerciales

Les magasins de stockage pour le commerce extérieur ou les ports secs sont relativement bien

aménagés à l'intérieur du pays et aux pays voisins portuaires et il n'y a pas de problème notable. Quant aux exportations vers les marchés sous-régionaux, les transactions de marchandises sont effectuées dans la plupart des cas dans les terrains vagues étant donné que les marchés ne sont presque pas aménagés à l'exception des comptoirs et du marché de gros de Bobo-Dioulasso, aménagés dans le cadre du PAFASP de la Banque Mondiale.

2.6 Situation des appuis des bailleurs de fonds etc.

Plusieurs organismes d'appui réalisent actuellement des projets au Burkina Faso. Les principales interventions d'appui des partenaires techniques et financiers relatives au développement agricole sont résumées ici. Les interventions des bailleurs de fonds par rapport filières ciblées par le projet seront traitées individuellement à partir du Chapitre 6, traitant de chaque produit agricole.

Dans le domaine du développement agricole, de nombreuses interventions sont destinées à la sécurité alimentaire et visent l'ensemble de la filière (de la production jusqu'à la commercialisation y compris les exportations) d'un produit donné. On observe de nombreux projets réalisant des appuis intégraux incluant le renforcement des capacités des organisations de divers maillons de la filière, l'aménagement de base ou l'amélioration des conditions d'affaire etc. Les spéculations ciblées par ces projets sont souvent destinées à la consommation domestique des céréales, des légumineux et des tubercules, ainsi que des cultures de rente comme les fruits et légumes, les oléagineux ou les produits d'élevage.

2.6.1 Aides multilatérales

(1) Banque Mondiale

1) Programme d'appui aux filières agro-sylvo-pastorales (PAFASP)

Le PAFASP est un programme qui a été mis en œuvre sur une période de six ans à partir de décembre 2006 sous le financement de la Banque Mondiale. Sa période d'exécution a été allongée jusqu'en 2014, puis une deuxième phase de mise en œuvre a été lancée jusqu'en 2016. Le budget du projet est de 84,5 millions USD, dont 66 millions financés par la Banque Mondiale.

Son objectif est d'améliorer la compétitivité des produits sur les marchés burkinabè, sous régionaux et internationaux à travers le renforcement des filières tout en contribuant à la croissance de ces dernières. Il a pour objectifs détaillés, 1) l'élaboration de la stratégie de promotion des chaînes de valeur orientée vers les marchés et le renforcement de la capacité des organisations des acteurs et des interprofessions concernées par la mise en œuvre, 2) l'amélioration de la productivité et de la qualité des produits agricoles ainsi que l'aménagement des infrastructures de base et la mise en place des marchés pour améliorer la collaboration avec les marchés, et 3) l'amélioration des services fournis par les filières et leur qualité y compris l'amélioration de la structure des organisations ou la modification des lois et des règlements en vue de promouvoir les investissements privés.

Les zones ciblées sont les 9 régions du Centre-Ouest, du Centre-Sud, du Plateau Central, du Centre-Nord, du Nord, du Sahel, de la Boucle du Mouhoun, des Cascades et des Hauts-Bassins. Les produits ciblés sont, la mangue, l'oignon, la viande et la volaille. Par ailleurs, ce programme intervient dans le domaine de la diversification des systèmes en appuyant les filières niébé, sésame et maïs dans le marketing, la transformation, le stockage et la conservation.

2) Projet d'amélioration de la productivité et de la sécurité alimentaire (PAPSA)

La période de mise en œuvre du PAPSA est prévue de 2009 à 2018. Son budget est de 54 millions USD, dont 40 millions USD financés par la Banque Mondiale. Il a pour objectif d'améliorer la capacité des producteurs pauvres pour augmenter la production alimentaire et améliorer la situation de la disponibilité des aliments dans les marchés du milieu rural. Il vise à atteindre cet objectif avec trois composantes d'amélioration de production alimentaire, d'amélioration de la situation de la disponibilité des aliments et l'établissement d'une structure et du renforcement des capacités.

Les zones d'intervention sont les communautés à proximité des zones naturelles protégées. Le maïs, le riz, le niébé, l'igname et le manioc ont été sélectionnés en tant que produits agricoles visés.

3) Programme de productivité Agricole en Afrique de l'Ouest (PPAAO/WAAPP-1B)

Le PPAAO est un programme régional mis en œuvre par la Banque Mondiale pour une période de 10 ans qui est divisée en deux phases. Le Sénégal, le Mali et le Ghana ont été sélectionnés pendant la première phase. Des activités de recherche et développement des céréales, du riz et des tubercules ainsi que de vulgarisation des résultats de la recherche/développement ont été mises en œuvre et ont donné des résultats satisfaisants. Le Burkina Faso a été sélectionné avec la Côte d'Ivoire et le Nigeria comme pays cible pour la seconde phase démarrée en 2010, dont la fin est prévue en 2016. Le budget de la seconde phase est de 119 millions USD, dont 23,99 millions USD pour les projets prévus au Burkina Faso. De ces 23,99 millions USD, 15 millions sont financés par la Banque Mondiale.

Ce programme a pour objectif d'améliorer la productivité agricole des principaux produits agricoles pour chaque pays ciblé. Cette seconde phase a pour objectif de vulgariser les connaissances et les résultats obtenus pendant la première phase dans les autres pays. Il s'agit donc de développer et vulgariser les techniques améliorées pendant la première phase. Les activités sont mises en œuvre sous l'initiative des instituts de recherche agricoles des pays concernés. Les fruits et légumes sont identifiés pour le Burkina Faso.

(2) Banque africaine de développement (BAD)

La BAD apporte un appui au Burkina Faso conformément au document de stratégie pays 2005-2009 et 2009-2011 (DSP), qui prolonge la période couverte par la stratégie par pays de la période de 2005 à 2009. Les crédits sont alloués selon les axes stratégiques du DSP constitués par 1) l'accélération de la diversification de l'économie et 2) l'amélioration de la vie de la population démunie. Par ailleurs, la BAD accorde les crédits aux secteurs du transport, de l'électricité, à d'autres secteurs sociaux ou de l'agriculture sur la base de ces axes stratégiques.

En ce qui concerne le secteur de l'agriculture, le Programme d'Investissement Communautaire en Fertilité Agricole (PICOFA, budget de 64 millions USD), le Projet d'Appui au Développement Local/Comoé-Léraba-Kéné Dougou (PAD/CLK, budget de 15 millions USD), le Projet d'Appui au Développement Rural Décentralisé dans les Provinces Gnagna-Kourittenga (PADER-GK, budget de 125 millions USD) ainsi que « le programme d'utilisation/gestion stricte des petits barrages » ont été mis en œuvre. Par ailleurs, le projet d'aménagement des pistes est mis en œuvre pour le secteur du transport.

(3) Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

1) Programme Nationale pour la Sécurité Alimentaire (PNSA)

Le PNSA prend la relève du Programme Spécial pour la Sécurité Alimentaire (PSSA) qui a été mis en œuvre pour la période de 1995 à 2008. Ce programme est mis en œuvre entre 2008 à 2015, avec un budget de 103,1 milliards de FCFA.

Son objectif concret est de « diminuer le nombre d'habitants souffrant de la pauvreté jusqu'à un tiers avant 2015 » conformément aux Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD). Les objectifs détaillés sont : 1) la diversification et l'augmentation durable de la production vivrière (produits agricoles, pastoraux et sylvicoles) du pays pour satisfaire la demande, 2) l'amélioration et le renforcement des conditions d'accès à l'approvisionnement alimentaire des ménages, 3) l'amélioration de la nutrition des habitants à travers des mesures contre l'insuffisance en protéine/énergie et des micronutriments, et 4) le renforcement de la recherche visant à diversifier les sources nutritives et les techniques de haute qualité pour réaliser la sécurité alimentaire.

(4) Union Européenne (UE)

Les interventions de l'UE au Burkina Faso sont mises en œuvre sur la base du 10^{ème} Fonds Européen de Développement (FED) pour la période 2007-2013, établi conjointement avec le gouvernement burkinabè. Les domaines concernés sont: 1) la croissance économique et la réduction de la pauvreté par une coopération financière générale, 2) l'eau potable et l'assainissement, 3) le secteur de l'énergie, 4) l'appui à la bonne gouvernance, et 5) la coopération et l'intégration régionale. L'accent est mis sur l'appui à la macroéconomie et à la réduction de la pauvreté (60% du budget total) et l'aménagement des infrastructures de base telles que les pistes ou le réseau d'eau potable et d'évacuation d'eau (26% du budget total) à travers une coopération financière directe à l'administration financière.

Quant au secteur de l'agriculture, l'appui consiste surtout à la sécurité alimentaire d'approvisionnement en eau ou d'aide d'urgence alimentaire. Ainsi, divers projets tels que le projet de promotion du fumier d'origine humaine pour lequel un traitement sanitaire a été effectué, sont mis en œuvre.

(5) Fonds international de développement agricole (FIDA)

1) Projet d'appui aux filières agricoles (PROFIL)

Le PROFIL a été mis en œuvre entre 2008 et 2013. Son budget est de 16,86 millions USD, dont 13,83 millions financés par le FIDA.

L'objectif principal du projet était la réduction de la pauvreté par l'amélioration de l'accès aux marchés croissant des zones pauvres, et ses objectifs détaillés sont 1) d'accélérer la collaboration entre les groupes cibles et les autres acteurs des filières niébé, sésame, viande (caprine, ovine et volaille), 2) de renforcer la capacité de ces groupes et de leurs membres, et 3) d'améliorer l'accès aux investissements relatifs à la production et aux services relatifs à la commercialisation dans les zones pauvres. Les activités consistaient en une sensibilisation sur le renforcement de la chaîne des produits ciblés, en des partages d'informations, en des formations relatives à l'établissement de la chaîne ou en des crédits pour les activités. Les projets mis en œuvre par la FIDA se sont focalisés sur les habitants des zones dans lesquelles la pauvreté est forte tout en mettant l'accent sur les femmes et les jeunes.

(6) Cadre Intégré Renforcé(CIR)

1) Projet d'appui a la commercialisation de mangue séchée et de noix de cajou transformée⁴⁷

Ce projet est mis en œuvre par le Cadre Intégré Renforcé (CIR), qui est un fonds alimenté par plusieurs partenaires techniques et financiers ainsi que des organisations internationales, ayant pour objectif d'appuyer le commerce dans les pays en développement. Les structures de mise en œuvre est l'Unité Nationale de Mise en Œuvre du CIR (UNMO/CIR) et le SNV. Le Ministère en charge est le MICA.

Le budget est de 15,8 milliards de FCFA, dont 13,5 milliards de FCFA (85%) financés par le CIR et 234 millions de FCFA (15%) pris en charge par le gouvernement burkinabè. Le projet a une période de mise en œuvre de 3 ans, à partir de juillet 2014, et vise la transformation et la commercialisation de mangues séchées et de l'anacarde.

Les objectifs du projet sont 1) le renforcement organisationnel et des capacités techniques des entreprises concernées, 2) l'amélioration des capacités techniques des infrastructures de transformation, 3) l'augmentation des volumes d'exportation, 4) l'amélioration de l'accès au crédit pour les entreprises concernées. L'impact attendu est une augmentation de 20% des exportations en valeur, une augmentation des revenus des entreprises concernées de 10%, la création de 150 emplois dans les unités de transformations.

⁴⁷ Le projet n'a pas encore d'abréviation officielle. Dans ce rapport, l'abréviation « CIR-SNV » sera utilisée

2.6.2 Aides bilatérales

(1) France

La France aide le Burkina Faso depuis des années dans divers secteurs, comme l'éducation, la justice, la défense, l'éducation supérieure ou les infrastructures. Les principes d'aide de la France sont déterminés par le Document Cadre de Partenariat (DCP) élaboré avec le pays bénéficiaire. L'aide au développement est mise en œuvre par l'Agence Française de Développement (AFD) et le Service de Coopération et d'Action Culturelle (SCAC).

L'AFD intervient dans les trois secteurs de l'éducation primaire, l'eau/assainissement et l'aménagement des infrastructures de base en les considérant comme secteurs prioritaires. Le SCAC est un service en charge de la mise en œuvre des politiques d'aides bilatérales déterminées par le DCP. Au Burkina Faso, les programmes de 1) bonne gouvernance, 2) d'aide pour l'éducation supérieure et aux instituts de recherche et de 3) d'accélération de la diversification culturelle sont menés. En ce qui concerne le secteur de l'agriculture, la France mène des activités d'aide conformes au Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté (CSLP) telles que 1) la sécurité économique des habitants ruraux, 2) la sécurité alimentaire, 3) la préservation de l'environnement et 4) la coopération locale.

(2) Danemark

Le Danemark apporte une aide au secteur de l'agriculture d'une manière continue depuis 1992 et a démarré un nouveau programme pour la période de 2013 à 2017. Ce pays a tendance à mettre l'accent sur le secteur privé plutôt que public. Il prévoit aussi une collaboration avec des organismes de crédit agricole.

1) Programme d'Appui au Développement de l'Agriculture du Burkina Faso, Phase II (PADAB II)

Le PADABII est un programme mis en œuvre entre 2006 à 2012. Ce programme a visé les régions de l'Est, du Centre-Ouest et du Sahel. Le projet a un budget de 27,5 milliards de FCFA, dont 15 milliards sont financés par Danida.

Les objectifs globaux du programme étaient la croissance économique, l'augmentation des revenus du secteur agricole et la réalisation des objectifs fixés par la Stratégie de Développement Rural (SDR). Le PADABII est composé de trois composantes suivantes : 1) l'appui institutionnel, 2) le développement rural et déconcentration et 3) l'appui à la microfinance.

2) Programme de Croissance Economique dans le Secteur Agricole (PCESA)

Le période de mise en œuvre de ce programme est de 5 ans, entre 2013 et 2018, avec un budget de 13,4 milliards de FCFA.

L'objectif global est de contribuer à l'amélioration de la productivité, à la valeur ajoutée et à l'augmentation des revenus contribuant au développement économique du pays et à la réduction de la pauvreté. Pour ce faire, il prévoit de développer et fournir un service de conseil aux entreprises rurales ainsi que l'accès au crédit tout en améliorant les conditions pour le développement du secteur de l'agriculture en général et des filières identifiées par le PNSR. Les régions ciblées sont celles du Sahel, du Nord, de l'Est, du Centre-Est et du Centre-Ouest et les produits agricoles ciblés sont le niébé, le maïs, le beurre de karité, la gomme arabique et la viande ovine.

Le programme est composé de deux composantes suivantes.

- a) Composante 1 : renforcer les acteurs économiques du secteur rural à travers l'appui des organisations d'appui et des établissements privés de crédit.
- b) Composante 2 : améliorer l'environnement du secteur privé agricole à travers l'amélioration du

(3) Etats-Unis

1) Agribusiness and Trade Promotion (ATP) et Expanded Agribusiness and Trade Promotion (E-ATP)

Deux projets, Agribusiness and Trade Promotion (ATP) et Expanded Agribusiness and Trade Promotion (EATP) ont été réalisés par l'Agence des États-Unis pour le développement international (United States Agency for International Development : USAID). ATP a été mis en œuvre entre 2008 à 2012, pour un budget d'environ 20 millions USD. E-ATP a été mis en œuvre de 2009 à 2012, pour un budget d'environ 21 millions USD. Les deux projets devaient se terminer fin septembre 2012, mais leur période d'exécution a été allongée jusqu'à mi 2013.

ATP a réalisé une analyse des chaînes de valeur de l'élevage (viande), du maïs et de l'oignon/échalote. E-ATP a ciblé quatre produits agricoles : le riz, la volaille, le mil et le sorgho. Ces projets visent à augmenter les volumes de transaction ainsi que les montants de transactions dans les pays de l'Afrique de l'Ouest à travers des mesures telles que 1) l'amélioration quantitative et qualitative des aliments, 2) la réduction de la pauvreté grâce à l'augmentation des revenus des agriculteurs et 3) le renforcement des transactions commerciales. Les parties prenantes des divers maillons des filières concernées ont bénéficiés de ces deux projets. Les deux projets ont par ailleurs visé l'amélioration du niveau socioéconomique des pays de l'Afrique de l'Ouest (Burkina Faso, Mali, Sénégal, Bénin, Côte d'Ivoire, Ghana, Togo ou Niger).

Les stratégies adoptées par le projet E-ATP étaient entre autres 1) un appui technique à la CEDEAO, à l'UEMOA et au CILSS, qui sont des organismes d'intégration en l'Afrique de l'Ouest, 2) la fourniture gratuite de matériels/matériaux aux organisations qui désirent plus de compétitivité, 3) des services d'informations sur les marchés et de promotion des affaires, 4) un service de crédit à travers une collaboration public-privé, 5) l'amélioration de l'accès au crédit y compris les cautions bancaires, 6) l'introduction du système de warrantage et 7) la mise en œuvre de transferts de paiement dans le milieu économique et financier.

2) Millennium Challenge Compact

Le Millennium Challenge Compact est un programme mis en œuvre sur 5 ans depuis 2009 dans le cadre de la coopération bilatérale entre les États-Unis (Millennium Challenge Corporation : MCC) et le Burkina Faso avec la réduction de la pauvreté et la croissance économique comme objectifs globaux. La contribution du MCC était de 481 millions USD, dont 142 millions USD pour le secteur agricole.

La Millennium Challenge Corporation (MCC) au Burkina Faso est composée de quatre projets : 1) la gestion des terres, 2) le développement de l'agriculture, 3) la piste, 4) le projet des écoles BRIGHT II. La deuxième composante du « Projet développement de l'agriculture » vise à améliorer la productivité des terres pour augmenter la production agricole et pour une augmentation de la valeur ajoutée dans les zones ciblées. Trois types d'activités sont menés dans le cadre de ce projet. La première activité consiste dans l'aménagement hydro-agricole de sites dans la vallée de Sourou et du périmètre du Comoé. La deuxième consiste dans la promotion de la diversification de la production agricole à travers la promotion des filières à travers la transformation et ses activités connexes sur les lieux de production. La troisième concerne l'amélioration de l'accès au crédit rural à moyen et à long terme dans les quatre régions du Sud-Ouest, des Hauts Bassin, des Cascades et de la Boucle du Mouhoun.

(4) Allemagne

1) Programme Développement de l'Agriculture (PDA)

Le PDA de GIZ est mis en œuvre pour la période de 2004 à 2016, avec l'objectif d'augmenter les revenus d'une manière durable et de contribuer à la sécurité alimentaire. Le budget est de 19,8 milliards de FCFA, dont 19 milliards financés par le gouvernement allemand. Les régions de l'Est, du Sud-Ouest et la province de Sissili ont été sélectionnées en tant que zone d'intervention. Les activités sont menées en quatre phases de 3 ans pour chacune.

Adoptant l'approche par filière, des activités d'aménagement des conditions nécessaires (conditions préalables) pour l'augmentation des revenus des acteurs de tous les maillons sont mises en œuvre. L'appui de ce projet se focalise sur les chaînes de valeur du manioc, du riz, du sésame et de l'anacarde. Ce projet met en place des lieux de dialogue entre les acteurs d'appui au niveau local (communautés locales, services déconcentrés relatifs au développement rural, représentants locaux, entreprises, exportateurs, commerçants etc.) et les producteurs/transformateurs en vue de développer plus efficacement ces chaînes de valeur.

2) Projet de renforcement des capacités productives et commerciales de la filière sésame au Burkina Faso

Il s'agit d'un projet basé sur le plan d'action du sésame de la Stratégie Nationale de Promotion des Exportations qui est financé par le Cadre intégré renforcé (CIR) de l'Unité nationale de mise en œuvre (UNMO) et mis en œuvre par GIZ /PDA. La période de mise en œuvre est de juillet 2012 à juin 2015 (3 ans). Le budget du projet est d'environ 2,67 millions USD.

Les activités principales sont 1) l'appui à la structuration, 2) l'amélioration de la qualité, 3) l'augmentation de la production et des exportations, 4) le renforcement de la capacité des unités existantes de transformation et 5) l'amélioration d'accès au financement.

3) Programme d'Aménagement des Bas-fonds dans le Sud-Ouest et la Sissili (PABSO)

Le PABSO est un programme financé par KfW de l'Allemagne mis en œuvre en deux phases depuis novembre 2006 (phase pilote : 2006-2009, deuxième phase : 2010 – 2012). Le financement est de 11,6 millions d'euros.

Les objectifs du programme sont la création d'emplois et des revenus à travers la production, la commercialisation et la transformation des produits agricoles, et la promotion de la sécurité alimentaire pour la population. Les activités consistent en l'aménagement à petite échelle des bas-fonds (construction des digues/diguettes pour des retenues d'eau de surface et des retenues d'eau saisonnières). Les composantes principales sont 1) l'aménagement des infrastructures (l'aménagement des petits bas-fonds, la construction des magasins de stockage etc.), 2) les mesures connexes (structuration des agriculteurs, structuration de la commercialisation, conservation, transformation, propriété foncière, préservation de l'environnement etc.) et 3) l'appui à l'accès au crédit agricole. Les zones d'intervention sont la région du Sud-Ouest et la province de Sissili.

(5) Taiwan

1) Projet Riz Pluvial (PRP)

Visant à aménager les bas-fonds en principe, la phase 2 du PRP a été mise en œuvre pour la période de 2008 -2013 à la suite de la phase 1 (2002-2007). Le budget est de 400 000 FCFA pour la partie burkinabè et de 11 milliards de FCFA pour la partie taïwanaise. Ce projet se focalise sur la riziculture pluviale et la riziculture irriguée des bas-fonds.

Des essais ont été mis en œuvre pour l'identification de la possibilité de vulgarisation des variétés

taiwanaises de TS2 et TSC10 dans le pays et pour l'aménagement des bas-fonds (construction de diguettes grâce au compactage des remblais avec la participation des habitants pour retenir l'eau de surface et empêcher l'évacuation d'eau) (1 180ha par an) pendant la première phase (2002-2007). En plus des activités de la phase 1 (aménagement des bas-fonds), des activités relatives à l'amélioration de la qualité des produits, comme l'introduction expérimentale des matériels de traitement post-récolte à petite échelle, ont été menées dans la seconde phase (2008-2013). La phase 3 est également mise en œuvre (2014-2019) et comprend une activité de mécanisation agricole.

2.6.3 Aides des autres organisations (ONG etc.)

(1) Lvia (Association de Solidarité et de coopération Internationale)

Lvia est une ONG italienne qui mène des activités au Burkina Faso depuis 1972. Ses domaines d'intervention sont la santé et hygiène ainsi que le développement agricole. Elle mène des activités d'aménagement d'infrastructures de base telles que des puits, des pistes ou des activités de structuration des agriculteurs depuis des années.

Cette ONG a réalisé un projet d'appui au sous-secteur niébé dans les régions du Plateau Central et du Sahel (y compris la province de Touguri) avec le financement de l'UE pendant 3 ans à partir de 2006. Ce projet avait pour objectifs 1) l'augmentation des revenus des producteurs de niébé et l'amélioration de la vie alimentaire de la population, 2) le renforcement de la compétitivité des organisations de producteurs et a mis en œuvre des activités diverses comme des formations pratiques sur des techniques appropriées de culture, des techniques de conservation et des techniques de traitement post-récolte ainsi des activités relatives à la structuration de la filière ou à la promotion des exportations.

Lvia a mené des activités dans la province de Oubritenga de la région du Plateau Central en partenariat avec l'Association Song Koadba (ASK) de janvier 2013 à décembre 2014, pour fournir les produits biologiques servant de matière première au MISOLA (aliment nutritif destiné aux bébés et aux petits enfants composé de farine du mil, du maïs et du soja) au groupement Guipongou de Ziniare (aidé par une ONG italienne « Medicus Mundi Italia »). Pour ce faire, 250 membres de l'ASK (masculins et féminins) ont commencé une culture associée du mil, du maïs et du soja dans des parcelles de 0,5ha chacun depuis 2013. L'appui de Lvia à l'ASK a consisté à 1) la fourniture des matériels et matériaux, en 2) des formations sur les techniques de culture et à la 3) sensibilisation des habitants des alentours (sur la valeur nutritive du soja).

(2) HELVETAS Swiss Inter Corporation

HELVETAS SWISS Inter Corporation est une organisation à but non lucratif de la Suisse, fondée sur la fusion d'Helvetas (fondé en 1955) et d'Inter Corporation (fondé en 1982) en 2011. Les activités au Burkina Faso ont commencé depuis 2002 dans les domaines d'aménagement des infrastructures sociales de base, de gestion durable des ressources naturelles et d'éducation/formation.

1) Projet de développement de la filière sésame

Ce projet est financé par Common Fund for Commodities et mis en œuvre par HELVETAS. L'Institut Royal Tropical d'Amsterdam (KIT) et le MICA sont liées au projet. Les activités sont centrées sur la production du sésame de haute qualité et l'amélioration de la valeur ajoutée (extraction d'huile).

2) Soja

HELVETAS a choisi le soja pour la rotation des cultures avec le coton (cultivé biologiquement) et a confié à trois anciennes ESOP la mise en œuvre de la culture du soja dans le cadre d'un essai pilote. Ainsi 2 tonnes de semences ont été produites. HELVETAS a l'intention d'exporter le soja biologique (produit en rotation avec le coton biologique) produit à Tenkodogo (région du Centre-Est) et à Diébougou (région du Sud-Ouest) vers l'Europe en collaboration avec l'entreprise

(3) Formation pour l'Epanouissement et le Renouveau de la Terre (FERT)

FERT, une ONG française, réalise un projet intitulé « Développement de la filière niébé dans la province du Sanmatenga, Burkina Faso » destiné aux Unions Départementales des Producteurs de Niébé (UDPN) des départements de Pissila, de Dablo et de Pensa de la province de Sanmatenga de la région du Centre-Nord.

En plus d'essais de culture pour diverses variétés du niébé, de la culture associée, de la fertilisation, de la pulvérisation de produits phytosanitaires, de la fourniture d'engrais, de semences améliorées ou de la multiplication de variétés appropriées par les groupements des producteurs semenciers, elle mène des activités comme le renforcement de la capacité des UDPN, la construction de magasins de stockage, le traitement post-récolte avec l'introduction des sacs triples, la mise en œuvre du warrantage, de l'appui à la transformation du niébé par les groupements féminins et à la commercialisation à la SONAGESS, et l'entremise pour la commercialisation aux collecteurs/grossistes basés à Ouagadougou ou à Kaya. Ainsi, les activités de FERT pour la promotion de la filière niébé sont diverses et couvrent les intrants, la production, le traitement post-récolte, la transformation et la commercialisation.

(4) Fondation Bill et Melinda-Gates (Bill & Melinda Gates Foundation)

S'intéressant à l'industrie du riz de l'Afrique, la Fondation Bill-et-Melinda-Gates a identifié sept pays (Burkina Faso, Ghana, Mali, Nigeria, Ethiopie, Tanzanie et Ouganda) et a effectué une étude approfondie sur quatre pays parmi les sept pays (dont le Burkina Faso, le Ghana, le Nigeria et la Tanzanie) pour un budget d'environ 17 millions USD. Focalisé sur les zones d'irrigation de Bagré, de Sourou et de l'Ouest, elle a réalisé une étude sur les entreprises relatives au riz et le circuit de distribution au Burkina Faso. Cette fondation prévoit une étude plus approfondie sur le circuit de distribution pour une période de 3 ans à venir.

(5) L'Orange Bleue Afrique

L'Orange Bleue Afrique a fondé une entreprise privée « Soja Santé » dans le cadre de son projet au Burkina Faso. L'ONG l'Orange Bleue Afrique a reçu un appui financier par une entreprise française Nutrition et Santé (actuellement une filiale d'Otsuka Pharmaceutical : une firme pharmaceutique japonaise). L'entreprise Soja Santé a reçu le matériel pour la production du tofu, concasseur, écrémeuse ou matériels de conditionnement d'Orange Bleue Afrique gratuitement. Cette entreprise transforme et commercialise des produits à base du soja (tels que le tofu) depuis juillet 2008 en accueillant les techniciens pour la fabrication du tofu.

Chapitre 3 Résumé des principaux marchés des produits agricoles burkinabè

3.1 Pays destinataires des produits agricoles du Burkina Faso

3.1.1 Commerce mondial des produits agricoles¹

(1) Part occupée par les produits agricoles africains dans le commerce mondial des produits agricoles

Les caractéristiques des exportations des produits agricoles africains dans le commerce mondial des produits agricoles sont les suivants :

- (a) Le montant des exportations des produits agricoles dans le monde entier a triplé (3,1 fois) entre 2001 et 2012 atteignant 1 300 milliards USD.
- (b) Le montant des exportations des produits agricoles africains a plus que quadruplé (4,3 fois) pour la même période, atteignant 44 milliards USD.
- (c) La contribution des produits agricoles africains dans les exportations mondiales des produits agricoles est très faible. En effet, entre 2001 et 2012, la part des exportations des produits agricoles africains représentait 2 à 3% exportations mondiales des produits agricoles.
- (d) L'Afrique du Sud, du Ghana, de la Côte d'Ivoire et le Kenya occupent environ 50% du montant total des exportations des produits agricoles en provenance d'Afrique en 2012. Ces quatre pays occupaient environ 60% du montant des exportations des produits agricoles africaines en 2001.
- (e) La part des exportations des produits agricoles du Burkina représente environ 1,1% des exportations des produits agricoles africains.

Tableau 3.1.1 Evolution des montants des exportations des produits agricoles des principaux pays de l'Afrique en milliards de dollars US

	Montant des exportations mondiales de produits agricoles (a)	Montant des exportations africaines de produits agricoles (c)	Part occupée par l'Afrique (d)=(c)/(a)	Montant des exportations d'Afrique du Sud de produits agricoles (e)	Montant des exportations du Ghana de produits agricoles (f)	Montant des exportations de Côte d'Ivoire de produits agricoles (g)	Montant des exportations du Kenya de produits agricoles (h)	Montant des exportations du Burkina Faso de produits agricoles (i)
2001	410,87	10,22	2,5%	1,85	n.d	2,09	1,02	0,13
2002	435,83	7,98	1,8%	1,90	n.d	n.d	0,55	0,13
2003	508,68	13,67	2,7%	2,32	1,10	3,12	1,25	0,26
2004	582,36	14,70	2,5%	2,60	n.a	3,15	1,29	0,35
2005	629,79	16,04	2,5%	3,01	1,10	2,92	1,52	0,29
2006	695,13	18,34	2,6%	2,87	1,73	2,98	1,79	n.d
2007	839,18	19,34	2,3%	3,07	1,28	3,28	2,10	0,39
2008	1,025,90	24,03	2,3%	4,30	1,32	4,01	2,58	0,27
2009	914,26	26,35	2,9%	4,30	1,30	4,90	2,35	0,33
2010	1,038,45	29,33	2,8%	4,96	1,11	5,13	2,78	0,34
2011	1,264,91	35,37	2,8%	5,54	3,63	5,45	3,01	0,45
2012	1,272,05	44,33	3,5%	5,38	5,63	5,99	2,80	0,48
Taux de croissance	3,1	4,3	1,4	2,9	5,1	2,9	2,8	3,7

Source : Equipe d'étude à partir des données de Trade Map

Note : Le taux de croissance est calculé en divisant le montant des exportations en 2012 par celui en 2001. Toutefois, le calcul est effectué avec le montant en 2003 au lieu de 2001 pour le Ghana.

¹ Le montant des exportations ainsi que le volume des exportations sont proviennent des données de Trade Map.

(2) Tendence des exportations des produits agricoles dans le commerce mondiale

L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) classe les produits agricoles en quatre catégories :²

- (a) Produits bruts (blé, café, thé, coton etc.)
- (b) Produits horticoles (fruits et légumes, fleurs coupées etc.)
- (c) Produits semi-transformés (huiles animales et végétales etc.)
- (d) Produits transformés (viandes congelées, chocolat etc.)

L'analyse de la tendance du commerce mondial des 20 dernières années en fonction de ces catégories fait ressortir les observations suivantes.

- (a) La part occupée par les produits bruts connaît une diminution contrairement à celle des produits transformés qui connaît une augmentation. Ces produits la représentent moitié des échanges des produits agricoles (Figure 3.1.1).
- (b) En ce qui concerne les produits agricoles africains, malgré leur diminution spectaculaire, les produits bruts occupent toujours la première place avec environ 35% de la part des exportations. Quant aux produits horticoles et transformés leur part dans le commerce international a connu une croissance considérable. Elle a passé de 20% en 1990 à 30% en 2004. (Figure 3.1.2).

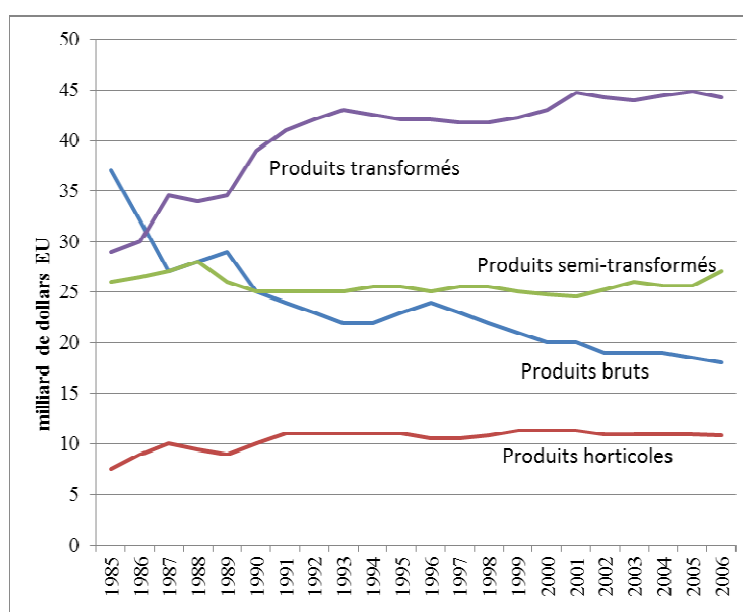


Figure 3.1.1 Evolutions volumes des échanges internationaux des produits agricoles par catégorie

Source: OCED, Business for Development 2008, Promoting Commercial Agriculture

² OCDE, Business for Development 2008, Promoting Commercial Agriculture

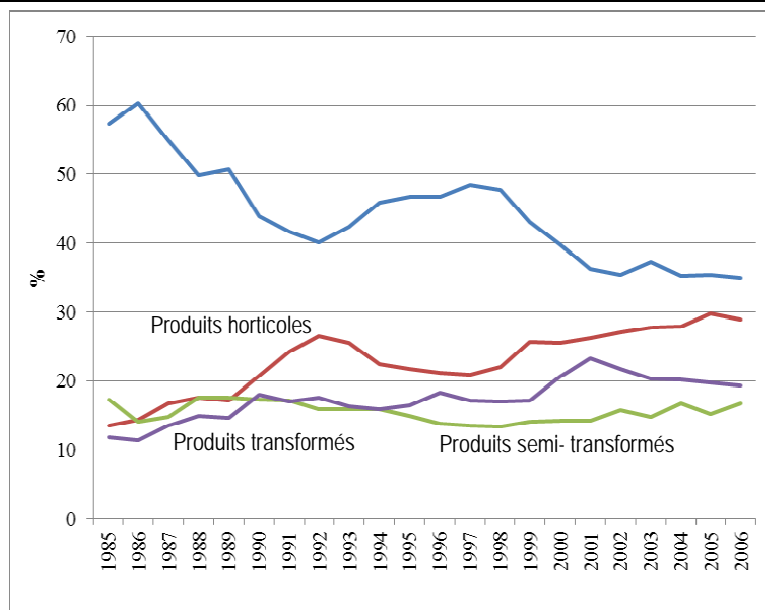


Figure 3.1.2 Part occupée par les pays de l’Afrique dans le commerce international des produits agricoles par catégorie

Source: OCED, Business for Development 2008, Promoting Commercial Agriculture

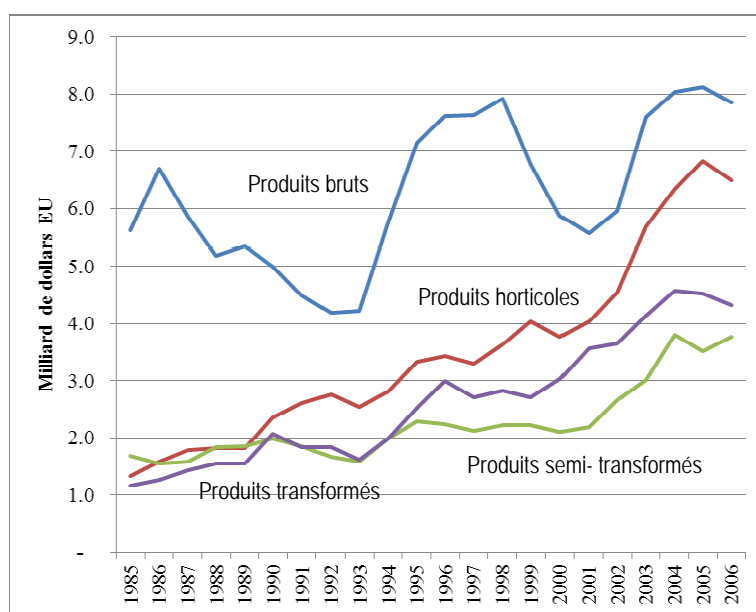


Figure 3.1.3 volume des échanges internationaux des produits agricoles africains par produit

Source: OCDE, Business for Development 2008, Promoting Commercial Agriculture

3.1.2 Evolution du montant total des exportations du Burkina Faso vers les autres régions du monde

La figure suivante montre le volume des exportations du Burkina Faso vers les autres régions³ du monde. On constate que les exportations vers les pays de l’Afrique étaient dominantes entre 2003 et 2005. Les exportations du Burkina vers l’Europe ont été dominantes durant la période de 2007 à 2013. Cependant,

³ Les pays inclus dans chaque région suivent la catégorisation de Trade Map. L’Amérique inclut l’Amérique du Sud et du Nord. L’Asie contient de nombreux pays du Moyen Orient. L’Afrique contient une partie des pays du Moyen Orient et les pays maghrébins.

il est à noter que les exportations vers cette partie du monde connaît une chute depuis 2010, Contrairement à celles vers l'Asie qui sont en pleine ascension.

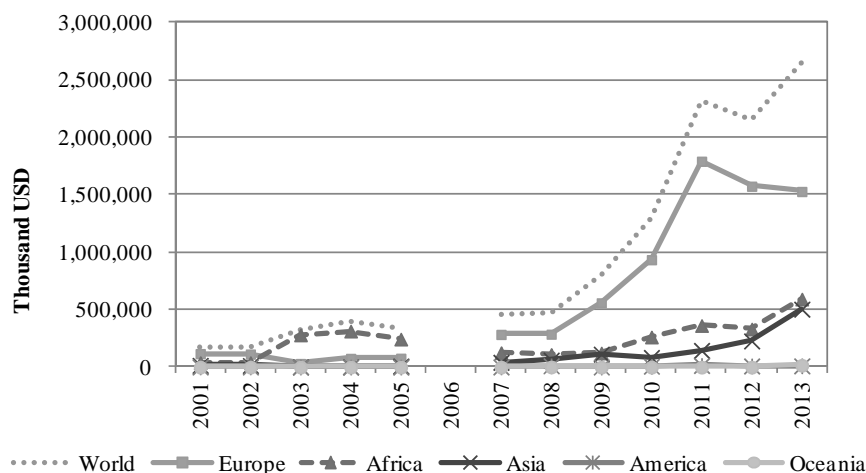


Figure 3.1.4 Evolution du montant des exportations du Burkina Faso

Source : Trade Map

3.1.3 Evolution du volume des exportations des produits agricoles du Burkina Faso vers les autres régions du monde

(1) Pays importateurs de produits agricoles

Le montant des exportations des produits agricoles⁴, est resté constant durant la période de 2005 à 2008. Depuis 2008, le volume des exportations est en augmentation. La part occupée par les produits agricoles dans le montant total des exportations s'estimait à 28% en 2013.

Comme le montre la figure ci-dessous, les exportations des produits agricoles vers l'Europe étaient dominantes de 2007 à 2011. En 2011, les exportations des produits agricoles vers l'Europe représentaient 52% du montant total des exportations des produits agricoles du Burkina. Cependant, depuis 2010, les exportations de produits agricoles vers l'Asie sont en augmentation et ont dépassé les exportations vers l'Europe en 2012. Ainsi, en 2012, les exportations du Burkina vers l'Asie représentaient 64,4% du montant total des exportations des produits agricoles, contre 19,7% vers l'Europe et 14, 2% vers l'Afrique. Les exportations vers l'Amérique du Nord et l'Océanie sont extrêmement faibles. L'augmentation des exportations du sésame et du coton vers l'Asie est la cause principale de l'augmentation du volume des exportations vers l'Asie.

⁴ Les produits agricoles ciblés sont les suivants du code HS, : HS07(Edible vegetables and certain roots and tubers), HS08(Edible fruit, nuts, peel of citrus fruit, melons), HS09(Coffee, tea, mate and spices), HS10(Cereals), HS11(Milling products, malt, starches, inulin, wheat gluten), HS12(Oil seed, oleagif fruits, grain, seed, fruit, etc, nes), HS15(Animal, vegetable fats and oils, cleavage products, etc.), HS17(Sugars and sugar confectionery), HS20(Vegetable, fruit, nut, etc. food preparations) et HS52(Cotton).

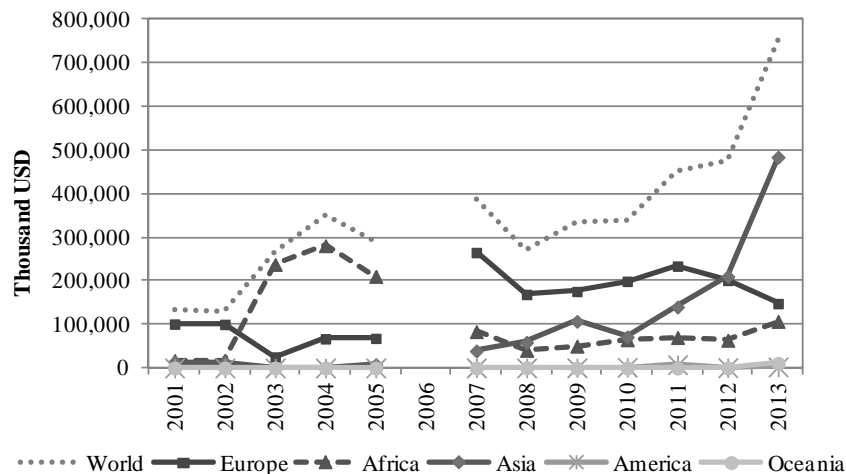


Figure 3.1.5 Evolution des exportations de produits agricoles du Burkina Faso vers les autres régions du monde

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

(2) Part occupée par chaque produit agricole

Les quatre graphiques suivants montrent la part de certains produits agricoles dans le montant total des exportations de produits agricoles du Burkina Faso vers diverses régions du monde en 2013. Le coton occupe environ 60% du montant total des exportations du Burkina suivi des oléagineux (27,7%) et des fruits et noix (7,8%). Les exportations des produits agricoles vers l'Europe sont dominées par le coton qui occupe 72,4%. En ce qui concerne les exportations vers l'Asie, le coton et les oléagineux représentent plus de 95%. Quant aux exportations vers les pays de l'Afrique, elles sont dominées par les oléagineux (41,1%) et le coton (22,2%). Les céréales et les légumes qui ne sont presque pas exportés vers les autres régions du monde occupaient respectivement 9,1% et 8,3% dans les exportations vers les pays de l'Afrique.

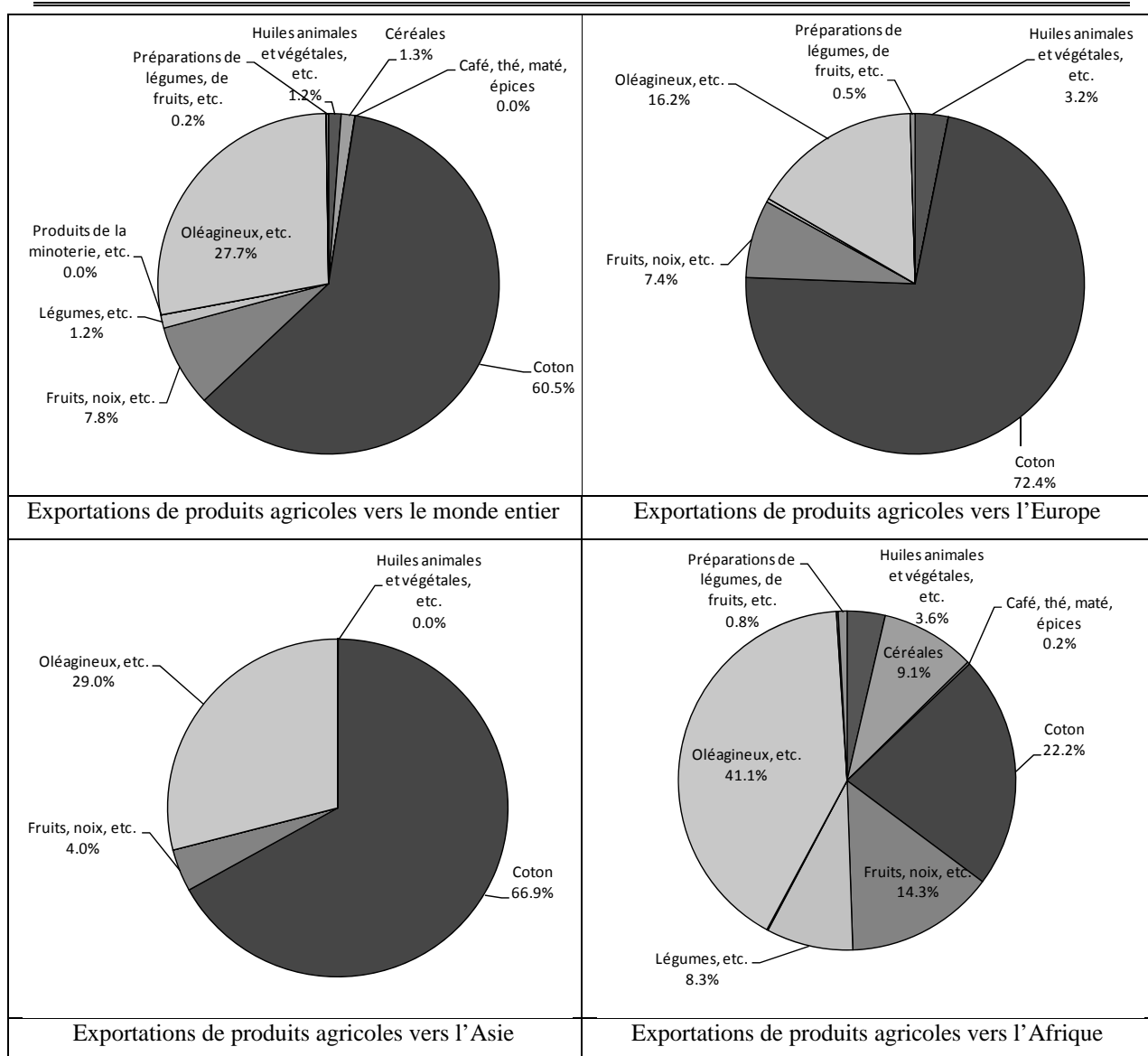


Figure 3.1.6 Part occupée par chaque produit agricole dans le montant des exportations des produits agricoles du Burkina Faso (en 2011)

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

3.2 Marchés internationaux

3.2.1 Région de l'Union Européenne

(1) Evolution démographique

La population des vingt-huit (28) pays membres de l'Union Européenne (UE) était d'environ 492 millions d'habitants en 2003 et a légèrement augmenté en 2013 en atteignant environ 507 millions d'habitants. Le taux annuel de croissance démographique des pays membres est très bas, entre 0,2 et 0,5% et cette tendance devrait se poursuivre dans les années à venir.

Tableau 3.2.1 Evolution démographique de l'UE

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Population (1 000 habitants)	492 341	494 330	496 303	498 179	500 032	501 924	503 408	504 632	506 031	505 640	506 739
Taux d'augmentation	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,2%	0,3%	-0,1%	0,2%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

(2) PIB

Le PIB réel s'est multiplié par 1,11 entre 2003 et 2013, atteignant 14 648 milliards de USD en 2013. Il a connu diminution en 2009 à cause de la crise économique. Le PIB réel par habitant a légèrement augmenté entre 2003 et 2013. Ainsi, il a passé de 26 831 USD en 2003 à 28 906 USD en 2013, soit une augmentation de 2 075 USD en 11 ans.

Tableau 3.2.2 Evolution du PIB de l'UE et du PIB par habitant

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PIB (1 milliard USD) (constant 2005 USD)	13 210	13 555	13 851	14 320	14 778	14 831	14 159	14 448	14 686	14 632	14 648
Taux de croissance du PIB (constant 2005 USD)	1,5%	2,6%	2,2%	3,4%	3,2%	0,4%	-4,5%	2,0%	1,6%	-0,4%	0,1%
PIB par habitant (constant 2005 USD)	26 831	27 421	27 909	28 744	29 554	29 549	28 126	28 632	29 022	28 938	28 906
Taux de croissance du PIB par habitant (constant 2005 USD)	1,1%	2,2%	1,8%	3,0%	2,8%	0,0%	-4,8%	1,8%	1,4%	-0,3%	-0,1%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

(3) Importations des produits agricoles

Le graphique suivant montre l'évolution du volume des importations des pays membres de l'UE. Il faut souligner que le volume des importations au sein de l'Union Européenne est aussi inclus. Le volume des importations des produits agricoles en 2013 était d'environ 237 milliards USD. Les importations des pays membre de l'UE sont dominées par les fruits et noix. En 2013, le volume des importations de ces produits représentait environ 46,8 milliards USD, soit 19,7% de l'ensemble des importations des produits agricoles de l'Union. A l'exception du coton, Les importations des produits agricoles connaissent une augmentation depuis 2008.

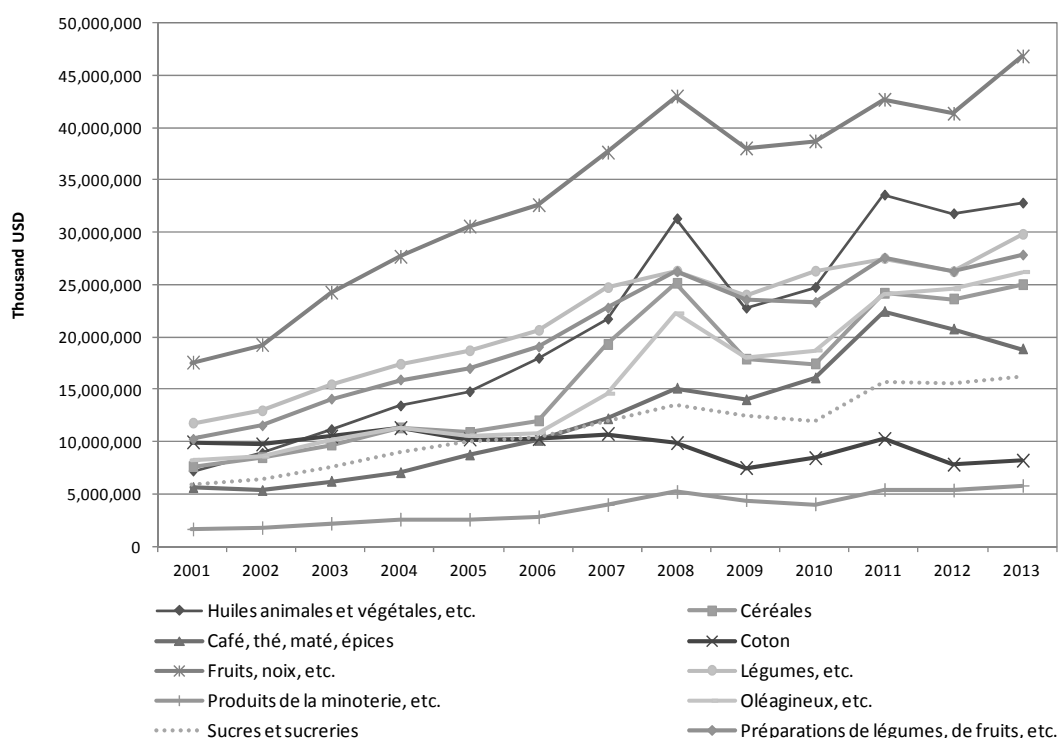


Figure 3.2.1 Evolution des importations de produits agricoles des pays de l'UE

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

Le graphique suivant montre la part occupée par chaque produit agricole en 2013. Les fruits et noix

représentent la première catégorie de produits agricoles d'importation et contribuent à hauteur 20% des importations totales de l'Union. Cette catégorie de produit est suivie des huiles animales et végétales et légumes qui contribuent respectivement à hauteur de 14% et 13% des importations des produits agricoles de l'Union.

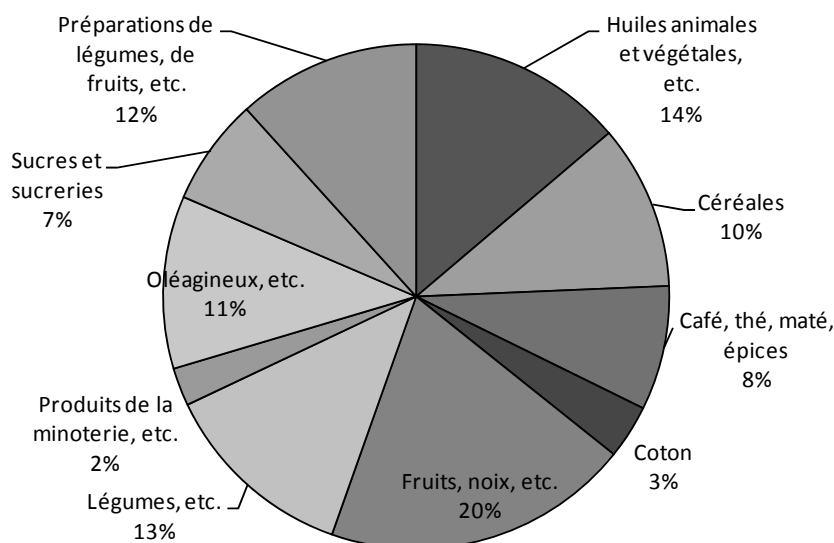


Figure 3.2.2 Part occupée par chaque produit agricole dans le montant des importations de produits agricoles de la région de l'Union Européenne (en 2013)

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

La marge de croissance du volume de consommation alimentaire est en général faible dans les pays membres de l'Union. A cela, s'ajoute la saturation du marché des produits agricoles et alimentaires. Dans ce contexte, les consommateurs sont plus stricts par rapport à leur alimentation. Ainsi, les consommateurs s'orientent vers des produits agricoles plus sains et plus sûrs tout en diversifiant leur alimentation. Par ailleurs, le taux de personnes âgées étant en augmentation, les consommateurs (surtout les seniors) ont tendance à consommer plus de fruits et légumes tout en évitant les repas riches en calories et en matières grasses⁵.

(4) Particularités

La population des 28 pays de l'Union Européenne était d'environ 500 millions d'habitants en 2013. Bien que le PIB par habitant soit élevé (29 000 USD), la démographie et la croissance économique stagnent. Ce qui laisse croire qu'une augmentation de la demande des produits agricoles à l'avenir n'est pas envisageable. Cependant, en considérant la valeur totale des importations, ce marché est de très loin le marché le plus important des trois marchés visés par le schéma directeur. De plus, le marché européen importe une gamme de produits agricoles diversifiés. A l'avenir, avec les tendances liées à la sécurité alimentaire et à l'alimentation diététique, les besoins des consommateurs devraient se diversifier et des marchés de niche devraient se créer.

L'industrie agro-alimentaire, le commerce de gros et de détail des produits alimentaires ainsi que l'industrie de la restauration sont en train de se développer en tant que système intégrant les industries alimentaires et les réseaux de distribution des produits agricoles dans les pays de l'UE. Il est donc probable que de nouveaux produits alimentaires à base de produits agricoles se développent ou que de nouveaux besoins soient créés. Sur le marché européen les exigences sur la qualité et la sécurité des produits agricoles importés sont élevées. En ce qui concerne les produits bruts, des marchés de niche pour des produits agricoles biologiques ont été créés. L'augmentation des consommateurs âgés

⁵ "Food Consumption in the European Union: Main Determinants and Country Differences" Agribusiness, Vol. 17 (4) 460-488 (2011)

dans ces pays est l'une des raisons pour lesquelles la demande des fruits et légumes est en augmentation.

3.2.2 Région du Moyen Orient

(1) Evolution démographique

La population du Moyen Orient a passé de 314 millions d'habitants en 2003 à de 376 millions d'habitants en 2012. Le taux de croissance annuelle de la population dans cette région compris entre 1,8% à 2,1%, reste relativement élevé.

Tableau 3.2.3 Evolution démographique de la région du Moyen Orient

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Population (1 000 habitants)	313 956	320 393	327 043	333 932	341 023	348 213	355 415	362 440	369 271	376 053
Taux de croissance	2,0%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	2,0%	1,9%	1,8%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

NB : les données pour 2013 ne sont pas encore disponibles

(2) PIB

Le PIB réel en 2012 était d'environ 2 349 milliards USD (1,63 fois supérieur par rapport au PIB en 2003). Toutefois, le taux de croissance du PIB est instable. Par exemple en 2004, il était de et 9,1% contre -0,1% en 2009. Le PIB réel par habitant a atteint 6 600 USD en 2012. La région du Moyen Orient est la deuxième région importatrice de produits agricoles du Burkina Faso ces dernières années

Tableau 3.2.4 Evolution du PIB du Moyen Orient et du PIB par habitant

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
PIB (1 milliard USD) (constant 2005 USD)	1 445	1 577	1 680	1 802	1 909	1 993	1 991	2 124	2 263	2 349
Taux de croissance du PIB (constant 2005 USD)	5,0%	9,1%	6,6%	7,2%	5,9%	4,4%	-0,1%	6,7%	6,6%	3,8%
PIB par habitant (constant 2005 USD)	4 958	5 298	5 534	5 815	6 039	6 079	5 954	6 230	6 516	6 642
Taux de croissance du PIB par habitant (constant 2005 USD)	2,8%	6,9%	4,5%	5,1%	3,9%	0,7%	-2,0%	4,6%	4,6%	1,9%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

NB : les données pour 2013 ne sont pas encore disponibles

(3) Importations des produits agricoles

L'évolution des montants d'importation de produits agricoles du Moyen-Orient est présentée dans le graphique ci-dessous. Les céréales, qui sont le produit le plus importé, connaissent une tendance à la hausse depuis 2010. Cependant, les importations des autres produits sont constantes et restent en dessous des 10 milliards USD pour chaque produit.

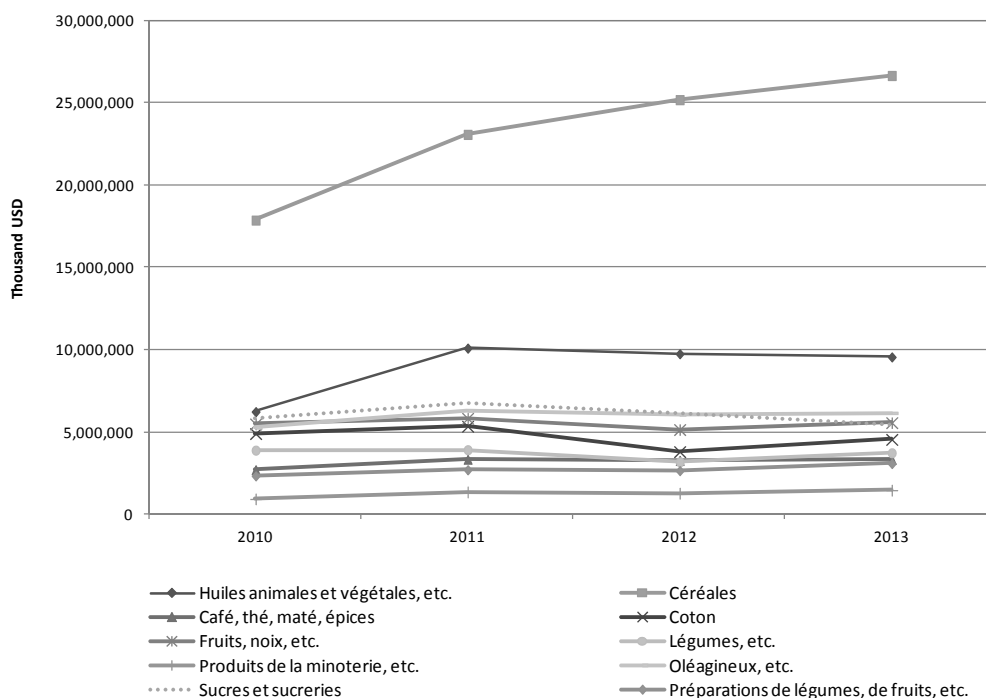


Figure 3.2.3 Evolution des importations de produits agricoles dans les pays du Moyen-Orient

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map
 NB : données manquantes avant 2009

Le graphique suivant montre la part occupée par chaque produit dans le montant des importations des produits agricoles en 2013. Le montant total des importations des pays du Moyen Orient en 2013 était d'environ 69,5 milliards USD. Les importations des céréales occupent la première place avec 38% suivi des matières grasses et huiles végétales (14%). Les produits tels que le sucre, le coton, les oléagineux, les fruits et légumes sont également importés.

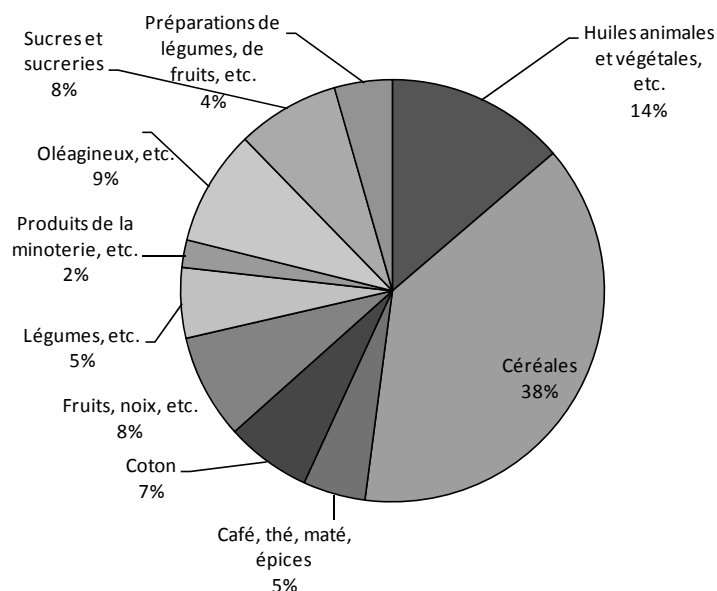


Figure 3.2.4 Part occupée par chaque produit agricole dans le montant des importations de produits agricoles de la région du Moyen Orient (en 2013)

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

(4) Particularités

Le marché des pays du Moyen Orient avait une population d'environ 376 millions d'habitants en 2012, et celle-ci est en augmentation. Le PIB par habitant est d'environ 6 600 USD pour les pays du Moyen Orient. Ce marché est relativement grand et devrait devenir plus important.

Le Moyen-Orient importe beaucoup de céréales, qui représentent 40% des importations totales de produits agricoles, mais divers produits agricoles sont aussi importés. Etant donné que cette région devrait connaître une croissance économique considérable, elle pourra constituer un marché prometteur pour les produits agricoles burkinabè. De plus, comme dans l'Union Européenne, il est possible que la part des fruits et légumes et des produits transformés augmente.

3.2.3 Région maghrébine

(1) Evolution démographique

La population, qui était d'environ 80 millions d'habitants en 2003 a atteint 93 millions d'habitants en 2013. Les pays maghrébins étant peu nombreux (cinq pays) par rapport aux autres régions du monde, la population totale est faible. Le taux annuel de croissance démographique est également faible (entre 1,2 et 1,6%).

Tableau 3.2.5 Evolution démographique de la région maghrébine

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Population (1 000 habitants)	80 818	81 812	82 856	83 954	85 101	86 309	87 580	88 904	90 302	91 731	93 194
Taux de croissance	1,2%	1,2%	1,3%	1,3%	1,4%	1,4%	1,5%	1,5%	1,6%	1,6%	1,6%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

(2) PIB

Le PIB réel en 2013 a atteint environ 298 milliards USD (environ 1,37 fois par rapport à 2003). Le taux de croissance varie entre -9,3 et 11,3%. Le PIB réel par habitant en 2013 était de 3 193 USD contre 2 701 USD en 2003. Le taux de croissance du PIB par habitant est fortement instable et varie entre -10,7% et 9,6%.

Tableau 3.2.6 Evolution du PIB de la région maghrébine et du PIB par habitant

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PIB (1 milliard USD) (constant 2005 USD)	218	228	241	252	263	272	280	291	263	293	298
Taux de croissance du PIB (constant 2005 USD)	7,7%	4,6%	5,6%	4,6%	4,1%	3,6%	2,8%	3,9%	-9,3%	11,3%	1,5%
PIB par habitant (constant 2005 USD)	2 701	2 792	2 911	3 006	3 086	3 154	3 194	3 268	2 918	3 196	3 193
Taux de croissance du PIB par habitant (constant 2005 USD)	6,4%	3,4%	4,3%	3,3%	2,7%	2,2%	1,3%	2,3%	-10,7%	9,6%	-0,1%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

(3) Importations des produits agricoles

L'évolution des montants d'importation de produits agricoles du Maghreb est présentée dans le graphique ci-dessous. Les céréales, qui sont le produit le plus importé en valeur, connaissent une fluctuation importante depuis 2007. Les montants des importations des autres produits restent en dessous de 2,5 milliards USD. Les huiles animales et végétales, qui sont le second produit agricole d'importation, connaissent la même fluctuation que les céréales. Le sucre, qui constitue le troisième produit d'importation présente relativement une tendance haussière. Le volume des autres produits importés sont restés constants depuis 2007.

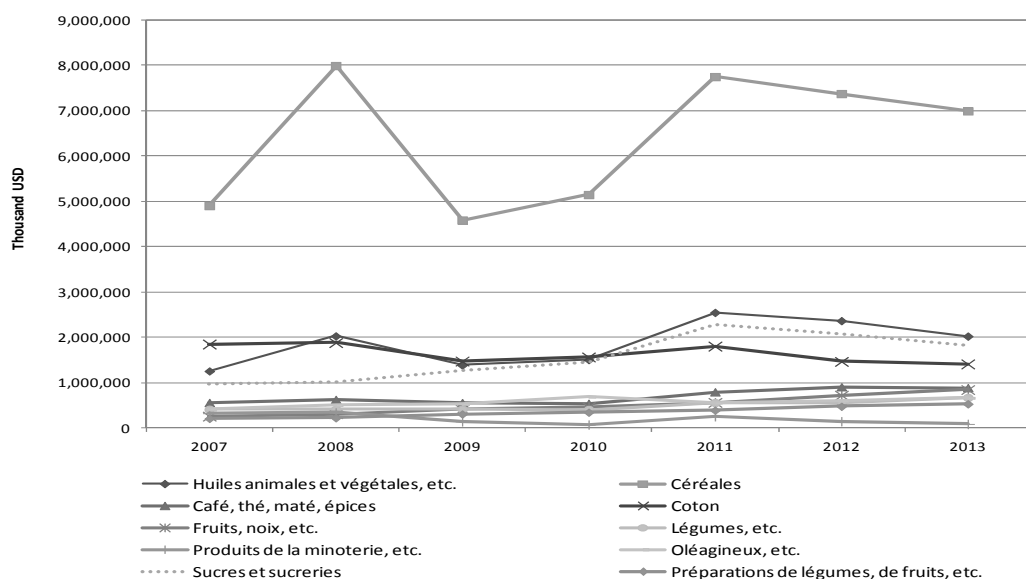


Figure 3.2.5 Evolution des importations de produits agricoles dans la région du Maghreb

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map
 NB : données manquantes avant 2006

Le graphique suivant montre la part occupée par chaque produit dans le montant des importations de produits agricoles en 2013. Le montant des importations de produits agricoles en 2013 était d'environ 15,9 milliards USD dans la région du Maghreb. La tendance est similaire à celle du Moyen Orient, avec une part importante occupée par les céréales (44%) et les matières grasse/huiles végétales (13%). Dans l'ensemble les importations des produits agricoles du Maghreb sont variées.

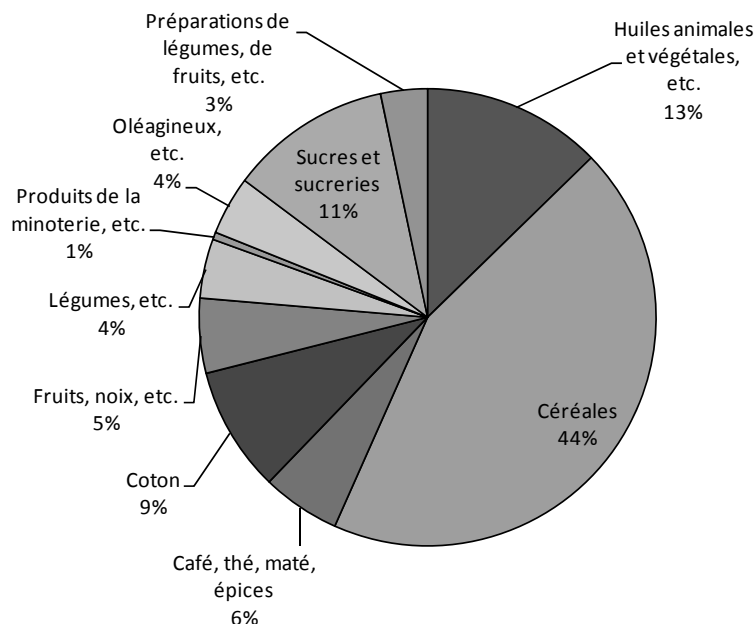


Figure 3.2.6 Part occupée par chaque produit agricole dans le montant des importations de produits agricoles de la région maghrébine (en 2013)

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

(4) Particularités

Les pays du Maghreb avaient une population d'environ 93 millions d'habitants en 2013, et celle-ci est en légère augmentation. Le PIB par habitant est d'environ 3 200 USD. Bien que la croissance

démographique soit faible, la croissance économique est forte. Le marché devrait devenir plus important et devenir un marché prometteur pour les produits agricoles burkinabè.

Le Maghreb connaît les mêmes tendances que les pays du Moyen-Orient, avec 40% des importations des produits agricoles représentées par les céréales. Plusieurs produits agricoles se partagent les 60% restant. Il s'agit d'un marché relativement proche du Burkina Faso et il est également probable que les conditions de transports s'améliorent grâce au développement du réseau aérien entre le Burkina et cette région et à l'aménagement à long et à moyen terme de corridors.

3.3 Marchés sous régionaux (zone CEDEAO)

3.3.1 Evolution démographique

La population de la zone CEDEAO qui était environ de 250 millions d'habitants en 2003 a atteint 327 millions d'habitants en 2013. Bien que cette région ait une population un peu plus faible que le Moyen Orient, elle connaît un taux de croissance démographique important (entre 2,6 et 2,8%).

Tableau 3.3.1 Evolution démographique de la région de la CEDEAO

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Population (1 000 habitants)	249 710	256 332	263 207	270 347	277 750	285 413	293 324	301 475	309 866	318 500	327 361
Taux de croissance	2,6%	2,7%	2,7%	2,7%	2,7%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

3.3.2 PIB

Le PIB réel de la région de la CEDEAO est d'environ 276 millions de dollars en 2013. Le PIB est faible si on le compare avec les autres régions du monde. Toutefois, entre 2003 et 2013 le PIB s'est multiplié par 1,97. Passant ainsi de 140 milliards de USD en 2003 à 276 milliards de USD en 2013.

Le PIB réel par habitant est de 843 USD en 2013, est faible par rapport aux autres régions du monde. Toutefois, le PIB par habitant s'est nettement amélioré entre 2003 et 2013. Il a passé de 562 USD en 2003 à 843 USD en 2013.

Tableau 3.3.2 Evolution du PIB et du PIB par habitant de la région de la CEDEAO

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PIB (1 milliard USD) (constant 2005 USD)	140	170	176	188	199	210	222	238	248	261	276
Taux de croissance du PIB (constant 2005 USD)	7,2%	21,0%	3,7%	6,7%	5,9%	5,8%	5,6%	6,9%	4,5%	5,2%	5,7%
PIB par habitant (constant 2005 USD)	562	662	669	695	716	737	758	788	801	820	843
Taux de croissance du PIB par habitant (constant 2005 USD)	4,4%	17,8%	1,0%	3,9%	3,1%	3,0%	2,8%	4,0%	1,6%	2,3%	2,9%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

(1) Comparaison de la démographie et du PIB par habitant au sein de la CEDEAO

En général lorsque le PIB par habitant dépasse les 1 000 USD, la structure de la consommation nationale connaît souvent son premier changement considérable. De plus, selon la Banque Mondiale, lorsque le RNB6 par habitant dépasse les 1 045 USD, un pays passe du statut de PMA à pays à revenus moyens (2013). Au sein de la CEDEAO, les pays dont le PIB par habitant dépasse les 1 000 USD sont, comme indiqué dans le graphique ci-dessous, le Cap Vert, le Nigéria, le Ghana, la Côte

⁶ RNB (Revenu National Brut) = PIB (Produit Intérieur Brut) + Revenus de l'extérieur

d'Ivoire et le Sénégal. Ces pays sont suivis par la Sierra Leone et le Bénin. Tous ces pays peuvent devenir des marchés prometteurs pour les produits agricoles burkinabè. Cependant, le Nigéria est un grand pays consommateur, mais il est également un grand producteur agricole.

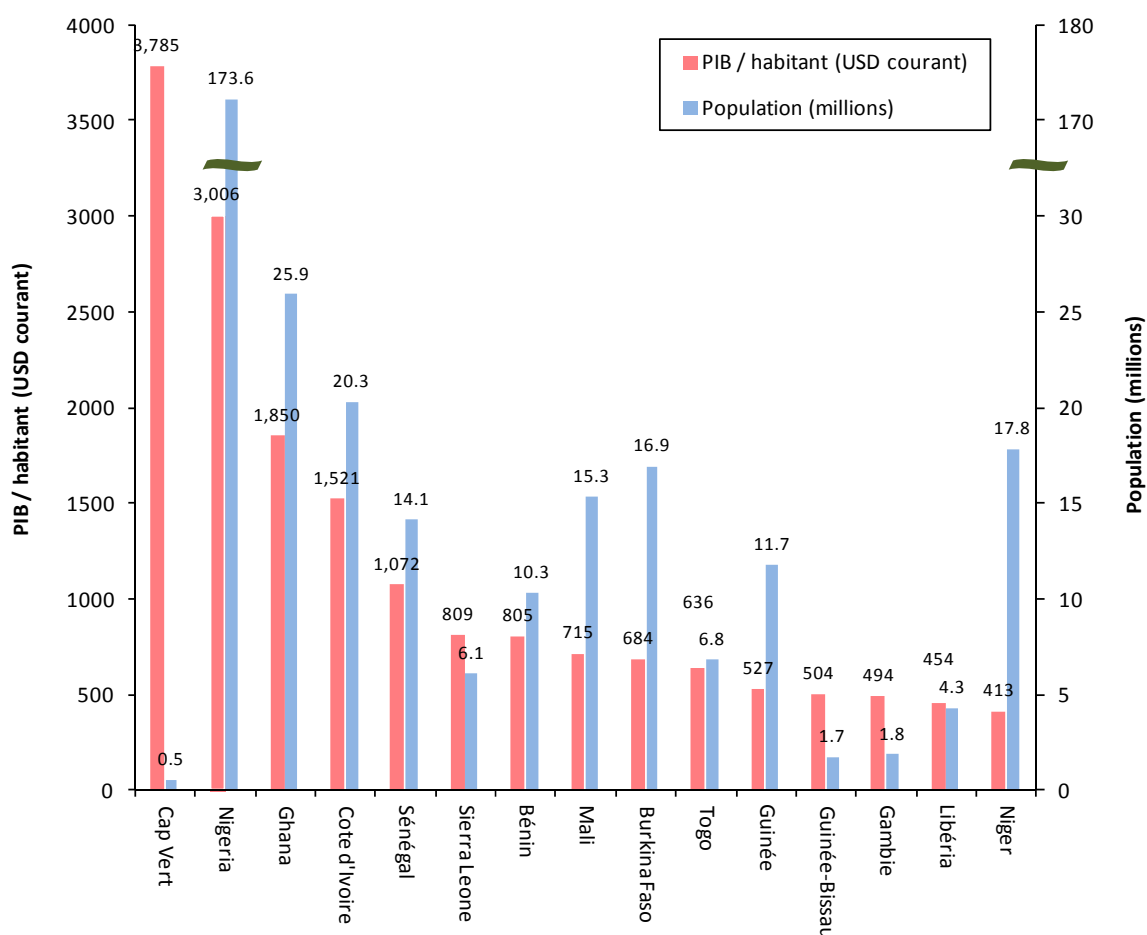


Figure 3.3.1 PIB et démographie des pays de la CEDEAO (en 2013)

Source : World Bank, World DataBank (données de 2013).

Ces dernières années, de nombreux pays africains ont vu leur PIB par habitant et leur démographie augmenter. L'évolution de la démographie et du PIB par habitant en 1993, 2003 et 2013 du Burkina a été étudiée et comparée avec ceux des pays proches, comme le Ghana, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, le Bénin, le Mali et le Niger. Par rapport à vingt ans auparavant, le PIB par habitant a augmenté s'est multiplié par 1,6 et par 4,9 et la population par 1,5 et par 2,1 respectivement de 1993 à 2003 et 2003 à 2013. De plus, bien que la démographie ait évolué dans les mêmes proportions dans chaque pays, de nombreux pays ont connu une augmentation soudaine du PIB par habitant dans les 10 dernières années (graphique ci-dessous). Le Ghana, en particulier, a connu une croissance spectaculaire, suivi de la Côte d'Ivoire, du Sénégal et du Bénin. Cependant, le PIB par habitant de la Côte d'Ivoire avait déjà atteint un niveau élevé dans les années 1970. Ces marchés deviendront prometteurs pour les produits agricoles burkinabés.

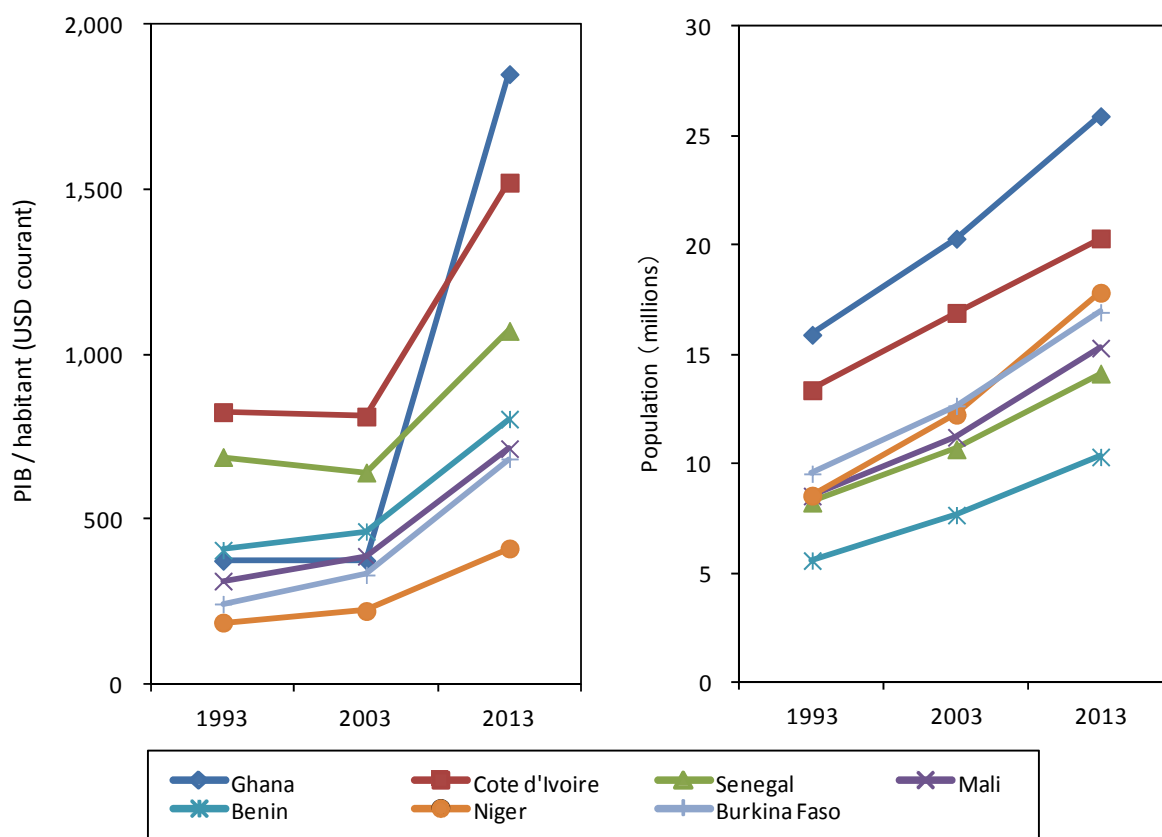


Figure 3.3.2 Evolution du PIB par habitant et de la démographie du Burkina Faso et des pays proches

Source: World Bank, World DataBank (données de 1993, 2003 et 2013).

(2) Evolution de la classe moyenne au sein de la CEDEAO

La Banque Africaine de Développement (BAD) estime que la classe moyenne de la zone africaine (population dépensant de façon journalière 4 à 20 dollars) est en augmentation. La population de la classe moyenne est constituée de salariés ou de propriétaires de petits commerces dans des zones urbaines, avec peu d'enfants, ils ont tendance à dépenser d'avantage pour l'éducation et la nourriture que les classes moins aisées. La demande de la classe moyenne en produits et service du secteur privé étant élevée en Afrique, la classe moyenne contribue à la consommation nationale⁷.

La population de la classe moyenne peut donc être un indicateur, avec le PIB par habitant et le pouvoir d'achat pour l'identification de marchés. En 2010, le pourcentage de la population située dans la classe moyenne dans les pays de la CEDEAO près du Burkina Faso était de 46,6% pour le Ghana, 37,1% pour la Côte d'Ivoire, 35,7% pour le Sénégal, 25,1% pour le Mali, 17,7% pour le Bénin et 14% pour le Niger. En termes de population, la classe moyenne au Ghana était constituée de 11 310 000 personnes, de 7 040 000 personnes en Côte d'Ivoire, de 4 620 000 personnes au Sénégal, 3 510 000 personnes au Mali, 2 230 000 personnes au Niger et de 1 680 000 personnes au Bénin. Au total, ces pays voisins du Burkina comptent donc 30 390 000 personnes situées dans la classe moyenne. En prenant en compte le fait que ces pays vont connaître une amélioration de leur croissance économique, ils devraient devenir un marché important pour les produits agricoles du Burkina.

⁷ "The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa", BAD

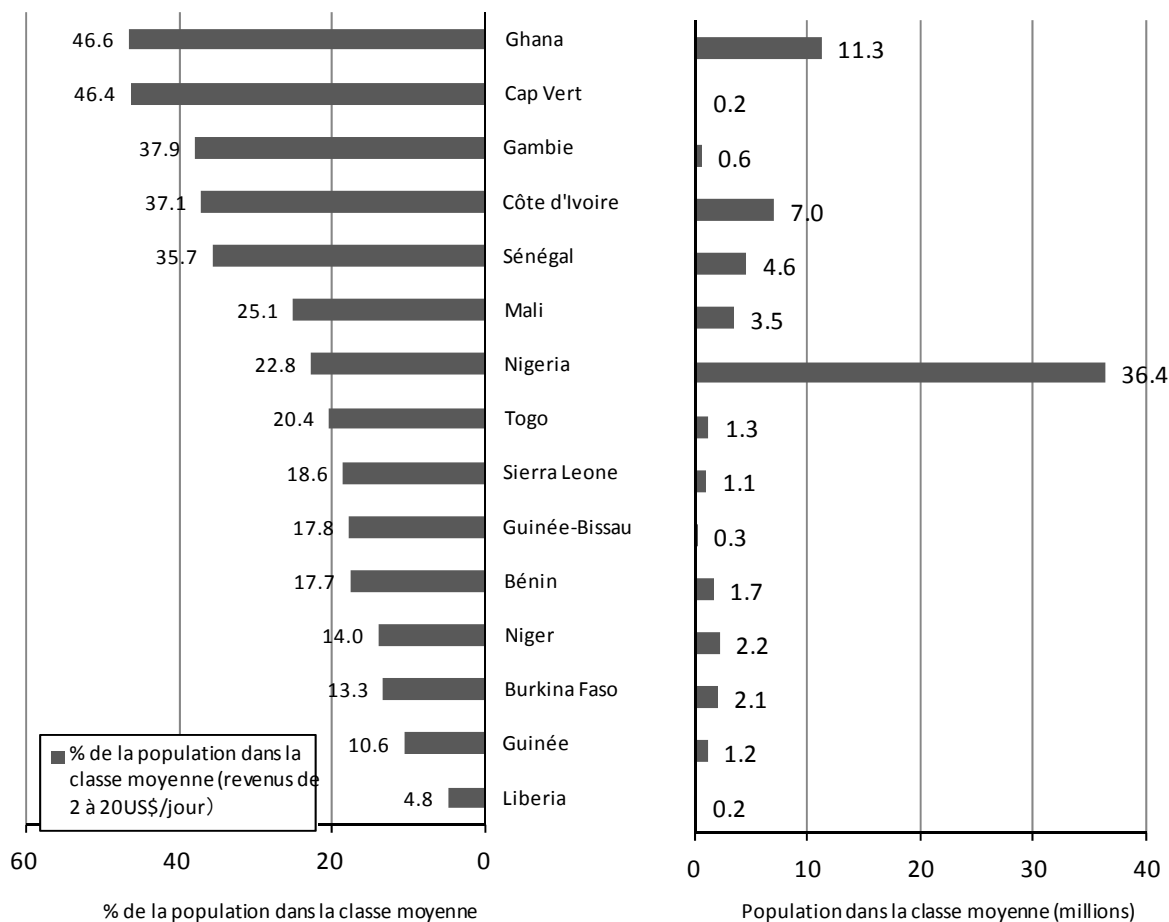


Figure 3.3.3 Taille de la classe moyenne et pourcentage dans la population totale (2010) dans les pays de la CEDEAO

Source: The Middle of the Pyramid: Dynamics of the Middle Class in Africa, BAD, World Bank Data 2010, Banque Mondiale
 NB: Couche moyenne calculée à partir du cumul des couches situées entre 2 et 4 USD/jour, 4 et 10 USD/jour et 10 et 20/jour

3.3.3 Importations des produits agricoles

L'évolution des importations des produits agricoles au sein de la CEDEAO est montrée dans le graphique ci-dessous. Les céréales, qui sont le plus importées, ont dépassé les 8 milliards USD en 2011. De 2011 à 2013, les importations des céréales présentent une tendance à la baisse. Elles passent ainsi de 8 milliards USD en 2011 à 5 milliards USD en 2013. De même, le sucre, qui constitue le second produit d'importation présente une tendance similaire aux céréales. Les importations des autres produits sont relativement constantes et s'établissent autour de 1 milliard USD pour chaque produit depuis 2010.

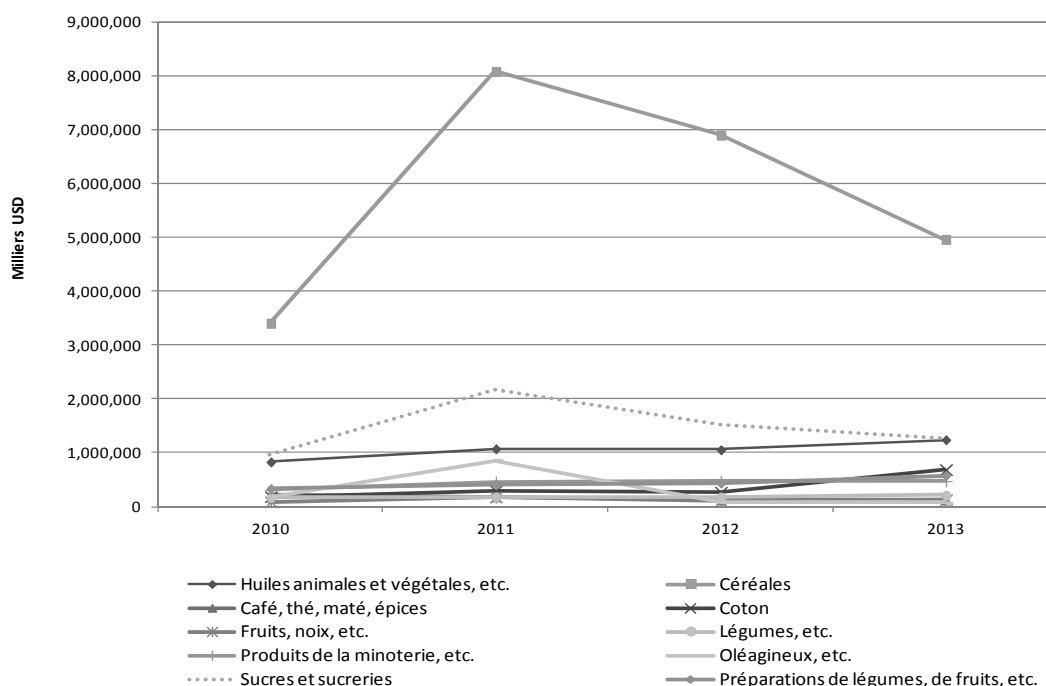


Figure 3.3.4 Evolution des importations en valeur (USD) de chaque produit agricole dans la CEDEAO

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map
NB : données manquantes avant 2009

Le graphique suivant montre la part occupée par chaque produit dans le volume des importations de la zone de la CEDEAO en 2013, qui était d'environ 9,7 milliards USD. Les céréales constituent les produits d'importation dominant avec plus de la moitié (51%) du montant total des importations. Elles sont suivies du sucre et des matières grasses/huiles végétales qui représente chacun 13% des importations. Les parts occupées par les matières grasses/huiles végétales et les fruits et légumes sont faibles par rapport aux autres régions du monde.

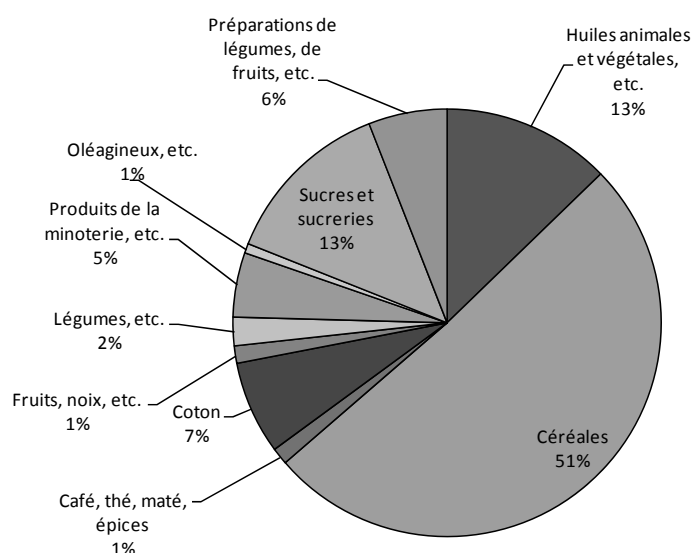


Figure 3.3.5 Part occupée par chaque produit agricole dans le montant des importations de produits agricoles de la région de la CEDEAO (en 2013)

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

Les pays de la CEDEAO importent essentiellement les céréales qui sont des aliments de base, le sucre

et l'huile alimentaire. Les légumes frais sont produits et consommés sur place, ce qui explique leur faible part dans les importations. Cependant, étant donné que la période de récolte des légumes est courte et qu'il est difficile de les conserver pendant longtemps, une partie des légumes est importée.

3.3.4 Particularités

La population de la CEDEAO atteignait 327 millions d'habitants en 2013. Il s'agit d'une population légèrement moins importante qu'à celle du Moyen-Orient. La croissance démographique et économique de zone CEDEAO est élevée. Ce qui pourra faire de cette zone un marché prometteur des produits agricoles burkinabè dans le futur.

Les produits agricoles importés sont essentiellement des céréales qui sont les aliments de base. Les légumes, le sucre et les huiles sont également importés. Situé dans une zone semi-aride, le Burkina Faso a des avantages pour la culture des légumes ou des légumineux par rapport aux pays humides avec une pluviométrie élevée. Aussi, le Burkina Faso partage la même culture alimentaire que d'autres pays membre de la CEDEAO et présente un système fiscal favorable.

Les pays de la zone CEDEAO présente un effectif considérable de population de classe moyenne. Selon la BAD, la population située dans la classe moyenne au Burkina Faso en 2010 était de 2,1 millions d'habitants. Cependant, dans des pays comme la Côte d'Ivoire ou le Ghana, la population de classe moyenne a atteint respectivement 7 millions d'habitants et 11,3 millions d'habitants. Dans le futur, avec la croissance économique et démographique, un effectif important de la population des classes moyennes va évoluer vers des niveaux de revenus supérieurs. Pendant ce temps, une population importante des classes inférieures va migrer vers la classe moyenne, ce qui devrait favoriser la consommation de produits alimentaires et de produits de haut de gamme ou de luxe, et faire de la zone CEDEAO un marché prometteur pour les produits agricoles burkinabè.

3.4 Marchés locaux à l'intérieur du pays

3.4.1 Evolution démographique

La population du Burkina Faso qui était d'environ 12,7 millions d'habitants en 2003, a atteint 17 millions d'habitants en 2013. Le taux de croissance démographique annuel varie entre 2,9 % à 3,0%.

Tableau 3.4.1 Evolution démographique du Burkina Faso

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Population (1 000 habitants)	12 659	13 034	13 422	13 822	14 235	14 660	15 095	15 540	15 995	16 460	16 935
Taux de croissance	2,9%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	2,9%	2,9%	2,9%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

3.4.2 PIB

Le PIB réel du Burkina Faso en 2013 était d'environ 8,6 milliards USD, contre 4,81 milliards USD en 2003. Le taux de croissance a varié entre 3,0% à 9,5% de 2003 à 2013. Le PIB réel par habitant s'est multiplié par 1,34 entre 2003 et 2013, passant ainsi de 380 USD en 2003 à 510 USD en 2013. Toutefois, il ne représente que 60% du PIB réel par habitant de la zone CEDEAO en 2013, qui était de 843 USD par habitant en 2013. Le taux de croissance varie de 0,0% à 6,4% et est donc relativement faible par rapport à celui de l'ensemble de la zone CEDEAO.

Tableau 3.4.2 Evolution du PIB réel du Burkina Faso et du PIB par habitant

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PIB (1 milliard USD) (constant 2005 USD)	4,81	5,03	5,46	5,83	6,04	6,39	6,58	7,11	7,40	8,11	8,64
Taux de croissance du PIB (constant 2005 USD)	7,8%	4,5%	8,7%	6,8%	3,6%	5,8%	3,0%	7,9%	4,2%	9,5%	6,5%
PIB par habitant (constant 2005 USD)	380	386	407	422	424	436	436	457	463	493	510
Taux de croissance du PIB par habitant (constant 2005 USD)	4,7%	1,5%	5,5%	3,7%	0,6%	2,7%	0,0%	4,8%	1,2%	6,4%	3,5%

Source : Equipe d'étude avec les données des Indicateurs de développement du Monde de la Banque Mondiale

3.4.3 Importations des produits agricoles

Le graphique suivant montre l'évolution du montant des importations du Burkina Faso. Le montant total en 2013 était de 335 millions USD. Le montant des importations des céréales est plus élevé et montre une tendance à l'augmentation. Les importations du sucre, des farines et des matières grasses/huiles végétales sont également en augmentation. Cette tendance à la hausse de ces produits alimentaires de base est causée par l'augmentation de la consommation en raison de l'augmentation démographique.

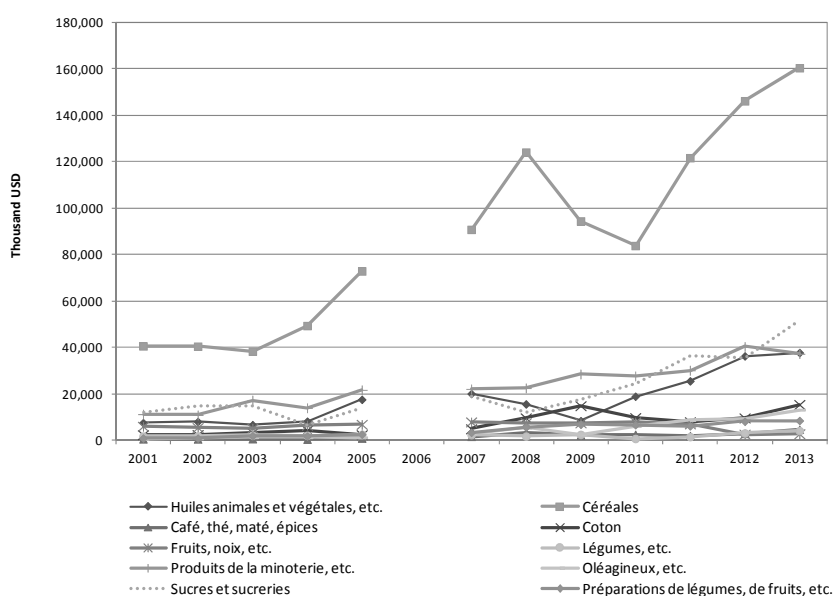


Figure 3.4.1 Evolution des importations de produits agricoles du Burkina Faso

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

Le graphique suivant montre la part occupée par chaque produit dans le montant des importations des produits agricoles en 2013. Les céréales occupent 48% des importations des produits agricoles, suivi du sucre (15%), des farines (11%) et des matières grasses/huiles végétales (11%).

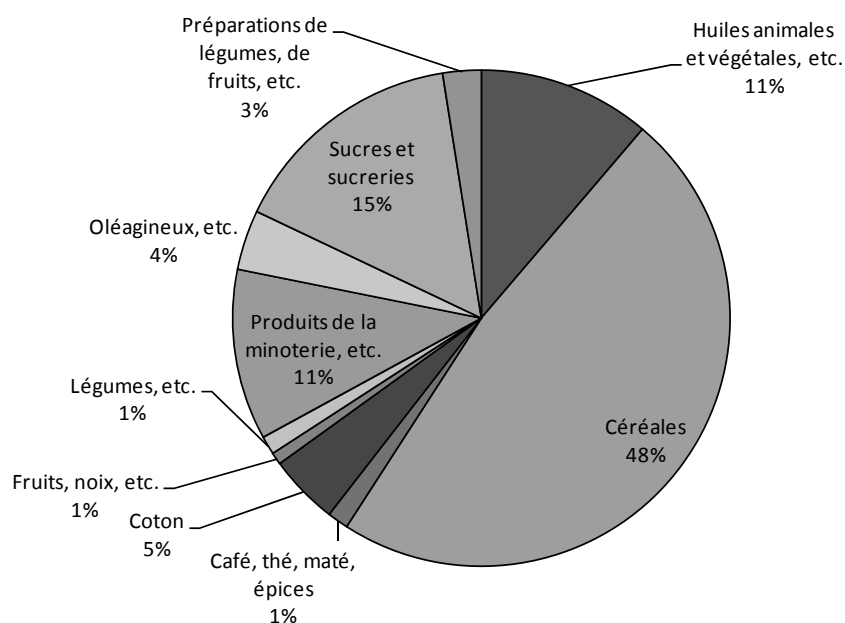


Figure 3.4.2 Part occupée par chaque produit agricole dans le montant des importations de produits agricoles du Burkina Faso (en 2011)

Source : Equipe d'étude avec les données de Trade Map

3.4.4 Particularités

Les importations de produits agricoles au Burkina Faso sont largement dominées par les céréales, en forte augmentation depuis 2003. En 2013, le montant des importations des céréales représentaient la moitié des 335 millions USD consacrés aux importations des produits agricoles. Après les céréales, les importations de sucre, de farines et de matières grasses/huiles végétales sont les plus importantes.

En ce qui concerne les légumes et les tubercules pour lesquels la consommation est importante, les pommes de terre et les oignons sont les plus importés. Ces légumes et tubercules ont une importance considérable dans l'alimentation des burkinabè et leur consommation pourraient augmenter avec la croissance démographique. La promotion de la production des produits agricoles actuellement importés aura d'une importance capitale pour assurer la sécurité alimentaire au Burkina Faso.

Chapitre 4 Processus d'élaboration du schéma directeur

4.1 Sélection des produits agricoles ciblés et analyse des chaînes de valeur

4.1.1 Principes de base

Les principes de base pour le ciblage des produits agricoles dans le cadre de cette étude sont les suivantes :

- (a) la sélection primaire des produits agricoles dès la première étape de l'étude ;
- (b) l'analyse des chaînes de valeur des produits sélectionnés ;
- (c) la sélection secondaire et finale des produits agricoles ;
- (d) la sélection de trois (03) à quatre (04) produits agricoles potentiels finaux ;
- (e) l'élaboration de plan de promotion et de plan d'action pour chaque produit sélectionné.

4.1.2 Sélection primaire des produits ciblés

vingt et trois (23) produits, auxquels le gouvernement burkinabè accorde de l'importance à travers ses politiques ou qui présentent une forte valeur ajoutée ont été identifiés (voir le Tableau 4.1.1). En dépit de l'indisponibilité de certaines informations, les séances de travaux de groupe ont permis de retenir deux produits de par type marché selon les sept critères de sélection ci-dessous. Les critères de sélection ont été les suivants :

- (a) Le positionnement du produit par le gouvernement en tant que produit agricole prioritaire (la Stratégie Nationale de promotion des Exportations (SNE) et la Stratégie de Développement des Filières Agricoles (SDFA) ;
- (b) L'existence de la demande internationale existe et les exportations vers les pays de l'Europe, les pays maghrébins, les pays de la Proche et Moyen Orient et les pays de la sous-région sont importantes ;
- (c) Le potentiel d'exportation des produits vers d'autres par le pays et la possibilité d'augmentation de la potentialité des exportations ;
- (d) Les importations dans le pays sont importantes, et il est nécessaire de remplacer les importations ;
- (e) Le taux de rentabilité vu par les exploitants ;
- (f) La tendance de production dans le pays, taux de croissance dans les 10 dernières années
- (g) Les conditions de culture dans le pays

Tableau 4.1.1 Matrice de sélection primaire des produits agricoles potentiels

Marché	Spéculation	Marchés visés	① Positionnement par le gouvernement en tant que produit prioritaire		② La demande internationale existe et les exportations vers les pays de l'Europe, les pays maghrébins, les pays de la Proche et Moyen Orient, ou alors les pays de la sous-région sont importantes		③ Exportés par le pays et la potentialité d'augmentations des exportations existe.		④ Les importations dans le pays sont importantes, et il y a la nécessité de remplacer les importations.		⑤ Taux de rentabilité des exploitants		⑥ Tendance de production dans le pays, taux d'augmentation dans les 10 dernières années		⑦ Conditions de culture dans le pays		Total des points	Produit à sélectionner	Remarques
			Point	Point	Point	Point	Point	Point	Point	Point	Point	Point	Point	Point					
Internationaux	Mangue	Europe, pays maghrébins, Moyen et Proche Orient	⊙		Importante	3	Moyenne	2			Elevé	2	175%	2	Bonnes	2	11	○	
	Sésame	Europe, Asie, Japon	⊙		Moyenne	2	Importante	3			Elevé	3	570%	3	Bonnes	2	13	○	
	Noix de cajou	Asie, Europe, Pays maghrébins, Moyen et Proche Orient	○		Moyenne	2	Moyenne	2			Moyen	2	135%	1	Bonnes	2	9	○	
régionaux	Niébé	Sous-région, Burkina Faso	○		Importante	3	Importante	3			Moyen	2	134%	1	Excellentes	3	12	○	
	Mâis	Sous-région, Burkina Faso	○		Faible	1	Faible	1			Faible	1	165%	1	Bonnes	2	6		
	Arachide	Sous-région, Burkina Faso, Europe	○		Faible	1	Faible	1			Faible	1	82%	0	Bonnes	2	5		
	Tomate	Sous-région, Burkina Faso	○		Moyenne	2	Moyenne	2			Faible	1	106%	1	Acceptables	1	7	○	
burkinabè	Riz	Burkina Faso	○						Importante	3	Faible	1	270%	2	Acceptables	1	7	○	
	Oignon	Sous-région, Burkina Faso	⊙						Importante	3	Moyen	2	98%	0	Acceptables	1	6	○	
	Banane	Burkina Faso, sous-région	○						Faible	1	Moyen	2	na			0	3		Le volume d'eau d'irrigation est important.
	Manioc	Sous-région, Burkina Faso	○						Faible	1	Faible	1	140%	1	Bonnes	2	5		
	Pomme de terre	Burkina Faso	○						Faible	1	Faible	1	180%	2		0	4		Irrigation, difficulté d'approvisionnement en semences
	Igname	Burkina Faso	○							0									Produit d'auto-consommation, à éliminer.
	Sorgho	Burkina Faso	○							0									Même que ci-dessus
	Mil	Burkina Faso	○							0									
Produit à potentiel futur	Soja	Sous-région, Burkina Faso	○		Moyenne							910%		Bonnes				Δ	
	Piment	Europe, pays maghrébins, Moyen et Proche orient, sous-région	○		Importante							76%		Bonnes				Δ	
	Fraise	Sous-région, Burkina Faso			Niche							na		Acceptables				Δ	
	Gingembre	Pays maghrébins, Moyen et Proche orient, Asie			Moyenne							na		Bonnes					
	Chrysanthellium	Europe, Asie			Niche							na		Bonnes					
	Souchet	Europe (Espagne), Asie			Niche							na		Bonnes				Δ	
	Bissap	Europe, Asie			Niche							na		Excellentes					
	Kinkeliba	Europe, Asie			Niche							na		Excellentes					

- Note 1
- ① Les produits agricoles prioritaires de la SNE et les filières ciblées (produits) par la stratégie du développement des filières du MASA sont tous listés (17 produits).
 - ② Les volumes d'exportation vers les pays de l'Europe, du Moyen et Proche Orient et de la sous-régions proche du Burkina Faso : 3 points si le volume est important, 2 points s'il est moyen, et 1 point si le produit vise le marché de niche.
 - ③ Un produit destiné à l'exportation dont on peut souhaiter l'augmentation du volume d'exportation : 3 points si le volume est important, 2 points s'il est moyen et 1 point s'il est faible.
 - ④ Un produit dont le volume des importations est élevé et si la nécessité de remplacer les importations est élevée, 3 points si elle est élevée, 2 points si elle est moyenne et 1 point si elle est faible.
 - ⑤ Le taux de rentabilité est calculé par les expériences accumulées du MASA.
 - ⑥ Le taux d'augmentation de la production des 10 dernières années: 3 points s'il est élevé, 2 points s'il est moyen et 1 point s'il est faible.
 - ⑦ Les conditions de culture telle que la nécessité d'irrigation ou la facilité des travaux champêtres : si les conditions sont favorables, 3 points (excellentes), 2 points si elles sont moyennes et 1 point si la culture est possible avec quelques conditions.

Note 2 Les produits à potentiels futurs sont ceux qu'on devra examiner la possibilité du développement futur sans éliminer dès maintenant. Δ signifie un produit qu'on a jugé prometteur.

Comme le montre le tableau ci-dessus, la mangue et le sésame pour les marchés internationaux, le niébé et la tomate pour les marchés sous-régionaux ainsi que le riz et l'oignon pour les marchés nationaux (pour remplacer les importations) ont été sélectionnés (total 8 produits). Le résultat de la sélection primaire a été approuvé par le comité de pilotage lors de sa première session, qui s'est tenue le 12 juin 2013.

4.1.3 Analyse préalable des chaînes de valeur

Une analyse préalable des chaînes de valeur des 8 produits sélectionnés lors de la sélection primaire a été réalisée. Le résultat de cette étude a été utilisé pour la sélection secondaire. Les objectifs de l'étude pour l'analyse préalable des chaînes de valeur sont les suivants.

Tableau 4.1.2 Objectifs d'étude pour l'analyse préalable des chaînes de valeur

Objectif	Résultat obtenu
1. Identifier l'ensemble des maillons de la filière des produits agricoles candidats (production/traitement post-récolte/transformation/distribution/commercialisation).	Reconnaissance de l'état actuel des chaînes de valeur des produits agricoles.
2. Identifier les contraintes superficielles et leurs solutions ainsi que les facteurs entravant la résolution de ces contraintes. Proposer des solutions à ces contraintes identifiées et examiner la faisabilité de ces solutions proposées. Examiner les nouveaux produits dérivés en tenant compte des besoins des marchés.	Possibilités de développement des produits agricoles. Eléments pour déterminer les produits à sélectionner définitivement parmi ceux à potentiel élevé.

Les rubriques de l'analyse préalable des chaînes de valeur sont détaillées dans le tableau ci-dessous. Ces rubriques dépendent du produit étudié, du marché et de la zone de production. En plus de ces rubriques préalables, des rubriques pertinentes permettant réaliser la cartographie de la chaîne de valeur en vue d'examiner les possibilités de développement des filières ont été ajoutées. Certaines rubriques ont été identifiées pour l'analyse préalable des chaînes de valeur par produit, tandis que d'autres ont permis des analyse transversales de l'ensemble des produits agricoles.

Tableau 4.1.3 Rubriques de l'analyse préalable des chaînes de valeur

Rubriques	Etude par produit
Culture	Zones de culture, envergure de culture, période, volumes de production, techniques de culture et de récolte, conditions de culture, environnement naturel, intrants et équipement, prix à la production et à la vente
Techniques post-récolte, transformation	Méthodes de tri, de conservation, volumes pris en charge, volumes produits, gestion de la qualité, techniques de transformation, conditionnement, matériel, infrastructure, prix à la production et à la vente
Distribution, commercialisation	Itinéraires de collecte et de distribution, débouchés, volumes commercialisés, tendances des marchés, standards des produits, formation du prix, infrastructure, méthodes de transport, méthode de paiement, coûts de transport et de commercialisation, volumes exportés
Organisations de producteurs, de distributeurs / commerçants	Taille de l'organisation, activités, fonds, contraintes
Structures et systèmes d'appui	Plans de promotion, projets liés, systèmes d'appui
Rubriques	Etude transversale à plusieurs produits
Structures et systèmes d'exportation	Système et structure de transit, phytosanitaire, méthodes de paiement, infrastructures liées à l'exportation, politiques de promotion de l'exportation et d'interdiction des exportations
Structures et systèmes d'appui	Instructions pour la culture, obtentions de fonds, systèmes d'appui financiers (subventions), fourniture de matériel et d'équipement, politiques de promotion, systèmes de recherche et de développement, appui aux organisations de producteurs
Systèmes et règlements liés	Normes de qualité, systèmes de certification, niveau sanitaire, système d'inspection sanitaire, système d'enregistrement des coopératives/groupements, etc.

Cette étude s'est basée sur la collecte d'informations déjà existantes et sur des entretiens avec des structures gouvernementales concernées, des organisations de producteurs, des distributeurs et des transformateurs. De plus, l'analyse a concerné tous les maillons des produits agricoles (de la

production jusqu'à la vente au détail). Des missions sur le terrain ont été effectuées en vue de vérifier les informations collectées.

4.1.4 Classification des produits agricoles ciblés

Les caractéristiques des produits agricoles retenus lors de la sélection primaire ont été analysés à partir de l'étude préalable de leur chaîne de valeur. Ces résultats sont présentés ci-dessous.

Tableau 4.1.4 Caractéristiques de produits agricoles sélectionnés

Marché cible	Produits sélectionnés	Caractéristiques
Marché international	Mangues Sésame	<ul style="list-style-type: none"> • Historique d'exportation vers les marchés internationaux • Compétition importante • Production principalement tournée vers la commercialisation • Reste des possibilités d'amélioration de la qualité • Reste des possibilités pour améliorer le traitement post-récolte et les infrastructures de transformation
Marché sous-régional	Niébé Tomates	<ul style="list-style-type: none"> • Historique d'exportation vers le marché sous-régional • Fluctuations saisonnières importantes pour les volumes collectés et les prix • Importants dans les habitudes alimentaires • Production principalement tournée vers la commercialisation mais autoconsommation importante
Marché burkinabè	Riz Oignons	<ul style="list-style-type: none"> • Importés • Volumes de production en hausse • Importants dans les habitudes alimentaires • Production principalement tournée vers la commercialisation mais autoconsommation importante
Développement de produits	Soja Fraises	<ul style="list-style-type: none"> • Volumes de production limités et peu de résultats de production au Burkina Faso • Possible d'espérer une augmentation de la demande • Consommés dans les pays proches également • Chaîne de commerce non développée

4.1.5 Sélection secondaire des produits ciblés

La sélection secondaire des produits agricoles potentiels a été réalisée en examinant d'une manière globale la faisabilité et la pertinence du développement du produit et la situation des appuis réalisés par les bailleurs de fonds.

Le résultat de la sélection secondaire est comme suit.

Tableau 4.1.5 Résultat de la sélection secondaire

Marché visé	Résultat de la sélection secondaire	Résultat de l'examen des produits agricoles sélectionnés lors de la sélection primaire
Marché international	Mangue	<p>[Mangue] Les appuis, en particulier ceux de la Banque Mondiale, couvrent l'ensemble de la filière mangue. L'introduction du séchoir, l'aménagement des vergers (de mangue) sont réalisés. Toutefois, l'absence d'une stratégie pour la transformation (séchage), l'insuffisance d'informations et l'insuffisance de techniques d'amélioration des produits ont été constatées. Les efforts devront être consentis pour l'amélioration des insuffisances ci-dessus citées. En ce qui concerne la mangue fraîche, il est possible d'obtenir de nouveaux acheteurs, surtout au niveau des pays de l'Europe hors UE ou des pays du Proche et Moyen Orient. Cependant, Les informations sur les conditions du contrôle phytosanitaire des pays importateurs ou sur les exigences relatives au problème de mouche de fruit sont nécessaires.</p> <p>[Sésame] Il s'agit d'une filière développée grâce aux divers appuis apportés par les bailleurs de fonds et les ONG. Le sésame étant utilisé largement comme produit alimentaire ou pour l'extraction d'huile, la demande sur les marchés internationaux est très importante. Surtout, le potentiel en tant que produit alimentaire pour l'exportation (surtout vers l'Asie) est très élevé. Avec l'existence de telle demande, la JICA prévoit un projet d'appui pour la filière (surtout pour le sésame alimentaire) en collaboration avec le MARHASA. Ainsi, le sésame est exclu du projet pour éviter un chevauchement d'activités.</p>
Marché régional	Fraise	<p>[Fraise] Malgré son impact économique faible, on peut la qualifier comme spécialité du pays étant donné que le Burkina Faso est le seul pays produisant les fraises parmi les pays de l'Afrique de l'Ouest. Cependant, les fraises burkinabè sont concurrencées sur les marchés des grandes agglomérations des pays de la sous-région comme Abidjan par les fraises françaises ou marocaines. L'amélioration de la qualité et du conditionnement, ou une fourniture stable étant nécessaires, l'établissement d'une image de marque de la fraise burkinabè est visée à travers les activités d'appui dans le cadre du projet.</p> <p>[Niébé] Le niébé est une spéculat ion adaptée aux conditions climatiques de la zone semi-aride et le Burkina Faso est le troisième pays producteur après le Nigeria et le Niger. Du point de vue des exportations, le Niger est le premier rival du Burkina Faso étant donné que le Nigeria n'a pas de marge pour les exportations en raison d'une demande nationale très élevée. Les pays producteurs sont favorisés en raison d'une forte demande des pays côtiers de la sous-région où les conditions climatiques ne sont pas adaptées à la culture du niébé. Les caractéristiques du niébé prisé sont confirmées (grain de gros calibre avec une pointe noire et à peau blanche). Même si le niébé ne recevait pas d'appui, la compétitivité du niébé burkinabè reste élevée. Par ailleurs, des activités d'appui avec le financement du Japon étant réalisées par l'IITA et JIRCAS, le niébé est exclu du projet.</p> <p>[Tomate] Du point de vue du volume de production, il s'agit du deuxième légume après l'oignon. La production de tomate est restée stable sur les 10 dernières années. Le principal pays importateur est le Ghana. Bien que la production de tomate au Ghana soit en hausse, la demande en tomate burkinabè reste très forte et les exportations devraient rester stables vers ce pays.</p>

Marché visé	Résultat de la sélection secondaire	Résultat de l'examen des produits agricoles sélectionnés lors de la sélection primaire
Marché burkinabè	Oignon	<p>[Oignon]</p> <p>Il s'agit du premier légume au Burkina Faso en termes de volume de production. Le volume de production en saison sèche est en augmentation grâce aux appuis des partenaires techniques et financiers dans le domaine de l'irrigation dont la Banque Mondiale. Par contre, le prix de vente au détail grimpe pendant la période de mai à décembre, pendant laquelle le volume distribué des oignons burkinabè est en baisse alors que la quantité d'oignons importés augmente. Ainsi, la promotion de la production des oignons burkinabè en hivernage (quand la demande est forte) ainsi que l'appui à la conservation des oignons de la saison sèche peuvent être envisagés.</p> <p>[Riz]</p> <p>La promotion de la filière riz au Burkina constitue une préoccupation importante. Bien que la superficie de culture et le volume de production soient en hausse considérable grâce aux appuis pour l'ensemble de la filière apportés par la Banque Mondiale, la FAO, Taiwan, GIZ, la Fondation Bill et Melinda-Gates et la JICA, les volumes d'importation restent élevés. Le Japon menait des activités d'appui au secteur du riz dans le cadre de TICAD/CARD et prévoit toujours les activités d'appui à ce secteur, le riz est exclu du Projet.</p>
Développement de produit à potentiel futur	Soja	<p>[Soja]</p> <p>Même si le soja est considéré comme un produit agricole émergent au Burkina Faso, la demande à l'intérieur et à l'extérieur du pays en tant que matière première pour l'alimentation animale est en croissance considérable. Les produits alimentaires à base de soja commencent à attirer l'attention de la population grâce à leur valeur nutritive élevée. Ainsi, le potentiel pour les petites activités de transformation à petite échelle des femmes est élevé. Toutefois, la filière soja étant encore jeune, il est nécessaire de réaliser les appuis en tenant compte de la compétitivité avec le soja des autres pays.</p>

En prenant en considération le résultat de ces réflexions, la mangue pour les marchés internationaux, la fraise pour les marchés sous-régionaux, l'oignon pour les marchés burkinabè (pour remplacer les importations) et le soja, pour le développement d'un nouveau produit, ont été sélectionnés lors de la sélection secondaire. Le résultat de la sélection secondaire a été approuvé par le comité de pilotage lors de sa deuxième session qui s'est tenue le 26 novembre 2013.

4.1.6 Processus de sélection

Comme mentionné ci-avant, les quatre produits ont été identifiés à l'issue de deux étapes de sélection. La figure récapitule le processus de sélection.

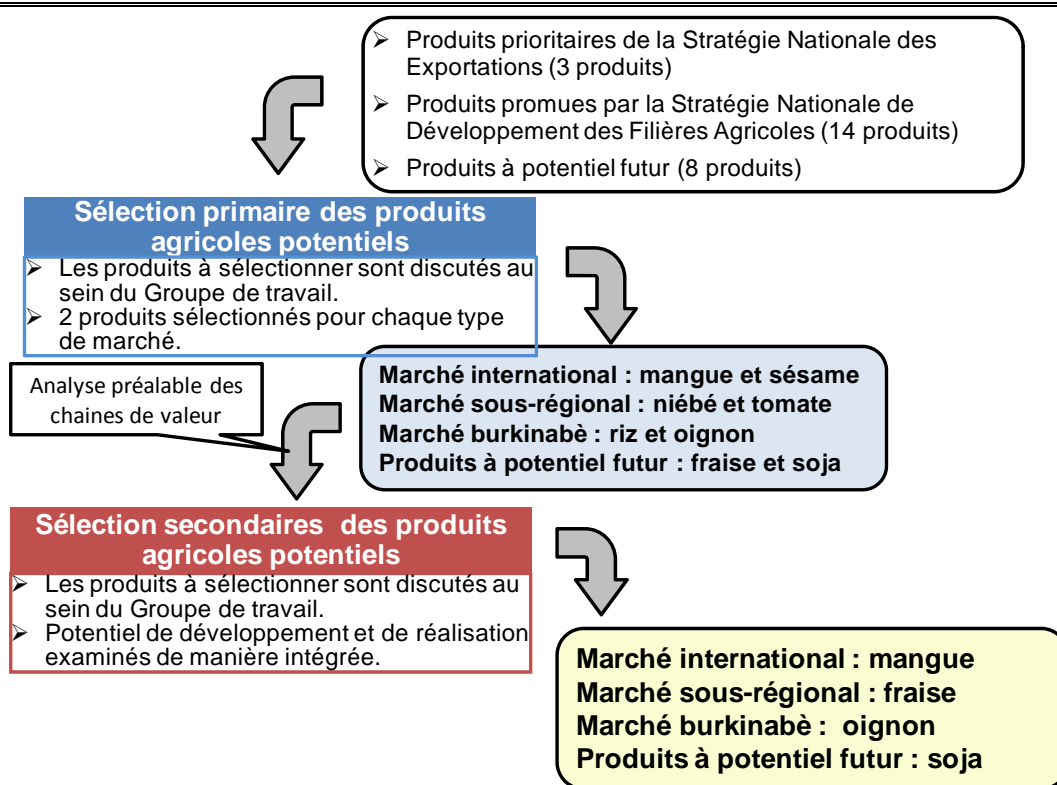


Figure 4.1.1 Processus de sélection des produits agricoles potentiels

4.1.7 Analyse des chaînes de valeur

Les chaînes de valeur des quatre produits sélectionnés lors de la sélection secondaire ont été analysées. Les objectifs et les résultats de l'analyse des chaînes de valeur sont détaillés ci-dessous.

Tableau 4.1.6 Objectifs et les résultats de l'analyse des chaînes de valeur

Objectifs	Résultats
1. Identifier et analyser les détails des chaînes de valeur des produits agricoles ciblés Examen des contraintes de développement Etude de la faisabilité des propositions de résolution des contraintes Examen de la pertinence des mesures de promotion	Résultats de l'analyse de la situation actuelle des chaînes de valeur des produits agricoles Contraintes de développement et mesures de promotion

Afin de saisir la situation actuelle des produits agricoles ciblés et les détails de leur chaîne de valeurs, une étude supplémentaire basée sur les résultats de l'analyse préliminaire des chaînes de valeur a d'abord été réalisée. La méthode et les rubriques de l'étude sont les mêmes que pour l'étude préalable, mais concentrées sur les informations à collecter pour l'examen des contraintes de développement et des mesures de promotion de chaque produit agricole ciblé.

Sur la base des résultats de l'étude préalable et de l'étude supplémentaire, les marchés, la production, la transformation, les itinéraires de distribution, les chaînes de valeurs, les organisations de chaque secteur, les appuis du gouvernement et des PTFs ont été analysés. De plus, à partir des résultats des études et de l'analyse, les contraintes de développement et les mesures de promotion pour chaque produit agricole ont été examinées.

Au dernier stade de l'analyse, les parties prenantes pour chaque filière, incluant les producteurs, les transformateurs, les commerçants, les structures de recherche et l'administration ont tenu des réunions de parties prenantes. Dans celles-ci, les résultats de l'analyse des chaînes de valeur ont été partagés, et les contraintes de développement et les mesures de promotion ont été discutées.

Les résultats des analyses des chaînes de valeur des quatre produits sélectionnés lors de la sélection secondaire sont présentés à partir du chapitre 6. En ce qui concerne le sésame, le niébé, la tomate et le riz, qui n'ont pas été retenus lors de la sélection secondaire, les résultats de l'analyse préalable des chaînes de valeur sont disponibles en annexe.

4.2 Elaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles

4.2.1 Etude et analyse pour l'élaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles

Afin d'élaborer le schéma directeur pour la promotion de produits agricoles, une étude de base, une étude préalable des chaînes de valeur et une analyse des chaînes de valeur ont été réalisées.

L'étude de base a consisté à la collecte d'informations et de données concernant le secteur agricole, les industries connexes, les systèmes, les politiques, les projets et les marchés environnants, afin de saisir et d'analyser la situation actuelle. De plus, des informations transversales sur les produits agricoles concernant les organisations et les systèmes d'importation/exportation, les normes de qualité, ont également été collectées.

L'analyse des chaînes de valeur a permis de disposer de la situation actuelle des produits agricoles concernés .

4.2.2 Organisation et élaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles

Le schéma directeur pour la promotion de produits agricoles comporte des actions de promotion pour chaque marché ciblé et des actions de promotion pour chacun des quatre produits agricoles ciblés. Le schéma directeur pour la promotion de produits agricoles a été élaborée sur la base des résultats des études et analyses suscitées. De plus, en ce qui concerne l'oignon et la fraise, les informations obtenues lors des activités pré-pilotes ont pu être utilisées lors de l'élaboration du schéma directeur.

Les approches de développement pour chaque marché ont été élaborées sur la base des caractéristiques générales de chaque marché (international, sous régional et burkinabè) identifiées lors de l'étude de base et de l'analyse préalable des chaînes de valeurs.

Afin d'assurer la promotion de chaque produit agricole ciblé des projets été formulés. Chaque projet de promotion comporte une période d'exécution, des zones cibles et une vision. De plus, plusieurs stratégies de promotion ont été élaborées. Pour la réalisation de ces stratégies de promotion, des composantes ont été identifiées. Chaque composante est composée de plusieurs actions. Chaque action a ses propres objectifs, zones cibles, acteurs concernées et personnes ciblées, activités, structures responsables de la mise en œuvre, ainsi qu'une structure principale et un calendrier de mise en œuvre.

Lors du processus d'élaboration des projets de promotion, les éléments généraux des projets ont été partagés et discutés lors des réunions du groupe de travail et des réunions des parties prenantes. En outre, les éléments nécessaires aux projets de promotion identifiés pendant ces réunions y ont été intégrés.

4.3 Activités pilotes

4.3.1 Plan des activités pilotes

(1) Objectif des activités pilotes

Comme détaillé ci-dessus, après avoir élaboré les projets de promotion des quatre produits agricoles, des activités pilotes reprenant une partie des mesures de promotion ont été identifiées. Les leçons apprises avec la mise en œuvre de ces activités pilotes ont été consignées dans les projets de promotion pour élaborer un schéma directeur la plus faisable possible.

C'est pourquoi l'objectif des activités pilotes est de collecter des informations utiles contribuant à l'amélioration de la faisabilité des projets de promotion élaborés. Ensuite, sur la base des leçons apprises et informations utiles récoltées lors de la mise en œuvre des activités pilotes, les composantes et actions liées aux projets de promotion ont été amendées.

(2) Positionnement des activités pilotes par rapport à l'élaboration du schéma directeur pour la promotion de produits agricoles

Les activités pilotes ont été mises en œuvre dans le processus d'élaboration du schéma directeur, comme le montre le schéma ci-dessous.

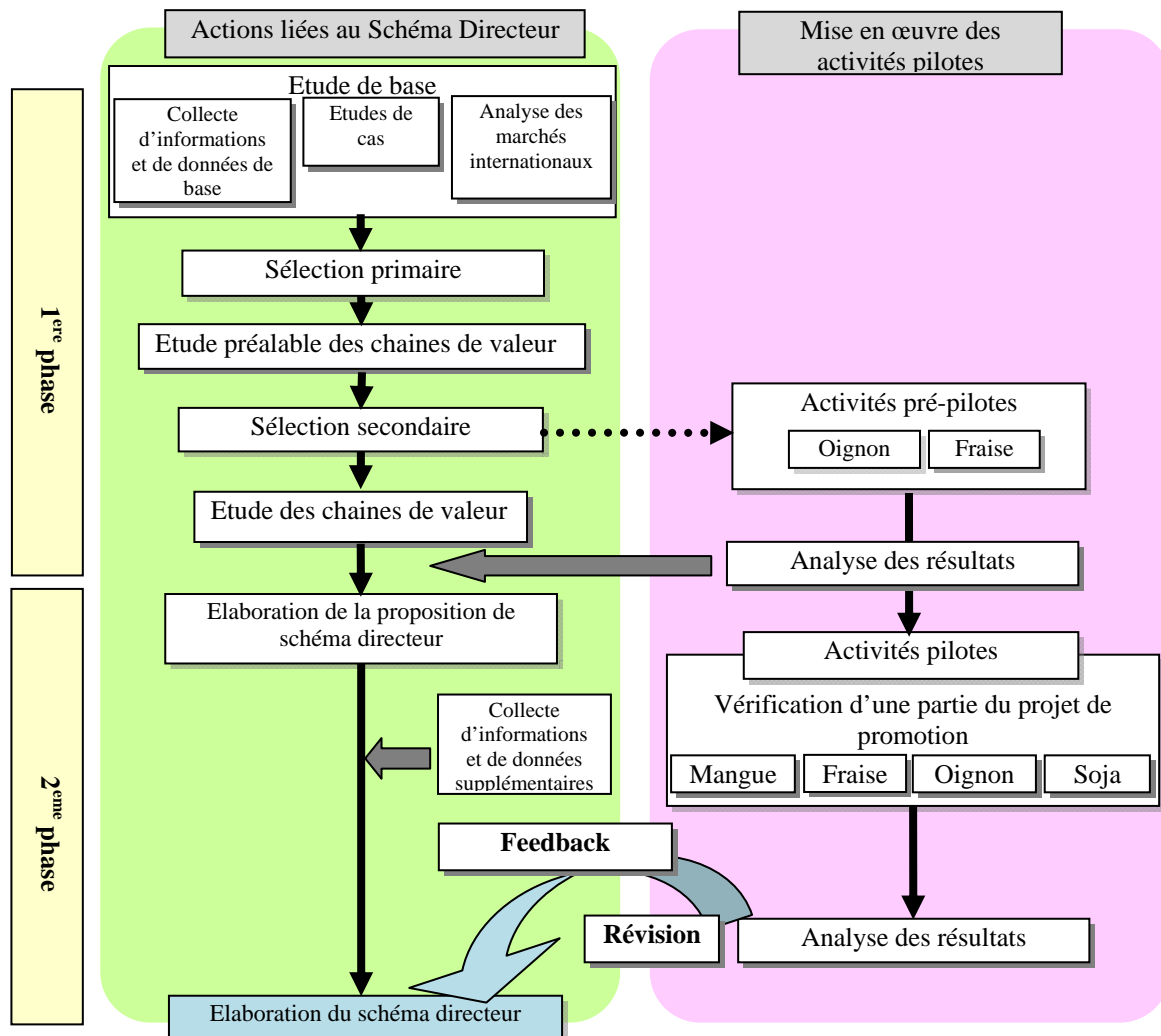


Figure 4.3.1 Processus d'élaboration du schéma directeur et relation avec les activités pilotes

(3) Rapport entre activités pilotes et projet de promotion pour chaque produit agricole

Les activités pilotes ont été choisies parmi les activités contenues dans le plan de promotion, en prenant en compte les points ci-dessous. Après discussion au sein du groupe de travail, les propositions d'activités pilotes ont été sélectionnées.

1) Critères de choix d'une activité pilote

- Possibilité d'obtenir des résultats et des tirer des leçons sur une période de mise en œuvre courte ;

-
-
- b) Possibilité de mettre en œuvre l'activité sans changer des lois ou de systèmes/règlements du pays;
 - c) Utiliser autant que possible les organisations existantes ;
 - d) Eviter autant que possible la duplication entre les maillons visés, de la production à la commercialisation, entre les quatre produits.

2) Éléments à vérifier en tant qu'activité pilote

Sur la base des éléments ci-dessus, la synthèse des éléments à vérifier et à confirmer dans les activités pilotes et leur relation avec les mesures de promotion des projets de promotion est présentée dans le tableau ci-dessous.

Tableau 4.3.1 Mesures de promotion et éléments à vérifier et à confirmer dans les activités pilotes

Mesures de promotion des projets de promotion		Éléments à vérifier et à confirmer dans les activités pilotes
1. Développement des exportations de mangues séchées		
	(1) Amélioration de la gestion, de l'hygiène et de la qualité	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation à l'amélioration des infrastructures avec la visite d'infrastructures modernes • Amélioration d'infrastructures en utilisant du matériel et en employant de la main d'œuvre locale • Amélioration de la prévention des contaminations et de l'efficacité du travail • Prévention du brunissement avec l'utilisation d'un antioxydant • Utilisation de claies en plastique pour le séchoir ATESTA
	(2) Amélioration de la productivité et de la profitabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Examen de la faisabilité avec la visite d'infrastructures modernes • Résolution des problèmes du séchoir ATESTA grâce à du matériel industriel de fabrication japonaise • Identification des besoins en amélioration des séchoirs des unités de séchage et des prises en charge
	(3) Prospection de débouchés	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité d'appuyer la recherche de débouchés en appuyant la prise en charge aux coûts de participation à une foire internationale • Amélioration de la qualité avec l'amélioration du séchoir ATESTA
2. Promotion de la commercialisation des fraises, amélioration des techniques de culture et formation de zones de production		
	(1) Promotion de la commercialisation, prospection de débouchés	<ul style="list-style-type: none"> • Entrée sur les marchés haut de gamme avec l'amélioration du conditionnement après la récolte • Réduction des pertes pendant le transport avec l'amélioration des techniques de récolte et du conditionnement
	(2) Amélioration des techniques de culture	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration des volumes produits et de la qualité avec l'introduction de nouvelles variétés • Modification de la période de début de récolte avec des techniques de culture avancée
3. Distribution d'oignon pendant la période creuse grâce à la culture d'hivernage		
	(1) Amélioration des techniques de culture	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de la production avec l'amélioration de la méthode de semis, de formation des billons et d'application de l'engrais
	(2) Vulgarisation de la culture	<ul style="list-style-type: none"> • Partage d'informations et sensibilisation auprès des producteurs et commerçants des environs lors d'une journée d'étude
4. Promotion de petites activités de transformation alimentaire du soja		
	(1) Amélioration des connaissances et des techniques de transformation de produits alimentaires dérivés du tofu	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de la composition nutritionnelle et du volume produit avec la presse à chaleur (formation du tofu) • Amélioration du goût du tofu avec le changement de coagulant • Amélioration de l'efficacité du travail en introduisant de nouveaux équipements/matériels • Utilisation des produits dérivés du tofu • Diversification des débouchés du tofu et obtention de débouchés commerciaux stables

4.3.2 Mise en œuvre des activités pilotes et feedback aux projets de promotion

Afin de confirmer les éléments à vérifier cités ci-dessus, un plan a été élaboré pour chaque activité pilote. En ce qui concerne la culture de l'oignon d'hivernage et la commercialisation de la fraise, les informations étaient limitées. C'est pourquoi, afin de récolter des informations, une partie des activités pilotes a été mise en œuvre en tant qu'activité pré-pilote en 2013. En se basant sur les résultats de ces activités pré-pilotes, les plans des activités pilotes ont été établis. De plus, les plans des activités pilotes ont été discutés lors des réunions des parties prenantes pour chaque produit agricole.

Les activités pilotes ont été mises en œuvre de mai 2014 à mars 2015. Les principales zones de mise en œuvre sont Bobo-Dioulasso pour la mangue, Ouagadougou et Bobo-Dioulasso pour la fraise, Yako et Korsimoro pour l'oignon et Léo pour le soja.

Les activités pilotes ont été mises en œuvre tout en coopérant et en discutant avec les acteurs concernés. Les détails de chaque activité pilote sont présentés à partir du chapitre 6. De plus, les leçons apprises et informations utiles tirées des activités pilotes ont été présentées dans chaque projet de promotion afin de permettre d'élaborer des projets de promotion réalisables.

Chapitre 5 Positionnement du schéma directeur et approche de développement

5.1 Positionnement du schéma directeur par rapport aux politiques du pays

Le schéma directeur contribuera à atteindre les objectifs de la vision du gouvernement burkinabè dans le secteur rural exprimée notamment à travers le Programme National du Secteur Rural (PNSR) et la Stratégie de Développement des Filières Agricoles (SDFA).

(1) Le Programme National du Secteur Rural (PNSR)

Le Programme National du Secteur Rural (PNSR) est le cadre unique de planification et de mise en œuvre de l'action publique en matière de développement rural.

Sa vision est : « A l'horizon 2025, l'Agriculture burkinabè est moderne, compétitive, durable et moteur de la croissance, fondée sur des exploitations familiales¹ et des entreprises agricoles performantes et assurant à tous les burkinabè un accès aux aliments nécessaires pour mener une vie saine et active ».

L'objectif global du PNSR est de contribuer de manière durable à la sécurité alimentaire et nutritionnelle, à une croissance économique forte, et à la réduction de la pauvreté ».

Il est constitué de cinq axes stratégiques que sont:

Axe 1 « Amélioration de la sécurité et de la souveraineté alimentaires »

Axe 2 « Amélioration des revenus des populations rurales »

Axe 3 « Développement durable et gestion des ressources naturelles »

Axe 4 « Amélioration de l'accès à l'eau potable et du cadre de vie »

Axe 5 « Développement du partenariat entre les acteurs du monde rural »

Le schéma directeur a pour but d'assurer la promotion d'une agriculture orientée vers le marché. L'objectif de développement du schéma directeur est « d'augmenter les revenus de la population rurale à travers la promotion des produits agricoles orientée vers les marchés ». De ce point de vu, il est en cohérence avec l'objectif global du PNSR et concourt spécifiquement à l'atteinte du second axe du PNSR qui vise à augmenter les revenus des habitants ruraux à travers la promotion de l'économie rurale.

(2) La Stratégie de Développement des Filières Agricoles (SDFA)

Le ministère en charge de l'agriculture a élaboré en 2012 une Stratégie de Développement des Filières Agricoles (SDFA)² sous l'initiative de la DGPER³. Cette stratégie vise à :

- ❖ la structuration des filières agricoles,
- ❖ renforcer l'accès des acteurs au financement,
- ❖ la valorisation des produits agricoles à travers la transformation et la conservation,
- ❖ l'amélioration de l'accès aux technologies de production et de post-récolte,
- ❖ l'amélioration de la commercialisation des produits agricoles.

¹ La plupart des producteurs sont les exploitants familiaux de petite échelle.

² Désignée dans la SDFA, « la filière est perçue comme une réalité économique dans sa globalité et désigne l'ensemble des chaînes de valeurs ajoutées de la production, la transformation et la distribution relatives à un produit et concourant à la satisfaction d'un besoin issu de la consommation ». Ainsi, la notion d'une filière au Burkina Faso est plus globale qu'une chaîne de valeur. Et la promotion de la filière au Burkina Faso vise à répondre aux besoins de la consommation (SDFA).

³ La SDFA est validée au sein du MARHASA et la préparation pour l'examen par le Conseil des Ministres est en cours (en date de février 2015).

Pour réaliser ces actions, la SDFA propose de fixer l'orientation de développement des filières agricoles vers une approche chaîne de valeur. Elle vise par ailleurs à développer douze (12) filières prioritaires que sont : sorgho, mil, maïs, riz, manioc, coton, sésame, mangue, oignon, niébé, soja et arachide. Le présent schéma directeur contribue donc à la mise en œuvre de la stratégie de développement des filières.

5.2 Contenu du plan du schéma directeur

L'approche de développement montrant le point de vue avec lequel le schéma directeur sera promu est mentionnée dans ce chapitre tout en clarifiant le positionnement de ce schéma directeur dans les politiques du Burkina Faso. Les quatre chapitres 6 à 9 montrent les plans de promotion de quatre produits ciblés par ce projet. Ainsi, le plan de promotion de la mangue visant les marchés internationaux, celui de la fraise visant les marchés des pays de la sous-région (y compris le marché burkinabè), celui de l'oignon visant le marché burkinabè (les marchés sous régionaux inclus) et celui du soja visant le marché burkinabè (les marchés sous-régionaux inclus) y sont respectivement abordés. Chaque chapitre résume l'analyse de la situation actuelle, l'identification des défis pour la promotion et le plan de promotion. Le chapitre 10 est consacré à la structure de mise en œuvre et au coût pour la réalisation du schéma directeur. Les recommandations sont récapitulées au chapitre 11.

5.3 Approche de développement

5.3.1 Promotion d'une agriculture orientée vers le marché

Au Burkina Faso le coton constitue le principal produit agricole essentiellement destiné à l'exportation qui contribue considérablement à la croissance économique. La diversification des produits agricoles destinés à l'exportation s'avère indispensable pour l'amélioration de la croissance économique du pays. Aussi, comme mentionné dans la vision du Programme national du secteur rural (PNSR 2011-2015), l'Agriculture burkinabè doit devenir « moderne, compétitive, durable et moteur de la croissance, fondée sur des exploitations familiales et des entreprises agricoles performantes et assurant à tous les burkinabè un accès aux aliments nécessaires pour mener une vie saine et active ». Ainsi, pour que les exploitations familiales et les entreprises agricoles deviennent performantes, les producteurs doivent adopter une agriculture orientée vers le marché.

Pour ce faire, les rôles des acteurs (producteurs, transformateurs ou exportateurs) ainsi que la problématique de développement et les contraintes des quatre filières ciblées dans le cadre de ce projet ont été clarifiés à travers l'analyse des chaînes de valeur. Ensuite, les activités pilotes et l'établissement des plans de promotion ont été réalisés sur la base de la notion de l'agriculture orientée vers le marché indiquée dans schéma ci-dessous.

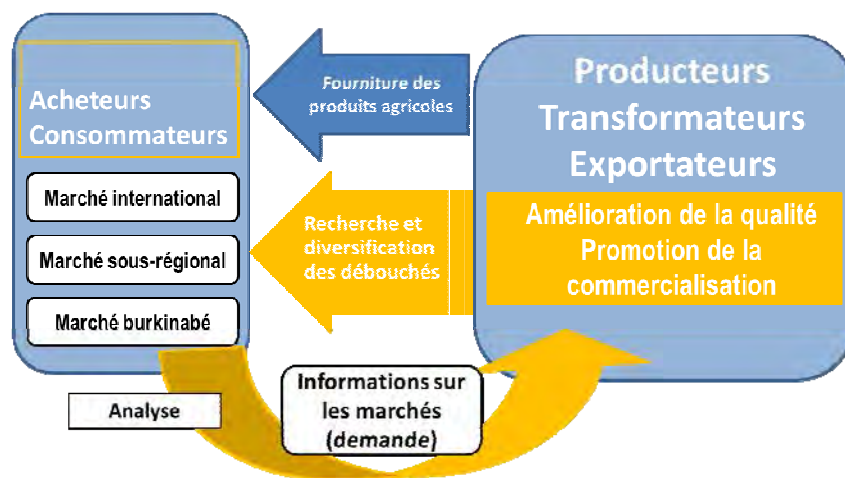


Figure 5.3.1 Notion de l'agriculture orientée vers le marché adoptée dans le cadre du projet

L'« agriculture orientée vers le marché » dans le cadre de ce projet consiste à traiter l'agriculture

comme un business. Les produits agricoles ou les produits transformés doivent viser le marché. Les besoins (demande) pour un même produit peuvent être variés et différents en fonction des marchés, des pays et des consommateurs visés. Aussi, la qualité requise pour les produits est différente d'un marché à un autre. Le fait d'améliorer la productivité n'apportant pas forcément l'augmentation de la commercialisation ou des exportations, il est nécessaire de commencer par l'identification des besoins du (des) marché(s). Cette nécessité s'applique à tous les types de marché (international, sous régional et burkinabè).

Par exemple, la « culture d'essai de l'oignon d'hivernage » réalisée dans le cadre des activités pilotes visait à mettre en œuvre des actions permettant de disposer de l'oignon produit localement capable de substituer les importations d'oignon durant la période d'août à décembre. En effet, pendant cette période le volume d'oignons burkinabè mis sur le marché devient faible et les prix au détail montent. Ce qui importe, c'est la possibilité de mettre sur le marché les oignons burkinabè capables de rivaliser avec les oignons d'importation pendant cette période. Bien que la recherche ait introduit du matériel végétal adapté à la saison de pluies depuis 3 ans au Burkina Faso, cette culture n'est pas encore assez répandue. Les raisons entravant la vulgarisation de la culture d'hivernage de l'oignon ont été identifiées à travers l'analyse de la chaîne de valeur. Il s'agit de la non maîtrise des techniques de culture par les producteurs et de la méconnaissance de l'existence des oignons d'hivernage par les producteurs et les commerçants (distributeurs). Cependant, la préférence des consommateurs burkinabè aux variétés d'hivernage a été confirmée lors d'un essai comparatif des oignons importés (jaunes) et de ceux d'hivernage (violets). En effet, les consommateurs burkinabè préfèrent le goût piquant et la couleur (violette) des variétés d'hivernage. Après ce constat, des mesures pour résoudre les problèmes techniques spécifiques à la culture d'hivernage ont été identifiées et validées à travers les activités pilotes. L'état de croissance, l'acceptation de la culture par les producteurs ou la rentabilité ont aussi été vérifiées par ces activités.

Les types de marchés et des produits concernés par ce projet sont la mangue pour les marchés internationaux, la fraise pour les marchés des pays de la sous-région, l'oignon et le soja pour les marchés burkinabè. Les raisons pour lesquelles les trois types de marché ont été choisis, résident dans la différence des besoins pour chaque type de marché et la possibilité de trouver des modèles d'une agriculture orientée vers le marché pour chaque type de marché. Par exemple, la demande en produit sûr et de qualité est élevée pour les marchés internationaux des pays industrialisés. Par contre, c'est le volume stable d'approvisionnement qui est exigé plutôt que la qualité au niveau des marchés nationaux. Par ailleurs, les acteurs répondant aux besoins des marchés ou des consommateurs ne sont pas que des producteurs. Ce sont également les transformateurs et les exportateurs qui prennent l'initiative pour l'exportation des produits transformés.

5.3.2 Approche de chaîne de valeur

Une approche clarifiant les maillons/acteurs ou les points à améliorer de la filière des produits visés a été adoptée dans le cadre de ce projet en vue d'identifier les marchés, de répondre aux besoins des marchés et d'améliorer la valeur des produits ciblés. S'agissant de l'amélioration partielle (levée des goulots d'étranglement) ou totale (l'ensemble de la chaîne), les méthodes de développement de la chaîne de valeur diffèrent selon les types de produits agricoles ou transformés ciblés.

Par exemple, l'analyse de la chaîne de valeur de la mangue séchée a permis d'identifier plusieurs types de problèmes à résoudre tels que l'amélioration de la présentation et de l'hygiène, l'amélioration de la qualité du produit ou la recherche de nouveaux débouchés. Ainsi, les activités d'amélioration des produits (l'amélioration des techniques de production) pour offrir des produits répondant aux exigences des nouveaux acheteurs (le marché japonais cette fois-ci) ont été menées dans le cadre des activités pilotes du projet. L'amélioration de l'hygiène des unités de production (en appliquant la norme de gestion d'hygiène générale du Japon), l'amélioration qualitative (la fermeté et l'odeur de produit répondant à la demande des consommateurs japonais) ou l'amélioration de la conservation des produits (l'utilisation de l'antioxydant) ont été testées tout en prélevant des échantillons pour les éventuelles exportations vers le Japon. Ces activités permis aux opérateurs burkinabè de commencer les exportations des mangues vers le marché japonais.

De même, l'analyse de la chaîne de valeur de la fraise a montré une chute de prix à partir de la période de récolte sur le marché burkinabè. La diversification des débouchés pour ce produit s'avère nécessaire. Les groupements des producteurs à travers leurs propres initiatives possèdent déjà un réseau de commercialisation sur les marchés locaux d'Abidjan. En observant l'ouverture de supermarchés à capitaux étrangers à Abidjan (en Côte d'Ivoire) et à Accra (au Ghana) où la croissance économique est considérable, il a été possible d'inviter un acheteur ivoirien sur le lieu de production en février 2014 en collaboration avec un exportateur burkinabè. Suite à cette visite, cet exportateur a pu négocier avec l'acheteur ivoirien pour la commercialisation de ses fraises. Quant aux supermarchés d'Accra, un autre exportateur a pu signer un contrat pour l'approvisionnement de légumes avec la collaboration de l'Ambassade du Burkina Faso au Ghana. Un autre client potentiel du Ghana a demandé à l'ambassade du Burkina Faso de lui présenter un exportateur de fraises.

Les exemples de la mangue séchée et de la fraise sont des cas réussis de la recherche de nouveaux débouchés à travers la collaboration entre transformateurs et exportateurs, la collaboration entre producteurs et exportateurs, entre les acteurs intervenant dans les chaînes de valeur ainsi que le secteur privé et public. Par ailleurs, il a été constaté l'existence de produits agricoles susceptibles de créer de la valeur ajoutée par le développement d'autres activités. En prenant l'exemple du soja, bien qu'il soit une nouvelle spéculation au Burkina Faso, les chaînes de valeur sont certes petites mais bien diversifiées et établies sur les marchés burkinabè. La chaîne de valeur de l'alimentation animale (la transformation en aliment bétail et l'élevage) et des produits transformés (nutrition pour les petits enfants et les produits alimentaires dérivés du tofu) peuvent être citées. Il est important d'établir les chaînes de valeur reliant l'agriculture avec d'autres industries telles que l'industrie alimentaire. Chaque étape de la production, de la transformation, de la distribution jusqu'à la commercialisation permet d'ajouter de la valeur.

Toutefois, la relation entre les intervenants dans une chaîne de valeur n'est pas simplement « gagnant-gagnant ». Il s'agit d'une relation à la fois collaborative avec des objectifs communs. Par ailleurs, il faut d'abord trouver des acheteurs étrangers et développer ensuite une filière agricole couvrant l'ensemble du maillon de la production jusqu'au maillon de la commercialisation. Cependant, la plupart des acteurs des filières agricoles ne sont pas suffisamment organisés.

5.3.3 Croissance économique et chaîne de valeur

L'agriculture est indispensable pour la croissance économique des pays de l'Afrique. En général, la part occupée par l'agriculture dans le PIB des pays africains est souvent élevée et le pourcentage des habitants pratiquant l'agriculture parmi la population active est important. Au Burkina Faso, l'agriculture contribue pour environ 30% du PIB et occupe 85% de la population active (voir le chapitre 2). Pour un pays comme le Burkina Faso qui est fortement dépendant de l'agriculture, l'amélioration de la productivité agricole peut éventuellement contribuer à une croissance économique bénéfique à une partie importante de la population. Pour ce faire, il est donc important d'accélérer la promotion des produits agricoles grâce à une agriculture orientée vers le marché et au développement des chaînes de valeurs comme le montre la Figure 5.3.2 suivante.

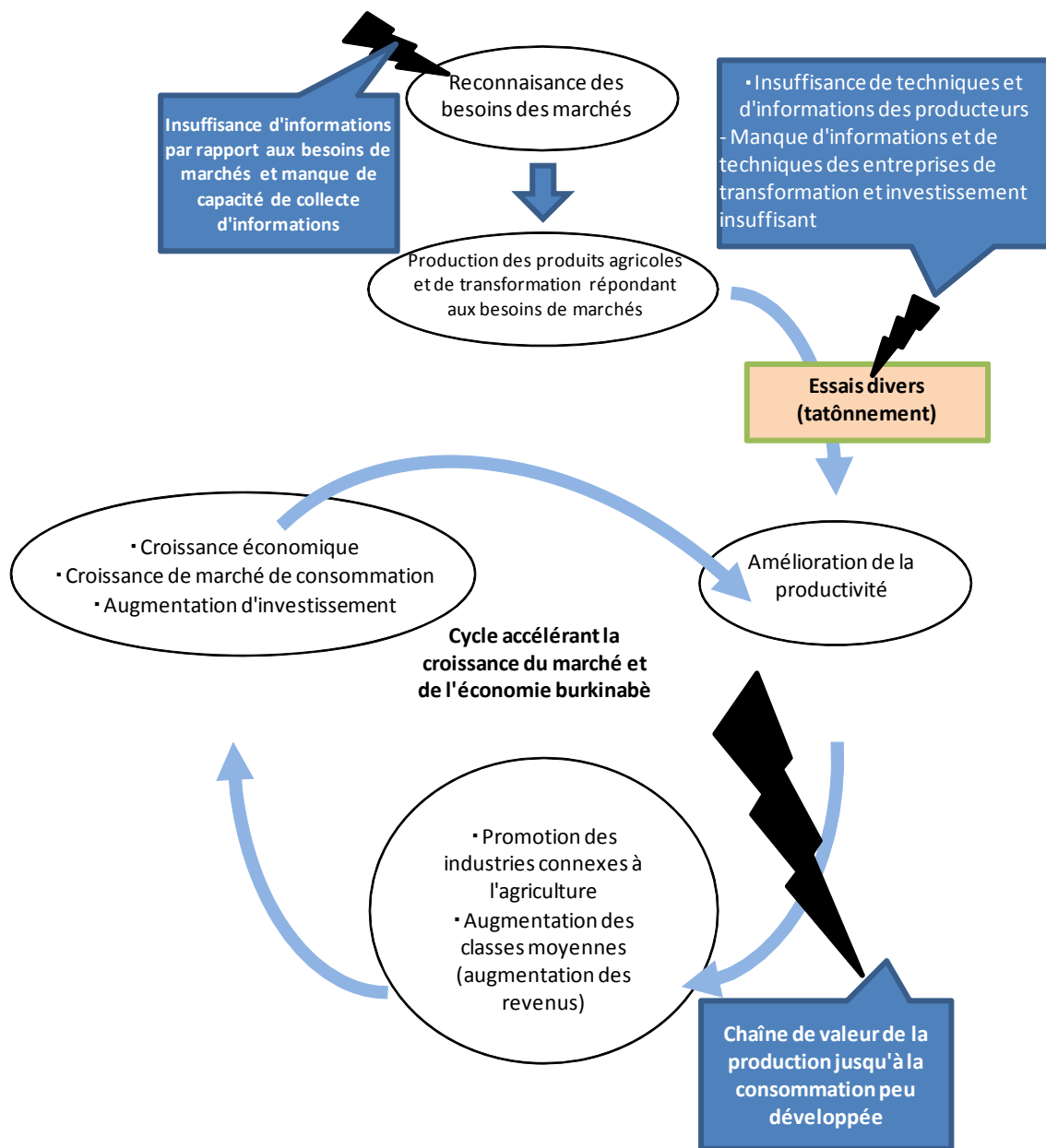


Figure 5.3.2 Cycle accélérant la croissance du marché et de l'économie burkinabè

Le mécanisme du cycle économique à travers la promotion des produits agricoles proposé dans le cadre de ce projet consiste à identifier les besoins du marché (les produits agricoles, les marchés visés et les besoins de ces marchés) et à améliorer la productivité sur la base de ces besoins. Pour la filière soja par exemple, il est possible de promouvoir des activités connexes telles que la fabrication de l'aliment de bétail qui permettra l'amélioration du niveau de revenus de la population rurale jusqu'aux classes moyennes. Avec l'accroissement de la population des classes moyennes et l'augmentation de leurs revenus, cela peut entraîner la diversification de la consommation, la croissance des marchés de consommation ou l'augmentation d'investissement sur les industries connexes.

5.3.4 Caractéristiques des marchés visés

L'analyse de la tendance mondiale du commerce des produits agricoles concerne les caractéristiques des exportations des produits agricoles burkinabè et les caractéristiques de trois types de marchés visés (internationaux, sous-régionaux et nationaux). Les détails sur les caractéristiques d'exportation du Burkina Faso sont mentionnés au chapitre 3.

(1) Tendance des exportations des produits agricoles burkinabè

L'analyse des exportations des produits agricoles burkinabè de ces dernières années montre une tendance à la hausse. Entre 2003 et 2005, les exportations des produits agricoles burkinabè étaient entièrement destinées aux autres pays du continent africain. En 2011, les exportations vers les pays de l'Europe ont dépassé celles vers les pays de l'Afrique en occupant environ 52% du montant total des exportations. Les exportations vers les pays de l'Asie sont en hausse depuis 2007 grâce aux exportations du sésame vers le Singapour.

Trois zones à savoir l'Europe (52%), l'Asie (31%) et l'Afrique (16%) occupent 99% des montants des exportations des produits agricoles burkinabè. Ici, la zone de l'Afrique inclut les pays maghrébins de l'Afrique du Nord.

(2) Evolution du montant des exportations de chaque produit agricole burkinabè et tendance des pays importateurs

L'analyse de la tendance des exportations des produits agricoles vers les pays de l'Europe, de l'Asie et de l'Afrique font ressortir trois observations majeures :

- (a) Le coton occupe environ 60% du montant des exportations vers les pays de l'Europe. Il est suivi des fruits et légumes et des oléagineux. Ceci montre que les exportations vers l'Europe concernent les produits bruts.
- (b) Trois produits à savoir le coton, les fruits et les oléagineuses sont exportés d'une manière équilibrée vers l'Asie.
- (c) Divers produits tels que les oléagineuses (41%), les fruits (14%), le coton (22%), les céréales (9%) ou les légumes (8%) sont exportés vers les pays de l'Afrique. Il faut souligner que les oléagineuses et le coton sont réexportés.

(3) Caractéristiques des marchés visés

Les caractéristiques des exportations des produits agricoles burkinabè ont été analysées et synthétisées au point (1) ci-avant. Ici, les caractéristiques des trois types de marchés (internationaux, sous-régionaux et nationaux) visés par le schéma directeur seront développés. L'analyse concernera les marchés des pays de l'Europe (l'UE), des pays du Moyen et Proche Orient et maghrébins et les marchés de la sous-région sont qui sont ceux des pays de la CEDEAO.

1) Marchés des pays de l'UE

Les marchés des pays de l'UE importent les produits agricoles variés sans se concentrer sur certains produits spécifiques. C'est un marché de grande taille comparés aux deux autres types de marchés visés aussi par le schéma directeur. Par ailleurs, les besoins des consommateurs devraient se diversifier et des marchés de niches devraient se créer avec des exigences plus élevées en matière de qualité et d'hygiène des aliments.

L'industrie alimentaire (fabrication des produits alimentaires), le commerce de gros et de détail des produits alimentaires ainsi que l'industrie de la restauration sont en train de se développer. Il faut donc s'attendre au développement de nouveaux produits alimentaires à base de produits agricoles ou à la création de nouveaux besoins. Les marchés de niche des produits agricoles biologiques tels que le coton biologique ou le soja biologique⁴ se développent dans les pays de l'UE où les exigences sur la qualité et la sécurité des produits agricoles importés sont élevées. L'augmentation

⁴ Si on prend l'exemple de BKB Burkina Faso, BKB a un contrat de culture du soja biologique avec un groupement des producteurs et achète à un prix plus élevé (30FCFA/kg plus cher) par rapport au soja conventionnel. Or, la culture du soja biologique nécessitant plus de travaux malgré le rendement plus faible et les besoins étant élevés, le prix du soja conventionnel devient souvent plus cher. Ce qui va apporter aux producteurs du soja biologique des désavantages.

des consommateurs âgés dans ces pays est l'une des raisons pour lesquelles la consommation des fruits et légumes est en augmentation sur ces marchés.

2) Marchés des pays du Moyen/Proche Orient et des pays maghrébins

Les marchés des pays du Moyen/Proche Orient et des pays maghrébins ont la population d'environ 0,47 milliards d'habitants en 2012 et est en augmentation. Le PIB par habitant est d'environ 6 600 USD pour les pays du Moyen/Proche Orient et d'environ 3 200 USD pour les pays maghrébins. Ces marchés devraient devenir plus importants. Le temps de transport devrait également être raccourci grâce à l'intégration du réseau aérien avec le Burkina Faso ou à l'aménagement à moyen et à long terme des corridors.

Les deux zones importent beaucoup de céréales (environ 40% des importations totales des produits agricoles pour chacune des zones) mais divers produits agricoles sont aussi importés par ces pays. Ces zones pourront connaître l'amélioration de leur croissance économique. Elles constituent de marchés prometteurs pour les produits agricoles burkinabè.

3) Marchés des pays de la sous-région (CEDEAO)

La CEDEAO est une communauté économique composée de 15 pays de l'Afrique de l'Ouest. Les pays membres bénéficient d'une exonération des droits de douane pour les exportations dans la zone grâce au tarif extérieur commun. La population des pays membres de la CEDEAO est évaluée à 0,327 milliards d'habitants en 2013, et est plus faible que celle des pays du Moyen/Proche Orient. La croissance démographique est élevée et un taux de croissance économique annuel varie entre 5 à 7%. Il s'agit d'un marché prometteur pour les produits agricoles burkinabè. Les produits agricoles importés sont essentiellement les céréales qui sont les aliments de base mais aussi des légumes. Situé dans une zone semi-aride, le Burkina Faso a des avantages pour la culture des légumes ou les légumineuses par rapport aux pays côtiers qui une pluviométrie élevée.

Il existe des pays de la zone CEDEAO qui possède d'important effectif de population de classe moyenne. Il s'agit du Ghana ou la Côte d'Ivoire ou les effectifs de la population de classe moyenne sont important (confère Chapitre 3). Un effectif important de la population des classes moyennes pourra évoluer vers des niveaux de revenus supérieurs. Pendant ce temps, une population importante des classes inférieures va migrer vers la classe moyenne, ce qui devrait favoriser la consommation de produits alimentaires et de produits de haut de gamme ou de luxe, et faire de la zone CEDEAO un marché prometteur pour les produits agricoles burkinabè.

4) Marchés nationaux

Les céréales, particulièrement le riz constituent les produits agricoles les plus importés au Burkina. En effet, les céréales ont occupé environ la moitié du montant des importations des produits agricoles en 2013, soit 335 millions USD. Les importations du sucre, des farines (blé etc.) et des huiles comestibles sont également importantes.

En ce qui concerne les légumes et les tubercules, dont la consommation est importante, les pommes de terre et les oignons sont importés. Ces légumes et tubercules sont considérés comme des aliments de base avec les céréales dont la consommation pourrait augmenter avec la croissance démographique. Ainsi, la promotion des produits agricoles actuellement importés contribuera à assurer la sécurité alimentaire au Burkina.

5.3.5 Caractéristiques des marchés visés et points à retenir pour la promotion

Ce schéma directeur vise à promouvoir les produits agricoles burkinabè sur les trois types de marchés (internationaux, sous régionaux et nationaux). Quatre produits suivants ont été sélectionnés à la suite des deux sélections dont les détails sont mentionnés au Chapitre 4 (Tableau 5.3.1).

Tableau 5.3.1 Marchés visés et produits sélectionnés

Marchés visés	Produits retenus par la sélection primaire	Produits retenus par la sélection définitive
Marchés internationaux	Mangue et sésame	Mangue
Marchés sous-régionaux	Niébé et tomate	Fraise
Marchés burkinabè	Riz et oignon	Oignon et soja
Développement de nouveaux produits	Soja et fraise	Soja

L'approche pour la promotion des produits agricoles est abordée selon les caractéristiques de chaque type de marché visé. Le tableau suivant résume les caractéristiques de ces trois types de marchés et les orientations pour la promotion des produits ciblés. En ce qui concerne les marchés internationaux qui sont bien variés et vastes, ce sont les marchés des pays de l'UE, des pays du Moyen/Proche Orient et des pays maghrébins qui seront visés en tenant compte des caractéristiques des produits sélectionnés dans le cadre de ce projet.

Tableau 5.3.2 Caractéristiques des marchés visés et orientations de la promotion

Type	Caractéristiques de marché	Orientation de la promotion
International	<p>[Marchés]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Les marchés internationaux sont variés et vastes en couvrant les diverses zones du monde entier telles que l'UE, le Proche/Moyen Orient ou l'Asie dont la taille démographique, le taux croissance démographique, le PIB par habitant ou le taux de croissance économique, les produits importés, le volume des importations ou les besoins sont variés et diversifiés. ♦ Les exigences en matière de qualité et de sécurité sont élevées. ♦ Les transactions à des prix élevés pour les petites quantités sont possibles. ♦ L'initiative du circuit de distribution est gardée par les revendeurs. ♦ La demande en fruits exotiques dont la culture est difficile dans les pays de l'UE est élevée. ♦ Les divers marchés de niche existent dans les pays développés. ♦ Les concurrences sont accrues et diverses (les pays voisins, les pays de l'Asie, les pays de l'Amérique Latine). 	<p>[Marchés]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Collecter les informations sur les règlements relatifs aux normes de la qualité et de la sécurité des pays importateurs. ♦ Augmenter la production des produits répondant aux normes ci-dessus. ♦ Différencier les produits burkinabè par rapport à ceux des pays concurrents (promotion des avantages des produits burkinabè). ♦ Rechercher les nouveaux débouchés. ♦ Mettre en œuvre les mesures individuelles pour répondre aux règlements des pays importateurs. ♦ Fabriquer les produits répondant aux besoins des pays importateurs et diversifier les produits.
	<p>[Produits]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ La demande en huile de sésame est en augmentation considérable en Asie. ♦ La demande en fruit exotiques (dont la mangue) est en augmentation dans le monde. ♦ Quant à la mangue séchée, on peut s'attendre à l'augmentation de la demande de mangue séchée naturelle avec la tendance à préférer les aliments plus sains. ♦ En ce qui concerne le riz, les exportations de l'Inde sont en augmentation. ♦ La consommation du riz surtout en zone urbaine étant en augmentation, l'importation du riz est aussi en augmentation. 	<p>[Produits]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Les points critiques sont le problème de produits chimiques résiduels et l'assurance de traçabilité. ♦ Les variétés de mangue fraîche du Burkina Faso sont appropriées pour les exportations mais le problème à surmonter reste les mouches de fruit. ♦ La préférence des consommateurs étant différente d'un pays à l'autre, il est important d'exporter les produits répondant à l'attente des consommateurs des pays importateurs. ♦ L'amélioration des techniques de production et de transformation, de la gestion d'hygiène et de la gestion de la qualité des produits est nécessaire. ♦ Il est indispensable d'établir une structure de production du riz avec le coût modéré.

Type	Caractéristiques de marché	Orientation de la promotion
Sous régional	<p>[Marchés]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ La croissance économique étant en vue, on peut prévoir l'élargissement des marchés des produits agricoles. ♦ Les exigences en matière de qualité et de sécurité ne sont pas très élevées. ♦ Les prix de vente ne sont pas élevés (il est difficile d'obtenir les bénéfices s'il ne s'agit pas de vente en grosse quantité). ♦ Il n'y a pas de droit de douane dans la zone de la CEDEAO en principe. ♦ Il est possible de créer les nouveaux marchés en commençant à travailler avec les supermarchés. ♦ Les infrastructures du commerce ne sont pas encore bien aménagées. ♦ Les mesures à prendre pour la période creuse où la production et la distribution des produits deviennent rares. 	<p>[Marchés]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Vendre collectivement les produits en organisant les producteurs. ♦ Différencier les produits (qualité et prix). ♦ Faire la promotion des produits burkinabè et ajuster la période commercialisation (essayer d'exporter en période pendant laquelle les produits sont rares dans les pays importateurs). ♦ Rechercher les nouveaux débouchés. ♦ Améliorer la qualité et le conditionnement des produits pour répondre aux exigences des supermarchés. ♦ Rechercher les marchés de niche visant les classes moyennes et supérieures.
	<p>[Produits]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ En n'ayant pas beaucoup de concurrents pour la fraise, il est possible d'acquérir les nouveaux acheteurs. ♦ Les pays concurrents pour l'oignon sont le Niger pour la culture de saison sèche et le Pays-Bas pour la culture d'hivernage. ♦ Le concurrent pour le soja est le Brésil. 	<p>[Produits]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Donner la valeur ajoutée à la fraise en réalisant le tri (conditionnement) avant la commercialisation. ♦ Augmenter la production d'oignons d'hivernage. ♦ Augmenter la production du soja (soja biologique inclus).
Marchés burkinabè	<p>[Marchés]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ La promotion de la production nationale des produits actuellement importés et la réalisation de la sécurité alimentaire sont indispensables. ♦ Les marchés nationaux de consommation ne sont pas encore développés. ♦ La grande partie de la chaîne de valeur n'est pas aménagée. ♦ Les exigences en matière de qualité et de sécurité ne sont pas élevées. ♦ Les prix de vente ne sont pas élevés (il est difficile d'obtenir les bénéfices s'il ne s'agit pas de vente en grosse quantité). ♦ Les habitudes alimentaire de la population est plutôt conservatrice. ♦ Les infrastructures de commerce ne sont pas bien réalisées. 	<p>[Marchés]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Vendre collectivement les produits en organisant les producteurs. ♦ Différencier les produits par rapport à ceux des pays concurrents (en ajustant la période de commercialisation). ♦ Augmenter et stabiliser la production. ♦ Faire la campagne publicitaire des nouvelles spéculations et des nouveaux produits.
	<p>[Produits]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ La production d'oignons d'hivernage (burkinabè) reste insuffisante. ♦ Les pays concurrents pour l'oignon sont le Niger pour la culture de saison sèche, le Pays-Bas et le Maroc pour la culture d'hivernage. ♦ La production de tomate burkinabè est aussi insuffisante en période de pluie. ♦ Le volume de fourniture de soja est insuffisant pour couvrir les besoins bien que ces derniers sont en augmentation considérables. 	<p>[Produits]</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ Promouvoir la production d'oignons d'hivernage. ♦ Avancer la période de culture d'oignons de la saison sèche. ♦ Promouvoir la culture de tomate d'hivernage.

5.3.6 Particularités des produits ciblés et points à retenir pour la promotion

Les quatre produits sélectionnés sont : la mangue (fruit), la fraise (fruit), l'oignon (légume) et le soja (matière première pour la transformation). A l'exception du soja, il s'agit des produits horticoles. Les produits horticoles d'exportation visent en général les marchés de niche et semblent plus rentables que

les produits de masse (coton, café, thé ou soja). Bien qu'il soit positionné comme produit d'exportation de masse, le soja burkinabè joue le rôle de fournisseur de matières premières pour la transformation locale et ne vise pas essentiellement pas les marchés internationaux. Ainsi, le soja contribue à la promotion des industries nationales.

Le tableau suivant récapitule la tendance des marchés ciblés par les quatre produits sélectionnés, la structure de chaîne de valeur, les éventuels bénéficiaires des petits producteurs et les points à retenir pour la promotion. Il est souhaitable de procéder à l'examen similaire pour la promotion des autres produits agricoles.

Tableau 5.3.3 Caractéristiques des marchés visés et orientations de la promotion

Produit	Marché visé	Type de produit	Tendance de marché	Structure de chaîne de valeur	Bénéficiaires aux petits producteurs	Points à retenir pour la promotion
Mangue	International	Fruit	Les principaux pays producteurs de mangue sont les pays de l'Amérique du Sud et de l'Asie dont les produits sont exportés essentiellement vers les pays développés. En ce qui concerne les mangues burkinabè, les mangues séchées sont exportées vers les pays de l'Europe et les fruits frais vers les pays de l'Europe, méditerranéens et persiques.	La structure de la chaîne est verticale sous l'initiative des exportateurs pour la mangue fraîche. Les mangues séchées sont fabriquées par les petites entreprises.	Les vergers sont des petites exploitations mais on observe en petite partie la culture commerciale par des entreprises avec les petits producteurs employés.	Le point essentiel pour la mangue séchée est la possibilité de répondre à la demande des pays importateurs. La contrainte majeure pour la mangue fraîche est la mouche de fruit.
Fraise	Sous-régional National	Fruit	Les pays producteurs ne sont pas nombreux dans la sous-région. Seuls le Burkina Faso et le Sénégal produisent les fraises. Les supermarchés des pays de la sous-région importent les fraises de l'Europe.	Le réseau de vente dans le pays formé par les producteurs, les collecteurs/détaillants (vendeuses) et les grossistes est solide. Il existe un réseau développé par les producteurs eux-mêmes pour la commercialisation dans la sous-région.	La fraise est cultivée par les petits producteurs (exploitants).	Rechercher les nouveaux débouchés (supermarchés) dont la nouvelle valeur ajoutée est importante tout en tenant compte des réseaux existants. L'expérience de la fraise est applicable aux légumes. Il faudra examiner à moyen terme, la mise en place d'installations de conservation réfrigérée des fruits et légumes frais y compris la fraise.

Produit	Marché visé	Type de produit	Tendance de marché	Structure de chaîne de valeur	Bénéfices aux petits producteurs	Points à retenir pour la promotion
Oignon d'hivernage	Burkinabè Sous-régional	Légume	Le Pays-Bas est le plus grand pays exportateur dans le monde. Le Burkina Faso importe les oignons du Pays-Bas. Les prix de détail montent durant la seconde moitié de la saison pluvieuse et le début de la saison sèche (août et décembre) sur les marchés burkinabè.	Un réseau formé des producteurs, des collecteurs et des grossistes existe.	L'oignon est cultivé par les petits producteurs.	La culture de l'oignon d'hivernage vise essentiellement les petits producteurs du nord du pays. Le réseau de commercialisation des oignons de la saison sèche peut être utilisé pour les oignons d'hivernage.
Soja	Burkinabè	Constitue la matière première des industries transformation	Les prix internationaux sont en hausse avec l'augmentation de la demande pour l'alimentation du bétail dans le monde entier. La demande nationale est aussi en augmentation pour l'alimentation du bétail et l'aviculture.	Même si plusieurs réseaux existent, ils sont destinés essentiellement aux marchés burkinabè. Le principal circuit est : les producteurs – les collecteurs de lieux de production – transformateurs – consommateurs (éleveurs).	Le soja est cultivé par les petits producteurs mais la culture contractuelle existe.	Le développement de l'élevage pourra entraîner demande stable du soja pour l'alimentation du bétail. La promotion de la culture du soja pourra contribuer au développement de petites industries de transformation pour l'alimentation humaine

Chapitre 6 Modèle pour le marché international : Mangue

6.1 Analyse de la situation actuelle

6.1.1 Marchés visés

Les chaînes de valeur de la mangue diffèrent selon la forme du produit (frais ou transformé) ou les types de marchés visés et peuvent être synthétisées comme suit.

Tableau 6.1.1 Types des marchés visés par les mangues burkinabè

	Type de produit	Marchés visés	Caractéristiques
1)	Mangue fraîche	Europe Pays méditerranéens et du golfe Persique	Intégration verticale sous l'initiative des entreprises d'exportation
2)	Mangue fraîche	Pays de la sous-région, marchés nationaux	Distribution et transaction traditionnelles Distribution au Ghana en tant que matière première pour le séchage
3)	Produit transformé : mangue séchée	Europe, marchés nationaux et sous-régionaux*	Fabrication par de nombreux entrepreneurs individuels
4)	Produits transformés : nectar, purée	Marchés sous-régionaux et nationaux, (Europe**)	Fabrication et commercialisation par une grande entreprise (DAFANI)

* Très peu ** Ces produits ne sont pas exportés vers l'Europe actuellement.

(1) Mangue fraîche

1) Marchés européens

Des mangues en provenance du monde entier sont importées par les marchés européens (EU-27). Leur volume annuel a atteint 276000 tonnes en 2011 (EUROSTAT). Les saisons d'approvisionnement varient en fonction du lieu de production et de la variété. Ainsi, les mangues burkinabè (ainsi que celles du Mali et de la Côte d'Ivoire) sont exportées vers l'Europe de mars/avril jusqu'à juin. Les pays concurrents exportant les mangues vers l'Europe dans la même période sont le Brésil, la Pérou (au début de la période) et les Etats-Unis. Les mangues du Sénégal étant exportées un peu plus tard, ne sont pas à priori des concurrentes directes.

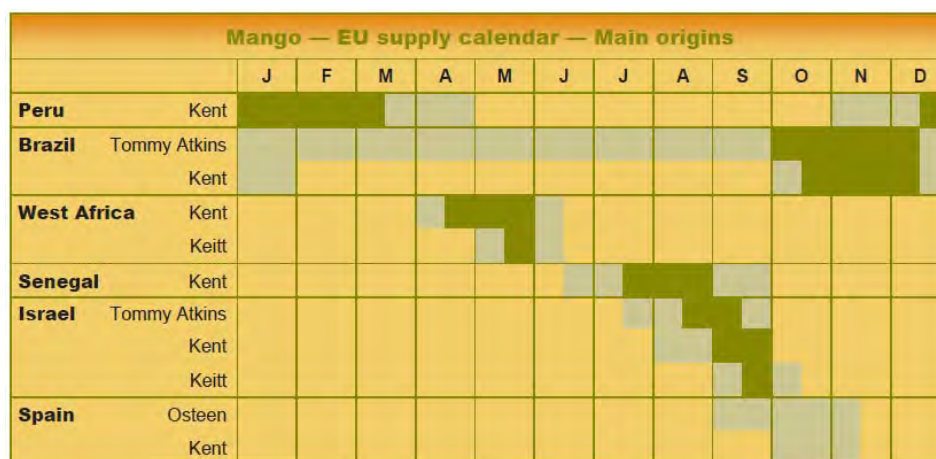


Figure 6.1.1 Périodes d'exportation des mangues des principaux lieux de production vers l'Europe

Source : Fruitrop No.186

Le volume annuel d'exportation des mangues du Burkina vers l'Europe des 27 est d'environ 2 000 à 3 300 tonnes selon EUROSTAT. Le volume total des exportations du Burkina Faso, du Mali et de la Côte d'Ivoire étant environ de 14000 à 22000 tonnes par an, la part occupée par ces 3 pays groupés est de 5 à 10%. De ces trois pays, les exportations de Côte d'Ivoire sont de loin les plus élevées. En

2011, les exportations de ces trois pays ont diminué, mais cela a été causé par la dégradation de la situation en Côte d'Ivoire, qui sert de port d'exportation.

Tableau 6.1.2 Volumes d'exportations des mangues du Burkina Faso et des pays voisins vers le marché UE-27

[Unité : tonne]

	2007		2008		2009		2010		2011	
UE-27 Importation	226 292		244 256		213 796		244 480		275 749	
Burkina Faso - Exportation	3 191	1,4%	2 406	1,0%	1 988	0,9%	3 302	1,4%	2 129	0,8%
Côte d'Ivoire - Exportation	14 706	6,5%	11 250	4,6%	11 680	5,5%	11 323	4,6%	10 177	3,7%
Mali - Exportation	4 317	1,9%	4 902	2,0%	3 480	1,6%	3 672	1,5%	1 795	0,7%
Exportation des 3 pays	22 214	9,8%	18 558	7,6%	17 148	8,0%	18 297	7,5%	14 101	5,1%

Source : EUROSTAT (Fruitrop No. 209)

En ce qui concerne le volume d'exportation vers les pays de l'Europe (la Russie incluse), le volume vers la France a diminué et celui vers les Pays-Bas, dont le volume de réexportation est le plus élevé parmi les pays de l'Europe, a considérablement augmenté de 74% en 2012.

Tableau 6.1.3 Exportation des mangues du Burkina Faso vers les pays d'Europe (entre 2009 et 2012) (les mangues séchées incluses)

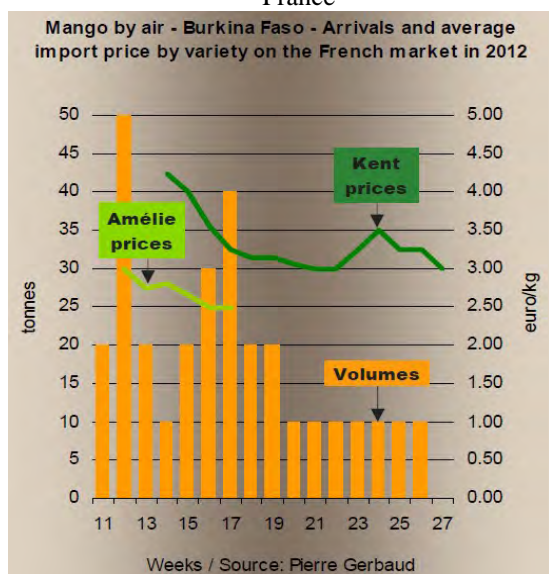
	Volume d'exportation (tonne)				Valeur d'exportation (million de FCFA)			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Pays-Bas	603,3	2 237,9	1 661,0	3 855,7	328,3	1 441,3	1 329,1	1 949,9
France	1 316,3	1 344,1	607,2	573,0	612,7	710,2	281,9	241,3
Allemagne	100,1	158,0	412,1	454,0	85,0	249,6	453,1	367,0
Belgique	484,7	5,0	328,9	145,4	229,8	26,9	298,3	215,9
Monaco	0,0	0,0	71,0	122,8	0,0	0,0	18,7	27,2
Spain	63,4	0,0	0,0	33,5	20,3	0,0	0,0	38,9
Russie	0,0	0,0	0,0	21,1	0,0	0,0	0,0	9,5
Albanie	0,0	0,0	0,0	19,5	0,0	0,0	0,0	4,6
Autres pays	71,4	12,1	2,4	2,8	66,0	45,6	3,9	4,6
Total	2 639,1	3 757,1	3 082,6	5 227,8	1 342,1	2 473,8	2 385,0	2 858,8

Les statistiques de la douane burkinabè ne distinguant pas les types de produits en traitant comme « 804501000 MANGUES, FRAICHES OU SECHES », les volumes du tableau ci-dessus contiennent les mangues séchées. Ceci peut être la cause de la différence constatée entre les statistiques de la douane burkinabè et celles d'EUROSTAT.

Source : Statistiques de la douane du Burkina Faso

Les figures suivantes montrent la situation des exportations du Burkina Faso (par voie aérienne et maritime) vers la France en 2012. Les exportations des mangues burkinabè vers les pays de l'Europe commencent avec l'expédition par avion des mangues de la variété précoce Amélie vers mi-mars. Comme il s'agit d'une variété dont la couleur de fruit reste verte après le murissement, elle n'est pas tellement appréciée par les consommateurs par rapport à la variété Kent et son prix de vente est plus bas. La variété Kent est la principale variété d'exportation vers l'Europe et son exportation par voie aérienne commence en avril. Les exportations de mangues Kent par voie maritime commencent fin avril/début mai et durent jusqu'à fin juin. Une fois que les exportations par voie maritime commencent, celles par voie aériennes diminuent et atteignent un volume fixe. Après mi/fin juin, les précipitations augmentent et le risque lié à la mouche des fruits augmente également.

Situation des exportations par voie aérienne vers la France



Evolution des prix d'exportation des mangues à destination de l'Europe par voie maritime

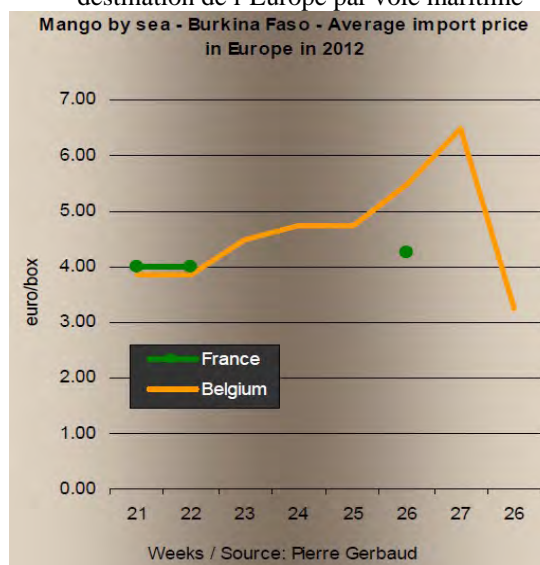


Figure 6.1.2 Situation des exportations du Burkina Faso vers la France (2012) par voie aérienne et maritime

Semaine 11 : 11 mars-, semaine 17 : 22 avril-, semaine 21 : 20 mai-, semaine 26 : 24 Juin-
Source : Fruitrop No.209

2) Marchés des pays méditerranéens et du golfe Persique

Le volume d'exportation de mangues vers les pays méditerranéens et du golfe Persique reste faible, avec 300 tonnes environ et était concentré vers les Emirats Arabes Unis et le Maroc en 2012.

Le Liban était le premier pays importateur parmi ces pays en 2009 et 2010. Cependant, ce pays a interdit l'importation des mangues burkinabè à cause des mouches de fruit (*Ceratitis Cosyra*). Les conditions pour lever l'interdiction sont « la création d'une zone non contaminée et le traitement thermique ». Ainsi, les exportations se sont arrêtées en 2011. Le Ghana aussi a dû arrêter les exportations vers le Liban. Cependant, le Ghana a pu établir 15 fermes reconnues comme zones non contaminées, et après négociation avec le Liban, il a pu recommencer les exportations.

Tableau 6.1.4 Exportation des mangues du Burkina Faso vers les pays méditerranéens et du golfe Persique (2009 à 2012)

	Volume d'exportation (tonne)				Valeur d'exportation (million de FCFA)			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Emirats Arabes Unis	0,0	0,0	0,0	180,0	0,0	0,0	0,0	4,1
Kuweit	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	5,7
Jordanie	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0
Liban	220,0	180,0	0,0	0,0	6,3	4,5	0,0	0,0
Maroc	147,8	63,4	96,0	140,2	81,1	39,5	62,7	32,8
Libye	3,0	0,0	0,0	9,5	1,4	0,0	0,0	5,4
Total	371	243	96	333	88,8	43,9	63,0	48,0

804501000 MANGUES, FRAICHES OU SECHES
Source : Statistiques de la douane du Burkina Faso

NB : Les statistiques de la douane du Burkina Faso ne séparent pas mangues fraîches et séchées dans les statistiques d'exportation. Selon des entretiens menés par l'équipe d'étude auprès de parties prenantes, il n'y a pas d'exemples d'exportations en grandes quantités de mangues séchées vers les pays méditerranéens et du golfe Persique, les valeurs du tableau ci-avant peuvent donc être considérées celles des exportations des fruits frais.

3) Marchés dans les pays de la sous-région

Dans la sous-région, le Niger et le Ghana sont les principaux destinataires des exportations des mangues burkinabè. Selon un commerçant nigérien venant acheter des mangues à Bobo-Dioulasso, une partie des mangues exportées vers le Niger est commercialisée en Algérie. Au Ghana, les mangues fraîches burkinabè sont vendues pour des fruits frais découpés destinés à l'exportation ou aux transformateurs en mangue séchée.

Le volume d'exportation vers la Côte d'Ivoire est très faible selon les statistiques de la douane. Les volumes d'exportation d'autres produits (tel que l'oignon) vers ce pays étant trop faibles, il est possible que ces données ne soient pas fiables.

Tableau 6.1.5 Exportation des mangues du Burkina Faso vers les pays voisins (2009-2012)

	Volume d'exportation (tonne)				Valeur d'exportation (million de FCFA)			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Niger	1 989,0	1 989,0	2 808,0	2 574,0	22,3	17,0	23,0	21,1
Ghana	21,6	420,6	932,0	613,0	114,2	15,7	42,4	38,9
Côte d'Ivoire	0,0	169,0	9,5	29,3	0,0	88,4	1,5	91,4
Gabon	0,0	0,0	0,0	4,4	0,0	0,0	0,0	0,6
Total	2 010,6	2 578,5	3 749,5	3 220,7	136,5	121,1	67,0	152,1

MANGUES,

Source : Statistiques de la douane du Burkina Faso

Les données sur les volumes de distribution et de production étant indisponibles, il n'est pas possible d'observer quantitativement les volumes acheminés vers les marchés à l'intérieur du pays.

4) Evolution des importations des mangues des pays européens, des pays méditerranéens et du golfe Persique

Comme détaillées dans le tableau ci-dessous, les importations par les pays européens, méditerranéens, du golfe persique et de la Fédération de Russie sont devenues 1,3 fois supérieures entre 2007 et 2011. L'augmentation des importations en volume pour l'UE et les pays du golfe persique devrait continuer.

Tableau 6.1.6 Evolution des importations des mangues des pays européens, méditerranéens et du golfe Persique

	2007	2008	2009	2010	2011	2007=>2011
UE-27	226 292	244 256	213 796	244 480	275 749	122%
Autres pays de l'Europe de l'Ouest	9 787	11 508	10 671	13 398	14 731	151%
Autres pays de l'Europe de l'Est	740	840	624	899	1 064	144%
Fédération de Russie	4 517	6 123	4 480	7 416	7 488	166%
Pays méditerranéens	6 877	5 640	4 819	6 294	7 515	109%
Pays du golfe Persique	74 222	65 317	79 053	101 344	113 645	153%
Total	324 442	335 692	315 452	375 841	422 203	130%

[Unité : tonne]

Autres pays de l'Europe de l'Ouest : Suisse, Norvège, Islande

Autres pays de l'Europe de l'Est : Ukraine, Croatie, Belarus

Pays méditerranéens: Palestine, Liban, Maroc, Jordanie, Turquie

Pays du golfe Persique : Arabie Saoudite, Oman, Iran, Bahreïn, Qatar, Kuwait

Source :EUROSTAT, COMTRADE (Fruitrop No. 209)

(2) Mangue séchée

Les mangues séchées sont destinées essentiellement aux marchés des pays européens (la Suisse, la

France ou l'Allemagne). Ces mangues ne sont pas séchées avec du sirop comme celles séchées en Thaïlande et aux Philippines, mais la majorité est transformée et exportée sans sucre ajouté et sans conservateurs, et est certifiée bio, ce qui constitue leur principale caractéristique. Seule une toute petite partie est vendue à Ouagadougou ou à Abidjan. Les mangues séchées sont exportées à une entreprise Sud-africaine grâce à l'appui d'un projet financé par la Banque Mondiale (PAFASP).

Les mangues séchées biologiques du Burkina Faso sont commercialisées dans des boutiques de commerce équitable ou de produits biologiques, qui constituent des débouchés stables, comme Claro (Suisse), Oxfam (Belgique), Solidar' Monde (France), EZA (Autriche), GEPA et RAPUNZEL Naturkost (Allemagne), etc.

Dans la plupart des cas, comme les données de la douane ne font pas de distinction entre les mangues fraîches et séchées, le volume d'exportation des mangues séchées par marché est inconnu. Selon le rapport de l'étude de l'Institut Royal des Tropiques (KIT)¹ réalisée en 2008-2009, les volumes d'exportation des mangues séchées étaient de 608 tonnes en 2007, 489 tonnes en 2008 et 206 tonnes en 2009. De plus, selon un document des Professionnels de la Transformation de la Manguerie au Burkina (PTRAMAB) synthétisant les exportations des principaux exportateurs, le volume d'exportation atteignait 426 tonnes en 2011, mais tous les exportateurs n'appartiennent pas à la PTRAMAB, et il est possible que ce volume inclue des mangues séchées au Mali.

Si on suppose que le taux de rendement des mangues séchées est de 5%² et le volume d'exportation de 300 tonnes, on obtient l'équivalent de 6 000 tonnes de fruits frais, ce qui est supérieur au volume d'exportation des mangues fraîches vers les pays de l'Europe.

1) Demande du marché européen pour les mangues séchées

Le volume de mangues séchées importées en Europe est estimé à 3 400 tonnes annuelles, au même niveau qu'en 2005. En 2012, le Royaume-Uni représentait 43%, l'Allemagne 14%, la Suisse 8%, la France 6% et les Pays Bas 5% des importations. Le plus gros importateur européen, le Royaume-Uni, utilise principalement les mangues séchées pour les flocons de céréales. Si la qualité était améliorée en Allemagne, la consommation d'en-cas à base de mangues pourrait augmenter.³

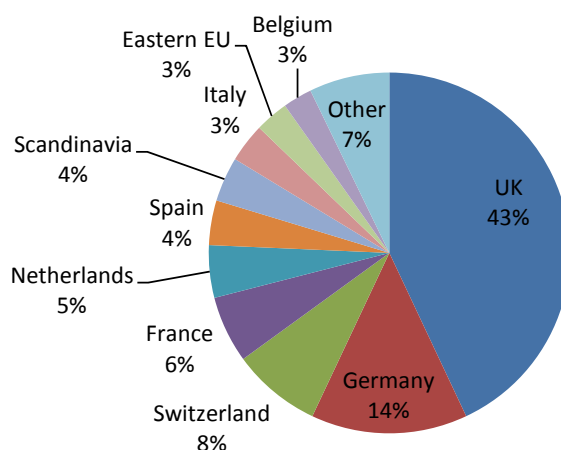


Figure 6.1.3 Importations de mangues séchées en Europe (2012)

Source :The EU market for dried mangoes, Aug. 2014, CBI

La demande en mangues séchées des marchés des pays européens est couverte à moitié (50%) par les mangues produites en Afrique du Sud, environ 35% proviennent de Thaïlande ou des Philippines

¹ Affaire juteuse ou déception amère : quel est l'avenir des produits dérivés de la mangue au Burkina Faso et au Mali ? (2011), Institut Royal des Tropiques (KIT)

² Le taux de rendement diffère en fonction des variétés. Ainsi, il est 6,7% pour la variété Amélie (15kg de fruits donnent 1kg de produits séchés), 4,5% pour la variété Brooks (22kgs de fruits frais donnent 1kg de produits séchés)

³The EU market for dried mangoes, Aug. 2014, CBI

et environ 15% du Mali⁴. Il est estimé qu'environ 10 à 20% des mangues séchées sont des produits bio exportés par l'Afrique du Sud, le Burkina Faso et le Mali. Celles de la Thaïlande et des Philippines sont des produits avec sucre ajouté.

Les mangues séchées sont produites à plus grande échelle en Afrique du Sud qu'au Burkina Faso et les techniques de séchage sont plus avancées. La production des mangues séchées au Mali a commencé avec l'introduction des mêmes techniques que celles introduites au Burkina auprès des groupements de producteurs, par l'ONG Helvetas en 2003. Après, un exportateur burkinabè à capitaux suisses « Gebana Africa SARL » a aidé les producteurs maliens pour augmenter la production étant donné que les exportations vers les pays européens évoluaient bien. Ces produits maliens n'étaient pas exportés directement du Mali vers les pays européens en 2008/2009 mais passaient par l'exportateur burkinabè.

(3) Purée et jus (nectar)

L'usine de transformation moderne de l'entreprise DAFANI S.A. située à Orodara, l'un des principaux lieux de production des mangues est l'unique usine industrielle du pays, et possède des lignes de production en purée et en jus (usine installée en 2007). Même si un rapport d'étude de KIT⁵ précise qu'il existe 7 entreprises de transformation de mangue du niveau artisanal ou semi industriel en 2008/2009, aucune entreprise fonctionnant encore n'a pu être observée.

Le tableau suivant montre les exportations du jus de mangue entre 2009 et 2012, selon les données statistiques de la douane, mais elles sont très limitées. Même si les données sur la production/commercialisation de l'entreprise DAFANI S.A. de ces dernières années restent inconnues, l'exportation reste limitée, comme le présente le tableau suivant. Le jus (nectar) de DAFANI S.A est largement commercialisé dans le pays.

Tableau 6.1.7 Exportations du jus de mangue du Burkina Faso

	Volume d'exportation (tonne)				Valeur d'exportation (million de FCFA)			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Côte d'Ivoire	27,5	0,0	0,0	33,5	13,9	0,0	0,0	18,4
Niger	24,4	0,0	0,0	9,0	12,0	0,0	0,0	3,6
Royaume Uni	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Benin	11,4	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	0,0	0,0
Allemagne	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0
Mali	7,7	0,3	0,0	0,0	4,1	1,5	0,0	0,0
Total	71,0	0,3	1,7	42,5	36,3	1,5	0,8	22,1

2009803000 JUS DE MANGUES, NON FERMENTES, SANS ADDITION D'ALCOOL, AVEC OU SANS ADDITION DE SUCRE

Source : Statistiques de la douane du Burkina Faso

Comme le montre le tableau suivant le volume d'importation du jus de mangue est supérieur aux exportations.

⁴ Affaire juteuse ou déception amère : quel est l'avenir des produits dérivés de la mangue au Burkina Faso et au Mali ? (2011), Institut Royal des Tropiques (KIT)

⁵ Affaire juteuse ou déception amère : quel est l'avenir des produits dérivés de la mangue au Burkina Faso et au Mali ? (2011), Institut Royal des Tropiques (KIT)

Tableau 6.1.8 Importations du jus de mangue du Burkina Faso

	Volume d'exportation (tonne)				Valeur d'exportation (million de FCFA)			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Ghana	0,0	0,0	170,4	163,6	0,0	0,0	25,9	24,1
Bangladesh	0,0	4,3	100,0	38,8	0,0	1,0	19,5	7,8
Egypte	3,9	3,8	0,0	12,9	0,5	1,1	0,0	1,6
Côte d'Ivoire	4,8	0,0	0,0	12,8	0,9	0,0	0,0	1,3
Emirats Arabes Unis	0,0	0,0	6,2	7,4	0,0	0,0	1,5	0,9
Chine	0,0	0,0	12,6	4,0	0,0	0,0	1,4	0,9
Autres pays	12,1	75,0	52,2	1,2	3,3	19,7	13,4	0,5
Total	20,8	83,2	341,4	240,7	4,7	21,8	61,7	37,2

2009803000 JUS DE MANGUES, NON FERMENTES,SANS ADDITION D'ALCOOL, AVEC OU SANS ADDITION DE SUCRE

Source : Statistiques de la douane du Burkina Faso

(4) Autres produits de transformation

Il n'existe pas d'entreprise produisant les fruits IQF surgelés ou d'autres fruits frais découpés destinés à l'exportation au Burkina Faso. Cependant, il existe une entreprise exportant des fruits frais découpés au Ghana (Blue Skies) qui utilise les mangues burkinabè.

6.1.2 Culture et production

(1) Volume de production et lieux de production

Plusieurs estimations sont avancées pour la production des mangues. En effet, le volume de production varie selon les sources : 120 000 tonnes (PAFASP), 13 154 tonnes (FAO en 2011), 150 000 tonnes (SNE du MICA) ou 333 145 tonnes (MASA). Le PAFASP estime le volume de production des variétés destinées à l'exportation (les manguiers greffés) entre 25 000 et 50 000 tonnes⁶.

Le tableau suivant montre les volumes de production mentionnés dans le document établi par le MARHASA «Situation de référence des principales filières agricoles au Burkina Faso, version finale (avril 2013) ».

Tableau 6.1.9 Production de mangues

Année	Production (tonne)
2008	115 730
2009	160 000
2010	243 286
2011	260 800

Source : 2011. DGPER. Stat

Selon les documents du MARHASA, la superficie de culture de la mangue est de 35 221 ha⁷, ce qui correspond à environ 25% de la superficie totale de la culture des arbres fruitiers. Il est également estimé qu'il est possible de récolter 97,8kg de mangue en moyenne par manguiers⁸.

La partie sud-ouest du pays produit plus de mangue et sa part dans la production atteint 70 à 80%. C'est la province de Kéné Dougou qui est en tête suivie de Houet, de la Comoé, de la Léraba et de Sanguié.

⁶ <http://www.pafasp.org/mangue>

⁷ Tableau 7: Superficie en ha des espèces fruitières au niveau national, Rapport d'analyse du module arboriculture DPSAA juin 2011

⁸Rapport d'analyse du module arboriculture DPSAA juin 2011



Figure 6.1.4 Principales zones de production de la mangue

(2) Variétés cultivées

Il existe environ 30 variétés au Burkina Faso parmi les quelles, 6 (Amélie, Kent, Keitt, Lippens, Springfields, Brooks) sont les principales commercialisées. Les parts occupées de ces variétés sont : 30% pour Amélie, 20% pour Kent, 10% pour Keitt, 10% pour Lippens, 5% pour Springfields, 20% pour Brooks et 5% pour les autres variétés. Les parts diffèrent d'une région à l'autre. Les variétés Amélie, Kent et Keitt sont destinées aux exportations vers les pays de l'Europe tandis que les variétés Amélie, Lippens et Brooks sont utilisées pour le séchage. Les périodes de récolte varient en fonction des variétés, la période de la mangue est longue (de février à août). La période de pointe de la récolte se situe entre avril et juin.

Tableau 6.1.10 Période de récolte des différentes variétés de mangue

	fév	mars	avril	mai	juin	juil	août
Amélie							
Kent							
Keitt							
Brooks							
Valencia							

Source : Le Guide d'exportation de la mangue Fraîche du Burkina Faso, PAFASP

(3) Producteurs et modes de culture

La mangue est surtout produite sur de nombreux petits vergers. Les producteurs de la mangue peuvent être classés en 3 catégories⁹ :

Les petits producteurs: Ils représentent la majorité des producteurs et produisent des variétés locales auxquelles ils n'apportent pas de soin particulier.

Les producteurs moyens: Ce sont les principaux fournisseurs de mangues d'exportation et des transformateurs de mangue séchée. Ils ont des plantations de deux à trois hectares de variétés souvent commerciales. Ils adhèrent aux organisations de producteurs, ce qui leur permet de bénéficier des formations et des appuis techniques pour améliorer leur système d'exploitation et bénéficier des certificats commerciaux (Flocert, GlobalGAP etc.).

⁹ Page web du PAFASP

Les producteurs de grande taille: Ce sont les entreprises qui pratiquent une culture à but commercial.

Selon les estimations, 80% des vergers produisent en monoculture et le reste mélangé¹⁰. Souvent, des céréales sont plantées avec les manguiers, suivies de légumineuses et de cultures de rente¹¹. Dans la plupart des cas, les petits producteurs délaissent leurs vergers (plutôt pour la collecte) et le nombre de vergers bien entretenus est donc limité.

Environ 20% des fruits ont une qualité satisfaisante pour l'exportation en général. Dans le cas de l'UPPFL/CO, qui fournit des mangues pour l'exportation à l'entreprise Fruiteq, environ 10% des fruits récoltés peuvent être exportés vers l'Europe (haute qualité), 20% sont destinés aux marchés locaux ou au séchage (qualité moyenne) et le reste (70%) est bas de gamme et destiné aux marchés locaux¹². Quant aux prix producteurs, les fruits de haute qualité coutent 3 ou 4 fois plus cher que les fruits de mauvaise qualité (100 à 120 FCFA/kg), ceux de qualité moyenne coutent de 40 à 50 FCFA/kg et ceux de mauvaise qualité de 20 à 30 FCFA/kg. L'entreprise Durabilis exportant des mangues du Pérou, estime que par rapport au Pérou, le rendement est plus faible au Burkina Faso et le volume d'exportation par rapport à la production est faible.

Les mangues pour les exportations sont récoltées à l'aide d'un outil (perche sur laquelle un couteau est fixé au bout) pour ne pas abimer les fruits. Quant aux autres mangues, elles sont récoltées de façon traditionnelle en les faisant tomber avec une branche (bâton) longue.

(4) Problèmes de culture

Les dégâts causés par les mouches des fruits (*Bactrocera invadens* (*Diptera tephritidae*) venue de l'Asie et *Ceratitis capitata* existante) et les microbes (*Xanthomonas campestris* pv. *Mangiferaeindicae*) sont les problèmes les plus importants de la culture.

La mouche d'espèce *Bactrocera invadens* est arrivée en Afrique par l'Asie vers 2003/2004 et cause des dégâts importants aux mangues fraîches et séchées du Burkina Faso et des pays voisins. Les exportations vers les pays de l'Europe sont arrêtées vers mi/fin-juin, avant que la mouche des fruits n'arrive avec la saison pluvieuse, ne cause des dégâts et des pertes. Quant au séchage de la mangue, environ 30 à 50% des mangues de variété Brooks, récoltée tardivement, ne peuvent pas être utilisées.

Si l'existence de la mouche est détectée au niveau des ports ou des aéroports européens, c'est le contenu entier du conteneur qui est détruit. 5 à 6 conteneurs de mangues burkinabè par an sont détruits (selon des entretiens avec la DPVC). Le montant de la perte est considérable et s'élèverait à 30 000 euros par conteneur. Au nord du Ghana, pays voisin du Burkina Faso, l'entreprise Integrated Tamale Fruit Company a été créée en 1999 dans l'objectif d'exporter des mangues fraîches, mais a subi des pertes considérables à cause de la mouche des fruits. Cette entreprise a jugé le risque trop important et arrêté l'exportation de mangues fraîches en 2010 pour se tourner vers la transformation et l'exportation de mangues séchées.

Comme le montre le tableau suivant, la mouche a été détectée 93 fois en 2012 et le plus fréquemment en juin-juillet.

¹⁰ Tableau 10: Proportion de la superficie des vergers par type d'association, ECONOMIE DE L'ARBORICULTURE FRUITIERE, RECENSEMENT GENERAL DE L'AGRICULTURE (RGA), 2006-2010

¹¹ Rapport d'analyse du module arboriculture DPSAA juin 2011

¹² Rapid Impact Evaluation, Fruiteq - Burkina Faso, Root Capital, March 2013

Tableau 6.1.11 Nombre d'interceptions pour cause de la mouche des fruits relevées en Europe par pays de provenance

Origins	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Total
Cote d'Ivoire					3	12	18	1	34
Mali						3	11	1	15
Burkina Faso						3	8		11
Ghana	3	1	4	10	8	2			28
Senegal							1	1	2
Togo					1	1			2
Gambia							1		1
Total	3	1	4	10	12	21	39	3	93

Source : ECOWAS-TEN Value Chains Newsletter - Mango Newsfeed (Oct 2012)

La réduction des dégâts liés à la mouche des fruits est un sujet important pour la promotion des exportations, mais il est difficile à résoudre et nécessite des mesures sur le long terme et dans une large zone incluant les pays voisins. Au Burkina Faso, toutes les mesures prises contre la mouche des fruits sont mises en œuvre par le PAFASP, financé par la Banque Mondiale. Le PAFASP a pris en charge à 90% l'introduction de pièges à phéromones SUCCESS APPAT (appât à mouches des fruits GF12O)¹³ via un système de subventions et mise en œuvre des mesures contre la mouche des fruits pendant les travaux de récolte (amélioration de la gestion de l'hygiène des vergers) en tant que projets pilotes pour réduire les dégâts liés à la mouche des fruits. Il est souhaitable que les subventions à l'achat du matériel de prévention comme SUCCESS APPAT et les mesures de préventions continuent à être mises en œuvre et soient étendues dans le futur.

La création de zones exemptes de mouches des fruits, l'introduction de techniques/d'infrastructures de traitement à chaleur et des accords bilatéraux sont les conditions nécessaires à la levée des interdictions d'importations liées à la mouche des fruits. Cependant, dans les zones de production de la mangue au Burkina Faso, des manguiers sont laissés à l'abandon. Certaines zones de production de la mangue au Burkina Faso sont proches (connexes) des zones de production au Mali, ce qui rend la création de zones exemptes de mouches des fruits difficile. La DPVC est la structure officielle de contrôle phytosanitaire, mais elle ne dispose pour le moment pas de département consacré à la recherche ni, d'équipement et de ressources humaines nécessaires.

6.1.3 Traitement post-récolte/transformation

(1) Exportations des mangues fraîches vers l'Europe

1) Méthode de récolte et de collecte

L'obtention du certificat Global GAP est indispensable pour les exportations vers les pays européens et les exportateurs forment un réseau avec les producteurs/groupements des producteurs. Par exemple, Fruiteq, qui exporte essentiellement les mangues bios et les mangues certifiées commerce équitable dépend des mangues collectées par l'Union Paysanne des Producteurs de Fruits et Légumes de la Comoé (UPPFL/CO) et l'UPFLB.

Le processus et la méthode sont fixés (pour le jugement du murissement, le traitement du liquide sortant de la tige du fruit ou du remplissage dans les cartons) afin d'assurer la qualité et nécessitent une main d'œuvre importante, du matériel et des camions. Ce sont donc les exportateurs qui arrangent et exécutent ces travaux. Les producteurs ne s'occupent pas de la récolte. L'entreprise STGF/Durabilis emploie la main d'œuvre directement et l'entreprise Fruiteq sous-traite ces travaux

¹³ Pesticide développé par Dow AgroSciences, incluant un piège à phéromones et un insecticide 'Spinosad). Il attire les femelles mouches et les élimine, les empêchant de pondre. Son efficacité est reconnue dans plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest et le Sahélian Pesticide Committee (CSP) a autorisé son utilisation pour les mangues. L'UE a également reconnu son utilisation conforme à la culture biologique.

de récolte. Cette dernière achète uniquement les mangues satisfaisantes et rend le reste aux sous-traitants qui les vendent dans le pays ou dans les pays voisins.

**Récolte des mangues pour les exportations vers l'Europe
(ferme certifiée Global Gap de la SGTF/DURABILIS)**



2) Unités de conditionnement

Les unités de conditionnement ont une importance capitale pour les exportations vers les pays européens. 3 entreprises situées à Bobo-Dioulasso, SGTF/Durabilis, Fruiteq et Ranch du Koba possèdent de grandes unités de conditionnement. Ayant des unités dans les autres pays, Durabilis et Fruiteq ont des capacités suffisantes et possèdent le certificat Global GAP. Ces 3 entreprises sont à la fois exportatrices et conditionneuses, et elles fournissent le service de conditionnement aux autres exportateurs. Les unités de conditionnement de l'entreprise Ranch du Koba ont été réhabilitées avec un appui du projet PAFASP, mais les travaux ont pris du retard et l'infrastructure n'a pas pu être mise en service en 2013 et 2014. Elle devrait être mise en service en avril 2015. Ces 3 unités ont des capacités totales de traitement de 18 tonnes par heure, qui sont largement supérieures au volume annuel des exportations du pays évalué à 3 000 tonnes.

Tableau 6.1.12 Entreprises possédant les unités de conditionnement des mangues ainsi que leur siège et capacité de traitement

Entreprise	Siège	Capacité de traitement	Autres
SGTF/Durabilis	Bobo-Dioulasso	8 tonnes/heure	C'est l'Etat qui possède les unités (Banque Mondiale) mais elles sont gérées par Durabilis NV (entreprise belge) qui possède 70% des capitaux de SGTF depuis mars 2011. Possède une structure d'approvisionnement mangues toute l'année vers les marchés européens par le Burkina Faso, le Pérou ou le Mali.
Ranch du Koba	Bobo-Dioulasso	5 tonnes/heure (après la réhabilitation)	Les unités de conditionnement ont été réhabilitées avec un appui du projet PAFASP, mais les travaux ont pris du retard et l'infrastructure n'a pas pu être mise en service en 2013 et 2014. Elle devrait être mise en service en avril 2015. C'est une entreprise burkinabè.
Fruiteq	Bobo-Dioulasso	5 tonnes/heure	Possède des unités de conditionnement également au Mali et en Côte d'Ivoire et traite principalement des mangues organiques et certifiées commerce équitable.

* Selon l'interview de l'APEMAB (association des exportateurs) pour la capacité de traitement.

Les mangues exportées par avion sont embarquées à l'aéroport de Ouagadougou. La quantité exportée par chaque entreprise étant limitée, les exportateurs effectuent le conditionnement dans leurs magasins respectifs.

Quant aux exportations maritimes, les mangues sont transportées par conteneurs frigorifiques des unités de conditionnement ci-dessus jusqu'au port d'Abidjan. L'entreprise SDV (une filiale de Bollre Africa Logistics qui gère le terminal des conteneurs du port d'Abidjan) fournit un service de

transport et de dédouanement.

3) Tri/conditionnement/gestion de la qualité

Le conditionnement type comprend la gestion du degré de murissement, le nettoyage, le tri, le calibrage, l'emballage et le stockage au frais.

Conditionnement des mangues fraîches destinées aux marchés européens dans une grande unité de conditionnement (SGTF/DURABILIS)



4) Exportateurs des mangues

L'Association Professionnelle des Exportateurs de la Mangue du Burkina (APEMAB), créée sous l'initiative du PAFASP en tant qu'organisation des exportateurs, comprend 24 entreprises/associations d'exportation adhérentes à la date de fin août 2013. Mais il n'existe pas de liste couvrant tous les exportateurs ni les données des exportations de chaque exportateur. L'introduction d'un système d'inscription des exportateurs étant prévue par les pays européens, il sera plus facile de saisir les informations sur les exportateurs après l'introduction de celui-ci.

Les 7 entreprises suivantes possèdent le certificat « ECOCERT » pour la mangue fraîche à la fin août 2013.

Tableau 6.1.13 Entreprises possédant le certificat « ECOCERT » pour la mangue fraîche

Agro Burkina, Association Ton, Burkinature SARL, Coopake (COOPERATIVE AGRICOLE DE KENEDOUGOU), GIE Naffa, SANLE (Groupement Mixte Sanlé Séchage des Fruits et Légumes), Wouol de Beregadougou

Source : List of Ecocert SA certified products and operators in Third Countries according to EU regulation 834/2007 or Ecocert Organic Standard (EOS), As of 30/08/2013

5) Fabricants des matériaux d'emballage

L'entreprise SONACEB (Société Nationale de Cartons et d'Emballages du Burkina) située à Bobo-Dioulasso fabrique des cartons¹⁴ dédiés à la mangue.

6) Global GAP, organisation de certification bio

ECOCERT Burkina Faso fournit un service de certification pour Global GAP, la certification bio et ECOCERT commerce équitable (Fairtrade) avec 10 employés permanents dont un inspecteur JAS bio.

En plus d'ECOCERT Burkina Faso, TÜV NORD INTEGRA (Belgique), ICEA (Italie) et LACON (Allemagne) sont présentes au Burkina Faso, mais n'ont pas de bureau permanent et fonctionnent avec des inspecteurs présents localement. INTEGRA avait la plus grande part de marché jusqu'à 2011 mais a été dépassé par ECOCERT Burkina Faso (en 2013).

La certification biologique pour les mangues séchées est principalement effectuée par CERTISYS (Belgique) et ECOCERT en 2014. 90% des certificats biologiques sont obtenus par des exportateurs. Un certificat couvre tous les maillons de la filière de la production jusqu'à l'exportation.

(2) Exportations des mangues fraîches vers les pays méditerranéens et du golfe Persique

Les exportations vers ces pays restent marginales, avec environ 300 tonnes par an, la plupart exportée vers les Emirats Arabes Unis (par voie aérienne) et le Maroc (par voie terrestre avec des camions réfrigérés). Les exportations vers le Maroc sont assurées par un groupe d'exportateurs qui utilise les mêmes emballages que ceux destinés à l'Europe.

(3) Commercialisation des mangues fraîches dans les pays voisins et à l'intérieur du pays

Les exportations vers le Niger sont largement dominantes. Il s'agit d'un commerce pratiqué depuis longtemps et les commerçants nigériens viennent acheter les mangues sur les lieux de production avec des camions. Au Niger, les mangues sont vendues sur les marchés urbains. Une partie des mangues passe par le Niger et sont commercialisées au Nord de l'Algérie. Les mangues exportées au Ghana sont celles qui n'ont pas été exportées en Europe et sont essentiellement destinées à être découpées et consommées fraîches ou au séchage.

Les mangues destinées aux marchés nationaux et nigériens sont collectées par les collecteurs locaux comme pour les autres produits agricoles. Les fruits sont regroupés au marché des fruits et légumes de Bobo-Dioulasso (aménagé par le PAFASP) ou au bord de la route et sont transportés dans des cartons de seconde main ou des sacs embarqués sur des camions. Les travaux de manutention sont peu soignés et les emballages ne protègent pas les fruits. Comme les prix sont bas, surtout au point culminant de la récolte et les lieux de production sont saturés par les mangues, les gens ne font pas attention aux dégâts sur les fruits.

Le PAFASP a prévu d'aménager des infrastructures similaires à Orodara et Banfora. Il est préférable d'utiliser des palettes en bois ou en plastique pour le conditionnement, mais le bois et le plastique sont importés au Burkina Faso et chers, ce qui rend donc leur utilisation très compliquée.

¹⁴Filiale de l'entreprise française Rossmann Group qui possède des unités de cartons en Côte d'Ivoire (SONACO) et au Ghana (SONAPACK).

**Regroupement et emballage des mangues destinées aux marchés nigériens et nationaux
(marché des fruits et légumes de Bobo-Dioulasso)**



Les mangues sont vendues au Ghana en tant que matière première pour la transformation. Les entreprises de transformation ghanéennes recherchent des mangues produites dans des vergers certifiés Global GAP, et de nombreuses mangues ne pouvant pas être exportées en Europe et triées dans de grandes infrastructures de tri sont exportées au Ghana. Des entreprises burkinabè fixes envoient et commercialisent ces mangues et ont donc réussi à obtenir un accord commercial stable. Etant donné que les exportations vers le Ghana sont dynamiques, si les exportations vers l'Europe augmentent, les exportations vers le Ghana devraient également augmenter.

(4) Production et exportation des mangues séchées

1) Sécheurs/exportateurs

De nombreuses petites entreprises (essentiellement individuelles) produisent des mangues séchées destinées principalement à l'Europe. Le séchage est artisanal, réalisé avec des séchoirs à gaz butane appelés ATESTA. Toutefois, il ne s'agit plus de la phase d'introduction, le séchage est devenu une industrie de production. Selon un rapport d'étude montrant la situation en 2008/2009¹⁵, il existe environ 60 entreprises¹⁶ qui ont une capacité de fabrication de 1 à 35 tonnes (produit final et par an). Toutefois, la moitié de ces entreprises ont une capacité située entre 6 et 10 tonnes par an. Elles possèdent environ 400 sécheurs et leur capacité de production (totale de l'ensemble des entreprises) est estimée à environ 640 tonnes. La situation actuelle de ces entreprises n'est pas connue, mais le représentant de la PTRAMAB estime de 40 à 50 le nombre d'entreprises qui travaillent réellement dans la mangue séchée. Il y a également des unités de transformation de coopératives agricoles et de groupements, mais leur envergure et leur gestion n'est pas différente de celle des entrepreneurs individuels. Il y a également des entrepreneurs individuels utilisant le terme de groupement pour leur entreprise.

Pour la campagne de récolte 2014, la première entreprise de niveau industriel de transformation à grande échelle de mangue séché a lancé ses activités. Cette entreprise, qui exporte des mangues fraîches, a installé dans ses infrastructures de tri, des infrastructures de séchage. Les séchoirs et tout l'équipement de transformation est de fabrication sud-africaine. L'entreprise possède 5 séchoirs et à pleine capacité, elle vise une production annuelle de 100 tonnes.

Parmi les 24 exportateurs/organisations appartenant à l'APEMAB, 8 exportent réellement les mangues séchées selon l'étude conduite par l'équipe d'étude. Il y a également plusieurs petits transformateurs de mangue séchée qui ne sont pas membres de cette association.

Les exportateurs sont soit indépendants, soit regroupés. Les exportateurs indépendants achètent les produits aux sécheurs et les exportateurs organisés en groupe sont des sécheurs collaborant pour

¹⁵ Affaire juteuse ou déception amère : quel est l'avenir des produits dérivés de la mangue au Burkina Faso et au Mali ? (2011), Institut Royal des Tropiques (KIT)

¹⁶ Beaucoup de sources sur les mangues séchées parlent de 60 entreprises dans le pays. On peut penser qu'il s'agit de nombre d'entreprises lors de la création de la PTRAMAB en 2008.

l'exportation, ce qui peut être qualifié de la commercialisation collective. Ces derniers reçoivent souvent des aides d'ONG.

Tableau 6.1.14 Types des exportateurs des mangues séchées

Exportateur indépendant : exporte les produits en produisant soi-même ou en achetant par les sécheurs.	Gebana Afrique SARL, Burkinature SARL, SANLE Export, etc.
Exportateurs formant un groupe : les sécheurs collaborent ou forme un GIE d'exportation	GIE* Naffa, Wouol etc.

*GIE : Groupement d'intérêt économique (forme de personne morale)

CERTISYS et ECOCERT ont été les entreprises de certification les plus utilisées en 2014 pour la certification biologique des mangues séchées. Les 7 entreprises/organisations suivantes possédaient le certificat ECOCERT en fin août 2013.

Tableau 6.1.15 Entreprises possédant le certificat ECOCERT pour la mangue séchée

Association Ton, Burkinature SARL, Coopake (COOPERATIVE AGRICOLE DE KENEDOUGOU), GIE Naffa, SANLE (Groupement Mixte Sanlé Séchage des Fruits et Légumes), Wouol de beregadougou, Gebana Afrique SARL
--

Source : List of Ecocert SA certified products and operators in Third Countries according to EU regulation 834/2007 or Ecocert Organic Standard (EOS), As of 30/08/2013

Les sécheurs pionniers ont tous reçu des appuis d'ONG. Actuellement, grâce à l'existence d'exportateurs qui ont développé des débouchés eu Europe et qui achètent régulièrement les mangues, il est plus facile d'entrer dans ce domaine du point de vue de la recherche des débouchés. Quant aux investissements initiaux, le projet de la Banque Mondiale PAFASP a apporté un appui financier pour l'aménagement en séchoirs.

2) Variétés pour la transformation et ravitaillement en matière première

3 variétés (Amélie, Lippens et Brooks) dont les périodes de récolte diffèrent, sont utilisées pour continuer le séchage pendant environ 4 à 5 mois (avril-juillet/août). Son prix étant élevé et destiné surtout à l'exportation des fruits frais, la variété Kent n'est pas utilisée pour la transformation. La variété Brooks, dont la période de récolte est tardive ne peut pas être utilisée à cause du problème de la mouche des fruits (les dégâts sont d'environ 30 à 50%), ce qui représente un problème considérable.

Les transformateurs collaborent avec les producteurs/groupements des producteurs pour stabiliser le ravitaillement en matière première.

3) Produits et processus de transformation

Le séchage des mangues a débuté avec le souhait d'exporter vers le marché Suisse. Ainsi, les mangues séchées sans sucre ajouté sont produites afin de répondre aux demandes des pays européens qui exigent les produits « naturels ». Le marché des produits biologiques semble solide et en augmentation. Avec le prix élevé du sucre, il n'existe pas de sécheur qui tente de produire des mangues séchées avec du sucre ajouté comme en Thaïlande ou aux Philippines.

Le processus de transformation est comme suit : murissement, nettoyage, épluchage, découpage, séchage, ajustement des formes et emballage. Des sachets en plastique à scellage thermique de tailles différentes sont utilisés en fonction des exigences des clients (voir l'Annexe pour les détails des travaux de transformation). Ce processus est commun à tous les transformateurs (voir les photos ci-après). Toutefois, il y a une différence d'efficacité, du niveau de la gestion de l'hygiène ou de l'utilisation des sous-produits entre les entreprises.

En ce qui concerne le rendement, on peut obtenir 1 kg de produits pour 15kg de fruits d'Amélie et

22kg de fruits de Brooks.

Unité de transformation et processus de séchage



Tri

Murissement



Bassins de nettoyage

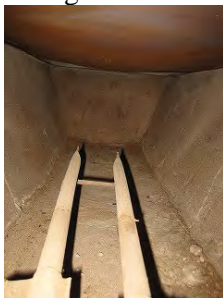
Epluchage

Découpage



Etalage sur la claie

Séchoir à gaz « ATESTA »



Brûleur

Enlèvement des fruits secs

Ajustement de forme



Mise en sac

Chair autour de noix n'est pas utilisée

i) Séchoirs utilisés

A l'exception des séchoirs de fabrication sud-africaine introduits avec la subvention du PAFASP

en 2012 et 2014, tous les séchoirs utilisés au Burkina Faso sont des séchoirs ATESTA, en bois utilisant un brûleur à gaz (sans ventilateur avec une aération naturelle verticale et des claies de séchage en bois). Ce type de séchoir a été introduit en 1995 par une ONG suisse, le Centre Ecologique Albert SCHWEITZER (CEAS)¹⁷.

Le séchoir ATESTA est fabriqué dans le pays par les artisans formés par le CEAS à un prix modeste de 1 à 1,2 millions de FCFA par unité. Il est approprié au pays car il ne nécessite pas d'électricité. Toutefois, la température à l'intérieur du séchoir ATESTA n'étant pas homogène, il est nécessaire d'effectuer une rotation des claies afin d'éviter des irrégularités de couleur et de goût. Il y a aussi des problèmes d'ajustement de température et d'écoulement d'air à l'intérieur ou des risques d'incendie des claies en bois à cause de la mauvaise qualité des brûleurs. De plus, les claies étant en bois, une attention particulière doit être portée à la gestion de l'hygiène. En outre, il n'y a pas de thermomètre, ou ceux-ci sont en panne, ce qui ne permet pas de gérer de façon appropriée la température dans la majorité des séchoirs.

Même 18 ans après l'introduction du séchoir ATESTA, il n'y eu aucune modification apportée ni par les utilisateurs, ni par les artisans formés par le CEAS, ni par les organismes gouvernementaux. Le CEAS, qui a introduit ce séchoir, essaie de l'améliorer mais n'arrive pas à achever le prototype qui était prévu pour fin 2013. Le CEAS ne voulant pas donner d'informations sur le prototype, les améliorations qu'il est en train d'apporter restent inconnues.

La coentreprise d'une entreprise de séchage de mangues sud-africaine et d'une entreprise burkinabè a été créée avec l'appui du projet PAFASP financé par la Banque Mondiale. Ainsi, 4 séchoirs du type conteneur CD1500 (aération horizontale forcée, brûleur à gaz + ventilateur électrique, claies en plastique + bogie, équipé de fonction d'ajustement de température et avec une capacité de production de 240 à 260kg par lot (ce qui correspond à 12 à 13 séchoirs ATESTA) ont été introduits en 2012 et mis en service depuis 2013. Les mangues séchées produites par ces 4 séchoirs sont toutes achetées par l'entreprise sud-africaine (voir l'Annexe pour les détails du séchoir CD1500).

Séchoir à ventilation forcée CD1500 de Dryers for Africa (fabrication sud-africaine)



¹⁷ Le séchoir ATESTA est en général équipé d'une entrée d'air en arrière. Or, celui équipé en devant est appelé "DIARA". Ces deux types de séchoir ayant les mêmes formes et spécification, les séchoirs de ces types (DIARA inclus) sont appelés le séchoir ATESTA dans ce rapport.

ii) Gestion de l'hygiène par les unités de séchage

De nombreuses infrastructures de transformation utilisent des maisons pour leurs activités. Cependant, la répartition des pièces est mauvaise, les installations d'approvisionnement en eau insuffisantes, et ces bâtiments sont donc inadaptés à des infrastructures de transformation alimentaire. En ce qui concerne les mesures contre les risques de contamination et les méthodes de travail, il y a des entreprises utilisant des sandales ou demandant à leurs employés de travailler pieds nus, mais il n'y a par exemple pas d'entreprise où les employés se lavent les pieds avant d'entrer dans l'unité. Il y a donc des points à améliorer en ce qui concerne la prévention des contaminations. En 2014, il n'y avait qu'une entreprise certifiée HACCP.

iii) Utilisation des sous-produits

La plupart des unités de transformation n'utilisent pas la chair du fruit située près de la peau ou du noyau. La chair près du noyau peut être utilisée dans la transformation en purée, puis être séchée, ce qui n'a été mis en œuvre que par l'entreprise de niveau industriel qui a commencé ses activités en 2014. Pour les unités disposant d'espace, les déchets de la mangue peuvent être empilés ou laissés comme tels pour fabriquer du compost.

(5) Production et commercialisation du jus et de la purée

L'entreprise DAFANI S.A. possède des installations modernes qui peuvent être qualifiées d'industrielles à Orodara, où les mangues sont les plus nombreuses au Burkina Faso. Les installations mises en place en 2007 ont une capacité de production de 3 à 5 tonnes de purée/heure et de 25 500 litres/heure de jus (nectar). Sa tentative d'exporter la purée de mangue vers les pays européens en 2008, avec une production d'environ 400 tonnes, a été un échec à cause de la qualité instable et de l'utilisation d'une variété inconnue en Europe (Amélie au lieu de l'Alphonso, produite en Inde, qui est souvent utilisée pour la fabrication de la purée). La société française REFRESCO/Delifruit a réalisé un essai de transformation avec la purée de mangue produite par DAFANI S.A. comme matière première (les informations sur le résultat de cet essai ne sont pas communiquées) en 2009. 4,5 millions de jus en paquet ont été produits en 2008 et commercialisés au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, au Mali et au Ghana¹⁸.

En 2010, DAFANI S.A. a dû interrompre la production suite à des difficultés financières. Le gouvernement est intervenu en 2011 en injectant des capitaux à travers le PAFASP et le Programme de restructuration et de mise à niveau des entreprises en difficulté. Ainsi, l'Etat et le secteur privé (Ecobank etc.) détiennent respectivement 42% et 58% des actions. Après cette intervention DAFANI S.A. a pu reprendre ses activités en avril 2011¹⁹.

Même si les données sur les résultats de la production ou de la commercialisation de ces dernières années n'ont pas été obtenues, celles mentionnées à la page web de cette société sont les suivantes (août 2013).

- (a) Production de 3 types de purée (conventionnelle, biologique et équitable) stérilisée. La capacité de production est de 2,5 tonnes par heure.

¹⁸ L'AMELIORATION DES PERFORMANCES DE LA FILIERE DES PRODUITS TRANSFORMES DE LA MANGUE AU BURKINA FASO ET AU MALI (Février 2009), KIT/WB/OCDA/PAFASP/EU

¹⁹ MICA, article de journal (<http://www.commerce.gov.bf/index.php/quotidien/39-agenda/82-unite-industrielle-ldafani-r>), Le MICA au contact du fer de lance de la filière fruitière «DAFANI» au Burkina Faso, 11 FÉVRIER 2013)

Installations de fabrication de purée



Source : page web de DAFANI S.A.

- (b) Production de 4 types de nectar (mangue, orange, mélange d'orange et de mangue, mélange de mangue, d'ananas et de fruit de la Passion). La capacité de production est de 3000 litres par heure.

Installations de fabrication de nectar et produits fabriqués



Source : page web de DAFANI S.A.

- (c) Les matières premières sont fournies par environ 400 producteurs contractuels de 4 provinces de proximité (Kéné Dougou, Léraba, Houet et Comoé) dont la capacité de collecte journalière atteint 50 tonnes.

6.1.4 Chaîne de valeur

(1) Chaîne de commerce

La figure suivante montre le schéma de la chaîne commerciale.

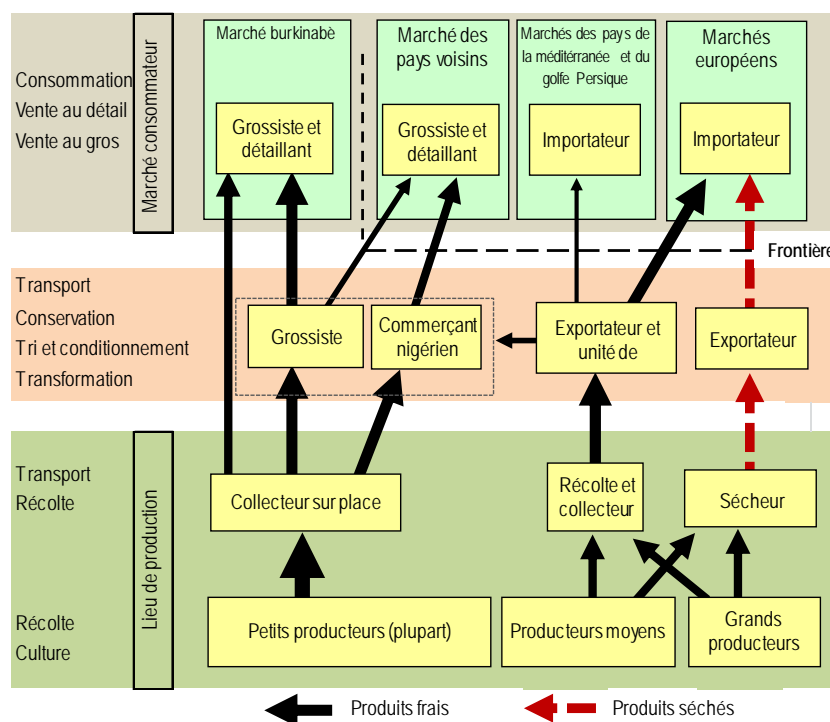


Figure 6.1.5 Chaîne commerciale de la mangue (fraîche et séchée)

Les activités et les rôles des principaux acteurs sont mentionnés aux points 6.1.2 Culture et production et 6.1.3 Traitement post-récolte/transformation. Les chaînes de valeur diffèrent selon les types de produits (frais ou séché) ou les marchés visés. Les caractéristiques de chaque chaîne sont les suivantes.

- Pour les exportations de fruits frais vers l'Europe, la chaîne de valeur est formée sous l'initiative d'exportateurs d'une manière verticale afin d'obtenir la certification Global GAP, ainsi que du point de vue de la gestion de la qualité et du conditionnement. Les petits producteurs sont organisés pour les exportations. Le fait que les producteurs n'effectuent pas la récolte constitue une particularité.
- Pour les exportations des fruits frais vers le Niger et la distribution sur les marchés nationaux, pour lesquels la gestion de la qualité n'est pas exigeante, ce sont les collecteurs et les exportateurs qui assurent l'acheminement des produits. Les producteurs et les exportateurs/collecteurs ne sont pas liés par des contrats fixes. Ce sont souvent les commerçants nigériens qui viennent acheter les mangues.
- Les exportateurs représentent 90% des certificats de transformation biologiques pour la mangue séchée, et comme pour les exportations de fruits frais vers l'Europe, la chaîne de valeur est formée sous l'initiative d'exportateurs d'une manière verticale. Les exportateurs avancent des fonds aux unités de transformation pour qu'elles se procurent la matière première et leur fournissent le matériel de conditionnement. Pour assurer la stabilité de l'approvisionnement en matière première, certains transformateurs et producteurs sont liés par contrat. Des transformateurs exportent collectivement en formant des Groupements d'Intérêts Economiques (GIE).

(2) Coût de production des mangues séchées

Les prix d'achat des matières premières sont de 35 à 65 FCFA/kg, à l'exception des matières utilisées pour une production commerce équitable, même si les prix varient en fonction de la variété/localité/période. La variété tardive, pour laquelle les dégâts des mouches des fruits sont importants, est moins chère que les variétés Amélie et Lippens. Le fabricant utilisé dans l'exemple 1 ci-dessous fixe le prix plafond d'achat à 50 FCFA/kg. Le coût de production par kilo est de 2 500 à 3 500 FCFA/kg et les prix de vente des produits sont de 3 000 à 5 000 FCFA/kg. Même si le coût de

production et le prix de vente sont différents d'un fabricant à l'autre, les bénéfices visés sont de 500FCFA par kilo de produit.

Tableau 6.1.16 Exemples de coût de production des mangues séchées (coût pour 1kg de produit)

Rubrique	Exemple 1		Exemple 2	
	FCFA	%	FCFA	%
Coût de production pour 1kg de produit de qualité destiné à l'exportation	2 383	100%	3 935	100%
Mangue	1 000	42,0%	1 294	32,9%
Carburant (gaz)	525	22,0%	453	11,5%
Main d'œuvre	340	14,3%	691	17,6%
Eau	80	3,4%	147	3,7%
Electricité	60	2,5%		
Consommables	10	0,4%		
Entretien des installations	47	2,0%		
Matières d'emballage	148	6,2%	Fournies par client	0%
Certification bio/commerce équitable (Fairtrade)	300	12,6%	1 200	30,5%
Frais de gestion/bureau	--	--	150	3,8%
Vente des produits de seconde qualité	Δ 128	Δ 5,4%	--	--
Vente de 1kg de produit à exporter	3 100		4 400	
Bénéfices bruts pour 1kg de produit à exporter	717		465	

Source : Equipe d'étude * Exemple 2 est le cas de produit certifié pour le commerce équitable (Fairtrade)

Les mesures ci-après sont proposées à partir des cas tirés du tableau ci-dessus.

- Le coût du gaz occupe environ 10 à 20% des coûts de production. Le gaz étant utilisé dans les ménages pour un usage domestique, il existe un système de subvention de l'Etat. Ainsi, les sécheurs burkinabè sont favorisés par rapport à leurs concurrents maliens pour lesquels cette subvention n'existe pas. Dans le cas de l'exemple 1, qui se procure le gaz à 5 250 FCFA par bouteille, le prix réel est en réalité de 9 000 FCFA sans subvention de l'Etat et les bénéfices bruts chutent donc de moitié (343 FCFA/kg). Ainsi, il est souhaitable que cette subvention soit maintenue.
- Les frais nécessaires pour l'obtention du certificat bio/commerce équitable (Fair-trade) occupent 12% et 30% respectivement pour les deux exemples et ne sont pas négligeables. Il est alors conseillé de chercher des marchés dans les pays développés qui n'accordent pas d'importance aux certifications bio.
- En ce qui concerne le rendement, il est possible d'obtenir 1 kg de produits pour 15kg de fruits d'Amélie et 22kg de fruits de Brooks. La variété Amélie, dont le rendement est le plus élevé, a un goût plutôt acide, il est donc possible de chercher des marchés avec des consommateurs qui aiment ce genre de goût.

Chaîne de valeur des exportations des fruits frais vers l'Europe

Le tableau suivant montre les exemples de chaînes de valeur jusqu'à la vente au détail dans les supermarchés européens.

Tableau 6.1.17 Exemples des chaînes de valeurs des exportations vers l'Europe

	Prix de vente (dollars EU/kg)	Valeur ajoutée (dollars EU/kg)	Taux de valeur ajoutée dans le prix de vente au détail
Supermarché détaillant de l'Europe	3,50 – 6,00	0,38 – 2,88	11 – 48 %
Importateur européen	3,12	1,81 – 2,31	39 – 52 %
Exportateur burkinabè	0,81 – 1,31	0,46 – 0,89	13 – 15 %
Organisation des producteurs	0,35 – 0,42	0,16 – 0,23	3,8 – 4,6 %
Producteurs burkinabè	0,19		3,2 – 5,4 %

Source : Calculés à partir de l'Evaluation rapide d'impact, Fruiteq- Burkina Faso, Root Capital, Mars 2013

6.1.5 Situation de structuration des organisations

Les organisations structurées au niveau national spécifiques à la mangue sont les suivantes. Ces organisations ont toutes été formées sous l'initiative du PAFASP. Il y a des entreprises/organisations qui adhèrent en souhaitant recevoir les aides, et qui ne sont pas très solidaires. Sans source de financement pour les activités, il n'y a pas d'activités spontanées.

Organisation des producteurs

Union Nationale des Producteurs de Mangues du Burkina (UNPMB)

Organisation des transformateurs

Professionnels de la Transformation de la Mangue au Burkina (PTRAMAB)

Organisation des exportateurs

Association Professionnels des Exportateurs de la Mangue du Burkina (APEMAB)

Interprofession nationale

Association Professionnelle Mangue du Burkina (APROMAB)

L'APROMAB est composée par l'UNPMB, les PTRAMAB et l'APEMAB.

6.1.6 Activités d'appui des autres partenaires techniques et financiers

(1) PAFASP (Banque Mondiale)

Le Programme d'Appui aux Filières Agro-Sylvo-Pastorales (PAFASP) est mis en œuvre sous financement de la Banque Mondiale depuis 2006, et vise principalement les filières mangue, oignon, bétail et avicole. Son but est de contribuer à l'amélioration de la compétitivité sur le marché burkinabé, sous-régional et international ainsi qu'à la croissance de la chaîne de valeur. La première phase s'est achevée en mars 2014 et les activités concernant la mangue étaient les suivantes.

Concernant les activités relatives aux mesures contre les mouches des fruits, les capacités des personnes concernées ont été renforcées et des mesures de protection contre les mouches ont été mises en œuvre²⁰. Concernant le renforcement des capacités des personnes concernées, 1) l'établissement de moyens pédagogiques sur l'identification de la mouche, le cycle de reproduction, les dégâts et les méthodes de protection, 2) une formation et une campagne de communication des informations au niveau des principaux lieux de production des mangues, 3) le suivi de la densité des mouches en utilisant des pièges, 4) la formation des personnes concernées comme les exportateurs avec 20 formateurs, 5) l'identification et la formation de 25 techniciens sur la désinfection des fermes et 6) l'établissement d'un guide d'auto-diagnostic des mesures de protection avec l'appui technique du COLEACP en vue d'assurer la sécurité des aliments ont été mis en œuvre. En ce qui concerne la protection contre les mouches, les deux méthodes suivantes ont été mises en œuvre : 1) Mesures de gestion d'hygiène des vergers : gestion des fermes permettant d'abaisser le taux de contamination en

²⁰ Lutte contre les mouches des fruits dans la zone sub-sahélienne, lettre d'information 2010, N°5, Mai 2010, COLEACEP/CIRAD

tuant les larves et les œufs (labour, élagage et nettoyage); 2) Mesures de lutte contre les mouches (activités pilotes) : utilisation de SUCCESS APPAT (appât à mouches des fruits GF12O)²¹. Les activités pilotes ont commencé sur 1000ha en mars 2010, en aidant les organisations des producteurs en les subventionnant pour l'achat de matériaux pour la protection (90% du prix d'achat). La DPV assure le suivi en collaboration avec l'INERA. L'élaboration d'un plan d'action contre les maladies et les insectes nuisibles des mangues est prévue pour la fin 2013 avec le financement du PAFASP (phase II) et du Programme de productivité agricole en Afrique de l'Ouest (PPAAO-WAAPP) de la Banque Mondiale.

En ce qui concerne les activités relatives aux mangues séchées, le PAFASP a mis en œuvre, 1) des subventions pour l'aménagement du séchoir ATESTA (65% ou 80%)[prix du séchoir ATESTA= 1,0-1,2 millions FCFA], 2) des subventions pour l'aménagement de 4 séchoirs du type conteneur de fabrication sud-africaine (80%) [prix du séchoir conteneur = 25 millions FCFA], 3) une création d'une coentreprise avec le fabricant du séchoir sud-africain, et 4) un appui financier à l'obtention de la certification Global GAP. Pour les activités relatives aux exportations des mangues fraîches, 1) l'aménagement des unités de conditionnement : SGTF/Durabilis et Ranch du Koba et 2) un appui financier à l'obtention de la certification Global GAP ont été mis en œuvre. Enfin, un appui à l'entreprise DAFANI S.A., en difficulté financière, a eu lieu via l'injection d'un fonds en 2011 par le gouvernement avec la coopération du PAFASP, mais il n'y a pas d'informations détaillées de disponibles.

Le PAFASP a également aménagé des marchés jouant un rôle de regroupement et de transition des mangues (Bobo-Dioulasso, Orodara et Banfora).

(2) Banque Mondiale - Programme de Productivité Agricole en Afrique de l'Ouest (WAAPP/PPAAO)

Le PPAAO est un programme d'appui destiné aux 15 pays membres de la CEDEAO, qui a pour objectifs de développer, vulgariser et utiliser des techniques améliorées pour la période de 2011 à 2016. Il est composé de 4 composantes dont la troisième, qui porte sur « le financement à la demande du Développement et de l'Adoption des Technologies », et qui vise à promouvoir l'utilisation des techniques améliorées existantes et à développer/vulgariser les techniques appropriées. Les techniques améliorées existantes à promouvoir sont désignées pour chaque pays et commodité dans la sous-composante 3-2 « Renforcement du système de Fonds Compétitif pour la Vulgarisation Agricole (FCVA) ». La technique de lutte contre les mouches de fruit est l'une des techniques désignées pour le Burkina Faso.

Le sous-composante 3-2 consiste à structurer les acteurs pour l'élaboration de plans d'action pour la vulgarisation des techniques, à promouvoir des techniques à travers divers médias, à appliquer des techniques informatiques au système de transfert des techniques, à mettre en œuvre des formations participatives des responsables des activités de vulgarisation des techniques et à la démonstration des techniques. Le plan d'action national de lutte contre les maladies et les insectes nuisibles des mangues, élaboré par le PAFASP, prévoit la mise en œuvre d'une partie de ses actions avec le financement du PPAAO.

(3) Cadre Intégré Renforcé - Projet d'appui à la commercialisation de mangue séchée et de noix de cajou transformée (l'abréviation pas encore déterminée²²)

Ce projet est mis en œuvre sous financement du Cadre Intégré Renforcé (CIR), qui a pour objectif d'appuyer le commerce dans les pays en développement. Le CIR est une structure qui a des liens avec

²¹ Pesticide développé par Dow AgroSciences, incluant un piège à phéromones et un insecticide 'Spinosad). Il attire les femelles mouches et les élimine, les empêchant de pondre. Son efficacité est reconnue dans plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest et le Sahélien Pesticide Committee (CSP) a autorisé son utilisation pour les mangues. L'UE a également reconnu son utilisation conforme à la culture biologique.

²²L'abréviation de ce projet n'étant pas encore déterminée, ce projet est appelé comme « Projet CIR-SNV » dans ce rapport.

les partenaires techniques et financiers de chaque pays et les organisations internationales, et le Japon y participe financièrement également.

La DGCE a élaboré la Stratégie Nationale des Exportations (SNE) en 2010 dans laquelle les objectifs et orientations de développement sont précisés pour la mangue et d'autres produits agricoles. Ce projet est mis en œuvre en accord avec la SNE, sous le contrôle du MICA.

Les structures de mise en œuvre sont l'Unité Nationale de Mise en Œuvre du CIR (UNMO/CIR) et le SNV. Le projet a une période de mise en œuvre de 3 ans, à partir de juillet 2014, avec un budget de 15,8 milliards de FCFA, dont 13,5 milliards de FCFA (85%) financés par le CIR et 234 millions de FCFA (15%) pris en charge par le gouvernement burkinabè. Il vise la transformation et la commercialisation de mangues séchées et de l'anacarde et le budget est séparé équitablement entre les deux filières.

Les objectifs du projet sont 1) le renforcement organisationnel et des capacités techniques des entreprises concernées, 2) l'amélioration des capacités techniques des infrastructures de transformation, 3) l'augmentation des volumes d'exportation, 4) l'amélioration de l'accès au crédit pour les entreprises concernées. L'impact attendu est une augmentation de 20% des exportations en valeur, une augmentation des revenus des entreprises concernées de 10%, la création de 150 emplois dans les unités de transformations. Les titres des 11 activités sont :

Tableau 6.1.18 Projet d'appui à la commercialisation de mangue séchée et de noix de cajou transformée du CIR

1) Renforcement des organisations des parties prenantes et de leurs capacités techniques 1. Appui aux organisations de transformation et de commercialisation 2. Formations aux membres des organisations 3. Conseils aux parties prenantes	2) Amélioration des capacités techniques des infrastructures de transformation 4. Formations et conseils aux transformateurs 5. Appui à l'amélioration de la qualité des produits 6. Développement et vulgarisation de techniques adaptées 7. Appui à l'élévation du niveau des infrastructures de transformation dans une situation difficile
3) Augmentation des volumes exportés 8. Formation aux exportateurs 9. Promotion des produits sur le marché burkinabè, sous-régional et international	4) Amélioration de l'accès à l'investissement des parties prenantes 10. Formation à la recherche de sources de financements 11. Elaboration de business plan pour les infrastructures de transformation

C'est un projet qui se concentre sur les formations. En ce qui concerne les techniques de transformation, des formations sur le biogaz, la gestion de l'hygiène et l'amélioration de l'hygiène ainsi que la rénovation de 10 unités de transformation sont planifiées. Juste après le démarrage des activités, le contenu des activités et les résultats sont encore inconnus. Un approvisionnement en petit équipement et matériel sur financement du gouvernement burkinabè est prévu, et après avoir reçu l'appel à candidatures de l'UNO/CIR, la PTRAMAB a candidaté en janvier 2015 pour le matériel reçu lors de l'activité pilote mise en œuvre par le PAPAOM, utilisé pour l'amélioration des séchoirs.

6.1.7 Activités des organismes gouvernementaux

(1) Administration de protection phytosanitaire des végétaux

La Direction de la Protection des Végétaux et du Conditionnement (DPVC) est l'organisme en charge de la collecte d'informations sur les règlements de protection phytosanitaire et des mesures de quarantaine pour la mangue des divers pays. Elle exécute le contrôle phytosanitaire des produits importés et exportés dans 18 postes de contrôle. Le contrôle phytosanitaire des mangues fraîches est principalement effectué à Bobo-Dioulasso.

Pour prospecter de nouveaux débouchés d'exportation pour la mangue fraîche, les informations sur les règlements de protection phytosanitaire d'autres pays concernant la mangue burkinabè sont nécessaires. Or, le Service du Contrôle Phytosanitaire et de la Qualité (SCPA) de la DPVC, qui est la

structure officielle de contact pour collecter des informations phytosanitaires auprès de structures de contrôle phytosanitaires d'autres pays, n'a que 3 agents, qui sont déjà débordés par la gestion des postes de contrôle phytosanitaires, etc., et n'effectuent pas de collecte d'informations de façon proactive. Les agents de la DPVC n'ont pas non plus de capacités suffisantes pour pouvoir travailler en anglais.

(2) Organismes gouvernementaux impliqués dans la promotion des exportations

Comme mentionné dans le chapitre 2 au point 2.5.2 (Structure et système d'exportation), les structures de promotion des exportations de produits agricoles sont l'APEX et la DGPER, les structures d'appui à la participation aux foires internationales sont l'APEX, la CCI et la MEBF, et ces structures ont donc des prérogatives légales qui se superposent. En pratique, la DGPER appuie les exportations vers les pays proches, la CCI appuie la promotion de la commercialisation vers les marchés internationaux et la MEBF appuie les entreprises burkinabè au niveau national, ce qui assure dans une certaine mesure la division des rôles.

En ce qui concerne la transformation de la mangue, l'entreprise de transformation industrielle DAFANI, qui produit des jus, est appuyée par le MICA, et les transformateurs en mangue séchée de type traditionnel sont appuyés par le MARHASA. Cependant, au MARHASA, toutes les activités liées à la mangue sont portées par le PAFASP, et il n'a pas d'activité du MARHASA financée par le budget de l'Etat pour la mangue.

6.2 Contraintes de développement et mesures de promotion

Pour la mangue fraîche et la mangue séchée, qui ont déjà des débouchés stables sur le marché international pour l'exportation, les contraintes et les mesures de promotion pour maintenir et élargir les exportations ont été analysés et synthétisés.

6.2.1 Contraintes de développement et mesures de promotion pour les exportations de mangues fraîches

(1) Contraintes de développement

1) Prospection de débouchés

En Europe, dans la Fédération de Russie, dans les pays méditerranéens et du golfe persique, les volumes d'importation de mangues ont augmenté de 1,3 fois entre 2007 et 2011, et devraient encore augmenter dans le futur. Dans ces zones, l'UE, qui importe le plus de mangues actuellement, et les pays du golfe persique devraient voir leurs importations augmenter en volume. Entre 2007 et 2011, les volumes exportés annuellement par le Burkina Faso en Europe (UE des 27) représentaient entre 2 000 et 3 000 tonnes. D'un autre côté, les exportations vers les autres pays méditerranéens et du golfe persique étaient faibles, avec environ 300 tonnes seulement, et en 2012, les exportations étaient presque entièrement tournées vers les EAU et le Maroc.

En Europe, dans le cas où la mouche des fruits est découverte par les services phytosanitaires lors de l'inspection à l'importation, c'est le contenu entier du conteneur qui est détruit. Afin d'éviter le risque de destruction totale, le Burkina Faso arrête d'exporter vers l'Europe vers mi-juin, lorsque la saison pluvieuse commence réellement et avant que le risque de voir apparaître des mouches ne devienne sérieux.

Sur la base de cette situation, les exportations du Burkina Faso restent encore limitées, et en considérant qu'il y a des pays relativement moins stricts (qui ne détruisent pas le lot entier) en termes d'inspection phytosanitaire, il est possible de proposer de chercher des débouchés commerciaux dans les pays méditerranéens et du golfe persique.

i) Collecte d'informations phytosanitaires concernant la mangue burkinabè

Afin d'envisager des exportations vers des pays où le Burkina Faso n'a jamais exporté, il est nécessaire de récolter et d'analyser les informations marketing des exportations, comme 1) le système d'importation (transit, etc.), 2) la situation de la demande et des goûts du marché, 3) la situation des exportations de pays compétiteurs, 4) les règlements et contrôles phytosanitaires, 5) les pesticides autorisés et les niveaux résiduels autorisés, 6) les acheteurs (importateurs et grossistes), 7) les débouchés et le réseau de commercialisation des acheteurs, 8) la façon d'exporter et les coûts, etc.

En fonction des règlements phytosanitaires, il devient possible ou non d'exporter la mangue burkinabè, et pour examiner les pays cibles dans la prospection de débouchés, il s'agit donc de la première information à collecter. Ces informations sont mises à dispositions sur internet par certains pays, mais ce ne sont souvent pas les informations les plus récentes. La DPVC, qui est, en accord avec la Convention internationale pour la protection des végétaux (CIPV), l'organisme de contrôle et de protection des végétaux au Burkina Faso et de contact pour les échanges d'informations, doit collecter des informations auprès des organisations officielles de contrôle et de protection des végétaux d'autres pays. Actuellement, il n'y a que 3 agents au sein du Service du Contrôle Phytosanitaire et de la Qualité (SCPQ) de la DPVC, qui sont déjà débordés avec la gestion des postes de contrôle phytosanitaire nationaux et qui n'ont pas les capacités suffisantes pour travailler en anglais. Il n'y a donc pas de recherches proactives d'informations. Le fait que les exportateurs ne viennent pas demander d'informations est une des raisons pour lesquelles la collecte d'informations n'est pas effectuée.

En dehors des informations phytosanitaires, qui doivent être récoltées par l'administration, les autres informations nécessaires devraient être collectées par les exportateurs eux-mêmes, mais il est souhaitable que l'APEX, le MICA, la CCI, les ambassades et consulats donnent des informations ou appuient la collecte.

ii) Renforcement des activités de prospection de débouchés des exportateurs

La participation aux foires et négociations commerciales organisées par les pays et zones ciblées sont des moyens efficaces pour trouver de nouveaux débouchés, mais les frais de participation ont un coût important²³. Les exportateurs burkinabè de mangues sont de petites entreprises, qui n'ont que des moyens financiers limités, et la participation aux foires et négociations commerciales représente une charge considérable.

Afin d'encourager les exportateurs à stabiliser leurs débouchés et à être actifs dans l'élargissement des débouchés commerciaux, il est nécessaire de les appuyer financièrement. Il est souhaitable d'introduire un système d'appui à la prise en charge des frais liés à la recherche de nouveaux débouchés, comme la participation aux foires et négociations commerciales, les frais d'élaboration de documents, les invitations pour les acheteurs internationaux ou encore la mise en œuvre d'études de marchés internationaux.

iii) Renforcement de la promotion des exportations par l'APEMAB

Il y a des exemples, qui ne sont pas limités aux pays industrialisés, d'organisations mettant en œuvre le marketing et la promotion des exportations, formées par des producteurs sur un produit agricole particulier ou par des entreprises. L'association des exportateurs de mangue du Burkina Faso (APEMAB) a été créée avec l'appui du PAFASP de la Banque Mondiale, mais manque de ressources financières et se trouve dans l'incapacité de mettre en œuvre des activités de promotion des exportations par elle-même.

²³ Dans le cas de Foodex Japan, la location d'un petit stand et les frais nécessaires pour le décorer, le prix de l'avion et l'hébergement pour un entrepreneur burkinabè reviennent environ 1 million de yens.

2) Augmentation de la production de mangues destinées à l'exportation

i) Augmentation de la production par l'augmentation des surfaces de production

Avec l'augmentation des exportations, il est nécessaire d'augmenter la production de mangues dont la variété et la qualité sont adaptées à l'exportation. Les contraintes pour l'augmentation des surfaces de culture pour la production destinée à l'exportation diffèrent selon les producteurs et le mode de production.

- a) Augmentation de la production en introduisant de nouveaux manguiers chez des producteurs de moyenne envergure

Actuellement, les producteurs de moyenne envergure sont la principale source de fourniture de mangues pour l'exportation. Pour augmenter le nombre de producteurs de moyenne envergure afin d'accroître les volumes de production, il est nécessaire de renforcer l'organisation des producteurs et de leur donner des conseils techniques nécessaires. De plus, afin d'exporter vers l'Europe, l'introduction et le maintien de la certification Global Gap est indispensable.

- b) Augmentation de la production en introduisant de nouvelles variétés auprès des petits producteurs produisant des variétés locales

La grande majorité des mangues sont produites par de petits producteurs sans un bon niveau de technicité, et ce ne sont généralement pas des variétés adaptées à l'exportation ou au séchage. Si le but est d'augmenter la production par l'amélioration des variétés, il est nécessaire de mieux organiser les producteurs et renforcer la structuration de la filière, d'appuyer la culture, d'introduire et de maintenir la certification Global GAP. Par rapport à l'augmentation du nombre de producteurs de moyenne envergure, plus leur nombre serait plus important, plus le travail à faire ainsi que les coûts liés à leur organisation/structuration, l'appui à la culture l'introduction et le maintien de Global Gap seront donc plus élevés. Pour l'introduction de Global GAP, il est possible que des conditions à remplir comme la mise en place de toilettes soit un goulot d'étranglement considérable. Cependant, même sans transplanter, s'il est possible de changer de variété par greffage, cela nécessitera moins de temps que de planter de nouvelles variétés.

- c) Mise en place de vergers commerciaux gérés par des entreprises à grande échelle

Dans le cas où la production est augmentée par la création de vergers commerciaux à grande échelle gérés par des entreprises, qui n'existent actuellement pas au Burkina Faso, on n'aura pas besoin d'insister sur l'organisation des producteurs. Bien plus, l'introduction de la gestion de la culture ainsi que de Global Gap et de son maintien sont simplifiés.

De plus, en produisant les mangues dans des nouvelles zones en utilisant des techniques d'irrigation les dégâts liés à la mouche des fruits peuvent être évités. Bien que la faisabilité du point de vue des ressources en eau ou des investissements initiaux soit inconnue, dans le cas où un verger de grande taille est mis en place dans une zone aride ou exempte de mouche des fruits, il est possible que cela conduise à la formation d'une zone de production exempte de mouche des fruits, qui est une condition à la levée des mesures d'interdiction d'importation.

3) Renforcement des capacités de tri et de conditionnement

i) Promotion de l'aménagement d'infrastructures de tri et de conditionnement pouvant être utilisées de façon flexible

Il y a 3 unités de tri et de conditionnement relativement grandes au Burkina Faso qui ont une capacité de traitement d'un total de 18 tonnes par heure, ce qui semble suffisant pour le moment. Une partie des mangues exportées par avion sont triées et conditionnées dans ces unités, mais si de nouveaux marchés sont trouvés, il est probable que ceux-ci soient des marchés de niche ou de petite envergure, pour lesquels il est souhaitable de disposer de petites infrastructures de tri et de

conditionnement et d'une chambre froide, adaptés à l'expédition rapide pour de petits lots.

(2) Mesures de promotion

1) Prospection de débouchés : identification de pays cibles

i) Structuration d'un système de collecte d'information phytosanitaires au sein de la DPVC

Afin de déterminer les pays cibles pour l'exportation parmi les pays du golfe persique ou les pays méditerranéens, il est d'abord indispensable de collecter des informations sur les règlements phytosanitaires, qui peuvent empêcher les exportations vers ces pays. C'est le rôle de la DPVC, qui est, en accord avec la Convention internationale pour la protection des végétaux (CIPV), l'organisme de contrôle et de protection des végétaux au Burkina Faso et de contact pour les échanges d'informations. Cette structure doit également collecter des informations auprès des organisations officielles de contrôle et de protection des végétaux d'autres pays, mais étant donné qu'il manque de personnel au Service du Contrôle Phytosanitaire et de la Qualité (SCPQ), et que celui-ci est limité en anglais, la DPVC n'est pas en état d'effectuer cette collecte des informations. Afin de pouvoir mettre en œuvre de façon adaptée la recherche d'informations phytosanitaires, un agent pouvant parler anglais (si possible arabe) sera affecté et des fonds pour les frais de communication, de transport et de réunion seront sécurisés.

ii) Appui à l'identification de pays cibles par l'APEMAB

Il est possible de promouvoir l'appui à la recherche de débouchés par des exportateurs individuels, qui rechercheraient seuls des informations, les analyseraient et décideraient des pays cibles, mais il est proposé d'appuyer une méthode selon laquelle l'APEMAB regroupe les avis des exportateurs et sur cette base, choisit les pays cibles.

Les pays seront sélectionnés sur la base des informations collectées par l'APEMAB sur la situation de l'offre et la demande, sur la compétition d'autres pays exportateurs, sur les moyens et coûts de transport, les acheteurs, etc. et par la DPVC sur les règlements phytosanitaires. L'APEMAB sera appuyée financièrement dans ses activités de collecte d'information et la sélection de pays cibles pour l'exportation sera promue.

2) Prospection de débouchés : promotion d'activités de prospection de débouchés

i) Promotion des activités de prospection de débouchés par les exportateurs

Pour les exportateurs qui essaieront de prospecter de nouveaux marchés dans les pays cibles identifiés, l'identification d'acheteurs (importateurs, grossistes) et leur diversification sera appuyée. Concrètement, il s'agit d'appuyer financièrement les activités de recherche de débouchés, comme la participation aux foires et négociations, l'élaboration de matériel de promotion, l'invitation d'acheteurs internationaux, etc.

ii) Renforcement des activités de promotion des exportations de l'APEMAB (création d'une source de revenus pour ses activités)

Afin de créer des sources de revenus pour les activités de promotion des exportations de l'APEMAB, il est possible d'introduire un système de taxe sur les exportations pour ses membres. L'APEMAB sera encouragée à l'appliquer et appuyée dans ce processus. A la demande de l'UE, l'introduction d'un système d'enregistrement des exportateurs est envisagée, et si ce système est mis en œuvre, les chances de voir émerger un système de taxe sur les exportations des membres de l'association devraient augmenter.

3) Augmentation des mangues destinées à l'exportation

i) Promotion de l'augmentation par les producteurs (petite et moyenne envergure)

S'il est envisagé d'augmenter la production de mangues exportables par les producteurs de petite et moyenne envergure en augmentant les surfaces de production, il est indispensable d'améliorer l'organisation des producteurs et la structuration de la filière, d'appuyer la production et l'achat de plants et de leur donner des conseils sur la culture destinée à l'exportation. Pour les mangues destinées à l'exportation vers l'Europe, l'introduction et le maintien de la certification Global Gap sont indispensables. Les exportateurs ayant déjà le savoir-faire nécessaire, ils seront les principaux responsables de la mise en œuvre. Les exportateurs seront appuyés financièrement, et l'augmentation de la production sera promue.

Les exportateurs choisiront s'ils appuient les petits producteurs pour le changement de variétés de manguiers, ou les producteurs de moyenne envergure pour l'élargissement de leurs vergers (nouveaux manguiers) .

ii) Promotion de l'augmentation par la création de vergers de grande taille gérés par des entreprises

Les producteurs (producteur individuel ou entreprise) qui souhaitent mettre en place des vergers commerciaux seront appuyés à travers la réduction de l'investissement initial nécessaire. Des abattements d'impôts pour l'acquisition des terres et des prêts à bas taux sont envisagés. Cependant, même si cette méthode d'augmentation de la production permettra de créer des emplois, elle ne contribuera pas à l'augmentation des bénéfices des producteurs grâce à l'augmentation des exportations.

iii) Appui au test de la culture de mangue irriguée dans une zone non contaminée par la mouche des fruits

Les producteurs (producteur individuel ou entreprise) qui souhaitent essayer de produire les mangues en irriguant des vergers dans des zones où elles ne sont pas produites et où les manguiers ne poussent pas naturellement (zones arides), en évitant les zones contaminées par la mouche des fruits, seront appuyés à travers la réduction de l'investissement initial nécessaire. Des abattements d'impôts pour l'acquisition des terres et des prêts à bas taux sont envisagés.

4) Promotion de l'aménagement d'infrastructures de tri et de conditionnement de petite taille

Lors de la recherche de nouveaux débouchés à l'étranger, il est probable que ceux-ci soient des marchés de niche ou de petite envergure, pour lesquels il faudra promouvoir la mise en place de petites infrastructures de tri et de conditionnement et d'une chambre froide, adaptés à l'expédition rapide pour de petits lots. Un appui à la mise en place de ces infrastructures (subventions, prêts à taux faible), sera apporté à l'exportateur qui gèrera les infrastructures.

6.2.2 Contraintes de développement et mesures de promotion pour les exportations de mangues séchées

(1) Contraintes de développement

1) Promotion de l'amélioration de la gestion de l'hygiène : mise en conformité avec les règlements d'hygiène alimentaire de l'UE

Les principaux débouchés d'exportations pour les mangues séchées sont les boutiques de commerce équitable et proposant des produits biologiques en Europe, comme en France et en Suisse, qui représentent des débouchés stables. D'après les deux principales entreprises exportatrices, la présence d'insectes ou la résilience de produits chimiques a déjà été pointée dans le passé, mais il

n'y a jamais eu de problème considérable, comme la désignation de produit important à surveiller lors de l'importation.

Cependant, les unités de transformation en mangue séchées sont pour la plupart des maisons qui ont été transformées en unité de transformation, et qui ne sont pas, sur de nombreux points, adaptées à la transformation alimentaire. En ce qui concerne la gestion de l'hygiène, presque aucune unité n'a intégré les processus de gestion des risques HACCP, et il n'y a qu'une entreprise certifiée HACCP.

Il est attendu que les mesures pour renforcer la sécurité alimentaire des produits importés dans les pays industrialisés deviennent de plus en plus strictes, comme avec la mise en place de la loi de modernisation de la sécurité sanitaire des aliments (Food Safety Modernization Act – FSMA) par la FDA aux Etats-Unis en janvier 2011. Afin de ne pas perdre les débouchés déjà obtenus, ainsi que pour élargir les débouchés dans les pays industrialisés, l'amélioration de la gestion de l'hygiène dans les infrastructures de séchage est un sujet important.

Actuellement, les principaux débouchés d'exportation pour la mangue séchée sont dans l'UE, et il est donc urgent de satisfaire aux conditions des règlements appliqués dans l'UE aux produits alimentaires exportés (Règlement (CE) n° 852/2004 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires).

Depuis l'introduction du séchoir ATESTA par une ONG et le début de la transformation en mangue séché en 1995, plus de 18 ans ont passé. Parmi les 37 entreprises qui ont souhaité participer à l'activité pilote, la plupart produisent des mangues séchées exportées depuis plus de 5 ans vers l'Europe et plus de la moitié depuis plus de 10 ans. De très nombreuses unités ne respectent pas les règles d'hygiène alimentaire de l'UE, et il est étrange qu'elles arrivent à continuer à exporter vers l'Europe²⁴. Les causes supposées pour qu'encore aujourd'hui, de nombreuses unités et entreprises restent à un bas niveau de gestion de l'hygiène sont les suivantes :

i) Manque de connaissance des transformateurs, exportateurs moins exigeants et insuffisance de suivi de l'administration

En premier lieu, les transformateurs n'ont pas assez de connaissances sur la gestion de l'hygiène demandée dans les unités de transformation alimentaire. Les services de l'administration en charge de l'hygiène alimentaire n'effectuent pas un suivi strict, et les exportateurs et acheteurs internationaux ne sont pas très stricts dans leurs demandes. Il est probable que les sécheurs pensent que les autres unités sont du même niveau, qu'améliorer la gestion coûte cher ou qu'ils ne savent pas comment procéder, ou encore que même en ayant des problèmes d'hygiène, ils n'ont pas particulièrement de pertes ou de problèmes.

ii) Utilisation de maisons en unités de transformation

Etant donné qu'il s'agit de maisons, les pièces sont petites, il y a des murs quelquefois inutiles, des couloirs étroits, et souvent pas de système de distribution et d'évacuation d'eau dans les pièces. Afin de résoudre ces problèmes, il est nécessaire de rénover à grande échelle ou d'agrandir, mais selon la surface disponible et la forme, les possibilités peuvent être limitées.

iii) Impossibilité de confier les travaux de rénovation à une entreprise spécialisée

Même en ayant la volonté de mettre en œuvre des travaux d'amélioration des infrastructures, il ne serait pas possible de demander à une entreprise de mener tous les travaux, contrairement au Japon. Il n'y a pas d'entreprises travaillant au forfait localement, et pour les travaux de rénovation, le propriétaire de l'infrastructure doit planifier, acheter le matériel, employer le charpentier et le

²⁴ Etant donné que l'activité de l'eau des produits séchés est faible et que les produits importés sont reconditionnés pour être vendus au détail, il est supposé que cela prévienne la contamination par des éléments étrangers. Il est aussi probable que cela soit accepté car les acheteurs sont des ONG internationales ou des boutiques de commerce équitable.

maçon, donner les instructions et vérifier le travail lui-même²⁵. Cependant, tous les propriétaires ne connaissent pas forcément très bien les travaux de charpenterie, maçonnerie ou de plomberie. Il n'y a pas non plus d'endroit où les propriétaires ne savent pas comment s'y prendre pour améliorer leurs infrastructures (possibilités d'amélioration), y compris pour les méthodes de travail, peuvent s'adresser pour demander des conseils.

iv) L'équipement et le matériel adaptés sont indisponibles au Burkina Faso, les secteurs économiques liés ne sont pas développés

Au cours de la mise en œuvre de l'activité pilote, les éléments suivants, utilisés pour l'amélioration des infrastructures et de l'hygiène, n'ont pas été trouvés au Burkina Faso : table de travail en inox, matériaux en inox ou aluminium (barres, planches, angles, etc.), transformateurs de matériel en inox ou aluminium, peinture pour les finitions au sol adaptées aux infrastructures de transformation alimentaire, filet en vinyle d'une épaisseur suffisante pour créer une enseigne, panneaux résistant à l'eau, gants en plastique adaptés à un travail nécessitant de la précision et désinfectant adapté aux travaux (utilisable sur le corps). Le secteur privé devrait davantage s'impliquer pour rendre disponibles ces équipements et matériels adaptés au Burkina à l'instar d'autres pays d'Afrique.

v) Le séchoir ATESTA qui présente des défauts, continue à être utilisé sans être amélioré

Les claies en bois (cadre en bois) du séchoir ATESTA posent des problèmes d'hygiène. Les claies en bois ne sont pas faciles à laver (impossible de nettoyer les restes de jus de fruit ayant brûlé), et comme il est nécessaire de changer les claies souvent pendant le séchage, il est possible que du bois et de la sciure contaminent les produits séchés si les claies subissent des dégâts ou des chocs.

Il est préférable d'adapter des claies avec un cadre en inox et un filet en plastique résistant à la chaleur, utilisées dans les séchoirs de fabrication sud-africaine, mais le matériel n'est pas disponible au Burkina Faso, et donc difficile à construire. Aucune entreprise jusqu'à présent n'a essayé de commander des cadres en inox dans les pays limitrophes, en Côte d'Ivoire ou au Ghana, ou d'importer des claies en plastiques de pays industrialisés.

vi) Contraintes financières pour les petites unités

Les unités de séchage ont généralement entre 2 et 25 séchoirs ATESTA. Parmi les 37 entreprises ayant candidaté à l'activité pilote, 21 entreprises ont moins de 10 séchoirs disponibles. Il n'y a qu'une petite partie des entrepreneurs qui ont réussi à agrandir leur unité progressivement en obtenant des crédits des banques. Pour de nombreuses entreprises, il est difficile d'accéder au crédit.

2) Amélioration de la qualité des produits

Etant donné que la mangue constituant la matière première des mangues séchées est d'une qualité élevée, la mangue séchée, même sans sucre ajouté, est suffisamment sucrée et conserve donc le goût de la mangue. Celle-ci est d'une qualité supérieure aux mangues séchées avec sucre ajouté, de Thaïlande et des Philippines. Cependant, étant donné qu'il n'y a pas de thermomètre dans les séchoirs, la température ne peut pas être contrôlée, et il est nécessaire d'améliorer ce point.

²⁵ Le niveau technique des artisans est faible, il est nécessaire d'être sur le chantier et de donner des instructions afin d'éviter que les artisans dévient du plan initial ou se trompent. Les artisans peuvent se tromper lorsqu'ils choisissent l'inclinaison des tuyaux de drainage (inclinés du mauvais côté), ou faire de grosses erreurs dans leurs mesures, et ont donc un niveau proche d'amateurs. Ils ne sont pas capables de travailler précisément, à un ordre de grandeur du millimètre. Il n'y a pas non plus d'artisan capable de faire plusieurs travaux, comme à la fois la charpenterie, la maçonnerie, la pose des carreaux ou la plomberie.

i) Pas de thermomètre, impossible de contrôler correctement la température de séchage

Sans thermomètre, la température est vérifiée en suivant la taille du feu. Cela n'est pas sans dommage car, en voulant effectuer le séchage rapide, à haute température, de nombreuses entreprises se retrouvent avec des produits présentant une couleur brûlée, durs ou sans arôme.

De plus, étant donné que les acheteurs ne se plaignent pas, une partie des unités pensent que le séchage par expérience (en vérifiant la taille du feu) est suffisant. Les thermomètres adaptés aux séchoirs ne sont pas commercialisés au Burkina Faso. Les unités de séchage ne peuvent pas les importer par elles-mêmes.

ii) Amélioration du séchoir ATESTA

L'amélioration est détaillée dans la partie 3) amélioration de la rentabilité.

iii) Introduction d'un antioxydant

Les produits biologiques ne subissent pas de traitement pour empêcher l'oxydase causée par les sulfites. Lors du conditionnement pour l'exportation (dans des sachets plastique), l'air est retiré autant que possible à la main, et le sac est ensuite fermé avec une presse à chaleur, mais pendant le stockage la couleur devient peu à peu marron. 6 mois après leur transformation, ces mangues perdent leur valeur en tant que produit. Les antioxydants ne sont pas utilisés (les exportateurs et sécheurs ne les connaissent pas).

3) Amélioration de la rentabilité

Les mangues transformées au Burkina Faso sont des produits organiques, et sont donc différenciées des mangues séchées avec du sucre venant de Thaïlande et des Philippines, qui sont destinées à un autre marché. Cependant, des mangues sont transformées sans sucre ajouté ou conservateurs, à petite échelle en Thaïlande. Au Mali, comme au Burkina Faso, commercialisent des produits biologiques destinés à l'Europe. En se basant sur cette situation, afin de conserver leur compétitivité face aux mangues séchées asiatiques et maliennes, et d'améliorer leur rentabilité, il est nécessaire de réduire les coûts de production.

i) Utilisation des sous-produits : production de produits transformés à partir de la chair autour du noyau

De nombreuses unités jettent la chair du fruit restant autour du noyau, dont l'utilisation est une possibilité de développement importante. Cette partie est par exemple utilisée dans la transformation en purée ou en rouleaux de mangue (la chair transformée en purée est séchée sous forme de feuilles). Pour l'entreprise IFTC au Ghana, les coûts pour l'équipement de transformation en purée (fabrication sud-africaine, sans compter la conservation au frais) sont estimés à 60 000 USD. Les petites unités de transformation au Burkina Faso n'ont qu'un approvisionnement limité en matière première et il n'est pas raisonnable d'y introduire des infrastructures semblables à une entreprise de type industriel.

Des produits alimentaires transformés comme la confiture, le vin ou le vinaigre utilisent également la mangue comme matière première. Quel que soit le produit, l'utilisation de la chair du fruit par des petites unités de transformation équivaut à commercialiser un nouveau produit pour des entrepreneurs individuels, et de nombreuses barrières comme l'apprentissage de nouvelles techniques de transformation, l'achat d'équipement, la planification et le développement de produit ainsi que le marketing, doivent être franchies. Si les marchés internationaux sont visés, il est proposé de lier des partenariats avec des entreprises possédant des débouchés commerciaux (importateurs de produits alimentaires, grossistes). Il est en effet nécessaire d'importer des consommables comme le matériel de conditionnement (labels,

contenants), des refractomètres, des thermomètres, des hydromètres, de la levure de vin, du désinfectant ou des conservateurs. En ce qui concerne les techniques de transformation et de gestion de l'hygiène, ainsi que les plans pour les infrastructures de transformation, il est également nécessaire de coopérer avec des étrangers. Heureusement, il est possible de demander l'appui d'entreprises de commerce équitable et biologiques, qui commercialisent déjà la mangue séchée, pour trouver des partenaires pour ce type de projet.

ii) Utilisation des sous-produits : production de biogaz

La production de biogaz est une utilisation possible de la chair autour du noyau et de la peau. Il s'agit d'une méthode d'utilisation des déchets biologiques bien connue dans le monde, mais dans les unités du Burkina Faso, elle n'est introduite que dans les infrastructures ayant reçu un appui d'ONG ou d'entreprises ayant leur siège social en Europe.

iii) Développement de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA

La grande majorité des séchoirs utilisés au Burkina Faso sont des séchoirs à gaz ATESTA (sans ventilateur, ventilation verticale naturelle, claies en bois). Les séchoirs ATESTA coûtent de 1 000 000 à 1 200 000 FCFA par séchoir et peuvent être produits localement. Ils ne nécessitent pas d'électricité et sont adaptés à la situation locale. Cependant, il est nécessaire de changer la position des claies fréquemment pendant le séchage, ce qui requiert du temps, le séchage n'est pas homogène (couleur et goûts différents), il n'est pas possible de régler la circulation de l'air, qui est très petite, etc. De plus, comme précisé ci-dessus, il y a un risque concernant l'hygiène à cause des claies, qui sont en bois, avec des difficultés pour les laver et des risques d'introduction d'échardes ou de sciure dans les produits.

400 exemplaires environ devraient continuer à être utilisés dans le futur au Burkina Faso, et il est donc nécessaire d'essayer de développer des méthodes d'amélioration pour résoudre les problèmes ci-dessus.

4) Contraintes transversales à l'amélioration de l'hygiène, de la qualité et de la rentabilité

i) Amélioration des capacités d'accès aux technologies étrangères

De nombreux équipements ne peuvent être obtenus au Burkina Faso, et il est donc nécessaire de les importer par soi-même. Il y a quelques entreprises de séchage qui importent directement leurs équipements de l'étranger, mais des personnes d'autres nationalités ou des ONG sont souvent impliquées d'une façon ou d'une autre dans la mise en place de l'infrastructure. Les unités (propriétaires burkinabè) n'ont pas accès aux technologies (connaissances et équipement) disponibles à l'étranger. Etant donné qu'il n'y a pas d'accès aux technologies et que les entrepreneurs n'ont pas les connaissances techniques nécessaires, ils ne peuvent pas développer de technologies non plus (idées). La barrière de la langue et le fait qu'internet ne soit pas suffisamment vulgarisé et utilisé sont des causes probables à l'accès insuffisant aux technologies.

5) Consolidation des capacités de transformation

i) Introduction de séchoirs à haute capacité de ventilation, avec une fonction de gestion de la température, avec des claies en inox/plastique

Afin d'augmenter les exportations, il est nécessaire d'augmenter la production de mangues séchées. En augmentant le ratio de fonctionnement, il est possible de répondre jusqu'à un certain niveau à cette augmentation, mais il est nécessaire d'augmenter le nombre de séchoirs et d'infrastructures de séchage. Le séchoir ATESTA, actuellement le plus utilisé, présente des risques sanitaires et le déplacement des claies implique du travail supplémentaire. Il n'est donc pas recommandé d'en augmenter le nombre. Il serait souhaitable d'introduire des séchoirs à haute

capacité de ventilation, avec une fonction de gestion de la température, avec des claies en inox/plastique, comme les séchoirs tunnels dont le PAFASP a appuyé l'introduction dans trois grandes unités de séchage au Burkina Faso.

6) Prospection de nouveaux débouchés

i) Renforcement des activités de prospection de nouveaux débouchés par les exportateurs

Tout comme les exportateurs de mangues fraîches, ceux des mangues séchées sont de petites entités, limitées dans leurs capacités financières. Afin d'encourager ces entités à chercher de débouchés et à élargir ceux qu'ils ont déjà obtenus, il est nécessaire de les appuyer financièrement. Concrètement, il est souhaitable qu'un système d'aide à la prise en charge de frais liés à la prospection de débouchés, comme la participation à des foires et négociations commerciales, la rédaction de matériel de commercialisation, l'invitation d'acheteurs ou des études de marché internationales, soit introduit.

(2) Mesures de promotion

1) Amélioration de l'hygiène

i) Promotion de l'amélioration de la gestion de l'hygiène : mise en conformité avec les règlements d'hygiène alimentaire de l'UE

Afin de répondre aux exigences des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE, il est nécessaire 1) de comprendre les points importants des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE, 2) d'améliorer les infrastructures et l'équipement, 3) de renforcer les mesures contre les contaminations lors de la transformation, 4) d'améliorer les méthodes de gestion de l'hygiène (gestion basée sur les principes HACCP), 5) d'améliorer les connaissances des employés sur la gestion de l'hygiène. Les unités essayant d'améliorer ces points seront appuyés techniquement et financièrement.

L'utilisation de maisons en tant qu'infrastructures de transformation alimentaire pose également un problème d'hygiène important, et est donc un point à cibler important pour l'amélioration des infrastructures et de l'équipement. Pour les travaux de rénovation, les unités doivent trouver le matériel et les artisans eux-mêmes. Les unités n'ayant pas de connaissances ou d'expérience en menuiserie, maçonnerie et plomberie seront appuyées techniquement dans l'examen et l'élaboration des plans pour les travaux.

ii) Promotion de l'obtention du certificat HACCP

Un appui financier pour les entreprises remplissant les conditions des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE et souhaitant obtenir la certification HACCP sera mis en œuvre.

2) Amélioration de la qualité des produits

i) Introduction d'un antioxydant

Les deux entreprises ayant participé à l'activité pilote souhaitent importer le matériel introduit lors de cette activité. Les consommables comme les antioxydants, les sachets en plastique hermétique ou les soudeuses thermiques doivent être importés par les exportateurs qui pourront les revendre ou les distribuer.

ii) Amélioration du séchoir ATESTA

Cette mesure est détaillée ci-après au point 3) Amélioration de la rentabilité.

3) Amélioration de la rentabilité

i) Utilisation des sous-produits : production de produits transformés à partir de la chair autour du noyau

Si les unités de séchage entreprennent de fabriquer et de commercialiser la confiture, le vin et le vinaigre de mangue, cela équivaut pour elles à commercialiser un nouveau produit en tant qu'entrepreneurs individuels, et de nombreuses barrières comme l'apprentissage de nouvelles techniques de transformation, l'achat d'équipement, la planification et le développement de produit ainsi que le marketing, doivent être franchies. Etant donné qu'il est nécessaire d'importer des consommables comme du matériel de transformation et de conditionnement, que les unités de séchages n'ont pas de connaissances techniques pour ce type de transformation, qu'il n'est pas simple de créer des débouchés à partir de rien, il est plus sage de trouver des partenaires avec les ONG, ou les entreprises de commerce équitable et biologiques, qui commercialisent déjà la mangue séchée en Europe. Pour les entreprises cherchant à développer ce type de produit, un appui financier aux coûts de développement des produits sera mis en œuvre pour promouvoir ce type d'essai.

ii) Utilisation des sous-produits : production de biogaz

Le savoir-faire technique pour les infrastructures et la production de biogaz ainsi que l'équipement et le matériel difficiles à obtenir au Burkina Faso seront fournis et l'introduction d'infrastructures de biogaz seront promues.

Le projet CIR-SNV, qui a démarré en juillet 2014, a prévu de fournir le savoir-faire technique pour les infrastructures et la production de biogaz aux entreprises de séchage.

iii) Développement de techniques d'amélioration pour le séchoir ATESTA et vulgarisation

Environ 400 exemplaires du séchoir ATESTA devraient continuer à être utilisés dans le futur au Burkina Faso et il est donc nécessaire d'essayer de développer des méthodes d'amélioration pour résoudre les problèmes de qualité, d'amélioration de la rentabilité et de risque sanitaire.

Dans les pays industrialisés, comme au Japon, il existe du matériel comme des petits ventilateurs, des thermomètres et plusieurs types de produits à base de plastique. Il est souhaitable d'utiliser ces éléments pour améliorer les séchoirs à bas coûts. Cependant, le séchoir ATESTA n'a pas été amélioré depuis son introduction il y a 18 ans, ce qui montre que ses utilisateurs (sècheurs) et ses producteurs (menuisiers) ne connaissent pas ou n'ont pas les capacités d'accéder aux technologies, équipements et matériels étrangers. Il faut donc qu'un PTF (étranger) mette en œuvre l'essai d'amélioration.

En ce qui concerne les contraintes pour l'amélioration du séchoir ATESTA, l'activité pilote d'amélioration du séchoir ATESTA, a introduit un ventilateur et des thermomètres digitaux (fabrication japonaise), ce qui a permis de réduire la consommation de gaz, les différences de séchage, de réduire la température de séchage et d'améliorer au final la qualité du produit. Son évaluation est bonne. De plus, dans l'activité de test d'appui à l'amélioration des séchoirs, ce matériel a été distribué à 20 entreprises (1 set par entreprise, soit 20 séchoirs améliorés au total). Cependant, la campagne de transformation commençant à partir d'avril, les résultats de l'amélioration et l'évaluation du séchoir amélioré (facilité d'utilisation, amélioration de la qualité du produit, réduction des coûts de carburant) n'ont pas encore été confirmés. De plus, il est également proposé d'essayer d'améliorer le séchoir en utilisant un ventilateur de fabrication chinoise disponible au Burkina Faso.

Dans le cas où les 20 entreprises évaluent positivement les séchoirs, la méthode de séchage améliorée sera vulgarisée avec une prise en charge partielle des entreprises.

L'examen et le test d'autres méthodes d'amélioration seront effectués en coopération par des étrangers et les entreprises, pour la raison suivante.

Les présidents respectifs des deux principales entreprises exportatrices sont suisses et ont essayé d'améliorer le séchoir ATESTA en ajoutant un ventilateur. Ils ont exprimé un grand intérêt pour la méthode et le matériel testé dans le cadre de l'activité pilote, et souhaiteraient importer le matériel et l'équipement par eux-mêmes. Par rapport aux unités de séchage, ils ont un meilleur accès aux techniciens étrangers. Ils peuvent également prendre la responsabilité de l'importation du matériel et de l'équipement nécessaire à l'amélioration. La coopération des unités de séchage pour le test est indispensable et les exportateurs qui ont de nombreuses relations commerciales avec plusieurs entreprises, pourront choisir une entreprise cible pour le test adapté aux conditions.

4) Contraintes transversales à l'amélioration de l'hygiène, de la qualité et de la rentabilité

i) Amélioration des capacités d'accès aux technologies étrangères

La barrière de la langue et le fait qu'internet ne soit pas suffisamment vulgarisé et utilisé sont des causes probables à l'accès insuffisant aux technologies étrangères (connaissances, équipement). Ce sont des contraintes de base pour lesquelles aucune recommandation ne peut être faite par ce projet.

En ce qui concerne l'équipement et le matériel utilisé dans l'activité pilote de fabrication japonaise (ventilateurs, thermomètres, antioxydants, etc.), les exportateurs essaient chacun de l'importer. En présentant ces technologies aux exportateurs de mangues séchées, cela améliore donc leur accès aux technologies étrangères.

5) Consolidation des capacités de transformation

i) Promotion de l'introduction de séchoir sud-africains

Les séchoirs tunnels (fabrication sud-africaine) dont l'introduction a été appuyée par le PAFASP sont de grande taille et représentent la capacité de traitement d'environ 10 séchoirs ATESTA. Si les unités de séchage actuelles introduisaient ce séchoir, d'importantes rénovations ou la construction de nouvelles infrastructures sur un site différent seraient nécessaires. Même si les coûts d'investissement sont élevés, la production peut augmenter d'un seul coup, et les entreprises étant actuellement d'une envergure importante pourraient introduire ces séchoirs. L'introduction de ces séchoirs sera promue en appuyant financièrement l'achat de l'équipement et du matériel.

ii) Promotion de l'introduction de séchoir de petite taille

L'introduction de petits séchoirs à haute capacité de ventilation, avec une fonction de gestion de la température, avec des claies en inox/plastique sera planifiée. Pour les entreprises de petite ou moyenne taille, les séchoirs tunnels (fabrication sud-africaine) sont de trop grande taille, et l'introduction de petits séchoirs (de la même échelle que le séchoir ATESTA et que plusieurs séchoirs ATESTA) est adaptée. Les séchoirs fabriqués dans les pays industrialisés, comme le Japon, sont chers, et il est donc nécessaire d'identifier des séchoirs à bas coûts, comme en Inde ou en Turquie, célèbre pour le séchage de figes.

Comme pour l'amélioration des séchoirs ATESTA, la contribution des PTF pour trouver une source d'approvisionnement est nécessaire. L'introduction de ces séchoirs sera promue en appuyant financièrement l'achat de l'équipement et du matériel.

iii) Appui à l'approvisionnement en matière première

Lors de l'achat de matière première, la certification organique et l'organisation des producteurs

est nécessaire. Les exportateurs ont déjà ce savoir-faire et seront appuyés financièrement.

6) Prospection de débouchés

i) Renforcement des activités de prospection des exportateurs

Les informations nécessaires au marketing destinées à l'exportation sont systématiquement collectées et partagées auprès des exportateurs par l'APEX, qui est l'équivalent du japonais JETRO au Burkina Faso, auprès de nombreuses sources internationales, y compris les représentations officielles.

L'identification d'importateurs et de grossistes (acheteurs) doit être effectuée par les exportateurs, et leurs activités de prospection de nouveaux débouchés seront appuyées. Concrètement, les activités de prospection comme la participation aux foires et négociations commerciales, les frais d'élaboration de documents, les invitations aux acheteurs internationaux ou encore la mise en œuvre d'études de marchés internationaux seront appuyées financièrement.

6.3 Activité pilote relative à l'appui à la promotion d'exportation des mangues séchées

6.3.1 Aperçu de l'activité pilote

(1) Cadre et objectifs de l'activité pilote

La production de mangues séchées au Burkina Faso est effectuée par de petites unités de transformation, qui exportent principalement la mangue séchée vers l'Europe en tant que produit biologique ou de commerce équitable. Le séchoir utilisé est un séchoir ATESTA, en bois, utilisant un brûleur à gaz, fabriqué au Burkina Faso, qui n'utilise pas d'électricité et qui est adapté aux conditions locales, mais qui présente des problèmes au niveau de la gestion de l'hygiène et de la qualité ou de la productivité. Il y a des différences de niveau entre les unités de transformation, mais il n'est pas possible de dire que le niveau sanitaire est élevé.

Actuellement, les débouchés sur le marché européen sont solides. Cependant, les demandes en termes de sécurité alimentaire dans les pays industrialisés devraient devenir plus strictes dans le futur, et pour ne pas perdre les marchés obtenus, ainsi que pour élargir ces débouchés, il est indispensable d'améliorer la gestion de l'hygiène et la qualité des produits. De même, la rentabilité et la qualité doivent être améliorées à travers l'utilisation de la chair autour du noyau de la mangue, jetée par de nombreuses unités, qui peut être utilisée en tant que sous-produit et l'amélioration du séchoir ATESTA.

Dans cette activité pilote, l'entrée sur le marché japonais est visée et les hypothèses ci-dessous concernant l'amélioration de l'hygiène dans les infrastructures de transformation, l'amélioration du séchoir ATESTA et de la qualité des produits, et les moyens d'entrer de trouver des débouchés seront examinés. Les résultats et leçons apprises obtenues seront dupliqués dans le projet de promotion, le but étant d'augmenter les chances de réalisation du projet.

(2) Hypothèses à vérifier et mesures de promotion liées

Dans cette activité pilote, 1) une visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana, 2) un essai d'amélioration du séchoir ATESTA, 3) une amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais, 4) une mise en œuvre expérimentale d'activité d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA (un essai pour la recherche de méthode d'appui), 5) un appui à la recherche des nouveaux débouchés (appui à la participation aux foires/salons étrangers) ont été mis en œuvre. Les contraintes de développement, les mesures de promotion, les 5 activités et les hypothèses et rubrique à vérifier sont synthétisées ci-dessous.

Tableau 6.3.1 Eléments à vérifier lors de l'activité pilote

Contraintes / Mesures de promotion	Titre de l'activité	Hypothèses à vérifier
1) Amélioration de la gestion de l'hygiène		
Sensibilisation à la nécessité d'améliorer la gestion de l'hygiène et de la qualité	1) Visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana,	Il est possible de changer la perception et la compréhension des unités de séchage en observant un cas avancé
Amélioration des techniques de transformation et des méthodes de gestion de l'hygiène et de la qualité	3) Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais	Il est possible d'avoir une infrastructure répondant aux exigences des standards classiques d'hygiène en utilisant des artisans et des matériaux locaux. Il est possible d'améliorer la prévention de la contamination et l'efficacité du travail en donnant des conseils sur l'amélioration des méthodes de travail. Il est possible de prévenir les changements de couleur en utilisant un antioxydant
	2) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA,	Il est possible d'utiliser des claies en plastique japonaises (prêtes à l'emploi) à la place des claies en bois dans les séchoirs ATESTA
Amélioration de l'accès à de l'équipement étranger	2) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA,	La PTRAMAB ou des exportateurs de mangues séchées sont adaptés pour importer de l'équipement et du matériel (l'un ou l'autre)
2) Amélioration de la qualité ainsi que de la productivité et de la rentabilité		
Utilisation des sous-produits	1) Visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana,	En montrant des infrastructures qui utilisent la chair de fruit autour du noyau pour produire de la purée, les entreprises considéreront son utilisation
Amélioration du séchoir ATESTA	2) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA,	Il est possible de faire disparaître les problèmes du séchoir ATESTA (hétérogénéité de la température, gestion de la température, etc.) en utilisant du matériel japonais (prêt à l'emploi)
	4) Mise en œuvre expérimentale d'activité d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA (un essai pour la recherche de méthode d'appui)	Détermination des besoins des sécheurs en termes d'amélioration du séchoir et de leurs capacités financières (montant de l'appui)
3) Renforcement des capacités de transformation	Pas d'activité	
4) Prospection de débouchés		
Promotion des activités de prospection des exportateurs	5) Appui à la recherche des nouveaux débouchés (appui à la participation aux foires/salons étrangers) ont été mis en œuvre	Il est possible de promouvoir les activités de prospection de nouveaux débouchés en appuyant la prise en charge des frais liés à la participation aux foires internationales. Il est possible d'identifier des acheteurs de mangues séchées burkinabè lors de foires
Aide à l'amélioration des produits pour répondre aux demandes de nouveaux débouchés d'exportation	2) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA,	En abaissant la température de séchage avec le séchoir ATESTA amélioré, il est possible d'améliorer la dureté et l'arôme du produit
	3) Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais	Idem

(3) Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur

Selon le marché final pour les mangues, il y a une chaîne de valeur pour les mangues fraîches et une chaîne de valeur pour la mangue séchée. La majorité des transformateurs de mangue séchée sont des entreprises de petite taille. Pour ce faire, l'amélioration des séchoirs utilisés, la qualité des produits et l'hygiène sont des problèmes à traiter.

Cette activité pilote vise la chaîne de valeur de la mangue séchée, et afin de répondre aux demandes des marchés des pays industrialisés (ici, le marché japonais), des activités d'amélioration des séchoirs,

de la qualité et de l'hygiène, etc. seront menées et auront un effet sur les unités de séchage et les exportateurs.

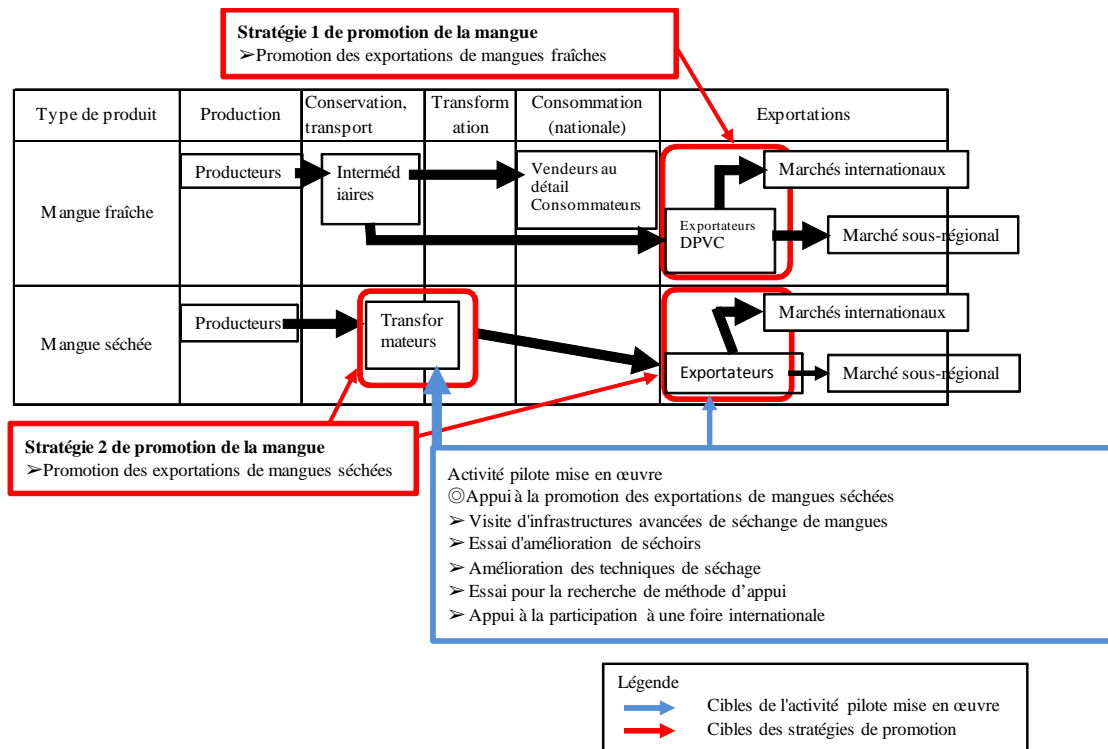


Figure 6.3.1 Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur de la mangue

(4) Contenu de l'activité pilote

1) Lieu d'exécution

Les activités 2) l'essai d'amélioration du séchoir ATESTA et 3) l'amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais sont à réaliser à Bobo-Dioulasso.

2) Personnes ciblées

Producteurs des mangues séchées

3) Période d'exécution

De mai 2014 à mars 2015

4) Organismes d'exécution

Equipe d'étude, DGPER et Professionnels de la transformation de la mangue du Burkina (PTRAMAB)

5) Contenu des activités

i) Visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana

Les sécheurs visiteront des installations de fabrication des mangues séchées plus modernes et répondant aux exigences sanitaires et qualitatives avant de mener les activités relatives à

l'amélioration des produits afin qu'ils puissent reconnaître eux-mêmes la nécessité d'améliorer leurs installations. Faire visiter aussi les installations de fabrication de la purée de mangue utilisant la chair autour du noyau de mangue qui sont dans la même usine que les séchoirs pour permettre aux entreprises de séchage d'examiner la faisabilité d'introduction de telle installation au Burkina Faso. L'entreprise à visiter est Integrated Tamale Fruit Company situé à Tamale.

ii) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA

Il s'agit d'essayer de résoudre les problèmes du séchoir ATESTA, dont il existe environ 400 exemplaires au Burkina Faso, et qui devraient encore être utilisés pendant encore quelques temps. Les utilisateurs et le fabricant (un charpentier artisan) n'ayant pas de connaissances ni accès aux techniques/matériels/matériaux pour l'amélioration de ces séchoirs, l'appui d'un partenaire est le seul espoir pour l'amélioration de ce type de séchoir. Le plus grand problème de ce séchoir est l'homogénéisation de la température à l'intérieur, dont la résolution permettrait de réduire la main d'œuvre pour la manipulation des claies (rotation), de réduire les frais de carburant (gaz) et d'améliorer la qualité de séchage (homogénéité de séchage). En même temps, l'amélioration de la gestion de la température est visée en introduisant un thermomètre à sonde. En ce qui concerne le filet à étaler sur les claies, qui est indisponible dans le pays, à un essai comparatif de plusieurs types de filets, de plusieurs tailles de mailles et en matériaux différents sera mis en œuvre afin d'identifier le meilleur type par les aspects de la qualité, de la facilité des travaux et du prix. Il sera procédé à un essai de séchage en utilisant les claies en plastiques (plusieurs types de plastiques) à la place des claies en bois actuelles. Les claies disponibles sur le marché japonais seront utilisées (produit industriel ordinaire) afin de réduire le coût nécessaire.

Les séchoirs appartenant aux deux entreprises de séchage dont les installations font l'objet d'intervention du 3) l'amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais, ont été utilisés.

iii) Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais

On vise ici à créer un modèle des techniques de fabrication et d'amélioration des installations. Des méthodes d'amélioration des installations et des méthodes de travail seront introduites pour l'amélioration sanitaire. Quant à l'amélioration qualitative, on vise à rendre les produits plus tendres avec plus de fragrance en abaissant la température de séchage actuelle de 80 degrés jusqu'à 60 degrés grâce à l'amélioration du séchoir ATESTA mentionné au point b) ci-dessus. Par ailleurs, l'utilisation d'un antioxydant sera introduite. Deux entreprises de séchage font l'objet de l'intervention.

iv) Mise en œuvre expérimentale d'activité d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA (un essai pour la recherche de méthode d'appui)

Il est prévu d'utiliser deux séchoirs qui sont utilisés pour le point 2) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA. Or, il sera nécessaire d'augmenter le nombre de séchoirs améliorés pour faire connaître le résultat de cette amélioration largement, et les modifications pour améliorer 20 séchoirs (de 20 sécheurs) seront effectuées en demandant la contribution des bénéficiaires.

Ainsi, la sélection a été faite sur la base de candidatures. L'annonce, la réception d'inscription, la sélection des sécheurs et le suivi sont assurés par PTRAMAB.

v) Appui à la recherche des nouveaux débouchés (appui à la participation aux foires/salons étrangers)

Sur la base du résultat du point 3) Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais (amélioration des techniques de fabrication), l'entrée sur le marché japonais sera appuyée. Concrètement, il s'agit de présenter les produits aux importateurs japonais par

l'équipe d'étude ou d'appui à la participation du salon d'exposition Foodex Japan 2015.

6.3.2 Etat d'avancement de l'activité pilote

(1) Visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana

1) Lieu de la visite

Integrated Tamale Fruit Company (ITFC), Tamale

2) Planning

19 octobre : Bobo-Dioulasso → Ouagadougou

20 octobre : Ouagadougou → Tamale

21 octobre : Visite de ITFC

22 octobre : Tamale → Ouagadougou → Bobo-Dioulasso

(Déplacement en bus de location)

La visite était prévue pendant la campagne de production des mangues, mais l'hôte de la visite a jugé qu'étant donné que le nombre de participants était important, le risque sanitaire dû à la visite était important. La visite a donc été décalée à octobre, après la fin de la production.

3) Participants et méthode de sélection des participants

Après avoir fixé la date de visite du 21 octobre, l'équipe d'étude a préparé les documents d'explication (papier d'explication et fiche d'inscription) pour organiser une réunion des acteurs concernés (le 17 juillet 2014). PTRAMAB a effectué l'annonce, l'explication sur la visite, la réception de demande d'inscription et la sélection des participants. La date de clôture de la réception des candidatures était fixée au 19 septembre, et 25 entreprises (nombre préalablement fixé) ont été sélectionnées lors de la réunion de sélection organisée par PTRAMAB le 20 septembre. L'entreprise SATIG, cible de « l'essai d'amélioration du séchoir ATESTA » et l'« Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais » n'ayant pas été sélectionnée, l'équipe d'étude a décidé de l'ajouter (donc au total 26 entreprises).

Un agent de la DGPER avait prévu de participer, mais son ordre de mission n'ayant pas été émis à temps, il n'a pas pu participer. Les 16 participants étaient des propriétaires ou leurs représentants, ou encore les responsables de la production ou de la qualité.

4) Résultats

A cause de nombreux contrôles à la frontière et à des check-point côté ghanéen, le voyage a pris plus de temps que prévu et le bus est arrivé à 19h passées à Tamale. De plus, l'hôtel réservé n'avait pas assez de chambres pour l'ensemble des participants, et des chambres pour tous les participants n'ont été trouvées qu'à 21h passées. De plus, une partie des participants n'ont pas pu prendre de petit déjeuner avant la visite guidée. Même dans cette situation, les participants étaient tout de même motivés et ont posé de nombreuses questions.

Sur la base des questions posées lors de la visite et des commentaires déposés après la visite, l'objectif de la visite guidée, c'est-à-dire de faire prendre conscience de la nécessité d'améliorer la gestion de l'hygiène et de la qualité en montrant des infrastructures de séchage de mangue avancées en termes de gestion de l'hygiène et de la qualité au Ghana, a été atteint. Cependant, peu de participants ont noté des exemples concrets qu'ils pensent pouvoir appliquer dans le futur. Il n'y a donc eu peu de participants ayant eu des idées concrètes qu'ils pourraient appliquer dans leurs propres infrastructures ou dans leur travail.

L'autre objectif était de montrer la transformation de la chair autour du noyau en purée, pour que les

entrepreneurs eux-mêmes examinent sa faisabilité au Burkina Faso. La transformation en purée a fortement impressionné les entrepreneurs. Cependant, les entrepreneurs ont presque tous laissé en commentaire qu'ils souhaitaient que JICA les appuie dans l'obtention de l'équipement et techniquement, et aucun n'a précisé qu'il pourrait le faire ou essayer de le faire seul. Le coût important de l'investissement initial (60 000 USD), le fait que ces unités ne sont pas capables d'importer seules du matériel, que les débouchés pour la purée sont inconnus peuvent expliquer ces réactions. De plus, les unités ont probablement l'impression que la technologie est quelque chose que l'on reçoit.

Bien sûr, les participants n'ont fait qu'une visite guidée générale et n'ont reçu qu'une explication sommaire, et n'ont donc pas une compréhension suffisante des infrastructures, connaissances et techniques nécessaires pour la transformation en purée aseptisée (ils ne peuvent pas élaborer un business plan détaillé ou commencer la production).

Visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana



Pas de photos à l'intérieur (photos interdites)

De plus, l'IFTC souhaite examiner la possibilité de trouver des partenaires commerciaux au Burkina Faso et souhaite rendre visite à des unités de séchage avant la prochaine campagne de séchage²⁶. Le représentant de la PTRAMAB, en tant que représentant des participants, a souhaité qu'il vienne et proposé son aide. En prenant en compte le niveau sanitaire et de gestion de la qualité de l'ITFC, l'équipe d'étude a précisé qu'il n'existait que quelques grandes unités au Burkina Faso pour lesquelles il existait des possibilités. De plus, l'équipe d'étude a donné des informations concernant les unités de séchage du Burkina Faso à l'IFTC.

De nombreux participants ont exprimé leur intérêt, mais en raison d'un manque de temps, il n'a pas été possible d'observer les infrastructures de transformation des sous-produits de la mangue (noyau, peau) en compost, située à 12km des infrastructures de transformation.

(2) Essai d'amélioration du séchoir ATESTA

1) Sélection des unités de séchage ciblées

Une étude préalable sur les unités candidates a été réalisée en février 2014. Ensuite, la situation de séchage des 4 unités identifiées a été étudiée à la fin mai et deux entreprises de séchage de DANAYA et de SATIG situées toutes les deux dans la ville de Bobo-Dioulasso ont été sélectionnées pour cet essai.

2) Mise en œuvre de l'essai

D'abord, un séchoir non utilisé (la partie d'échappement est différente des séchoirs ATESTA ordinaires) de DANAYA a été utilisé pour la modification et l'essai de séchage. Ensuite, un séchoir ATESTA de type ordinaire de SATIG a été modifié et testé. Le résultat d'essai du séchoir de SATIG étant satisfaisante, le séchoir de DANAYA a été remodifié et testé de nouveau.

Ayant réalisé des bénéfices (réhabilitation d'unité de séchage) dans le cadre de l'«Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais», les deux entreprises ont pleinement collaboré pour l'utilisation de leur séchoir et à la mise en œuvre de l'essai de séchage.

3) Résultat d'essai d'amélioration du séchoir

La modification consiste dans l'installation d'un ventilateur de circulation, des plaques d'ajustement de direction du vent à la sortie du ventilateur, dans la modification de la bouche d'évacuation de l'air, dans la modification de la type de sortie d'air (degré d'ouverture ajustable), dans le remplacement de la plaque de fond (écoulement de chaleur de brûlure) et dans l'installation de thermomètres numériques à sondes.

²⁶En février 2015, l'équipe d'étude n'a pas reçu de contact de l'IFTC pour faire cette visite.

Séchoir ATESTA après l'amélioration



Résultat de modification

- a) La modification a ses limites à cause de l'insuffisance de puissance du ventilateur utilisé (sélectionné en tenant compte du coût) et de problèmes structurels. L'écart de température à l'intérieur du séchoir a été réduit mais elle ne devient pas homogène. En conséquence, la réduction des travaux manuels de rotation des claies n'a pas été réalisée.
- b) La partie bien aérée, exposée directement au vent sèche rapidement. Le ventilateur installé en façade pouvant aérer 3 niveaux de claies, ces 3 niveaux sont considérés comme la partie de séchage rapide et les positions des claies sont changées manuellement. Les positions des claies, la rotation ainsi que de la plaque de cloison ont été décidées comme le montre la figure ci-après.
- c) La réduction du volume de consommation de gaz, la réduction de l'hétérogénéité du séchage et la baisse de température de séchage ont été obtenues comme résultat de cet essai (voir le tableau suivant). Le temps de séchage a été raccourci de plusieurs heures par rapport à ce que le séchoir ATESTA ordinaire nécessite, à environ 18 à 20 heures. Et grâce à une température de séchage d'environ 60 degrés, les produits sont plus tendres avec fragrance de mangue plus forte.

Positionnement 1 : Démarrage – 8h00 Positionnement 2 – Fin de séchage

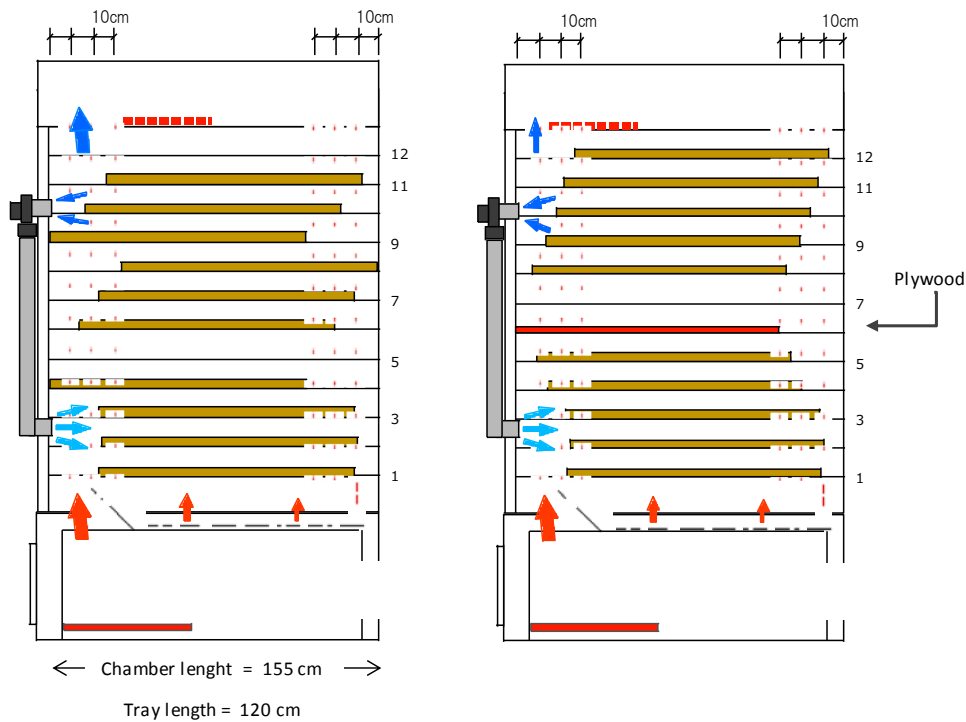


Figure 6.3.2 Disposition des claies de séchage et de plaque de cloison

Tableau 6.3.2 Comparaison de consommation de gaz

DANAYA

Type	ATESTA (non conventionnel et échappement naturel)	ATESTA amélioré (avec ventilateur)	Séchoir modifié (dans le cadre de l'activité pilote)
Consommation (m ³)	2,79 ^(*1)	3,16 ^(*2)	2,38, 2,45 ^(*1)

Type de produit : frite Poids à sec des matières premières : *1 = 50 kg (valeur mesurée), *2 = 84 kg (valeur d'estimation)

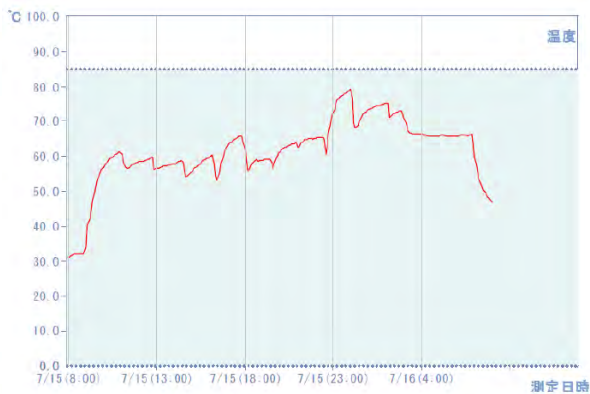
SATIG

Type	ATESTA (ordinaire)	Séchoir modifié (dans le cadre de l'activité pilote)
Consommation (m ³)	2,67 ^(*2)	1,71 ^(*1)

Type de produit : galette Poids à sec des matières premières : *1 = 50 kg (valeur mesurée), *2 = 60 kg (valeur d'estimation)



SATIG Test-1, 14-15 July



DANATA Test-7, 15-16 July

Figure 6.3.3 Evolution de température à l'intérieur de séchoir (milieu)

4) Résultat d'essai de filets et de claies en plastique

Trois types de filets à étaler au fond des claies de séchage ont été testés.

Tableau 6.3.3 Résultats des essais par type de filet

Type	Prix d'achat au Japon	Résultat d'essai
Polyéthylène à haute densité (Trical Net) largeur 620mm	1 800 FCFA/m (380 JPY/m)	Le risque de déformation est élevé avec la méthode actuelle de séchage (sans thermomètre et température élevée).
Maille en nylon de largeur de 107cm	4 665 FCFA/m (983 JPY/m)	
Maille tetron de largeur de 114cm	6 497 FCFA/m (1 369 JPY/m)	

* 1 euro = 655 FCFA = 138 yens japonais

Le filet « Trical Net » à prix abordable et facile à manipuler a eu un problème de déformation lors de séchage avec un séchoir ATESTA dont le thermomètre était en panne avec la méthode conventionnelle (en bas du séchoir près de brûlure). Par contre, pour les séchoirs ATESTA de DANAYA, équipés de ventilateurs sur la partie supérieure du séchoir et dans lesquels la température vers le bas était environ 75 degrés, ce problème de déformation n'a pas été observé.



Trical Net



Déformation thermique

Deux types de claies en plastique ont été testés.

Tableau 6.3.4 Résultats des essais par type de claie

Type	Prix d'achat au Japon	Résultat d'essai
« Seiro type 4 » (grise) Dimensions 709×653×94mm	11 900 FCFA/pièce (2 500 JPY/pcs.)	Possible d'utiliser avec la méthode de séchage actuelle.
« Pla Ebira M » (jaune) Dimensions 1210×603×47mm	13 500 FCFA/pcs. (2 840 JPY/pcs.)	Possible d'utiliser avec la méthode de séchage actuelle.

* 1 euro = 655 FCFA = 138 yens japonais

La claie « Seiro type 4 » qui a été sélectionnée car elle correspondait à la largeur standard des séchoirs ATESTA, de 73mm, correspondait parfaitement au séchoir testé. Ces claies sont utilisées de façon combinée avec le filet « Trical Net » avec le séchoir amélioré (équipé de ventilateur d'échappement) de DANAYA.

La claie « Pla Ebira M » est utilisée au Japon pour le séchage d'un champignon « Shitake ». Un essai d'adaptabilité de cette claie a été réalisé avec un séchoir ATESTA de DANAYA (type échappement naturel et forme non-conventionnelle) équipé d'un thermomètre numérique qui permet la gestion de température. La largeur étant plus étroite que les autres, à environ 60cm, et il a été demandé à un charpentier d'installer des barres latérales (supports) pour soutenir les claies. Des déformations causées par la chaleur (voir la photo ci-dessous), provoquées par les supports qui étaient tordus ont été observées. Toutefois, il a été constaté que les mangues séchées ne collaient pas aux claies comme pour d'autres claies.

La claie « Seiro type 4 » risquant d'être déformée à cause de la chaleur, elle n'a pas été testée avec les séchoirs ATESTA ordinaires (avec la méthode de séchage ordinaire).



Photos de gauche :
« Seiro type 4 »

Photos ci-dessous :
« Pla Ebira M »



5) Résumé du résultat d'essai d'amélioration

Les problèmes du séchoir ATESTA et les essais d'améliorations sont synthétisés ci-dessous.

Tableau 6.3.5 Problèmes du séchoir ATESTA et résultat d'amélioration

	Problèmes du séchoir et de travaux de séchage	Améliorations testées et résultats
Réduction de risque sanitaire et sécuritaire	Utilisation des claies en bois (sur lesquelles le fil est enfilé). On ne peut pas enlever complètement le jus de fruit sur les claies avec le lavage. Les morceaux de bois ou les clous peuvent être mélangés dans les produits séchés.	Introduction des claies en plastique → Il n'y a pas de morceau (débris) en bois. Le nettoyage est plus facile. Le risque sanitaire est considérablement réduit. Toutefois, le risque de déformation des claies et de filet en plastique (Trical net) est élevé avec un séchoir qui n'est pas équipé d'un thermomètre en ne pouvant pas contrôler correctement la température à l'intérieur.
Amélioration de gestion qualitative	La plupart des séchoirs ne sont pas équipés de thermomètre ou même s'ils sont équipés le thermomètre est en panne. Les thermomètres équipés sur certains séchoirs étant équipés de détecteur de forme T rond de longueur d'environ 15cm, ne permettent pas de mesurer la température de l'ensemble de séchoir. Le contrôle de température est effectué manuellement en regardant la flamme sans connaître la température exacte faute de thermomètre. Le fait de mettre plus de gaz (la flamme devient grande) en voulant sécher rapidement provoque la température trop élevée de 90 à 100 °C qui fait durcir la surface des produits et moins d'odeur de mangue.	Introduction d'un thermomètre numérique équipé de détecteur en corde de plus de 1m de long : <ul style="list-style-type: none"> • La mesure de température partout à l'intérieur du séchoir est possible. • La gestion appropriée de température est possible. Introduction d'un ventilateur de circulation d'air et sortie d'échappement a été modifiée pour permettre d'avoir deux positions (ouverte/fermée). <ul style="list-style-type: none"> • Le rendement de séchage est amélioré grâce au vent circulant à l'intérieur. • Le fait de faire circuler l'air chaud permet de réduire la consommation du gaz.
Amélioration de rendement de séchage et réduction du coût	La vitesse du vent est faible étant donné que le séchoir est de type d'aération naturelle (le gaz est brûlé sous une boîte en bois équipé de cheminée). La sortie d'échappement n'est pas contrôlable (ouverte ou fermée).	L'essai de séchage a été réalisé en abaissant la température de séchage d'environ 10 degrés. La température à l'intérieur du séchoir était de 68 à 75 degrés (la partie la plus basse où la température est plus élevée). → La consommation du gaz a été réduite jusqu'aux 35 % (max). → Le temps de séchage (c'est-à-dire le temps de combustion de gaz) de 16 heures a permis de réduire plusieurs heures. → Les produits sont plus tendres avec l'odeur de mangue. → La déformation des claies et filet en plastiques (Trical net) n'est pas constatée.

(3) Amélioration des produits répondant aux exigences des marchés japonais

1) Sélection des unités de mise en œuvre

Il a été décidé de mettre en œuvre cette activité avec les mêmes unités de séchage que celles utilisées pour l'« Essai d'amélioration du séchoir ATESTA ». Une étude sur les unités candidates a été réalisée et les deux entreprises de DANAYA et de SATIG ont été sélectionnées.

Les unités situées dans la ville de Bobo-Dioulasso ont été sélectionnées du point de vue de l'approvisionnement des matériels et matériaux et de la supervision des travaux de réhabilitation. Un autre critère était que les entreprises de séchages possèdent 5 à 10 séchoirs et que l'état de l'unité soit moyen. Ainsi, les entreprises dont l'état de stockage des matériels et matériaux n'était pas bon ont été écartées en mettant l'accent sur l'état de gestion des installations en dehors de la période de service.

2) Amélioration des installations et de méthode de travail visant à améliorer la gestion hygiénique et efficacité de travail

Les matériels et matériaux ont été recherchés et achetés à Ouagadougou et les travaux d'amélioration ont démarré à partir de début juin 2014. En plus de travaux d'amélioration de base comme le carrelage du sol et du mur (plinthe élevée), l'amélioration des équipements de nettoyage/d'arrivée et d'évacuation d'eau ou la mise en place du vestiaire, les installations qui ne sont pas encore observées dans les unités de séchage au Burkina Faso telles que l'équipement de nettoyage de pieds des travailleurs, la confection de tables d'épluchage en acier avec une planche supérieure en inox, la désinfection des mains et de la table par la vaporisation d'alcool, la mise en place du rideau sur la porte d'entrée pour empêcher la pénétration de mouches et la modification de la forme du mur et du sol des zones humides en courbe ont été réalisées. Le contenu d'amélioration des installations est montré dans les photos en annexes qui montrent l'état des unités avant et après la modification.

Le local de séchage de DANAYA étant une maison ordinaire réhabilitée, le processus de travail n'est pas efficace. Par ailleurs, il manque d'espace par rapport au nombre de séchoirs et d'ouvriers. Or, une réhabilitation importante n'étant pas envisageable pendant la saison de séchage, une amélioration radicale n'était pas possible. Cette unité n'a donc pas pu atteindre le niveau d'une unité de transformation alimentaire qui pourrait satisfaire un client japonais.

Le local de séchage de SATIG a été conçu pour le séchage. Toutefois, les équipements de nettoyage ainsi que d'arrivée/évacuation d'eau étaient insuffisants. Par contre, les installations sont bien placées, car il n'y a pas de petits espaces cloisonnés et il y a suffisamment d'espace. L'unité aura des installations satisfaisantes si l'entreprise SATIG réalise les travaux laissés à sa charge, comme la mise en place d'une salle de stockage des matériels et matériaux (tels que l'emballage), les travaux de lissage (carrelage ou finition mortier ou peinture) du sol et des plinthes surélevées de la salle de conditionnement et l'augmentation des lampes fluorescentes.

Ce sont les employées qui sont en charge des travaux d'épluchage et de découpage en petits morceaux qui font de nombreux efforts physiques. Elles ont déjà des méthodes de nettoyage, de cuisine ou de traitement des aliments qu'elles utilisent chez elles, et il n'est donc pas facile à faire comprendre d'une manière correcte les éléments à respecter pour mieux gérer l'hygiène dans une unité de transformation alimentaire destinée à l'exportation.

Tableau 6.3.6 Améliorations effectuées

1.	Introduction du système de nettoyage de pied : Les travailleuses viennent à l'usine avec des sandales et travaillant pieds nus dans l'usine, salissent le sol. → Mise en place d'aire de nettoyage de pieds, introduction de sandales à uniquement utiliser dans l'usine, introduction de boîte à chaussures, désinfection des sandales avec le tapis + chlore.
2.	Aménagement du vestiaire, amélioration de stockage de blouses de travail : mise en place de cloisons avec des rideaux et des crochets pour accrocher les blouses.
3.	Amélioration du nettoyage des mains des travailleurs : mise en place des lavabos à l'intérieur de l'usine et introduction de brosses de nettoyage des doigts.
4.	Amélioration de la salle d'épluchage et de découpage en morceau (zone humide) : SATIG : carrelage du sol, finition mortier + peinture de plinthe surélevée, coins entre le mur et le sol rendus en courbe, mise en place d'orifice d'évacuation d'eau du sol DANAYA : carrelage du sol, coins entre le mur et le sol rendus en courbe, remplacement des fenêtres, parties de murs dont la finition n'est pas bonne rendues lisses
5.	Epluchage : renouvellement de la table d'épluchage en bois vétuste de la salle d'épluchage/découpage : SATIG : table avec cadre en acier et planche supérieure en aluminium : DANAYA : table avec cadre en acier et la planche supérieure en vinyle détachable
6.	Amélioration de manipulation des claies de séchage : ne pas mettre directement sur le sol (utiliser un socle en bois)
7.	Amélioration d'aire de nettoyage des mangues fraîches : SATIG : carrelage, mise en place de robinet et d'orifice d'évacuation d'eau, mise en place du toit, mise en place de table de travail en acier DANAYA : mur couvert de moisissure lissé et peint, mise en place de robinets et d'orifices d'évacuation d'eau, mise en place de gouttières pour évacuer l'eau de pluie
8.	Salle de conditionnement/emballage : Désinfection des mains et de table par pulvérisation de l'alcool SATIG : introduction d'un seau de 80 litres pour servir de socle pour ne pas déposer les récipients pour les produits au sol (bassines en plastique)
9.	Amélioration de l'évacuation des eaux usées (prévention de l'évacuation des eaux usées à l'extérieur): SATIG : construction d'une fosse septique, mise en place de tuyau d'évacuation DANAYA : modification de direction de l'évacuation des eaux usées de l'aire d'évacuation de déchets (peau et noyau) (modification d'angle d'inclinaison du sol), modification de direction de l'évacuation des eaux usées du parking destiné au véhicule de transport des déchets et lissage du sol
10.	Amélioration du traitement de déchets (peau et noyau) : SATIG : augmentation du nombre de grands seaux pour contenir les déchets
11.	Mesure de prévention contre la pénétration de mouches à l'intérieur : SATIG : renouvellement des filets contre les insectes abimés sur les fenêtres, mise en place d'un rideau à l'entrée, interstice en bas de la porte d'entrée bouché, mise en place d'une salle (un espace entouré de filet) à l'entrée de l'unité
12.	Amélioration d'évacuation d'eau des toilettes et de douches: DANAYA : carrelage et modification d'angle de pente
13.	Fourniture de blouses de travail de fabrication japonaise (à titre d'échantillon)

3) Amélioration qualitative des produits

Une amélioration sanitaire été réalisée (réduction des risques de sécurité) par l'amélioration des installations et des méthodes de travail, par l'introduction des claies en plastiques dans le cadre de (2) l'essai d'amélioration du séchoir ATESTA et l'amélioration de produits en dureté et en odeur (baisse de température de séchage) comme mentionné jusqu'ici.

L'effet de l'antioxydant pour empêcher le brunissement durant le stockage a été testé dans le cadre de l'amélioration qualitative des produits. De plus, une découpeuse à l'épaisseur de 10mm a été testée.

i) Observation de l'effet d'un antioxydant

Pour vérifier l'effet des antioxydants (nom de produit japonais utilisé « Ageless », etc.) sur l'oxydation observée sur la manguette séchée, des échantillons pour un essai comparatif sur le brunissement (oxydation) pendant le stockage, ont été préparés vers mi-juillet. L'effet observé est clair, avec un considérable effet de prévention contre le brunissement. Après avoir montré ces échantillons aux exportateurs, ceux-ci ont commencé à envisager l'utilisation d'antioxydants.



Les points notables enregistrés lors de la préparation des échantillons sont les suivants :

- L'utilisation d'une soudeuse à chaleur d'une largeur de moins de 10mm lors de mise en sac de l'antioxydant est nécessaire. Or, ce genre d'équipement est indisponible dans le pays.
- L'utilisation de sac en plastique dont la perméabilité à l'oxygène est faible, est recommandée mais indisponible au Burkina Faso. Il semble aussi que l'unique entreprise de fabrication des sacs en plastique dans le pays FASO PLAST n'arrive pas à fournir les sacs d'une manière stable. Ainsi, les deux entreprises DANAYA et SATIG ont toutes les deux souhaité importer des sacs d'emballage au Japon.

ii) Essai d'une trancheuse d'une épaisseur de 10mm

Une trancheuse de fabrication japonaise qui permet de découper des morceaux d'une épaisseur de 10mm a été testée afin de rendre homogène la qualité des produits. S'il s'agit d'une mangue assez grande, la trancheuse peut la couper en deux morceaux par un côté (au total 4 morceaux). Comme il reste un grand morceau contenant le noyau, il est nécessaire de découper cette partie manuellement. Même si les échantillons ont été préparés, l'essai comparatif entre les morceaux découpés entier manuellement et ceux avec la découpeuse n'a pas pu être réalisé.

Les échantillons des mangues séchées découpées avec la trancheuse japonaise ont été montrés à un importateur japonais (Africain Square) qui les a évalué que « les produits sont attractifs visuellement et qu'il est possible de les vendre comme produits de qualité supérieure ».

Utilisation à titre expérimental de la trancheuse



(4) Mise en œuvre expérimentale d'activité d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA (un essai pour la recherche de méthode d'appui)

1) Participants

Un appel à candidature a été lancé et la sélection a été effectuée en même temps que pour la visite

des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana. 34 entreprises ont répondu et 20 parmi elles ont été sélectionnés lors de la réunion de sélection du 20 septembre organisée par PTRAMAB.

2) Achat de l'équipement, transport et distribution

Les détails (noms, quantités et mode de transport) du matériel et de l'équipement japonais dont 10% sont à la charge des entreprises participantes (frais de transport exclus) sont les suivants. Le matériel et l'équipement transportés par voie maritime sont partis du port de Yokohama le 17 septembre et sont arrivés à Bobo-Dioulasso le 17 décembre 2014, puis entreposés temporairement après les procédures de dédouanement le 21 décembre (infrastructures de l'unité SATIG). Les pièces envoyées par bateau sont envoyées au bureau de la JICA à Ouagadougou afin de bénéficier de l'exonération sur les taxes d'importation.

Tableau 6.3.7 Equipements approvisionnés

Articles	Nombre total	Apportés par l'équipe d'étude	Transportés par voie maritime
Claie en plastique	800 pièces	0	800
Ventilateur (souffleur) centrifuge c.a.	40 unités	20	20
Thermomètre numérique	80 unités	40	40

Les pièces apportées par les membres de l'équipe d'étude ont été distribuées lors de la réunion d'explication sur les méthodes de modification et d'opération le 13 et 14 octobre. La distribution du matériel et de l'équipement acheminés par bateau s'est achevée le 28 décembre.

Une réunion d'explication sur les méthodes de modification et d'opération a été organisée le 13 et 14 octobre à Bobo-Dioulasso dans les locaux de SATIG. Les 20 entreprises sélectionnées ont toutes participé. Le manuel pour la modification et l'utilisation du séchoir a été rédigé puis utilisé (démonstration de la méthode de modification) lors de la réunion.

3) Situation de la modification des séchoirs par les participants

Fin février, des 20 entreprises participantes, plus de la moitié avait terminé la modification de leur séchoir. La campagne de séchage devrait commencer mi-mars, et le reste des unités de séchage devrait avoir modifié leur séchoir d'ici là.

De plus, le propriétaire de l'unité SATIG, qui a mis en œuvre l'essai d'amélioration du séchoir, a complètement maîtrisé la méthode de modification et a donc donné des conseils pour modification à la demande de plusieurs entreprises.

(5) Appui à la recherche de débouchés (appui à la participation aux salons/foires d'exposition tenus dans les pays étrangers)

1) Activité d'appui de mars 2014 à décembre 2014

Les échantillons des mangues séchées burkinabè ont été présentés à l'occasion de Foodex Japan 2014 tenu en mars 2014 aux entreprises s'occupant des importations des fruits séchés participant à ce forum. Suite à cette présentation, l'entreprise japonaise African Square qui avait commencé l'importation des mangues séchées depuis l'an dernier a commencé à importer auprès de l'entreprise DANAYA qui est ciblée par l'activité pilote du PAPAOM. Ainsi, 200kg et 200kg supplémentaires ont été exportés vers le Japon respectivement en avril et en août.

Par ailleurs, une entreprise (S.A.R.L) Shidachi qui ne peut pas importer directement étant un

grossiste mais qui s'est intéressé par l'importation à titre d'essai après la présentation des échantillons lors de Foodex Japon 2014 a été présentée à l'entreprise African Square. La période de demande étant à la fin de saison de mangue, il n'était pas possible d'importer par l'entreprise DANAYA mais Shidachi a pu acheter 100kg de mangues séchées exportées par l'entreprise COOPAKE qu'African Square a trouvé elle-même.

D'autres entreprises japonaises s'intéressent aussi à l'importation des mangues séchées burkinabè.

Vente sur internet au Japon par l'entreprise Africain Square

En collaboration avec l'entreprise AMBESSA & CO, l'African Square commercialise les mangues séchées burkinabè. Les pages WEB de ces deux entreprises sont les suivantes.



Gauche : http://www.african-sq.co.jp/catalog/ec/products/list.php?category_id=301

Droite : <http://www.ambessa.jp/product/bobomango.php>

2) Appui à la participation à Foodex 2015

i) Sélection des participants

L'accent était mis sur les capacités des entreprises à présenter leurs produits et à pouvoir négocier de façon concrète, et l'équipe d'étude a proposé aux deux entreprises qui représentent plus de la moitié des exportations de mangues séchées (Burkinature et Gebana Afrique) de participer en leur précisant les conditions d'appui.

Gebana Afrique a participé à Foodex Japan sur le stand de JETRO en 2012 et 2013, et n'a pas trouvé de nouveaux clients, ce qui a amené l'entreprise à refuser l'offre. Burkinature avait déjà participé à la foire de produits alimentaires biologiques Biofa en Allemagne, mais n'avait jamais participé à une foire au Japon, et a donc décidé de participer à Foodex Japan 2015. De plus, elle examine avec intérêt la possibilité d'importer les thermomètres, ventilateurs et antioxydants.

Etant donné que Gebana Afrique n'a pas accepté l'offre, l'équipe d'étude a proposé à DANAYA, qui a participé à l'amélioration de la qualité des mangues séchées (amélioration technique), et qui a commencé à exporter directement avec l'entreprise African Square, de participer. DANAYA a accepté.

ii) Produits présentés

Burkinature a présenté des mangues séchées, du sésame, du bissap et du beurre de karité (tous certifié bio en Europe). Etant donné que Gebana Afrique n'a pas souhaité participer, les noix de

cajou n'ont pas été présentées durant la foire.

iii) Préparations de la foire, appui de l'équipe d'étude

La demande de participation à Foodex Japan 2015 a été complétée en 2015, et les préparations suivantes ont été effectuées :

- ✧ Préparation d'échantillons de mangues séchées : début août 2014, l'entreprise SATIG a préparé des échantillons de mangues séchées et les a conditionnées avec un antioxydant.
- ✧ Examen du design du stand, sélection de l'entreprise en charge de la décoration
- ✧ Appui à la rédaction des supports de présentation, des catalogues (en japonais) de Burkinature
- ✧ Envoi des invitations
- ✧ Préparation logistique de la venue des participants

(6) Organisation de la réunion des parties prenantes

Une réunion regroupant les sécheurs et les exportateurs (14 entreprises) a été organisée à Bobo-Dioulasso le 17 juillet. Après l'explication du contenu et du résultat de l'activité pilote durant la période entre mai et juillet, le contenu de la visite des installations modernes et avancées de fabrication des mangues séchées au Ghana et la mise en œuvre expérimentale d'activité d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA (un essai pour la recherche de méthode d'appui) a été expliqué. Après avoir confirmé leur volonté de participer à ces activités, les participants ont discuté de la méthode de sélection. La méthode qui a été adoptée est comme suit. PTRAMAB procède à l'explication sur la base des documents préparés par le PAPAOM et reçoit la candidature. Si le nombre d'entreprises candidates dépasse le nombre fixé, PTRAMAB procède à la sélection.

6.3.3 Leçons apprises et problèmes à résoudre

(1) Amélioration du séchoir ATESTA

1) Efficacité de l'amélioration et intérêt des transformateurs

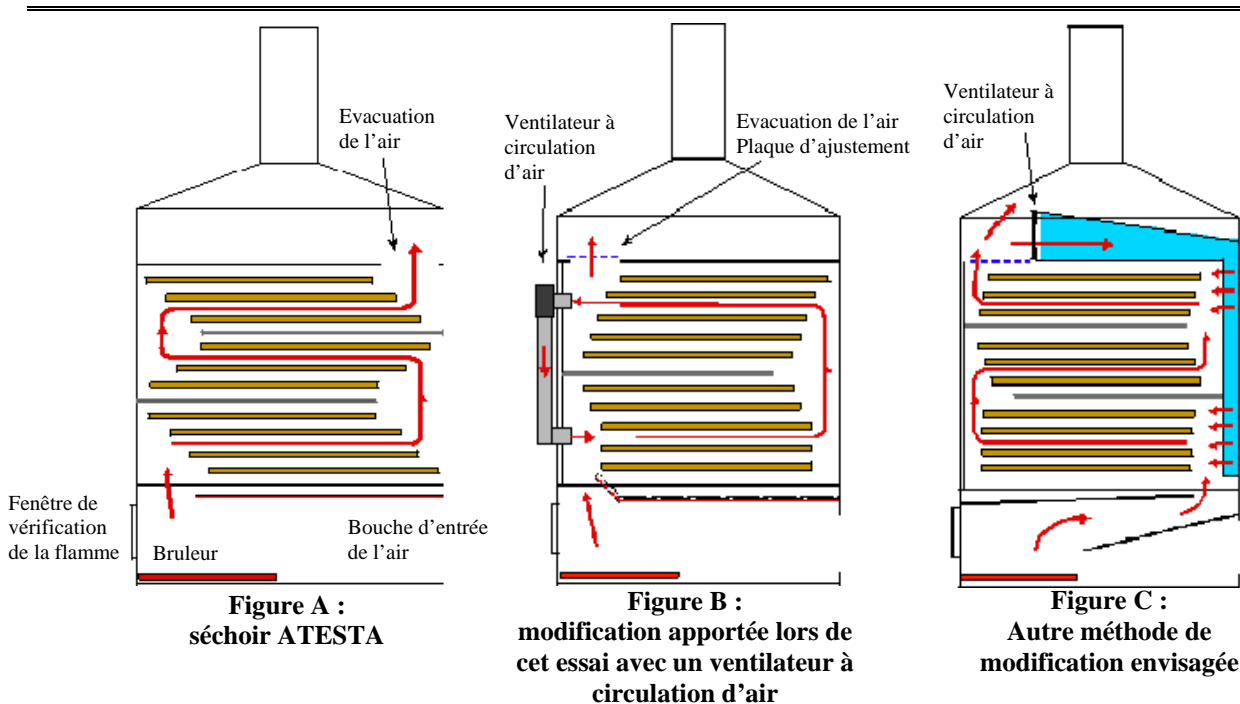
En utilisant le ventilateur à circulation d'air (ventilateur sirocco) de fabrication japonaise et le thermomètre digital, il a été possible d'augmenter la circulation d'air à l'intérieur du séchoir, de réduire la consommation de gaz et de réduire la température, ce qui a permis d'observer une amélioration de la qualité des produits.

De plus, étant donné le nombre de candidatures pour profiter de l'amélioration du séchoir ATESTA, il a été confirmé que de nombreux sécheurs portaient un intérêt important à l'amélioration du séchoir et avaient des besoins importants en la matière. En ce qui concerne la vulgarisation de cette modification, il a été confirmé que les unités pouvaient prendre en charge partiellement les coûts.

2) Essai d'une autre méthode d'amélioration

Lors de l'élaboration de l'activité pilote, il n'avait pas été confirmé s'il était possible de faire fabriquer ou de commander des ventilateurs à circulation d'air en acier, des feuilles métalliques ou des conduits. De plus, en prenant en compte que le matériel et l'équipement auraient du quoi qu'il arrive être importé, un ventilateur à circulation d'air de fabrication japonaise et des conduits ont été apposés pour permettre la circulation de l'air (figure B ci-dessous).

Cependant, si des ventilateurs à circulation d'air en acier, des feuilles métalliques ou des conduits sont disponibles, il est possible de faire une modification un peu plus compliquée, qui demande un peu plus de temps, qui est présentée dans la figure C ci-dessous.



Au cours de cette activité pilote, un ventilateur à circulation d'air de fabrication chinoise a été trouvé dans une boutique de Ouagadougou. Ce ventilateur est peu cher (17 000 FCFA), et vendu normalement, il vaut donc la peine d'essayer la modification de la figure C en utilisant ce ventilateur.

Concernant le problème de la non disponibilité des feuilles métalliques et des conduits, sur la base de ce qui a été observé lors de l'activité pilote, il est possible de choisir un bon menuisier (qui travaille précisément), et en lui prêtant les bons outils, il est possible de substituer les feuilles métalliques par des morceaux de bois de 5cm sur 1cm d'épaisseur en les séparant d'un petit espace, ou par du contreplaqué de 10mm d'épaisseur sur lequel des trous ont été faits. Un bon menuisier, avec les bons outils, peut également travailler l'aluminium ou le contreplaqué d'une épaisseur de 5mm pour le courber et faire des trous. Cependant, dans les deux cas, les instructions et les conseils d'un étranger sont nécessaires.

3) Points à prendre en compte pour l'introduction des claies en plastique

Dans cette activité pilote, l'équipe d'étude a cherché des claies en plastique adaptées au séchage ou pour la vapeur, de fabrication japonaise, et a testé si celles-ci pouvaient être utilisées avec le séchoir ATESTA. En utilisant le ventilateur et le thermomètre, la température maximale atteint 70°C lors du séchage, et il n'y a pas de problème particulier, mais avec la méthode classique (sans thermomètre, séchage à haute température), il est fortement possible que les claies se déforment à cause de la température. Les claies en plastique ne doivent donc être introduites que s'il y a un ventilateur et un thermomètre.

De plus, le séchoir ATESTA est fabriqué selon l'espace disponible dans chaque unité, et sa largeur et profondeur ne sont donc pas fixes et changent selon les unités. Pour utiliser les claies en plastique, il est nécessaire de modifier la taille pour de nombreux séchoirs.

(2) Amélioration des infrastructures et du travail pour améliorer la gestion de l'hygiène et la productivité

1) Problèmes liés à l'hygiène pour les infrastructures de séchage de la mangue

Sur la base des principes détaillés dans le code d'usage : principes généraux d'hygiène alimentaire

CAP/RCP 1-1969, Rev. 3 (1997), reconnus internationalement comme des principes à respecter pour assurer la sécurité alimentaire, ainsi sur la base de la réglementation européenne sur l'exportation de produits alimentaires vers l'UE (Règlement (CE) n° 852/2004 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires), les problèmes identifiés, sont détaillés ci-dessous. Cela concerne non seulement les deux unités bénéficiaires de l'amélioration, mais également de nombreuses unités, à des niveaux différents.

i) Problèmes liés aux infrastructures et à l'équipement

De nombreuses unités de transformation utilisent des maisons, qui n'ont pas été prévues dans leur plan, disposition et construction pour la gestion de l'hygiène. La disposition est donc mauvaise, les infrastructures sont petites et il n'est pas possible de laver. Concrètement :

- a) Disposition ne permettant pas de prévenir les contaminations croisées
- b) Trop d'employés par rapport à l'espace (ne disposent pas d'un espace suffisant)
- c) La surface des murs n'est pas lisse
- d) Impossible d'évacuer l'eau et de laver le sol proprement (pas d'équipement pour l'évacuation d'eau)
- e) Pas de mesure efficace pour empêcher les insectes (mouches) d'entrer. Les responsables sont conscients de la nécessité de protéger le plus possible la salle de tri et de conditionnement, mais les mesures contre l'intrusion d'insectes et de poussières sont insuffisantes.
- f) La structure des fenêtres fait que la poussière s'y accumule, et à cause des barreaux de protection et du filet contre les insectes, il est difficile de les nettoyer.
- g) Infrastructures d'évacuation d'eau et de traitement des eaux usées: il n'y a pas de canalisations d'évacuation des eaux usées à l'intérieur des unités vers une fosse septique, et il est commun que celles-ci s'écoulent à même le sol. Il y a des unités qui n'ont pas de fosses septiques et qui évacuent l'eau à même la route.
- h) Infrastructures de nettoyage: pas d'équipement dédié au lavage d'outils et de tissus. Le lavage est effectué dans des bassines et seaux, souvent à l'extérieur (au Burkina Faso, il est d'usage de laver dans des bassines, et il n'y a donc pas d'espace/infrastructure réservé au lavage)
- i) Equipement pour l'hygiène des employés: comparé au nombre d'employés, les infrastructures insuffisantes pour se laver les mains. Pas de vestiaire adapté. Pas de toilettes adaptées (à chasse d'eau)
- j) Gestion de l'hygiène: pas d'espace ou espace insuffisant dédié au stockage des produits, produits stockés dans des endroits libres au sein de l'unité. Les produits ne sont pas protégés efficacement contre les rats et insectes, même s'ils sont conditionnés dans du plastique et des cartons.
- k) Gestion des produits: Il n'y a pas d'espace pour entreposer les produits et le matériel, qui sont généralement déposés dans des espaces non occupés, comme à l'arrière des séchoirs, et ne sont donc pas protégés efficacement contre les rats et insectes. L'arrière des séchoirs n'est pas vraiment nettoyé (les produits finis ne sont pas commercialisés à bon marché, et les burkinabè n'ont pas l'habitude de trier les produits sur des étagères).
- l) Lumières: les infrastructures ne sont pas assez lumineuses pour effectuer le séchage pendant la nuit. Pas de protection pour prévenir la contamination des produits alimentaires en cas de dégâts sur les lumières.
- m) Plan de travail pour l'épluchage et le découpage: des plans de travail en bois, recouverts par une feuille empêchant les altérations causées par l'utilisation de savon et de désinfectant, sont utilisés. Sur les côtés, des planches sont fixées pour éviter la chute des fruits, mais des

déchets s'accumulent dans les interstices, qui sont difficiles à nettoyer. Des moisissures apparaissent sur les pieds des plans de travail.

- n) Séchoirs: Il n'y a pas de thermomètre, et donc pas de suivi et de gestion de la température. Il est difficile de nettoyer les claies en bois (jus des fruits qui a brûlé et adhéré aux claies). Pendant le séchage, les claies sont souvent interchangées, et si le bois craque, il est possible que des échardes ou de la sciure pénètrent dans les produits. Les clous tombés des cadres en bois peuvent également y pénétrer.

ii) Problèmes concernant les mesures de prévention de la contamination

- a) Les employés venant en sandales ne se lavent pas les pieds avant d'entrer dans l'unité, et travaillent pieds nus dans l'unité.
- b) Nombre insuffisant d'uniformes pour le travail, employés n'utilisant pas l'uniforme
- c) Les uniformes sont roulés et empilés
- d) Les uniformes sont de simples vestes, et il n'y a pas de système pour empêcher les poils de tomber des manches (les unités n'ont pas assez conscience que les uniformes sont utilisés non pas parce que les vêtements des employés sont sales, mais pour éviter la contamination des aliments).
- e) Les employés n'ont pas conscience d'où il ne faut pas poser les outils, de quand il faut se laver les mains afin d'éviter les risques de contamination (pas de formation et d'instructions).
- f) Trop d'employés par rapport au nombre d'outils disponibles, travail effectué dans un endroit et selon une méthode inadaptés.
- g) L'épluchage, le découpage, le tri et le conditionnement sont effectués à la main, et la matière première et le produit final sont touchés par de nombreux employés (malheureusement, il est difficile de se procurer des gants adaptés à la transformation au Burkina Faso. En plus de se laver les mains, les employés ne se désinfectent pas les mains avec de l'alcool).
- h) Informations sur les produits: difficile d'identifier les lots produits
- i) Le processus de nettoyage, lavage et désinfection et son responsable ne sont pas déterminés.
- j) La mise en place d'un système de gestion des risques, sa mise en œuvre et le suivi ne sont pas mis en œuvre délibérément (les unités ne connaissent pas ou ne mettent pas la gestion des risques selon la méthode HACCP).

2) Nécessité de trouver un système remplaçant les conseils donnés par des unités de séchage ayant un niveau de gestion de l'hygiène et de la qualité relativement haut aux unités ayant un niveau bas

Dans le projet de promotion, il est proposé que les unités de séchage ayant un niveau de gestion de l'hygiène et de la qualité relativement haut donnent des conseils aux unités ayant un niveau bas, mais il ne faut pas espérer une forte coopération entre entreprises et que les unités acceptent naturellement les conseils d'autres unités de séchage. De même, les possibilités de visite guidée d'entreprises avancées (Fruiteq ou Mango So, qui ont un niveau élevé de gestion de l'hygiène) sont faibles.

3) Méthode de mise en œuvre des travaux de rénovation

Pour les rénovations des infrastructures de séchage, il faut utiliser des menuisiers, maçons, plombiers, carreleurs, des ferronniers, disponibles au Burkina Faso. Malheureusement, leur niveau n'est pas très élevé, et généralement ils ne peuvent faire que ce qu'ils savent faire. S'ils reçoivent une demande pour un travail qu'ils n'ont jamais fait ou à un niveau jamais réalisé, ils réaliseront probablement une erreur. C'est pourquoi le propriétaire de l'unité doit avoir une image claire de la

rénovation et pouvoir diriger les travaux en fonction. Cependant, les propriétaires ne sont pas forcément expérimentés en menuiserie ou en plomberie.

(3) Amélioration de l'accès à l'équipement et au matériel (importations)

L'amélioration du séchoir ATESTA et de la qualité du produit requiert l'importation d'équipement et de matériel. Les exportateurs de mangues, appuient déjà les unités de séchages avec qui ils travaillent dans l'achat de matière première et l'approvisionnement en matériaux de conditionnement. Ils comprennent les exigences du commerce. De plus, ils ont pu confirmer les effets de l'amélioration des séchoirs avec l'utilisation des ventilateurs et des claies en plastiques, ainsi que l'effet sur la prévention du brunissement des antioxydants. Ils sont favorables à leur importation et ont commencé à chercher des sources d'approvisionnement en Europe. D'un côté, la PTRAMAB est le représentant des sécheurs pour les PTF, mais n'est pas dans l'état de se lancer dans des importations. Il est plus réaliste de laisser les exportateurs de mangues séchées se charger de l'importation d'équipement et de matériel.

(4) Capacité de la PTRAMAB à devenir la structure de mise en œuvre principale de l'appui au secteur

La mise en œuvre expérimentale d'activités d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA a pris la forme d'un appel à candidatures public, et pour tester la capacité de la PTRAMAB à devenir une structure de mise en œuvre principale de l'appui au secteur, l'équipe d'étude leur a demandé d'effectuer la publication de l'appel, la réception des candidatures et la sélection des participants. Les membres du bureau sont déterminés, mais il n'y a pas d'agent fixe et pas fonds pour les activités. De plus, des inimitiés entre les entrepreneurs et de mauvais sentiments à l'égard des membres du bureau ont été exprimés. La capacité de la PTRAMAB à mettre en œuvre l'appel, la réception des candidatures et la sélection des participants et la réaction des unités de séchage vis-à-vis de la sélection a été vérifiée.

Les membres du bureau de la PTRAMAB n'ont pas pu planifier la méthode et le processus pour l'appel et la réception des candidatures, et l'équipe d'étude a dû leur donner des instructions. L'équipe d'étude a également pris en charge les frais de communication et de réunion. Les conditions posées pour la sélection étaient que les entreprises aient payé leur cotisation à la PTRAMAB et qu'elles aient produit sur plusieurs années consécutives. La PTRAMAB a sélectionné les candidats sur cette base. Les candidats qui n'ont pas été sélectionnés ne se sont pas particulièrement plaints à l'équipe d'étude, ce qui permet donc de supposer que les résultats de la sélection les ont convaincus.

Une des conditions pour être sélectionné était d'avoir payé la cotisation à la PTRAMAB, ce qui a entraîné son paiement par de nombreuses entreprises. La PTRAMAB, qui comptait 20 membres officiels, en comptait plus de 40 après la sélection. Il y a environ 45 entreprises qui sèchent et commercialisent la mangue, et la majorité est donc devenue membre de la PTRAMAB.

6.3.4 Feedback pour le projet de promotion

Les résultats, leçons apprises et contraintes obtenues et identifiées pendant l'activité pilote et l'avis des parties prenantes a été reflété dans le projet de promotion de la mangue. Les éléments ci-dessous seront reflétés.

(1) Amélioration du séchoir ATESTA et vulgarisation des techniques améliorées

Au vu des bons résultats obtenus lors de l'essai de modification du séchoir ATESTA, le matériel et l'équipement nécessaires à la modification (1 set de modification par entreprise) ont été distribués à 20 unités de séchage dans le cadre de la mise en œuvre expérimentale d'activité d'appui à l'amélioration du séchoir ATESTA. Cependant, la campagne de séchage commençant à partir d'avril, les résultats de la modification sur le séchage et l'évaluation des utilisateurs (facilité d'utilisation, amélioration de la qualité, réduction de l'utilisation du gaz), ne pourront pas être confirmés pendant cette étude. De plus,

il est souhaitable qu'un test d'amélioration soit effectué avec un ventilateur de fabrication chinoise disponible au Burkina Faso. Le plan de vulgarisation des techniques d'amélioration du séchoir ATESTA inclura donc l'étude de l'évaluation des utilisateurs et le test d'utilisation du ventilateur de fabrication chinoise.

(2) Amélioration de l'hygiène

Satisfaire aux conditions des règlements appliqués dans l'UE aux produits alimentaires exportés est particulièrement urgent. L'appui à l'amélioration de l'hygiène proposé est révisé de la façon suivante, de la façon la plus faisable.

Tableau 6.3.8 Points révisés pour l'appui à l'amélioration de l'hygiène

	Avant révision	Après révision
Nom	Introduction et mise en œuvre d'un programme de consultations individuelles (projet de renforcement des activités de la PTRAMAB)	Satisfaire aux conditions des règlements appliqués dans l'UE aux produits alimentaires exportés
Responsables de la mise en œuvre	PTRAMAB	PTF
Méthode pour faire prendre conscience de l'importance de l'amélioration de l'hygiène	Visite de structures avancées de transformation de la mangue séchée dans la gestion la qualité au Ghana	Visite de structures avancées de transformation de la mangue séchée dans la gestion la qualité au Ghana Ateliers sur les règlements appliqués dans l'UE
Identification des points à améliorer, instructions pour la méthode d'amélioration	Les unités avec un niveau de gestion de l'hygiène ou de la qualité relativement haut encadrent les unités avec un niveau faible	Consultant HACCP burkinabè et expert étranger encadrent les unités
Appui financier à la rénovation des infrastructures	Appui financier sous la forme de subventions ou de prêts à faible taux	Appui financier sous la forme de subventions dans le cadre d'un projet de PTF
Plans pour les travaux de rénovation, commande et supervision	N/A	Planning, commande et supervision appuyés par un expert burkinabè (architecte, technicien, etc.), ou étranger (PTF)

(3) Amélioration de l'accès à l'équipement et au matériel étranger

L'amélioration de l'accès aux filets en plastiques alimentaires, etc. via l'importation par la PTRAMAB ou des importations groupées de matériel était la méthode envisagée au début, mais l'importation et la revente par les exportateurs est une méthode plus réaliste. Etant donné qu'il s'agit d'une activité commerciale, elle ne sera pas ciblée par le projet de promotion.

(4) Contribution au plan de promotion de la PTRAMAB

Au début, il était prévu que la PTRAMAB mette en œuvre en tant que structure principale la mesure de promotion concernant l'amélioration de l'hygiène et de la qualité, dans le cadre du projet de renforcement des activités de la PTRAMAB. Ce projet comprenait 1) la visite de structures avancées de transformation de la mangue séchée dans la gestion la qualité au Ghana, 2) l'introduction et la mise en œuvre d'un programme de consultations individuelles, 3) l'importation par la PTRAMAB ou des importations groupées de matériel, et 4) des ateliers pour apprendre les techniques d'identification du niveau de maturation des mangues et de gestion de la maturation. Cependant, comme précisé aux points (2) et (3) ci-dessus, les activités 1 à 3 seront mises en œuvre dans le cadre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux conditions des règlements appliqués dans l'UE aux produits alimentaires exportés.

Il est évident que les sécheurs de mangue se regroupent pour obtenir le soutien de PTF (en payant des cotisations). Il n'y a pas de consensus sur le rôle à jouer de la PTRAMAB dans le futur, à savoir si elle doit rester un point de contact pour les appuis, ou également mener des activités par elle-même (par exemple, des prospections de marché, la fourniture de services techniques, la planification réaliste d'activités d'appui de PTF ou du gouvernement, etc.). Si les membres de PTRAMAB n'ont rien à y gagner, l'utilité de la PTRAMAB n'augmentera pas. De même, le lien de coopération entre les membres ne se renforcera qu'en résolvant des problèmes communs ensemble. Le projet de promotion de la mangue a donc été élaboré pour que la PTRAMAB participe à ses actions le plus possible.

6.4 Projet de promotion de la mangue

6.4.1 Cadre du projet de promotion de la mangue

(1) Principes d'élaboration

Les mangues fraîches et séchées ont des débouchés d'exportation stables en Europe, et le but de ce projet de promotion est d'élargir les exportations pour ces deux produits.

Dans ce projet de promotion, les appuis sont planifiés en ciblant les parties prenantes des activités d'exportation comme les producteurs, les transformateurs et les exportateurs de mangues. Il s'agit d'un projet visant à résoudre les contraintes de développement, qui ne peuvent pas être résolues à cause d'un manque de moyens financiers et techniques des parties prenantes, ou parce qu'elles sont responsables de leur résolution mais que cela ne progresse pas, par un appui ou une intermédiation du gouvernement burkinabè ou de PTF.

En se basant sur cette position, le projet a été élaboré selon les principes et conditions développées ci-dessous.

- L'appui aux transformateurs et aux exportateurs, en dehors des cas où des essais ou des innovations sont mis en œuvre, sera limité à des appuis pouvant profiter indirectement aux producteurs.
- Il est supposé que ce projet sera mis en œuvre avec l'appui de PTF. Etant donné que les principes et cadres d'appui ne sont pas homogènes pour tous les PTF, selon les besoins et contraintes des PTF, ceux-ci pourront choisir des actions pour les mettre en œuvre.
- Dans le cas où il est nécessaire d'apporter à la fois un soutien technique et financier, ou lorsque le volet financier était à la charge des parties prenantes mais que la résolution de la contrainte en question ne progresse pas, l'appui sera planifié en tant que « projet ». Dans le cas où un appui financier (subvention, prêt) serait jugé suffisant, l'appui ne sera pas planifié en tant que projet.
- Le projet de promotion des exportations de mangues séchées, sur la base des résultats et des leçons apprises de l'activité pilote, est un projet concret avec une haute faisabilité.
- Dans le projet de promotion des exportations de mangues séchées, le renforcement des capacités des parties prenantes est planifié de la façon suivante :
 - Une des raisons pour lesquelles les techniques de séchage n'ont pas été améliorées depuis de nombreuses années (par les utilisateurs techniques eux-mêmes), est que les unités de séchage manquent d'accès aux technologies étrangères (connaissances et matériel). Il est donc nécessaire de prendre des mesures pour présenter et guider les unités sur les technologies nécessaires. Il n'est pas prévu d'appui pour améliorer les capacités d'accès des parties prenantes aux technologies de l'industrie du séchage (par exemple, formations aux recherches de nouvelles technologies par internet).
 - Si les membres de la PTRAMAB n'ont rien à y gagner, l'utilité de la PTRAMAB n'augmentera pas. De même, le lien de coopération entre les membres ne se renforcera qu'en résolvant des problèmes communs ensemble. Le projet de promotion de la mangue a donc été élaboré pour que la PTRAMAB participe à ces actions le plus possible.
- Les manguiers demandent plusieurs années avant de pouvoir produire une fois plantés. Cependant, les objectifs d'augmentation des exportations sont prévus pour pouvoir être réalisés avec les

volumes de fruits produits actuellement. Cependant, un appui pour augmenter la production de mangues pour l'exportation et la transformation (agrandissement des superficies) est également prévu.

(2) Période couverte

La période du plan est de cinq ans à compter du démarrage des activités.

(3) Zones ciblées

Etant donné que le projet de promotion vise directement les exportateurs et unités de transformation, il n'y a donc pas de zone précise. Cependant, les exportateurs et unités de transformation sont principalement localisés dans les principales zones de production (Régions des Cascades et des Hauts-bassins) et à Ouagadougou.

(4) Vision

En ce qui concerne les exportations de mangues fraîches, la compétition des mangues du Pérou et du Brésil ainsi que le surplus d'offre présentent des risques, et il est nécessaire de tâcher à maintenir les débouchés vers le marché européen, qui présente le plus de risques liés à la mouche de fruits après juin. Les exportations du Burkina Faso sont encore faibles, et des activités de prospection seront menées auprès des pays hors UE, des pays méditerranéens et des pays du golfe persique pour augmenter les exportations. Suivant la prospection de nouveaux débouchés, la production de mangues destinées à l'exportation augmentera et les capacités de tri et de conditionnement seront renforcées.

En Europe, en Suisse ou en France, les boutiques de commerce équitable et de produits biologiques sont les principaux importateurs de mangues séchées et représentent de solides débouchés. Cependant, de nombreuses infrastructures de séchage doivent être améliorées du point de vue de l'hygiène, et la méthode de gestion des risques HACCP, obligatoire en Europe, n'est pas mise en œuvre de façon proactive. La gestion sanitaire sera améliorée au plus vite pour répondre aux demandes du marché européen afin de conserver ces débouchés. De plus, de nouveaux marchés seront activement prospectés, des produits améliorés pour répondre aux demandes des clients, la compétitivité augmentera en réduisant les coûts de transformation et les capacités de transformation augmenteront peu à peu. Cela permettra d'exporter vers de nouveaux marchés des pays industrialisés.

Les producteurs de mangues approvisionnent les deux chaînes de valeur des exportations de mangues fraîches et séchées, et les commercialisent à un prix unitaire plus élevé que les mangues commercialisées sur le marché local. En prenant des mesures pour augmenter les exportations des exportateurs et transformateurs, les exportations de mangues fraîches et séchées augmenteront, et le nombre de producteurs participant et bénéficiant des chaînes de valeur de l'exportation augmentera.

(5) Objectifs

1) Objectifs d'augmentation des exportations de mangues fraîches

Augmentation du volume d'exportation : 500 tonnes (voie aérienne) (volume exporté actuellement fixé à 5 000 tonnes)

Nouveaux débouchés d'exportation : 3 nouveaux pays

2) Objectifs d'augmentation des exportations de mangues séchées

Augmentation du volume d'exportation : 100 tonnes (soit environ 2 000 tonnes de matière première) (volume exporté actuellement fixé à 500 tonnes)

Nouveaux débouchés d'exportation : 3 nouveaux pays

6.4.2 Stratégies de promotion et composantes

(1) Promotion des exportations de mangues fraîches

1) Stratégie de promotion

Les exportateurs prenant des mesures pour 1) Prospector des débouchés, 2) Augmenter la production des mangues destinées à l'exportation, 3) Renforcer les capacités de tri et de conditionnement, seront appuyés et la résolution des contraintes sera accélérée.

Rubriques pour chaque mesure de développement :

Tableau 6.4.1 Contraintes et mesures de développement pour la mangue fraîche

Contrainte	Mesure de développement
Prospection de débouchés	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'un système de collecte d'informations phytosanitaires au sein de la DPVC Identification de pays cibles par l'APEMAB Développement d'activités de prospection de débouchés par les exportateurs Appui à la création de fonds pour les activités de l'association des exportateurs de mangues
Augmentation de la production de mangues destinées à l'exportation	<ul style="list-style-type: none"> Augmentation de la production par les producteurs (Petite et moyenne taille) Essai de mise en place de vergers commerciaux irrigués dans des zones non contaminées par la mouche des fruits
Renforcement des capacités de tri et de conditionnement	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'infrastructures de tri et de conditionnement à petite échelle

La relation entre les mesures de promotion et l'augmentation des exportations (résultats) est présentée dans la figure ci-dessous.

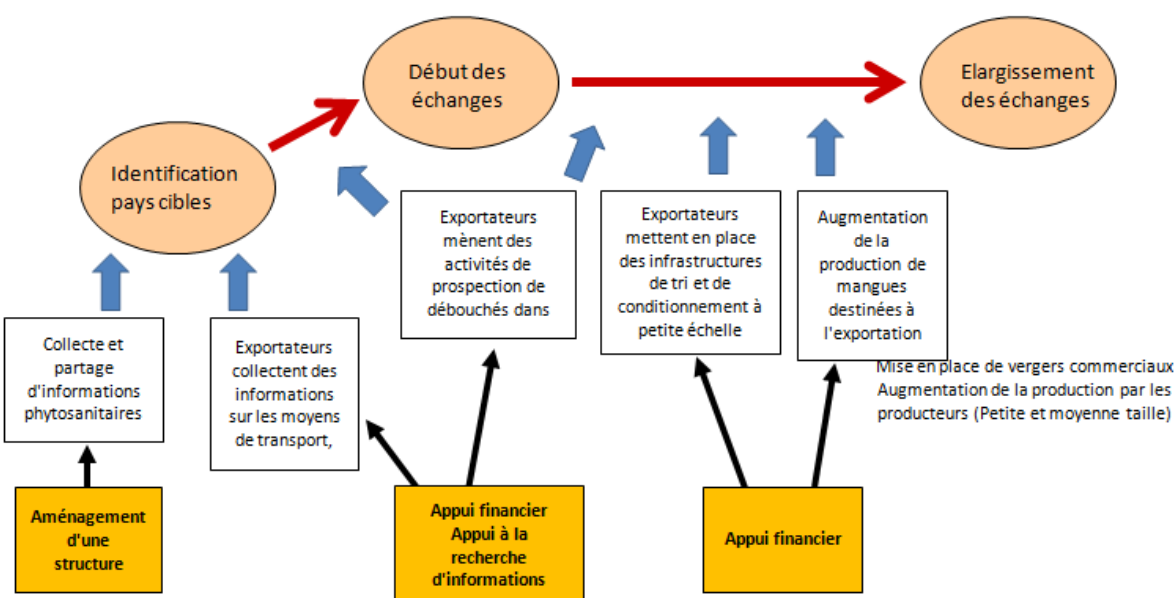


Figure 6.4.1 Relation entre les mesures de promotion et l'augmentation des exportations des mangues fraîches

2) Composantes

i) Mise en place d'un système de collecte d'informations phytosanitaires au sein de la DPVC

Afin d'identifier les pays vers lesquels il est possible d'exporter, il est indispensable de collecter les informations relatives aux règlements phytosanitaires appliqués aux mangues burkinabè dans des pays tiers. Un système adéquat permettant de collecter des informations phytosanitaires sera préparé au sein de la DPVC, qui est l'organisme de contact officiel pour et vers les organismes de protection phytosanitaires de pays tiers. Un agent sachant parler anglais (si possible arabe) sera recruté, et un budget pour les opérations courantes (communications, transport, réunions, etc.) sera assuré.

La DPVC doit 1) collecter des informations phytosanitaires liées aux mangues burkinabè sur la base des avis des exportateurs, 2) partager ces informations avec les exportateurs, 3) considérer les mesures à prendre sur la base de ces informations pour la promotion des exportations, et 4) gérer correctement la collecte d'informations.

La collecte d'informations phytosanitaires fait en théorie partie des attributions normales de la DPVC, et sa mise en œuvre est possible avec un investissement limité à l'introduction d'un agent supplémentaire. Cette activité ne sera donc pas incluse dans le projet de promotion en tant que sous composante, étant donné qu'il est supposé qu'un appui de bailleurs de fonds ne sera pas nécessaire.

ii) Identification de pays cibles par l'APEMAB

L'APEMAB collectera les informations sur les moyens d'exportation et leurs coûts, sur la situation de l'offre, etc., et identifiera les pays vers lesquels il est possible d'exporter sur cette base et sur la base des informations phytosanitaires. L'APEMAB sera appuyée financièrement dans ces activités et l'organisation de réunions, ce qui permettra de promouvoir l'identification de pays à cibler.

iii) Développement d'activités de prospection de débouchés

Les exportateurs seront appuyés dans leur prospection vers les pays ciblés qui ont identifiés. Concrètement, il s'agira d'un appui financier à la participation aux foires et négociations internationales, à l'élaboration de matériel commercial, à l'invitation d'acheteurs internationaux, etc.

iv) Appui à la création d'un système de taxe sur l'exportation pour créer une source de revenus pour les activités de l'association des exportateurs de mangues

Afin que l'APEMAB possède des sources pour obtenir des fonds propres, elle sera appuyée dans l'introduction d'un système de taxe sur les exportations.

Un comité pour la création de ce système sera créé au sein de l'APEMAB, un planning d'introduction sera élaboré par le comité et les activités de la formation du système au début de ses activités, incluant la forme du système, l'accord des membres, la préparation de la mise en œuvre, le suivi de la mise en œuvre, etc., seront appuyées techniquement et financièrement.

v) Augmentation de la production par les producteurs (petite et moyenne taille)

La production augmentera en structurant les producteurs, en leur prodiguant des conseils techniques de culture pour l'exportation, et en soutenant financièrement l'introduction de Global GAP par les exportateurs.

vi) Essai de mise en place de vergers commerciaux irrigués dans des zones non contaminées par la mouche des fruits

Les producteurs (individuels ou personnes morales) qui essaieront de mettre en place des vergers irrigués commerciaux dans des zones non contaminées par les mouches des fruits seront appuyés grâce à un système de crédit à faible taux d'intérêt pour augmenter la production de mangues pour l'exportation.

vii) Mise en place d'infrastructures de tri et de conditionnement à petite échelle

Une aide financière (subvention ou crédit à faible taux d'intérêt), sera apportée aux exportateurs ayant commencé à exporter vers les pays ciblés, afin de mettre en place des petites infrastructures de tri et de conditionnement pour pouvoir exporter en petits lots par avion, ainsi que de mettre en place des chambres froides.

(2) Promotion des exportations de mangues séchées

1) Stratégie de promotion

Les unités de séchage prenant des mesures pour 1) améliorer l'hygiène, 2) améliorer la qualité et la productivité, 3) Augmenter les capacités de transformation et 4) trouver de nouveaux débouchés seront appuyés financièrement et techniquement, et la résolution des contraintes sera accélérée.

Les rubriques pour chaque mesure de développement sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Tableau 6.4.2 Contraintes et mesures de développement pour la mangue séchée

Contrainte	Mesure de développement
Amélioration de l'hygiène	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE• Obtention de la certification HACCP
Amélioration de la qualité et de la productivité	<ul style="list-style-type: none">• Utilisation des déchets• Amélioration du séchoir ATESTA
Augmentation des capacités de transformation	<ul style="list-style-type: none">• Elargissement du système d'approvisionnement en matière première• Introduction de séchoirs sud-africains• Introduction de petits séchoirs
Prospection de débouchés	<ul style="list-style-type: none">• Appui aux activités de prospection des débouchés par les exportateurs

La relation entre les mesures de promotion et l'augmentation des exportations (résultats) est présentée dans la figure ci-dessous.

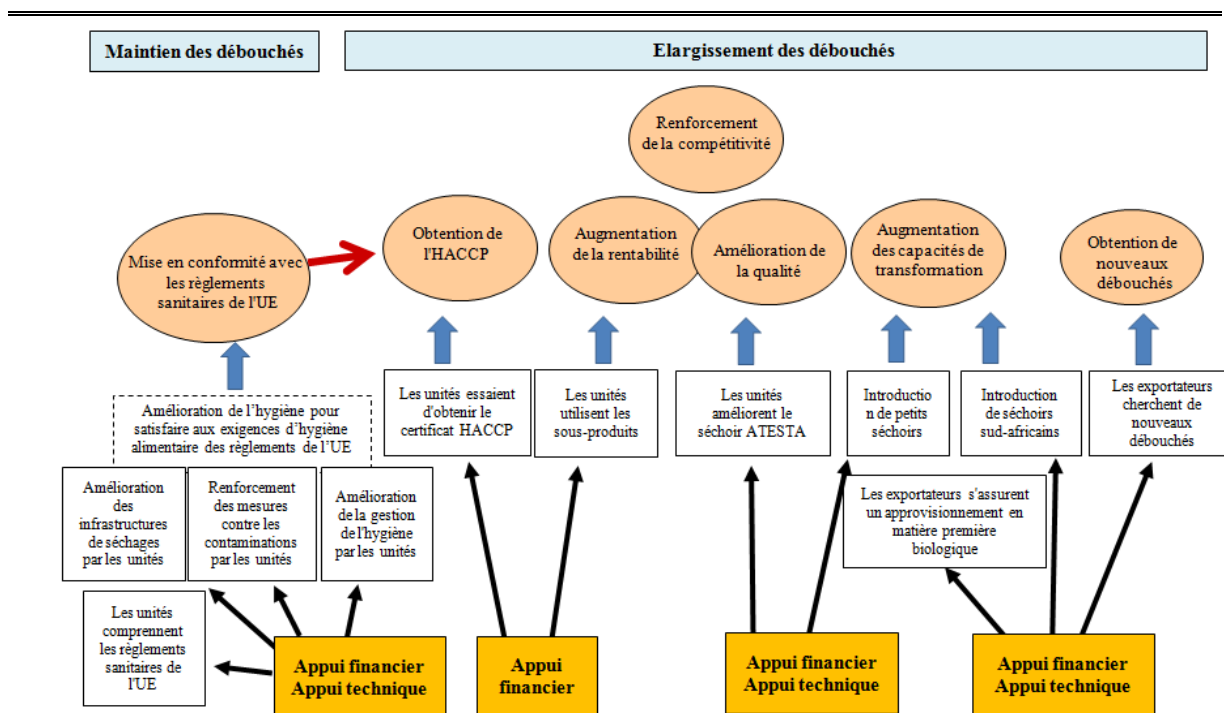


Figure 6.4.2 Relation entre les mesures de promotion et l'augmentation des exportations de mangues séchées

2) Composantes

i) Appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE

Il est urgent de satisfaire aux exigences des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE en améliorant l'hygiène. Les 4 mesures suivantes seront mises en œuvre, et un appui par un PTF incluant un aspect financier sera planifié.

- ✧ Faire comprendre les exigences de l'UE aux unités de séchage,
- ✧ Amélioration des infrastructures et équipements de séchage
- ✧ Renforcement des mesures de prévention contre la contamination lors de la transformation
- ✧ Amélioration des méthodes de gestion de l'hygiène

L'amélioration des infrastructures vise les maisons qui ont été rénovées en unités de transformation et qui posent de nombreux problèmes d'hygiène, pour lesquelles un appui financier et technique aux travaux de rénovation sera proposé aux propriétaires. En ce qui concerne le renforcement des mesures de prévention contre la contamination lors de la transformation et l'amélioration des méthodes de gestion de l'hygiène, ils viseront toutes les unités avec la mise en œuvre d'un atelier de conseils sur site, à l'exception de celles ayant déjà obtenu le certificat HACCP. Il est supposé qu'un bailleur de fonds mette en œuvre cette composante (y compris pour l'appui financier).

ii) Promotion de l'obtention de la certification HACCP

Un appui financier partiel sera apporté aux entreprises souhaitant obtenir par elles-mêmes la certification HACCP pour répondre aux exigences de l'UE.

iii) Promotion de l'utilisation des sous-produits de la mangue

Les investissements initiaux nécessaires pour les unités entreprenant l'utilisation de la chair autour du noyau ou la transformation en biogaz seront partiellement appuyés.

En ce qui concerne la production de produits alimentaires transformés, un système de transformation limité aux projets impliquant un partenaire comme des boutiques de commerce équitables ou des ONG européennes sera mis en place pour le développement de nouveaux produits.

En ce qui concerne la production de biogaz, il s'agit de viser les coûts d'introduction pour les aménagements nécessaires. Le projet du CIR et de SNV (géré par le MICA) planifie de fournir le savoir-faire technique sur les infrastructures, la production et la gestion du biogaz aux unités de séchage. La production en biogaz n'est donc pas prévue dans ce projet de promotion.

iv) Développement et vulgarisation de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA

L'évaluation des produits réalisés après les améliorations techniques testées lors de l'activité pilote et la difficulté de la mise en place de ces améliorations seront confirmées. Un test d'amélioration avec un ventilateur de fabrication chinoise, trouvable au Burkina Faso, sera également mis en œuvre, et sur la base de ces résultats, les techniques d'amélioration à vulgariser seront décidées.

Des subventions à l'achat d'équipement étranger seront apportées et les tests d'amélioration des séchoirs par les unités de séchages seront promus. Il est supposé qu'un bailleur de fonds mette en œuvre cette composante (y compris pour l'appui financier).

v) Elargissement du système d'approvisionnement en matière première

Un appui financier pour l'organisation de nouveaux producteurs, pour l'obtention de certifications de production biologiques par les exportateurs ou unités de séchage sera apporté.

vi) Introduction de séchoirs sud-africains

Les coûts d'obtention des séchoirs tunnels sud-africains introduits par le PAFASP seront pris en charge partiellement. Dans le cas où ces séchoirs sont introduits, des rénovations importantes ou la construction de nouvelles infrastructures peuvent être nécessaires. Seules les entreprises ayant déjà des capacités de gestion et financières suffisantes (15 tonnes transformées ou plus par an) seront ciblées.

vii) Introduction de petits séchoirs

L'introduction de séchoirs de petite taille (type ATESTA), avec ventilation, claies en plastique ou en inox et un thermomètre intégré sera appuyée. Il est difficile de rechercher du matériel à l'étranger sans l'appui d'un PTF. Il est supposé qu'un bailleur de fonds mette en œuvre cette composante (y compris pour l'appui financier). L'introduction du séchoir sera promue en prenant en charge une partie des coûts d'achat.

viii) Promotion des activités de prospection des exportateurs

Les exportateurs essayant de prospecter des débouchés seront soutenus. Concrètement, la participation aux foires et négociations à l'international, l'élaboration de matériel commercial, les invitations d'acheteurs étrangers seront appuyées financièrement.

6.4.3 Actions

(1) Promotion des exportations de mangues fraîches

1) Identification de nouveaux pays pour l'exportation par l'APEMAB

i) Contexte et objectifs

Les importations de mangues en Europe, en Fédération de Russie, dans les pays de la méditerranée et du golfe persique ont augmenté de 1,3 fois entre 2007 et 2011, et devraient continuer à augmenter dans le futur. Le volume d'exportation du Burkina Faso vers les pays de la méditerranée et du golfe persique sont de 300 tonnes environ et sont donc faibles, et en 2012 concernaient essentiellement les Emirats Arabes Unis et le Maroc. En Europe, si la mouche des fruits est observée lors de l'inspection phytosanitaire à l'importation, le lot entier est détruit. Pour éviter la destruction de lots, les exportations vers l'Europe s'arrêtent vers la mi-juin, avant que les dégâts causés par la mouche des fruits ne deviennent trop sérieux.

Dans cette situation, les exportations du Burkina Faso restent encore limitées, et il est proposé de prospecter des débouchés dans des pays où les conditions phytosanitaires vis-à-vis des mouches des fruits sont comparativement moins strictes, comme probablement dans les pays de la méditerranée et du golfe persique ou hors UE.

Sans identifier de pays cibles, il n'est pas possible de commencer à prospecter de nouveaux débouchés. L'APEMAB effectuera la sélection en tant que représentant des exportateurs, responsables de la prospection. Avec seulement un soutien financier à ses activités, et en laissant l'APEMAB seule responsable, il est possible que l'identification n'avance pas. Il est donc prévu que des PTF appuient directement l'APEMAB.

Cette action vise à identifier des pays cibles pour la promotion des exportations, et à appuyer l'APEMAB dans la collecte d'informations sur les méthodes et les coûts de transport, sur la situation de l'offre et de la demande, etc., ainsi que les discussions entre les parties prenantes.

ii) Acteurs concernés et personnes ciblées

Personnes ciblées : APEMAB et exportateurs

Acteurs concernés : DGPER

Structures d'appui : APEX, MICA, CCIBF, DPVC, APROMAB

iii) Activités et mise en œuvre

Tableau 6.4.3 Identification de pays cibles par l'APEMAB et metteur en œuvre de l'activité

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Elaboration d'une liste préliminaire, collecte et analyse d'informations sur les exportations (marketing)	APEMAB	Sur la base des avis des exportateurs, 10 pays candidats environ seront sélectionnés Les informations sur les méthodes et les coûts de transport, sur la situation de l'offre et de la demande, sur les niveaux d'exportation d'autres pays exportateurs, etc. seront collectées.
2. Elaboration d'une courte liste de pays potentiels	APEMAB	La liste des pays candidats sera réduite à 5 pays.
3. Collecte d'informations phytosanitaires	APEMAB	Demande de collecte d'informations phytosanitaires à la DPVC. Dans le cas où il serait difficile pour DPVC de mettre en œuvre la collecte d'information, l'APEMAB mettra en œuvre une étude dans les pays candidats
4. Identification des pays cibles	APEMAB	Les pays cibles seront identifiés et sélectionnés (au maximum 3 pays environ)

Les bailleurs de fonds appuieront financièrement les activités, proposeront des sources et des méthodes de collecte d'informations, appuieront la mise en œuvre des activités et effectueront le suivi.

iv) Structure de mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 6.4.4 Calendrier pour l'identification des pays ciblés par l'APEMAB

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Elaboration d'une liste préliminaire, collecte et analyse d'informations sur les exportations (marketing)	APEMAB					
2. Elaboration d'une courte liste de pays potentiels	APEMAB					
3. Collecte d'informations phytosanitaires	APEMAB					
4. Identification des pays cibles	APEMAB					

v) Effets escomptés

Les pays cibles pour les exportations de mangues fraîches sont identifiés.

2) Appui à l'introduction d'un système de taxe sur les exportations pour les activités de l'association des exportateurs de mangues

i) Contexte et objectifs

L'APEMAB planifie la mise en œuvre par elle-même d'activités de promotion de la mangue et avait prévu de participer au Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) en 2014, en y amenant 46 tonnes de mangues fraîches, 6 tonnes de mangues séchées et 6 tonnes de noix de cajou pour les vendre pendant la foire. Elle a pour cela demandé un appui financier aux bailleurs de fonds pour le transport.

Afin de développer les exportations, il est indispensable de prospecter de nouveaux débouchés. L'APEMAB ne peut pas mettre en œuvre des activités de recherche de débouchés en tant qu'organisation car elle ne possède pas de fonds pour ces activités.

Un appui visant à la création de sources de revenus, à travers l'introduction d'un système de taxe associative sera apporté (du design du système jusqu'à son introduction). Cette action est conditionnée à l'appui de l'APEMAB par un bailleur de fonds.

ii) Acteurs concernés et personnes ciblées

Personnes ciblées : APEMAB et exportateurs

Acteurs concernés : DGPER

iii) Activités et mise en œuvre

Processus de l'activité, de la planification du système jusqu'à sa mise en œuvre

Le processus envisagé est, dans les grandes lignes, présenté ci-dessous. En introduisant un système d'imposition, des fonds sont récoltés pour l'association, la forme du système est déterminée, et le système est ensuite mis en œuvre par la PTRAMAB elle-même (les exportateurs étant la source des revenus). Si nécessaire, des spécialistes extérieurs ou des consultants seront utilisés.

Tableau 6.4.5 Activités d'appui à la création de sources d'activités de l'APEMAB et metteurs en œuvre de ces activités

Contenu de l'activité	Mise en œuvre
1. La possibilité de réaliser le système de perception sera étudié et examiné: création d'un comité d'examen pour étudier la possibilité de participation et d'accord des membres. Le résultat de cette étude sera expliqué aux membres de l'association afin de former un consensus pour démarrer les activités pour l'introduction de ce système.	APEMAB et ses membres
< Les activités suivantes seront mises en œuvre s'il est possible de réaliser un tel système >	
2. Mise en place du comité de conception du système et du bureau au sein de l'association.	
3. Conception du système par le comité de conception Les services de spécialistes extérieurs seront requis ou le recrutement d'un consultant sera effectué si nécessaire.	
4. Compte rendu aux membres et discussion des points 1 à 3	
5. Préparation pour la mise en service	
6. Mise en service	
7. Suivi, revue et amélioration des problèmes sur le fonctionnement	

Contenu de l'appui à la PTRAMAB

Les structures d'appui (PTF, DGPER), apporteront un appui technique et financier aux activités ci-dessus. Le contenu de l'appui envisagé est présenté ci-dessous.

Tableau 6.4.6 Contenu de l'activité à la création de sources d'activités de l'APEMAB et de l'appui

Contenu de l'activité	Principaux appuis
1. Etude et examen de la possibilité de réaliser le système de perception par le comité d'examen, rapport aux membres et accord	Conseils sur la méthode d'étude et d'examen Frais de mise en œuvre de l'étude Frais de la réunion de compte rendu
2. Mise en place du comité de conception du système et du bureau au sein de l'association.	Frais des équipements de bureau pour l'aménagement du bureau
3. Conception du système par le comité de conception Les services de spécialistes extérieurs seront requis ou le recrutement d'un consultant sera effectué si nécessaire.	Frais d'organisation du comité Frais d'invitation de spécialiste extérieur Frais de recrutement du consultant
4. Compte rendu aux membres et discussion des points 1 à 3	Frais d'organisation des réunions de compte rendu
5. Préparation pour la mise en service	Frais d'établissement des documents/cahiers etc. Frais des matériels du bureau pour l'aménagement du système de gestion d'opération
6. Mise en service	Frais de recrutement du comptable
7. Suivi, revue et amélioration des problèmes sur le fonctionnement	Frais d'invitation de spécialiste extérieur Frais de recrutement du consultant

*N'inclut pas la prise en charge des frais de personnel du secrétariat

*La PTRAMAB devrait prendre en charge partiellement chaque rubrique

iv) Structure de mise en œuvre et calendrier d'exécution**Tableau 6.4.7 Calendrier de la création de sources financières pour les activités de l'APEMAB**

	Activités	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1	Etude de faisabilité par le comité d'étude, information aux membres et obtention de leur accord					
2	Mise en place d'un comité pour la conception du système et d'un secrétariat					
3	Ebauche du système par le comité					
4	Information et concertations avec les membres (activités 1 à 3)					
5	Préparation du lancement du système					
6	Lancement du système					
7	Suivi, revue des problèmes et améliorations					

v) Effets escomptés

La PTRAMAB peut s'assurer une source de revenus pour ses activités

3) Appui financier aux exportateurs

Comme précisé ci-avant, dans le cas où la cible de l'appui dispose d'un savoir-faire suffisant, et où un appui financier (subvention, prêt) serait jugé suffisant, l'appui ne sera pas planifié en tant que projet.

Le soutien financier prévu aux exportateurs est détaillé ci-dessous. En apportant un soutien financier, la résolution des problèmes des exportateurs sera accélérée.

Il est prévu que les fonds proviennent soit du budget de l'Etat burkinabè, soit des PTF. En ce qui concerne les subventions, les participations financières des bénéficiaires varieront selon les projets et les sources de budget. Le budget par projet et le nombre de projets sur 5 ans est estimé ci-dessous en supposant que la participation financière des bénéficiaires s'élève à 50% des frais totaux. Les projets dont le budget peut changer en raison de leur envergure seront appuyés par des prêts à bas taux.

Tableau 6.4.8 Aperçu de l'appui financier (subvention) destiné aux exportateurs

Activité ciblée	Bénéficiaires ciblés	Montant par unité (FCFA)	Nombre
Activités de prospection de débouchés commerciaux			
Participation à des foires dans les pays ciblés, élaboration de matériel commercial	Exportateurs	1 500 000	25
Invitations d'acheteurs étrangers	Exportateurs	1 000 000	5
Renforcement des capacités de tri et de conditionnement			
Mise en place de petites infrastructures de tri et de conditionnement et de chambres froides	Exportateurs ayant commencé à exporter vers les pays ciblés	15 000 000	5
Augmentation de la production de mangues destinées à l'exportation			
Introduction de Global GAP	Exportateurs	1 250 000	5
Structuration de nouveaux producteurs, conseils techniques aux producteurs sur la culture pour l'exportation	Exportateurs	1 250 000	5

Participation financière des bénéficiaires : 50% (hypothèse)

Tableau 6.4.9 Aperçu du crédit à bas taux destiné aux exportateurs

Activité ciblée	Bénéficiaires ciblés	Montant par unité	Nombre
Augmentation de la production de mangues destinées à l'exportation			
Essai de mise en place de vergers commerciaux irrigués dans des zones non contaminées par la mouche des fruits	Exportateurs		3

(2) Promotion des exportations de mangues séchées

1) Appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE

i) Contexte et objectifs

Les principaux débouchés d'exportation pour les mangues séchées du Burkina Faso sont des boutiques de commerce équitable ou de produits biologiques en Europe, comme en Suisse ou en France, qui constituent des débouchés stables. Selon les deux principaux exportateurs, il y a eu plusieurs cas de contaminations par des insectes ou de résidus de pesticides, mais cela n'a jamais amené à classer la mangue en tant que produit à surveiller lors de l'importation.

Cependant, les unités de transformation de la mangue séchée sont pour la plupart des maisons rénovées en infrastructure de transformation, et ne sont pas adaptées sur de nombreux points à la transformation alimentaire. Du point de vue de la gestion de l'hygiène, il n'y a presque aucune unité qui ne met en œuvre les principes de gestion HACCP, et une seule entreprise a été certifiée HACCP au Burkina Faso.

Les mesures de sécurité alimentaire dans les pays industrialisés devraient devenir de plus en plus strictes vis-à-vis des produits alimentaires importés. Pour ne pas perdre les débouchés obtenus et pour élargir les débouchés commerciaux, l'amélioration de l'hygiène, et l'obtention d'un certain niveau de sécurité alimentaire dans les unités de séchage sont des sujets importants.

En Europe, qui constitue le principal marché d'exportation pour la mangue séchée, il est nécessaire de satisfaire aux conditions²⁷ des règlements d'hygiène alimentaire appliqués aux

²⁷ Le niveau de gestion de l'hygiène basique est basé sur le système HACCP.

produits alimentaires importés. Pour satisfaire aux conditions des règlements appliqués en UE, ces conditions seront expliquées aux sécheurs, les infrastructures et équipements des unités seront améliorés, la prévention des contaminations sera renforcée et la méthode de gestion de l'hygiène sera améliorée.

ii) Acteurs concernés et personnes ciblées

Personnes ciblées : Unités de transformation, PTRAMAB, APROMAB

Acteurs concernés : exportateurs de mangues séchées

Structures d'appui : DGPER, bailleurs de fonds

iii) Activités et mise en œuvre

a) Explication des activités et sélection des unités candidates

Tableau 6.4.10 Activité de l'amélioration de l'hygiène visant à satisfaire les exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE 1

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Elaboration d'une liste d'unités candidates	Projet PTRAMAB	La PTRAMAB élaborera une liste d'unités qui transforment la mangue depuis plusieurs années. La liste devra indiquer quelles unités utilisent une maison en tant qu'infrastructure de transformation
2. Organisation d'une réunion d'explication	Projet PTRAMAB	Le contenu de l'activité sera expliqué aux sécheurs et aux exportateurs, ainsi qu'aux projets d'autres PTF.
3. Etude de la situation actuelle des candidats	Projet	Sur la base de visites dans les infrastructures listées, la nécessité d'améliorer les infrastructures ou l'équipement sera évaluée.

Projet = DGPER + bailleur de fonds

b) Expliquer les conditions des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE

Les sécheurs auront les motifs d'explication pour lesquels ils doivent améliorer l'hygiène dans leurs unités.

Tableau 6.4.11 Activité de l'amélioration de l'hygiène visant à satisfaire les exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE 2

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Atelier sur les règlements d'hygiène alimentaire de l'UE	Projet	Un document d'explication sera élaboré et les conditions des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE seront expliquées. Toutes les unités et tous les exportateurs sont visés. Dans les documents d'explication, des photos d'infrastructures, d'équipement et de processus de travail recommandés seront présentées.
2. Visite de structures avancées de transformation	Projet PTRAMAB	Une visite guidée de l'IFTC au Ghana, de Fruiteq ²⁸ à Bobo-Dioulasso ou d'une autre unité de transformation au Burkina Faso sera organisée. Les unités pour lesquelles des travaux de rénovation ont été jugés nécessaires seront ciblées.

c) Amélioration des infrastructures et de l'équipement

- Nombre d'unités visées : les unités de transformation utilisant des maisons rénovées en infrastructure de transformation posent le plus de problèmes d'hygiène et seront visées en priorité. Des 45 entreprises de séchage, 25 entreprises devraient avoir besoin de travaux de rénovation, et le plan sera élaboré selon cette hypothèse.

²⁸ Depuis la campagne 2014, Fruiteq a introduit son propre équipement de séchage de mangue dans ses infrastructures de tri et de sélection pour la mangue destinée à l'exportation, et a commencé ses opérations. Les séchoirs et le matériels sont tous de fabrication sud-africaine et Fruiteq planifie de se faire certifier HACCP. C'est une unité qui a un niveau suffisant pour servir de cas d'étude. Cependant, à l'heure actuelle, l'entreprise ne souhaite pas montrer ses infrastructures à d'autres entreprises burkinabè.

- Appui financier : le plafond par unité est fixé à 2 000 000 FCFA. Cependant, les bénéficiaires doivent prendre en charge au minimum 20% des frais de rénovation.
- Les unités de transformation devront trouver le matériel et les artisans pour les travaux de rénovations et les superviser.
- Appui technique : De nombreuses unités n'ont ni connaissances, ni expérience en menuiserie, maçonnerie ou plomberie, et seront donc appuyés dans l'identification des points à améliorer, sur les méthodes de travaux, sur l'approvisionnement en matériel et sur la supervision des travaux.
- L'identification des points à améliorer dans les infrastructures et l'examen des méthodes de travaux sera effectuée par un spécialiste (consultant HACCP, technicien architecte), qui sera affecté au projet.

Tableau 6.4.12 Activité de l'amélioration de l'hygiène visant à satisfaire les exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE 3

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Explication de l'appui aux travaux d'amélioration et identification des infrastructures cibles	Projet	Les propriétaires d'unités pour lesquelles des travaux de rénovation ont été jugés nécessaires se verront expliquer le contenu de l'appui, les rubriques à prendre en charge et les méthodes de travaux. En leur montrant les travaux effectués dans les infrastructures lors de l'activité pilote, ils comprendront le contenu des travaux et les résultats à obtenir. Après avoir obtenu l'accord des bénéficiaires sur leur prise en charge, les bénéficiaires de l'appui seront sélectionnés.
2. Elaboration du plan de mise en œuvre général et confirmation de l'accord des participants	Projet PTRAMAB	Un plan de rénovation complet sur 3 ans sera élaboré. La PTRAMAB le fera connaître aux participants et confirmera leur accord.
3. Elaboration du document de calcul des coûts des travaux de rénovation	Projet	L'estimation sera basée sur le prix unitaire du carrelage, des finitions au mortier, de la peinture murale, des rideaux contre les mouches, des fosses septiques, des lavabos, etc. Le modèle de plan pour les travaux de rénovation sera rédigé.
4. Elaboration du plan des travaux de rénovation et mise en œuvre des travaux	Projet Unités de séchage	Le contenu des rénovations dans chaque unité sera clarifié et les coûts calculés. La prise en charge des bénéficiaires sera confirmée et fixée définitivement. Les préparatifs pour le matériel et le recrutement des artisans par les bénéficiaires seront confirmés. Les travaux d'améliorations mis en œuvre sont détaillés dans le tableau ci-dessous 3 à 4 entreprises seront rénovées en même temps. Afin que l'approvisionnement en matériel et que la supervision soient effectuées correctement, des unités proches géographiquement seront sélectionnées. La période de travaux devrait être de 3 mois. En évitant la période de production, il est possible de mettre en œuvre les travaux d'août à octobre, de novembre à janvier, de janvier à avril soit 3 périodes sur 3 ans. Les travaux commenceront par les unités de Bobo-Dioulasso, où il est simple de se procurer le matériel et où de nombreuses unités utilisent des maisons rénovées.
5. Confirmation de la situation pendant les opérations	Projet	Problèmes de conduites d'eau, efficacité de la prévention contre les mouches, etc. : chaque endroit ayant fait l'objet de travaux sera vérifié
6. Travaux supplémentaires (si nécessaire)	Projet Unités de séchage	Si nécessaire, des travaux supplémentaires ou des rénovations seront mis en œuvre.

Tableau 6.4.13 Contenu des travaux d'amélioration des infrastructures

<ul style="list-style-type: none">- Pour éviter les contaminations croisées, changer la disposition (seulement si possible)- Partition des salles d'épluchage/de découpage et de tri/conditionnement, apposer du mortier/de la peinture ou des tuiles sur les murs à l'intérieur/extérieur pour aplatir les murs là où de la moisissure apparaît- Apposer des tuiles ou des finitions au mortier dans les espaces humides comme les salles d'épluchage/de découpage, de lavage des mangues, et un système d'évacuation des eaux approprié (avec des tubes). Dans les espaces secs comme les salles de tri et de conditionnement, si celles-ci sont lavées régulièrement, apposer des tuiles et un système d'évacuation des eaux. Si lavé avec une serpillère, faire les finitions au mortier²⁹ (adapté aux désinfectants).- Lors de la rénovation des murs et du sol, connecter le mur au sol en « courbe », pour que la poussière et les moisissures ne s'accumulent pas.- Dans le cas où il n'y a pas de toit dans les salles de d'épluchage/de découpage et de tri/conditionnement, apposer un panneau en plastique simple à laver et bon marché.- La gestion de l'hygiène de la salle de tri/conditionnement doit être la plus stricte, et il ne doit pas être possible d'entrer directement à partir de l'extérieur. Changer la position de la porte, ou mettre une petite salle avant la porte d'entrée. Dans le cas où cette salle n'est pas séparée des autres salles de travail, partitionner avec murs et portes.- Pour éviter l'entrée de mouches, apposer des filets sur toutes les ouvertures (fenêtres, portes, ventilateurs, etc.). Remplacer les filets troués- Mettre un rideau en plastique sur la porte vers l'extérieur pour éviter l'entrée de personnes avec de mouches. Réparer les portes ne fermant pas parfaitement. Utiliser des fermes portes pour prévenir les oublis de fermeture de portes.- Utiliser des fenêtres dont la partie inférieure rend difficile l'accumulation de la poussière. Si les barres de sécurité ou les filets anti-insectes rendent difficiles le lavage des fenêtres, tout changer.- S'il n'y a pas de fosse septique, en construire une à l'endroit le plus adapté. Faire passer les eaux usées par un système de tuyaux, et non pas directement sur le sol (l'eau de pluie peut être évacuée directement sur le sol).- Boucher et réparer les trous dans le toit, les infiltrations- Mettre en place le nombre de robinets nécessaires pour le lavage de mains des employés (par rapport à leur nombre). L'utilisation de réservoirs d'eau de 20 litres environ qui ont un robinet fixé directement n'est pas recommandée : lorsqu'il n'y a plus d'eau disponible, il y a un risque que les employés se ne lavent pas les mains- Mettre en place les vestiaires nécessaires pour les employés (par rapport à leur nombre). Mettre en place des porte-manteaux pour les vêtements des employés.- Mettre en place un espace pour laver le matériel et les outils (approvisionné en eau et avec système d'évacuation, avec des tuiles)- Mettre en place un espace de stockage des produits protégé efficacement des rats et des insectes- Mettre en place un magasin avec des étagères pour les consommables- Augmenter le nombre de lumières (luminosité). Dans le cas où il est difficile d'acquérir ce type de matériel, réfléchir à la position des lumières et prendre des mesures pour éviter la casse.- Remplacer les tables de travail en bois pour l'épluchage et le découpage par des tables en acier, faciles à obtenir localement- Mettre en place des toilettes à chasse d'eau

d) Renforcement des mesures contre les contaminations pendant la transformation

En plus des améliorations des infrastructures, des mesures contre les contaminations pendant la transformation des mangues séchées, qui ne sont pas mises en œuvre au Burkina Faso, seront présentées et introduites. Dans le cas où un espace pour se laver les pieds est nécessaire, sa construction sera appuyée et tant qu'une partie des travaux de rénovation. Toutes les unités sont ciblées.

²⁹ La peinture adaptée aux infrastructures de transformation alimentaire (Food grade floor finish paint) ne glisse pas, est résistante au désinfectant, résiste aux chocs et aux frictions. Etant donné que la peinture résistante à la moisissure et aux bactéries n'est pas disponible localement (n'a pas été trouvée pendant l'activité pilote), l'utilisation du mortier est recommandée.

Tableau 6.4.14 Activité de l'amélioration de l'hygiène visant à satisfaire les exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE 4

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Atelier sur les mesures contre les contaminations	Projet	Les mesures contre les contaminations seront expliquées lors de l'atelier sur les règlements d'hygiène alimentaire de l'UE, auquel toutes les unités participeront. Des uniformes de travail (vestes) seront distribués
2. Introduction des mesures contre les contaminations	Unités de séchage	Les unités de séchage achèteront le matériel nécessaire et donneront les instructions sur leur utilisation à leurs employés
3. Suivi et conseils sur les mesures contre les contaminations	Projet	Le projet visitera les unités pendant la campagne de production, vérifiera l'état de mise en œuvre et donnera des instructions

Tableau 6.4.15 Mesures contre les contaminations pendant la transformation

<ul style="list-style-type: none"> - Préventions contre les contaminations dues aux employés venant en sandales Lors de l'activité pilote, un lieu pour se laver les pieds a été mis en place à côté de l'entrée de l'unité, et après lavage, les employés mettaient des sandales dédiées à l'intérieur de l'unité, qu'ils désinfectaient sur un tapis imprégné de désinfectant. Cette méthode est recommandée, mais il est également possible de mettre des bottes en plastique et de les désinfecter sur un tapis imprégné de désinfectant (Les poussières collées sur les pieds restent à l'intérieur de la botte et ne contaminent pas l'unité). Cependant, il est nécessaire de laver régulièrement les bottes. - Changer les vestes de travail pour des vestes empêchant les poils de tomber par les manches (avec une doublure) (possible localement) - Désinfection des mains et des tables de travail à l'alcool, etc. <p>Le travail (épluchage, découpage, tri, conditionnement) est entièrement effectué à la main par de nombreux employés, qui touchent directement la matière première et les produits. En ce qui concerne le tri et le conditionnement, qui nécessitent un traitement strict, les mains et les tables de travail seront désinfectées à l'alcool³⁰.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilisation d'une brosse lors du lavage des mains

e) Amélioration des méthodes de gestion de l'hygiène (mise en œuvre d'une gestion des risques basée sur les principes HACCP)

Toutes les unités sont visées, à l'exception de celles ayant déjà obtenu la certification HACCP.

³⁰ Etant donné qu'il est difficile d'obtenir des gants au Burkina Faso pouvant être utilisés pour la transformation, cela n'a pas été retenu comme mesure. Les désinfectants à l'alcool ou au chlore ont été commercialisés dans des supermarchés pendant après l'épidémie d'Ebola.

Tableau 6.4.16 Activité de l'amélioration de l'hygiène visant à satisfaire les exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE 5

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Formation d'un groupe de travail sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène	Projet PTRAMAB	Les membres du bureau de la PTRAMAB et le projet (y compris le consultant HACCP) formeront un groupe de travail sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène. Le projet (y compris le consultant HACCP) formera les membres du bureau de la PTRAMAB sur la gestion des risques selon les principes HACCP.
2. Rédaction d'un programme pour l'atelier et les instructions sur le terrain	Projet PTRAMAB	Le groupe de travail sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène rédigera le programme pour l'atelier et les instructions sur le terrain
3. Rédaction d'un manuel pour l'atelier	Projet PTRAMAB	Le groupe de travail sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène rédigera le manuel pour l'atelier et les procédures de travail standard
4. Formation des employés et rédaction d'un manuel d'instructions (guide)	Projet PTRAMAB	Le groupe de travail sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène rédigera un manuel d'instructions dédié aux employés ayant un faible niveau d'éducation.
5. Organisation de l'atelier	Projet PTRAMAB	L'atelier visera toutes les unités de séchage, avec les propriétaires et les superviseurs de celles-ci. Il sera mis en œuvre en plusieurs groupes. L'instructeur sera le consultant HACCP et les membres du bureau de la PTRAMAB, qui enseigneront les éléments suivants : Conditions des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE Gestion des risques selon les principes HACCP Contenu des procédures de travail standard Utilisation du manuel d'instructions dédié aux employés ayant un faible niveau d'éducation pour les instructions
6. Rédaction de procédures de travail standard	Unités de séchage	Chaque unité utilisera les procédures de travail standard et en se basant sur la situation de leur propre entreprise, fera des modifications sur ces procédures et les rédigera.
7. Formation des employés et instructions	Unités de séchage	Chaque unité utilisera les manuels et donnera des instructions aux employés
8. Mise en œuvre d'une gestion des risques basée sur les principes HACCP	Unités de séchage	Chaque unité, en se basant sur la procédure de travail standard, mettra en œuvre la gestion des risques selon les principes HACCP
9. Instructions sur le terrain	Projet PTRAMAB	Le groupe de travail sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène, sur la base du programme, rendra visite aux unités de transformation et donneront des instructions.

Concernant le d) renforcement des mesures contre les contaminations pendant la transformation et e) l'amélioration des méthodes de gestion de l'hygiène, les unités de séchage ayant participé aux ateliers et reçu des conseils devront le mettre en œuvre de façon principale. Lors de a) l'explication des activités et sélection des unités candidates, les unités prendront conscience que sans amélioration de l'hygiène, elles perdront leurs débouchés. En leur faisant prendre compte qu'en s'améliorant, ils pourront trouver de nouveaux acheteurs, la motivation des unités de séchage devrait augmenter. Il est proposé de bien utiliser les résultats de l'appui à la prospection de débouchés.

iv) Structure de mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 6.4.17 Calendrier de l'amélioration de l'hygiène visant à satisfaire les exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Explication du projet et identification des infrastructures des candidats	Projet PTRAMAB					
2. Explication des exigences de l'UE en termes d'hygiène alimentaire	Projet PTRAMAB					
3. Amélioration des infrastructures et équipements	Projet Unités de transformation					
4. Renforcement des mesures contre les contaminations pendant la transformation	Projet Unités de transformation					
5. Amélioration de la gestion de l'hygiène	Projet PTRAMAB Unités de transformation					

v) Effets escomptés

- Toutes les unités de séchage satisfont aux conditions des règlements d'hygiène alimentaire de l'UE (aux conditions indispensables posées par l'hygiène et la sécurité alimentaire, telles que requises par les marchés des pays industrialisés)
- Du matériel pédagogique pour un atelier sur la gestion de l'hygiène est disponible. Dans le cas où la PTRAMAB a participé de façon active à cette action, la PTRAMAB peut mettre en place des activités régulières de vérification dans les unités et de conseil ainsi que d'ateliers pour les nouvelles unités.

2) Développement et vulgarisation de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA

i) Contexte et objectifs

La grande majorité des séchoirs au Burkina Faso sont des séchoirs ATESTA (pas de ventilateurs, circulation de l'air verticale naturelle, claies en bois). Ils sont fabriqués au Burkina Faso et ne nécessitent pas d'électricité et sont donc adaptés aux conditions locales. Mais il présente de nombreux problèmes, car il est nécessaire de changer régulièrement les claies de place, il n'est pas possible de moduler la température, il y a des différences dans le séchage, il n'est pas possible de modifier le volume d'air au sein du séchoir, etc.

Etant donné que les 400 séchoirs actuellement utilisés au Burkina Faso devraient continuer à l'être pour quelques temps, il est nécessaire de développer des améliorations pour réduire les risques sanitaires et de les vulgariser.

Lors de l'activité pilote, un ventilateur à circulation d'air, des thermomètres digitaux et des claies en plastiques ont été utilisés pour essayer d'améliorer le séchoir. Dans cette action, l'évaluation de la modification par les utilisateurs (facilité de modification, d'utilisation, amélioration de la qualité du produit, réduction de l'utilisation de carburant) sera confirmée, et un test de modification en utilisant un ventilateur de fabrication chinoise disponible au Burkina Faso sera mis en œuvre. Sur la base de ces résultats, l'amélioration à vulgariser sera décidée. Un appui à l'amélioration des techniques de séchage utilisant des séchoirs améliorés sera ensuite promu.

ii) Acteurs concernés et personnes ciblées

Personnes ciblées : Unités de transformation

Acteurs concernés : PTRAMAB, exportateurs de mangues séchées
Structures d'appui : DGPER, bailleurs de fonds

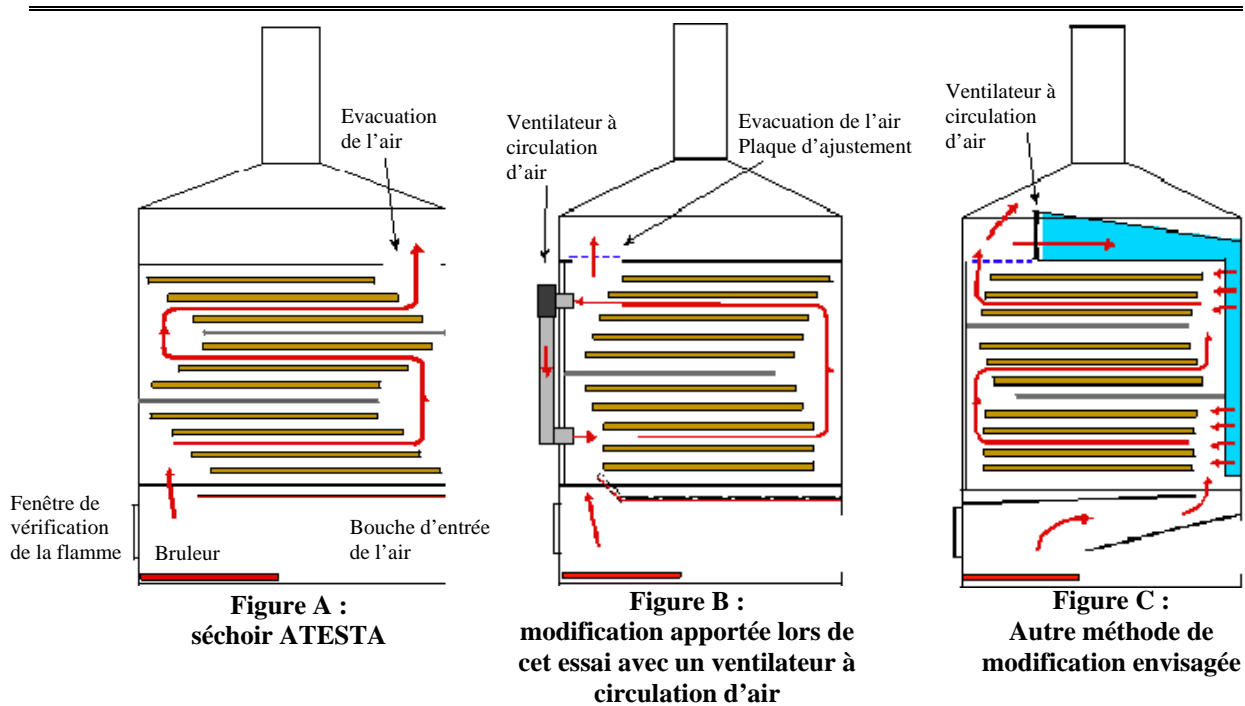
iii) Activités et mise en œuvre

Tableau 6.4.18 Développement des techniques d'amélioration du séchoir ATESTA, activités de vulgarisation de ces techniques et metteurs en œuvre

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Confirmation de l'évaluation des améliorations techniques apportées lors de l'activité pilote	Projet PTRAMAB	Les 20 entreprises ayant reçu le matériel de modification donneront leur évaluation selon les 4 critères suivants : facilité de modification, d'utilisation, amélioration de la qualité du produit, et réduction de l'utilisation de carburant, sous la forme d'une fiche anonyme et lors de discussions en groupe. *La fiche anonyme utilisée sera rédigée par l'équipe d'étude
2. Test de l'amélioration en utilisant un ventilateur de fabrication chinoise disponible au Burkina Faso	Projet Exportateurs PTRAMAB	En utilisant un ventilateur de fabrication chinoise, un essai de séchage avec la modification détaillée dans la figure C ci-dessous sera mise en œuvre. Le volume de gaz utilisé, les changements de température au sein du séchoir et le temps de séchage seront mesurés. La modification sera évaluée selon les mêmes critères que ci-dessus. La modification et le test de séchage seront mis en œuvre dans au moins deux unités. *Le gazomètre utilisé sera celui utilisé par l'équipe d'étude
3. Recherche des sources d'approvisionnement en équipement et matériel	Projet	Des sources d'approvisionnement en Europe pour les ventilateurs, claies en plastique et thermomètres seront recherchées, et les coûts d'achat et de transport seront évalués (devis)
4. Identification des techniques d'amélioration à vulgariser	Projet PTRAMAB Exportateurs Unités de séchage	En plus des 4 éléments ci-dessus, le coût de modification, la facilité d'approvisionnement du matériel seront comparés, et la méthode d'amélioration à vulgariser sera sélectionnée. L'évaluation par les utilisateurs sera considérablement importante. *Concernant les coûts d'approvisionnement à partir du Japon, les informations utilisées seront celles de l'équipe d'étude. Une commande spéciale de nombreuses claies sera examinée
5. Définition du nombre d'équipements à acheter	Projet PTRAMAB	La PTRAMAB élaborera une liste d'entreprises produisant de la mangue séchée en continu depuis plusieurs années. La PTRAMAB demandera aux unités le nombre de ventilateurs et de claies en plastiques nécessaires.
6. Achat de l'équipement fabriqué à l'étranger	Projet	Les ventilateurs, claies en plastiques et thermomètres seront importés
7. Atelier sur la méthode d'amélioration, approvisionnement en matériel	Projet PTRAMAB	Le manuel de modification sera rédigé et un atelier organisé. Lors de l'atelier, les participants recevront le matériel importé.
8. Modification des séchoirs	Unités de séchage	Les sècheurs modifieront le séchoir.
9. Suivi	Projet PTRAMAB	La situation des modifications et leur utilisation pendant la campagne de transformation sera suivie

En supposant que le nombre actuel de séchoirs ATESTA est de 400, le nombre de thermomètres, ventilateurs et claies en plastique nécessaires est détaillé ci-dessous. Les bénéficiaires prendront en charge 10% des coûts d'achat (frais de transport exclus) du matériel importé.

- 380 séchoirs à modifier (400 séchoirs existants, dont 20 déjà modifiés lors de l'activité pilote)
- Thermomètres digitaux : 380
- Ventilateurs : 300 (dans les unités sans électricité, le ventilateur ne peut pas fonctionner. Le nombre supposé de séchoirs concernés est de 80)
- Claies en plastique : 200 (seulement pour les séchoirs pour lesquels un ventilateur est posé. De plus, il est supposé qu'environ 100 séchoirs n'ont pas une taille adaptée aux claies, et ne sont donc pas ciblés).



iv) Structure de mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 6.4.19 Calendrier pour le développement des techniques d'amélioration du séchoir ainsi que pour leur vulgarisation

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Confirmation de l'évaluation des améliorations techniques apportées lors de l'activité pilote	Projet					
2. Test de l'amélioration en utilisant un ventilateur de fabrication chinoise disponible au Burkina Faso	Projet					
3. Recherche des sources d'approvisionnement en équipement et matériel	Projet					
4. Identification des techniques d'amélioration à vulgariser	Projet PTRAMAB					
5. Définition du nombre d'équipements à acheter	Projet PTRAMAB					
6. Achat de l'équipement fabriqué à l'étranger	Projet					
7. Atelier sur la méthode d'amélioration, approvisionnement en matériel	Projet					
8. Suivi	Projet					

v) Effets escomptés

- Des techniques d'amélioration du séchoir ATESTA sont développées
- 400 séchoirs ATESTA ont un thermomètre fixé et la gestion de leur température est améliorée
- 300 séchoirs ATESTA utilisent des thermomètres et des ventilateurs. Le volume de gaz utilisé est réduit et la qualité des produits est améliorée.
- 200 séchoirs ATESTA utilisent des thermomètres et des ventilateurs ainsi que des claies en plastique. Le volume de gaz utilisé est réduit et la qualité des produits est améliorée, et les risques sanitaires sont réduits.

3) Introduction de petits séchoirs

i) Contexte et objectifs

Bien qu'il soit possible d'augmenter la productivité des séchoirs existant jusqu'à un certain niveau, il est nécessaire d'augmenter le nombre de séchoirs afin d'augmenter les volumes d'exportation.

Il n'est pas recommandé d'augmenter le nombre de séchoirs ATESTA en raison des risques sanitaires et du travail nécessaire pour changer les claies pendant le séchage. Il est souhaitable de promouvoir l'introduction de séchoirs à ventilation, avec une fonction de réglage de la température et des claies en plastique ou en inox, comme les séchoirs de type tunnel, introduits par le PAFASP et de fabrication sud-africaine. Cependant, ceux-ci ont un volume d'exploitation trop important, et des séchoirs à l'échelle d'ATESTA ou équivalent au volume d'exploitation de quelques séchoirs ATESTA sont souhaitables.

Des séchoirs de petite taille, avec un ventilateur, une fonction de réglage de la température et des claies en plastique ou en inox sont chers dans les pays industrialisés, et il sera nécessaire de chercher dans des pays comme l'Inde ou la Turquie pour trouver des séchoirs à prix relativement bas.

L'objectif sera d'appuyer l'identification et l'introduction d'un séchoir adapté en taille, d'utilisation et de prix adaptés au Burkina Faso. La participation d'un PTF est prévue pour la recherche de matériel à l'étranger (Inde ou Turquie). Une partie des frais d'approvisionnement sera subventionnée pour promouvoir l'introduction de ces séchoirs.

ii) Acteurs concernés et personnes ciblées

Personnes ciblées : Unités de transformation

Acteurs concernés : PTRAMAB, exportateurs de mangues séchées

Structures d'appui : DGPER, bailleurs de fonds

iii) Activités et mise en œuvre

a) Identification d'un séchoir de petite taille adapté

Tableau 6.4.20 Activités de promotion pour l'introduction des petits séchoirs et metteurs en œuvre de ces activités 1

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Collecte d'informations sur les sources d'approvisionnement, devis	Projet	Des informations sur les producteurs de séchoirs indiens et turcs seront collectés et leurs catalogues obtenus. Les séchoirs correspondant aux conditions feront l'objet d'une demande de devis.
2. Formation d'un groupe de travail sur la sélection et l'introduction de séchoirs	Projet PTRAMAB	Les membres du bureau de la PTRAMAB et le projet formeront un groupe de travail sur la sélection et l'introduction de séchoirs
3. Sélection du séchoir de test	Projet PTRAMAB	Deux types de séchoirs de deux fabricants différents seront sélectionnés, avec le prix comme condition principale.
4. Introduction du séchoir de test	Projet	Commande, paiement, transit, stockage temporaire
5. Mise en place du séchoir, test d'utilisation	Projet PTRAMAB Unité de séchage	L'unité prenant part au test d'utilisation sera sélectionnée et le séchoir installé dans cette unité. Le test d'utilisation est mis en œuvre.
6. Sélection définitive du séchoir à introduire	Projet PTRAMAB	Sur la base des résultats du test d'utilisation, le type de séchoir à introduire est sélectionné définitivement.

b) Introduction du séchoir de petite taille identifié

Tableau 6.4.21 Activités de promotion pour l'introduction des petits séchoirs et metteurs en œuvre de ces activités 2

Activité	Mise en œuvre	Contenu de l'activité
1. Sélection des bénéficiaires	Projet PTRAMAB	Le contenu de l'appui, les conditions et la prise en charge des bénéficiaires sera examinée et déterminée. Une réunion d'information sera organisée, et un appel à candidatures pour l'appui sera lancé par la PTRAMAB, qui sélectionnera les participants
2. Achat des séchoirs	Projet	Commande, paiement, transit, stockage temporaire 30 séchoirs (10 séchoirs par an sur 3 ans)
3. Préparation de la mise en place	Unité de séchage	L'espace nécessaire, l'électricité et le gaz seront préparés par les unités
4. Mise en place des séchoirs	Unité de séchage	Les unités mettront en place les séchoirs sous la supervision du projet
5. Utilisation des séchoirs et suivi	Unité de séchage	Les unités utiliseront les séchoirs sous le suivi du projet

iv) Structure de mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 6.4.22 Calendrier pour la promotion d'introduction des petits séchoirs

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Identification d'un petit séchoir adapté	Projet PTRAMAB					
2. Introduction du séchoir identifié	Projet PTRAMAB					

v) Effets escomptés

- Des petits séchoirs adaptés aux unités de séchage du Burkina Faso sont identifiés (fabricant, modèle et lieu d'achat).
- 30 séchoirs sont introduits, et 50 tonnes de mangues séchées sont produites annuellement avec un risque sanitaire faible

4) Appui financier aux unités de transformation et aux exportateurs

Les activités mises en œuvre par les unités de transformation ou les exportateurs ne nécessitant pas de soutien technique feront l'objet d'un soutien financier. En apportant un soutien financier, la résolution des problèmes des exportateurs sera accélérée.

Il est prévu que les fonds proviennent soit du budget de l'Etat burkinabè, soit des PTF. En ce qui concerne les subventions, les participations financières des bénéficiaires varieront selon les projets et les sources de budget. Le budget par projet et le nombre de projets sur 5 ans est estimé ci-dessous en supposant que la participation financière des bénéficiaires s'élève à 50% des frais totaux.

Tableau 6.4.23 Aperçu de l'appui financier (subvention) destiné aux sécheurs et aux exportateurs

Activité ciblée	Bénéficiaires ciblés	Montant par unité (FCFA)	Nombre
Amélioration de l'hygiène			
Obtention de la certification HACCP	Unités de transformation répondant aux exigences sanitaires de l'UE	1 500 000	5
Amélioration de la qualité et du rendement			
Développement de produits transformés utilisant la chair autour du noyau	Unités de transformation. Seulement dans le cas où un partenaire dans le commerce équitable (ou autre) en Europe est présent	2 500 000	3
Elaboration d'infrastructures de production de biogaz	Unités de transformation. Limité aux personnes formées par SNV	750 000	20
Renforcement de la transformation			
Structuration des nouveaux producteurs et obtentions de certifications biologiques	Exportateurs	1 250 000	8
Achats de séchoirs sud-africains	Unités transformant plus de 20 tonnes par an, pouvant agrandir leurs infrastructures sur fonds propres	12 500 000	5
Prospection de nouveaux débouchés			
Participation à des foires dans les pays ciblés, élaboration de matériel commercial	Exportateurs	1 500 000	20
Invitations d'acheteurs étrangers	Exportateurs	1 000 000	10

Participation financière des bénéficiaires : 50% (hypothèse)

6.4.4 Plan de mise en œuvre du projet de promotion

(1) Structure de mise en œuvre

La DGPER, l'APEMAB et la PTRAMAB sont au centre de la structure de mise en œuvre, et organiseront les réunions des parties prenantes, partageront leurs informations et opinions et mettront en œuvre le projet. Les parties prenantes, leur positionnement et leur rôle dans le projet de promotion des exportations de mangues fraîches et des mangues séchées est détaillé ci-dessous. Ce projet devrait être mis en œuvre par un bailleur de fonds, mais la contribution de chaque bailleur de fonds étant différente, il est ici supposé qu'il s'agit soit d'un bailleur de fonds, soit d'un consultant pour un

baillieur de fonds, soit qu'une ONG participe à la gestion des projets.

Tableau 6.4.24 Structure de mise en œuvre du projet de promotion des exportations des mangues fraîches

Parties prenantes	Positionnement	Rôle
DGPER	Structure de mise en œuvre	Prise en charge financière, conseils techniques, management
Baillieurs de fonds	Partenaire (structure de mise en œuvre)	Prise en charge financière, conseils techniques, management
APEMAB	Partenaire (structure bénéficiaire de l'appui)	Point de contact avec les exportateurs, synthétise les avis du secteur, sélection des bénéficiaires, etc.
Exportateurs	Bénéficiaire de l'appui	

Tableau 6.4.25 Structure de mise en œuvre du projet de promotion des exportations des mangues séchées

Parties prenantes	Positionnement	Rôle
DGPER	Structure de mise en œuvre	Prise en charge financière, conseils techniques, management
Baillieurs de fonds	Partenaire (structure de mise en œuvre)	Prise en charge financière, conseils techniques, management
PTRAMAB	Partenaire (structure bénéficiaire de l'appui)	Point de contact avec les exportateurs, synthétise les avis du secteur, sélection des bénéficiaires, etc.
Unités de séchage	Bénéficiaire de l'appui	
Exportateurs de mangues séchées	Bénéficiaire de l'appui	
Projet du CIR et de SNV (MICA)	Partenaire possible	Prise en charge financière

Le projet d'appui à la commercialisation de mangue séchée et de noix de cajou transformée, mis en œuvre par CIR et SNV depuis juillet 2014 planifie des activités qui se superposent avec ce projet de promotion. De plus, la PTRAMAB a postulé en janvier 2015 pour recevoir du matériel utilisé lors de l'activité pilote mise en œuvre par le PAPAOM, utilisé pour l'amélioration des séchoirs. C'est pour ces raisons qu'il a été noté comme possible partenaire.

(2) Planning et plan de mise en œuvre

Les 5 actions et les appuis financiers composant ce projet de promotion et leur calendrier d'exécution est détaillé ci-dessous.

Tableau 6.4.26 Calendrier de mise en œuvre du projet de promotion de la mangue

Actions	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
Projet de promotion des exportations de mangues fraîches					
1. Identification de pays cibles par l'APEMAB					
2. Appui à la création d'un système de taxe sur l'exportation pour créer une source de revenus pour les activités de l'APEMAB					
3. Appuis financiers aux exportateurs					
Projet de promotion des exportations des mangues séchées					
1. Appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE					
2. Développement et vulgarisation de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA					
3. Introduction de petits séchoirs					
4. Appuis financiers à des unités de séchage et des exportateurs					

Pour le projet de promotion des exportations de mangues fraîches, l'identification de pays cibles par l'APEMAB sera mise en œuvre en premier lieu, puis la prospection de débouchés dans les pays identifiés sera promue par un appui financier, et dans le même temps la mise en place de petites structures de tri et de conditionnement / chambres froides sera promue par un appui financier.

Pendant la période de mise en œuvre de ce projet, les activités de prospection de débouchés seront promues par des appuis financiers, mais afin que l'APEMAB n'aie pas à s'appuyer sur des subventions pour ces activités et puisse mettre en œuvre des activités de prospection sur des fonds propres, l'appui à la création d'un système de taxe sur l'exportation pour créer une source de revenus pour les activités de l'APEMAB sera mis en œuvre dès la seconde année.

Pour le projet de promotion des exportations de mangues séchées, l'appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE, qui est un sujet urgent, sera mis en œuvre en premier.

(3) Budget

Tableau 6.4.27 Coût approximatif du projet de promotion de la mangue

Actions	Budget (FCFA)
Projet de promotion des exportations de mangues fraîches	176 600 000
1. Identification de pays cibles par l'APEMAB	6 300 000
2. Appui à la création d'un système de taxe sur l'exportation pour créer une source de revenus pour les activités de l'APEMAB	40 300 000
3. Appuis financiers aux exportateurs (subventions)	130 000 000
Projet de promotion des exportations des mangues séchées	810 900 000
1. Appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE	328 700 000
2. Développement et vulgarisation de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA	200 400 000
3. Introduction de petits séchoirs	139 300 000
4. Appuis financiers à des unités de séchage et des exportateurs (subventions)	142 500 000
Total	987 500 000

Les salaires du personnel du MARHASA et de l'extérieur ne sont pas inclus, mais leurs perdiemes et les frais d'hébergement sont inclus.

N'inclut pas les frais d'achats de véhicules ou de fonctionnement des structures de mise en œuvre

Inclut les frais de personnel des experts étrangers pendant leur mission, mais pas leur frais de transport

En ce qui concerne les subventions, aucune charge nécessaire pour la mobilisation ou l'utilisation des fonds n'est incluse

La prise en charge des bénéficiaires des subventions, fixée à 50%, n'est pas incluse

6.4.5 Projets prioritaires

Le projet de promotion des exportations de mangues fraîches propose de mener des activités de prospection de débouchés de façon proactive en visant les marchés des pays hors UE, de la méditerranée et du golfe persique, vers lesquels les volumes d'exportations du Burkina Faso sont encore faibles, pour élargir les exportations. Le projet prioritaire est donc l'identification des pays cibles, qui constitue le point de départ des activités.

Le projet de promotion des exportations de mangues séchées propose de traiter en urgence l'amélioration de la gestion de l'hygiène pour atteindre les niveaux attendus par les marchés d'exportations en termes d'hygiène et de sécurité alimentaire, afin de maintenir les débouchés existants en Europe ainsi que d'entrer sur les marchés d'autres pays industrialisés. L'appui à la mise en œuvre de l'amélioration de l'hygiène pour satisfaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE est donc prioritaire.

6.4.6 Conclusions

- (a) Le projet de promotion de la mangue vise des produits régulièrement exportés (mangue fraîche et séchée), dans le but de maintenir et d'augmenter leurs exportations, planifiant la façon de promouvoir l'identification des marchés porteurs, comment correspondre aux demandes des marchés, en définissant comment renforcer la structure pour augmenter la production, et les mesures à prendre par le secteur privé.
- (b) En ce qui concerne la mangue fraîche, les contraintes pour la promotion des exportations sont la prospection de débouchés, l'augmentation de la production de mangues destinées à l'exportation, le renforcement du tri et du conditionnement, et le projet de promotion insiste sur la promotion d'activités de prospection de débouchés par les exportateurs. Il est prévu que les exportateurs identifient les marchés prometteurs et, sans se reposer sur des subventions, cherchent à mettre en place une structure pour pouvoir mettre en œuvre des activités de prospection. Pour l'augmentation de la production des mangues destinées à l'exportation, étant donné qu'il est presque impossible d'éliminer les mouches des fruits, il est planifié de réaliser la culture de mangues dans des zones non contaminées (arides) pour éviter les risques de pertes dues aux mouches des fruits.
- (c) En ce qui concerne la mangue séchée, les contraintes pour la promotion des exportations sont l'amélioration de l'hygiène, l'élévation de la qualité et de la rentabilité, le renforcement des capacités de transformation et la prospection de débouchés, et le projet de promotion insiste sur l'amélioration de l'hygiène pour répondre aux demandes du marché et sur l'amélioration du séchoir ATESTA, qui n'a pas été modifié pendant des années, afin d'améliorer la qualité et la rentabilité. Les unités de séchage portent un intérêt important à ces sujets, et un plan d'appui concret et détaillé a pu être proposé grâce aux résultats obtenus lors de l'activité pilote.
- (d) Les actions du projet de promotion sont planifiées en prenant en compte les capacités et les contraintes des parties prenantes, les ressources humaines des structures de mise en œuvre et extérieures, la facilité d'approvisionnement en matériel, et sont séparées en appui technique et appui financier. En ce qui concerne le renforcement des capacités des parties prenantes, au lieu de formations générales, le renforcement de leurs capacités sera centré sur la résolution de leurs contraintes. En ce qui concerne le renforcement des capacités pour l'importante question de la méthode de gestion de l'hygiène, il est prévu de donner des raisons d'apprendre et de mettre en pratique ces connaissances, d'utiliser les ressources disponibles sur le terrain et que la PTRAMAB devienne capable de mettre en place des ateliers d'explication.
- (e) Les cibles directes du projet de promotion de la mangue sont les transformateurs et les exportateurs. En appuyant financièrement les entreprises, il sera possible d'appuyer l'augmentation de la production de mangues par les producteurs et leur participation à la chaîne de valeur de l'exportation.
- (f) En mettant en œuvre un plan de promotion composé d'actions concrètes avec une haute faisabilité, après avoir fixé des contraintes adaptées à la situation actuelle, ce plan devrait contribuer à l'augmentation des volumes d'exportation, à l'élévation des prix d'exportation et à l'augmentation des revenus des producteurs, des transformateurs et des exportateurs.

ANNEXE

1.20 premiers pays producteurs du monde en 2011

Rang	Pays	Production (Int \$1000)	Drapeau	Production (Tonnes)	Drapeau
1	Inde	9100148	*	15188000	
2	Chine	2707863	*	4519380	F
3	Chine continentale	2606376	*	4350000	F
4	Thaïlande	1557834	*	2600000	F
5	Indonésie	1276908	*	2131139	
6	Pakistan	1131496	*	1888449	
7	Mexique	1094866	*	1827314	
8	Brésil	748671	*	1249521	
9	Bangladesh	532764	*	889176	
10	Nigeria	509291	*	850000	F
11	Philippines	479663	*	800551	
12	Viet Nam	411410	*	686637	
13	Kenya	381420	*	636585	
14	Egypte	358352	*	598084	
15	Yémen	226283	*	377664	
16	Pérou	212962	*	355431	
17	République unie de Tanzanie	197725	*	330000	F
18	Madagascar	180094	*	300574	Im
19	République démocratique du Congo	157691	*	263185	Im
20	Colombie	132424	*	221015	

*:Chiffres informels, []: données officielles, F: estimation de la FAO, Im: données de la FAO basées sur la méthodologie d'imputation

Source : FAOSTAT

2. Six premiers pays exportateurs countries

Pays	Tonnes
Mexique	273 122
Thaïlande	152 285
Brésil	140 910
Pérou	124 048
Pakistan	105 130
Inde	63 441

Source : COMTRADE (Fruitrop 209)

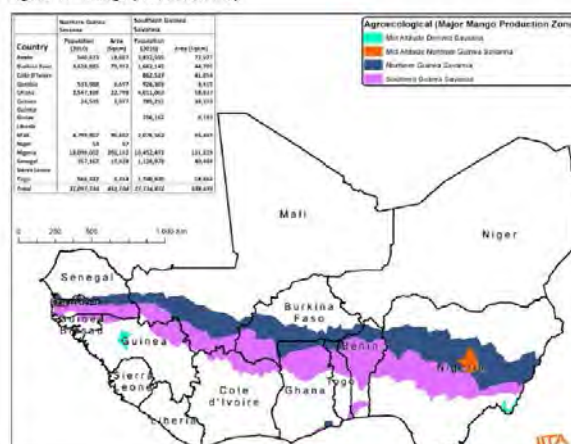
3. Six premiers pays importateurs des mangues

Pays	Tonnes
Etats-Unis	379 803
Chine	203 184
Pays-Bas	156 277
Arabie Saoudite	63 497
Allemagne	57 798
Royaume Uni	50 143

Source : National customs, COMTRADE (Fruitrop 209)

4. Zones de production des mangues des pays de l'Afrique de l'Ouest

Figure 16- Mango production map



5. Production de la mangue en Afrique de l'Ouest (2011)

Pays	Tonnes	Drapeau
Bénin	13,900	F
Burkina Faso	13,154	Im
Cap Vert	6,800	F
Côte d'Ivoire	46,960	
Gambie	1,300	F
Ghana	85,000	
Guinée	157,700	*
Guinée-Bissau	8,057	Im
Mali	50,000	F
Niger	169,179	Im
Nigeria	850,000	F
Sénégal	120,000	
Sierra Leone	21,972	Im

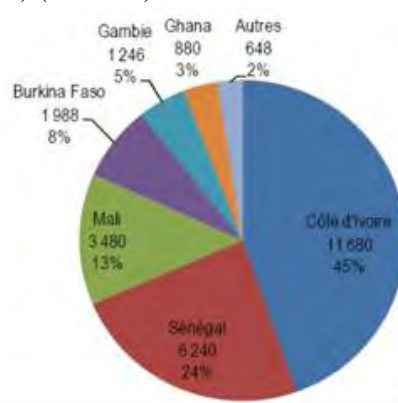
*:Chiffres informels, []: données officielles, F: estimation de la FAO, Im: données de la FAO basées sur la méthodologie d'imputation

Source : FAOSTAT

6. Exportation des mangues par le monde vers les pays de l'UE (2009) (tonne %)

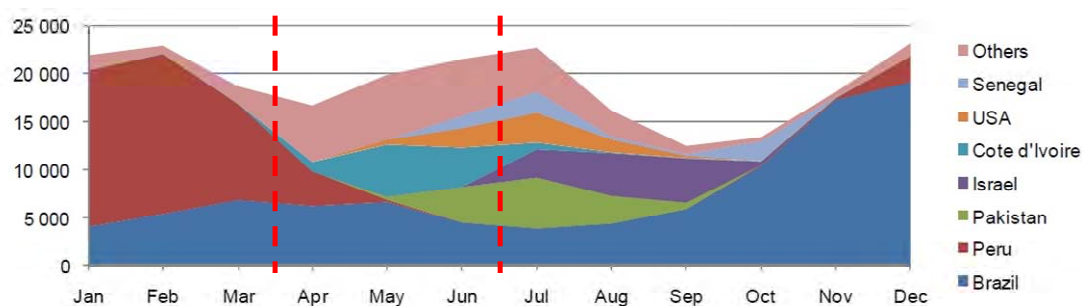


7. Exportation des mangues des pays de l'Afrique de l'Ouest vers les pays de l'UE (2009) (tonne %)



8. Saisonnalité d'importation des mangues des pays de l'UE

EU Import Seasonality (January to December 2008, in metric tonnes)



This EU Mango Market Report was created by David Ivanovic (david.ivanovic1@gmail.com)

Chapitre 7 Modèle pour le marché sous-régional : Fraise

7.1 Analyse de la situation actuelle

7.1.1 Marchés visés

Le Burkina Faso est le seul pays producteur et exportateur de fraises parmi les pays de l'Afrique de l'Ouest¹. Cultivée essentiellement dans les banlieues de Ouagadougou, la fraise est l'une des spécialités du pays. Les principaux marchés des fraises burkinabè sont les marchés burkinabé et ceux des pays de la sous-région. Avec la croissance économique des pays de la sous-région, y compris le Burkina Faso, bien que la fraise soit considérée comme un produit de luxe pour lequel la demande est limitée, il est possible que les goûts des consommateurs changent et que la demande augmente.

(1) Fraise fraîche

1) Marchés burkinabè

Sur le marché burkinabé, la demande se situe seulement à Ouagadougou et Bobo-Dioulasso. Les acheteurs à l'intérieur du pays sont les classes aisées (étrangers inclus), les hôtels, les restaurants, les pâtisseries, etc. de Ouagadougou. La période de récolte et de mise sur le marché se situe entre début janvier et avril. Même s'il était auparavant possible de récolter au mois de décembre, la période de récolte a tendance à commencer plus tardivement. Le prix de vente des fraises de la première récolte de la saison était de 3 500 FCFA/kg pour l'année 2014 (début janvier). Le volume de production est faible et les fruits sont grands. Le prix bord champ est élevé début de campagne mais diminue peu à peu durant le période de récolte. Entre mi et fin janvier 2014, le prix de vente était de 2 000 à 2 500 FCFA/kg². Les prix chutent avec le temps (février à mars). Les fruits sont plus petits et les prix baissent jusqu'à 1 000 FCFA/kg en mars. Enfin les prix chutent jusqu'à 750 à 1 000 FCFA/kg à la fin de la récolte en avril.

A Bobo-Dioulasso, la majorité des acheteurs sont des classes aisées, incluant les étrangers, et seules deux vendeuses commercialisent la fraise, devant un supermarché destiné aux classes aisées. Le prix producteur est de 2 000 FCFA/kg au début de la saison, puis baisse en février et mars, jusqu'à atteindre 750 FCFA/kg à son plus bas en avril.

2) Marchés sous-régionaux

Les marchés du pays étant saturés en période de pointe de récolte, les prix producteurs et de vente au détail chutent. Une partie des producteurs ou des commerçantes exporte des fraises à Abidjan (Côte d'Ivoire), à Lomé (Togo) ou à Cotonou (Bénin) par avion. Actuellement, les exportations commencent dès le début du mois de janvier. Les fraises ainsi exportées sont vendues sur les marchés locaux par des intermédiaires sur place. Dans les supermarchés d'Abidjan et d'Accra au Ghana, des fraises importées d'Europe sont commercialisées et il existe une demande stable.

Au Burkina Faso les prix chutent pendant le pic de production, mais en Côte d'Ivoire et au Ghana, le marché est plus important et il est possible de commercialiser les fraises burkinabè plus chères sur ces marchés que sur le marché burkinabè.

Dans les centres urbains de la sous-région, il est prévu une augmentation la classe moyenne avec le développement économique à venir. Les pays de la sous-région tels que la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Togo ou le Bénin sont d'éventuels marchés prometteurs. En particulier, au Ghana où l'économie croît rapidement, la classe moyenne est en croissance, et la demande pour les fraises devrait également croître en conséquence.

¹ Le Sénégal produit des fraises à petite échelle mais ne les exporte pas.

² Il s'agit du prix pratiqué en janvier 2014 et moins cher de 500 FCFA/kg par rapport à la même période de l'année 2013.

(2) Fraise séchée

1) Marché régional

La fraise est séchée entre janvier et février et commercialisée à un commerçant libanais basé en Côte d'Ivoire. La fraise est séchée en fonction des commandes, la matière première est achetée à Boulmigougou (50 à 100kg de fraises par commande), et 500kg de fraises (matière première) sont transformées en fraises séchées par an. Les fraises séchées sont vendues dans une boutique de produits diététiques et biologiques située dans un centre commercial d'Abidjan, Cap Sud, à 1 500FCFA le sac de 100g. Cette boutique constitue le seul débouché pour les fraises séchées, et les volumes transformés et vendus sont donc très faibles.

7.1.2 Culture et production

(1) Lieux de production

La fraise est cultivée dans les deux arrondissements de Boulmiougou et de Bika en banlieue de Ouagadougou et dans les deux quartiers de Kodenin et Kounima à Bobo-Dioulasso. Le plus grand nombre de producteurs est basé à Boulmiougou. Le site de Boulmiougou se trouve à proximité d'un barrage et est positionné en tant que lieu de production urbaine de légumes. Les fraises ont été apportées par un français en poste au Burkina Faso pour les cultiver dans son jardin. Le jardinier travaillant chez cette personne a reçu des plants et a commencé à les cultiver sur ses propres terres, et la culture des fraises a progressivement augmenté.

Les producteurs des fraises pratiquent la culture maraîchère de la laitue, du cèleri ou de la carotte. La superficie dont dispose chaque producteur est d'environ 900m² dont 200m² consacrés à la culture de la fraise. La superficie de culture de la fraise varie d'une année à l'autre en fonction du nombre de fraisiers cultivés par les producteurs. Lorsque le nombre de fraisiers est faible, le producteur cultive des légumes.

Il existe six groupements maraîchers à Boulmiougou auxquels les producteurs de fraise appartiennent. Le nombre des membres pour les 6 groupements, la superficie de culture maraîchère et celle de la culture de la fraise sont comme suit.

Tableau 7.1.1 Résumé des groupements maraîchers y compris les producteurs de fraises

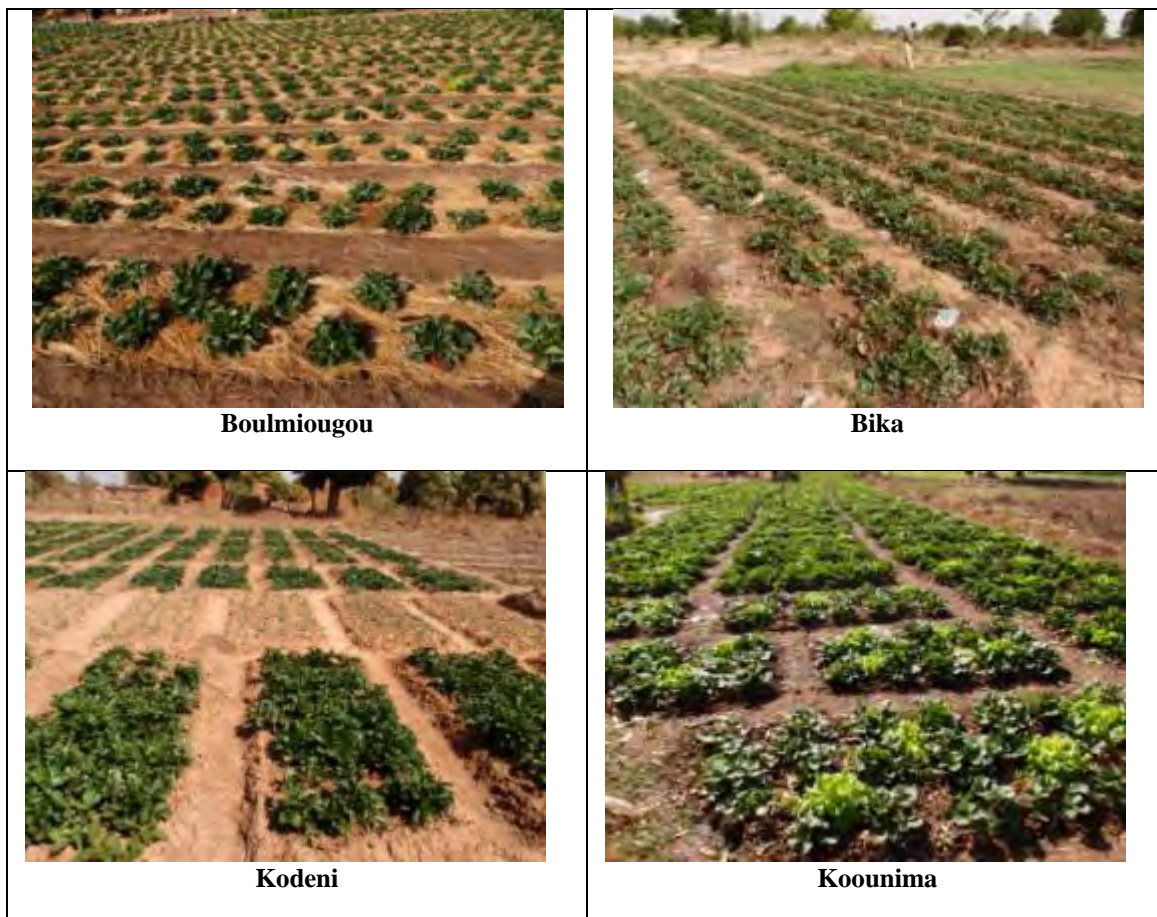
Groupement	Adhérents	Superficie de culture maraîchère (ha)	Superficie de culture de la fraise (ha)
Wend Manegda	55	3	0,5
Teega Wendé	65	4	0,75
Wend Songda	70	8	1
Nabons Wendé	120	12	1,5
Sougr Nooma	150	15	3,5
Groupement féminin	35	2	0,25
Total	495	44	7,5

Source : Informations fournies par les groupements des producteurs

A Bika, tout comme à Boulmiougou, des légumes comme la laitue, les carottes ou les haricots verts, tout comme les fraises, sont produits. A Bika, en 2009, la mairie de Ouagadougou a suggéré aux producteurs de se structurer, car les appuis de bailleurs de fonds et du gouvernement sont plus simples à demander de cette façon. Les producteurs de légumes ont donc fondé une association dans laquelle 173 personnes sont actuellement enregistrées. Les sources d'eau sont constituées par un barrage et des puits destinés à la culture maraîchère. Le grand puits a été construit avec l'appui de la FAO. Les plants proviennent de Boulmiougou et la culture a commencé en 2007. La surface de culture de la fraise est de 1,2 hectare et tous les membres de l'association produisent chaque année un petit volume de fraises.

A Koden, dans la périurbaine de Bobo-Dioulasso, la fraise est produite depuis plus de 30 ans. Les plants ont été apportés par le père du producteur actuel, et ceux-ci sont multipliés par ce dernier puis cultivés. Comme à Boulmiougou, la qualité des plants a commencé à diminuer à cause de la multiplication des mêmes plants sur plusieurs années. Le nombre de stolons par plants se réduit d'année en année. Il y a également des producteurs perdant des plants car ils ne parviennent pas à les multiplier, et le nombre de producteurs diminue donc année après année. Actuellement, 6 producteurs cultivent les fraises. Les producteurs de fraises produisent également des légumes comme la laitue, les haricots verts, les carottes, etc. Bien qu'il y ait 20 producteurs environ à Koden et que ceux-ci forment un groupe, celui-ci n'a pas reçu la reconnaissance du gouvernement. Il n'a donc pas encore reçu d'appui du gouvernement ou de partenaires techniques et financiers jusqu'à maintenant.

A Kounima, environ 300 producteurs produisent des légumes et étaient organisés en groupes de producteurs maraîchers, mais ce n'est pas le cas actuellement. Les producteurs de fraises cultivent également de la laitue, des haricots verts, du chou, etc. Dans cette zone, la culture de la fraise est relativement nouvelle et a commencé il y a une dizaine d'années. Les plants de fraises ont été amenés de Ouagadougou et sont multipliés par les producteurs eux-mêmes, puis cultivés. Comme pour les autres zones de production, la qualité des plants se détériore à cause de leur multiplication sur de nombreuses années, et subit de sérieux dégâts dus aux maladies ou aux insectes, ce qui cause le flétrissement de certains plants. De nombreux producteurs ne peuvent donc plus cultiver la fraise. Il n'y a actuellement que 3 producteurs de fraises.



Volume de Production de Fraise par province



Figure 7.1.1 Volume de production de la fraise par région

(2) Variétés cultivées

Les variétés des fraises cultivées à Boulmiougou sont des variétés non remontantes d’Oso grande, de Camarosa et de la variété à jour neutre de Selva³. Or, il ne reste pratiquement pas de Camarosa et d’Oso grande⁴, et la variété Selva est donc dominante. Ces variétés⁵ ont été introduites en 1997 avec l’appui d’une ONG française. Les fraisiers actuellement utilisés ont été multipliés par les producteurs eux-mêmes. La variété Selva, dominante à Boulmiougou, est une variété à jour neutre développée en Californie, qui donne des fruits grands et qui a un rendement élevé. Selon les producteurs, c’est la variété Selva⁶ qui est la plus adaptée aux conditions de Boulmiougou parmi les variétés qu’ils ont cultivées jusqu’à présent. Toutefois, des dégradations causées par de longues années d’auto-multiplication, entraînent une réduction du nombre de stolons, des baisses de rendement ou des déformations des fruits.

A Bika, Kodeni et Kounima, les producteurs ne possèdent pas d’informations sur les variétés cultivées qui n’ont donc pas été identifiées.




³ Il existe 5 types de fraise : non remontant, remontant, intermédiaire, quatre saisons et jour neutre, en fonction de l’influence de la température et de l’ensoleillement sur l’initiation florale.

⁴ Selon le leader des producteurs mais on ne peut plus distinguer les différences entre les variétés à l’heure actuelle.

⁵ Voir l’Annexe pour les caractéristiques des 3 variétés.

⁶ Les conditions d’initiation florale sont différentes pour les variétés non remontantes (à une seule saison) et celles à jour neutre. L’initiation florale des variétés non remontantes est stimulée par une température basse et un ensoleillement court. L’initiation florale des variétés à jour neutre est stimulée sans tenir compte de l’ensoleillement comme pour les variétés à quatre saisons. La variété Selva est une variété à jour neutre dont l’initiation florale peut être provoquée avec les conditions de culture du Burkina Faso.

Tableau 7.1.2 Variétés cultivées à Boulmiougou

Informations supplémentaires sur les variétés Caractéristiques des variétés de fraises introduites à Boulmiougou	
<p>Oso Grande</p> 	<p>Développé par : Université de Californie Date de lancement : 1987 Généalogie : Fragaria × ananassa Duch Saison : jour court Fruit ferme Taille de fruit : Grande taille moyenne Couleur de fruit et goût : varient Forme de fruit : normalement conique vers le coin avec un bout rond Rendement : élevé</p> <p><i>Note: La plante produit bon nombre de stolons.</i></p>
<p>Selva</p> 	<p>Développé par : Université de Californie Date de lancement : 1983 Généalogie : Fragaria × ananassa Saison : jour neutre Fruit est ferme Goût : terne Forme de fruit : varient de conique à plate trapue Peau de fruit : rouge foncé Taille de fruit : Grande Rendement : élevé</p> <p><i>Note: Cette variété donne des fruits mûrs en moins de 30 jours après la plantation..</i></p>
<p>Camarosa</p> 	<p>Développé par : Université de Californie Date de lancement : 1992 Généalogie : Douglas x Cal 85.218-605 Saison : saison précoce à jour court Fruit est très ferme Taille de fruit : grande Peau de fruit : rouge foncé Goût : très acide, mais il varie en douceur et en goût intense Forme de fruit : coin long conique et très plat</p> <p><i>Note: Ce fraisier est productif et précoce, a une bonne apparence et goût. Il est largement adapté car il produit des fruits pendant une période prolongée à basse altitude. Comme elle se conserve bien, cette fraise est adaptée aux marchés de frais. Cette variété résiste relativement bien aux dégâts causés par la pluie.</i></p>

Seascape



Développé par : Université de Californie

Date de lancement : 1991

Saison : jour neutre

Généalogie : Selva x Douglas

Taille de fruit : grande

Fruit est ferme

Forme de fruit : symétrique et conique de taille moyenne et longue

Couleur de fruit : rouge foncé brillant

Rendement : très élevé

Note: Seascape est une variété productive avec un bon goût. Elle est vulnérable aux moisissures : le fruit mûr est facilement endommagé par la pluie.



Figure 7.1.2 Formes des fraises

Sources :

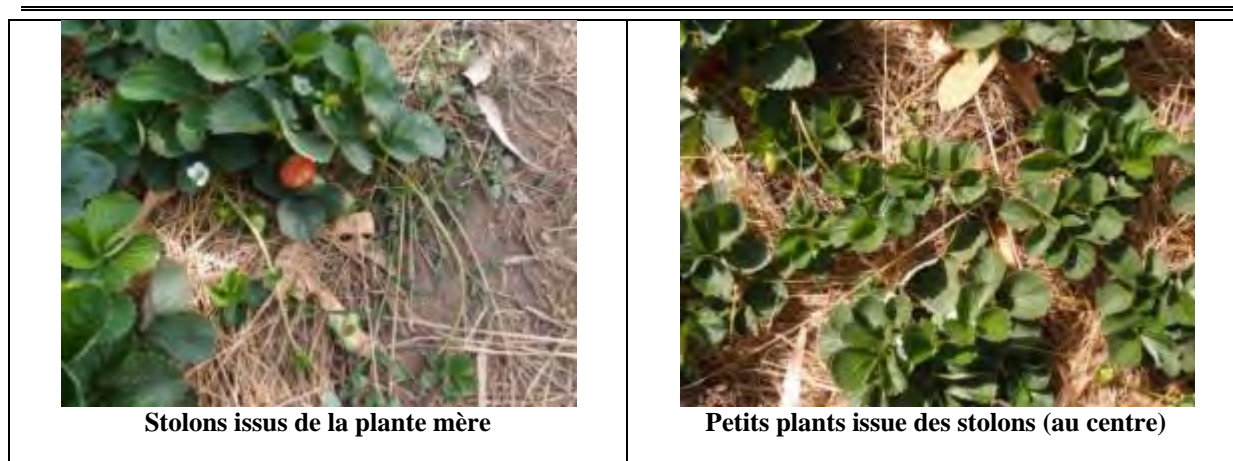
Université de Floride, <http://strawberry.ifas.ufl.edu/breeding/varieties.htm>

University of California Agriculture and Natural Resources, <http://www.ipm.ucdavis.edu/PMG/r734900111.html>

(3) Production des stolons

Les stolons sont produits en continuant l'arrosage des plants après la récolte jusqu'au mois de mai ou juin. Ensuite, les fraisiers sont repiqués dans des pépinières afin d'élever les stolons. Environ 5 à 10 plants peuvent être produits à partir de la plante mère. Les plants sont formés en principe à partir des nœuds sur les stolons mais lorsque le nombre de stolons est insuffisant pour la surface de culture prévue, de nouveaux plants sont produits en séparant les racines. Le premier nœud sur le stolon n'est pas utilisé au Japon afin d'éviter les risques de contamination mais tous les nœuds sur les stolons sont utilisés au Burkina Faso. Il faut 50 000 pieds de fraisier pour un hectare.

Les plants sont reproduits par les producteurs eux-mêmes et le manque d'eau pour l'irrigation, avant l'arrivée de la saison pluvieuse, (pour la reproduction des plants devant servir à la campagne suivante) posent problème aux producteurs. De plus, les plants n'arrivent pas à s'adapter au changement climatique à cause de leur dégradation ces dernières années, et avec la diminution des stolons et l'impact des maladies et insectes, le nombre de plants se réduit d'année en année.



(4) Système de culture

Les producteurs de fraise pratiquant une culture associée avec des légumes, il est difficile de saisir exactement la superficie de culture de fraise. Cependant la superficie pour chaque producteur peut être estimée à environ 200m² ⁷.

Au Burkina Faso, les fraisiers sont plantés dans des pépinières pendant la saison pluvieuse et repiqués dans les parcelles de culture en saison sèche. Les fraisiers sont, comme de nombreux légumes, cultivés dans des zones proches de barrages ou de puits destinés au maraîchage.

A Boulmiougou, étant donné que les parcelles de culture sont trop proches du barrage et sont inondées pendant la saison pluvieuse, les fraisiers sont plantés dans des zones éloignées du barrage pendant la saison pluvieuse et repiqués dans les parcelles de culture en saison sèche. Ainsi, les pépinières sont éloignées du barrage et les producteurs cultivent des légumes à proximité des pépinières. Pendant la saison pluvieuse, des céréales telles que le maïs, le mil ou le riz sont cultivées dans les parcelles de production.

A Bika, Kodeni et Kounima, les fraises sont cultivées dans des champs où des légumes sont produits durant toute l'année. Pendant la saison pluvieuse, des légumes sont cultivés et les fraisiers sont donc réunis dans des pépinières. Quand la saison pluvieuse se termine, ils sont repiqués dans le champ principal.

Les plants sont repiqués après la récolte des céréales dans les parcelles de culture d'octobre à novembre. Les plants fleurissent début décembre, et la première récolte intervient en début janvier. Il y a jusqu'à quatre floraisons par an. La floraison continue jusqu'au mois de mars et la quatrième récolte commence début avril. Les fraises peuvent être récoltées au bout de 20 à 25 jours après la floraison⁸.

Travaux	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Préparation des plants												
Repiquage												
Floraison												
Récolte												

Figure 7.1.3 Système de culture de la fraise

⁷ Selon les informations de l'INERA (2005), 98% de producteurs maraîchers cultivent la fraise sur une superficie moyenne de 200m².

⁸ La température effective cumulée de la fraise entre la floraison et le murissement est de 350 à 400 degrés. Ainsi, le nombre de jours pour le murissement devient faible avec une température ambiante élevée, ce qui réduit le poids moyen des fruits.

(5) Volume de production

Les producteurs ne saisissent pas le volume de production eux-mêmes. Par ailleurs, il n'existe pas de données statistiques sur la fraise au Burkina Faso. Par conséquent, il est difficile d'obtenir des données exactes sur la production. Sur la base d'informations de l'INERA⁹ ou d'entretiens avec des producteurs sur le volume de commercialisation, le volume de production des 6 groupements de Boulmiougou en 2013 peut être évalué entre 30 à 40 tonnes¹⁰.

Ce volume de production est estimé à partir des volumes commercialisés par les vendeuses ambulantes et des volumes exportés par avion dans la sous-région. Dans les faits, il y a de nombreux fruits qui ne peuvent pas être récoltés faute d'acheteurs pendant le pic de production et qui finissent par pourrir sur les parcelles de production.



**Parcelle de fraises
(janvier 2014)**



**Fruits protégés en étalant de la
paille sous les fruits
(janvier 2014)**



Fruits récoltés (janvier 2014)

(6) Contraintes de culture

Les producteurs cultivent les fraises en utilisant les petits plants apparaissant sur les stolons qui poussent sur les plantes mères chaque année. Les fraisiers actuels étant le résultat d'une multiplication sur plusieurs années, le nombre de stolons et de petits plants obtenus est en diminution. Ces dernières années, avec la détérioration des plants, ceux-ci sont plus sensibles aux maladies et insectes, et de nombreux plants meurent. Normalement, les fraises sont cultivées à partir des petits plants issus des stolons, mais si le nombre de plants ainsi obtenu est insuffisant, les producteurs essayent d'augmenter le nombre de fraisiers en séparant les racines des plantes mères. Les producteurs hésitent à importer des plants de fraisier en raison de leurs prix élevés, 250 à 300 FCFA par plant, (venant de France ou d'Espagne) pour renouveler les fraisiers. Par ailleurs, les producteurs ne peuvent pas compter sur l'appui de l'INERA, qui ne mène aucune recherche dans le domaine de la culture de fraise. Le rendement de fraise baissant avec la hausse des températures (le rendement des fraises au Burkina Faso est influencé par les températures du mois de décembre). Si les températures sont hautes en décembre, le rendement faiblit et baisse d'avantage vers mars – avril, avec des fruits plus petits.

De plus, il est nécessaire d'arroser les plants, non seulement pendant la période de récolte, mais aussi durant toute l'année. Dans les parcelles de production éloignées des barrages, des puits destinés au maraîchage sont utilisés, mais dans certaines zones, après février, il devient difficile de sécuriser l'eau nécessaire à la culture.

7.1.3 Traitement post-récolte et transformation

(1) Traitement post-récolte

Les fraises destinées aux marchés burkinabè sont récoltées en fonction des commandes des

⁹ Selon les informations de l'INERA(2005), le rendement des fraises à Boulmiougou est 4 à 5 tonnes/ha.

¹⁰ Le volume de production ainsi que la superficie de culture varient beaucoup en fonction de la situation de la production des plants de fraisier de la campagne précédente.

commerçantes. Il n'y pas de traitement post-récolte.

Les commerçantes qui vendent en bordure des routes ou de façon ambulante prennent en compte la demande du marché et achètent des volumes qu'elles pourront vendre. Elles n'ont pas de moyens de stockage et de conservation au frais (étagères réfrigérées, etc.), et mettent de l'eau de temps en temps comme pour les légumes à feuilles. En revanche, les fraises destinées aux marchés sous-régionaux sont conditionnées dans les cartons destinés aux haricots verts pour le transport par avion. Les barquettes en plastique utilisées dans les pays industrialisés pour la commercialisation des fraises ne sont pas disponibles au Burkina Faso et ne sont donc pas utilisées.

Un grossiste basé à Abidjan possède un magasin réfrigéré pour conserver les fraises et les vendre aux détaillants. Toutefois, les producteurs n'utilisent pas de barquettes en plastique pour économiser en frais d'emballage.



Récolte



**Commercialisation en bord de route
(Bobo-Dioulasso)**

(2) Transformation

La transformation de la fraise en fraise séchée dans des séchoirs ATESTA par l'entreprise Rose Eclat (créée en 1999 à Ouagadougou) est le seul exemple de transformation confirmé jusqu'à présent. Rose Eclat produit principalement des mangues séchées, mais en fonction des commandes, produit également des fraises, papayes, ananas et tomates séchés. Les fraises sont séchées sans être découpées après avoir enlevé la feuille et lavées. Cependant, avec la méthode de séchage actuelle, les fraises noircissent après le séchage et leur aspect n'est donc pas agréable.



Fraises séchées

7.1.4 Chaîne de valeur

(1) Chaîne de commerce

La figure suivante récapitule la chaîne de commerce des fraises fraîches, dont la structure est très simple. Les points particuliers sont les suivants.

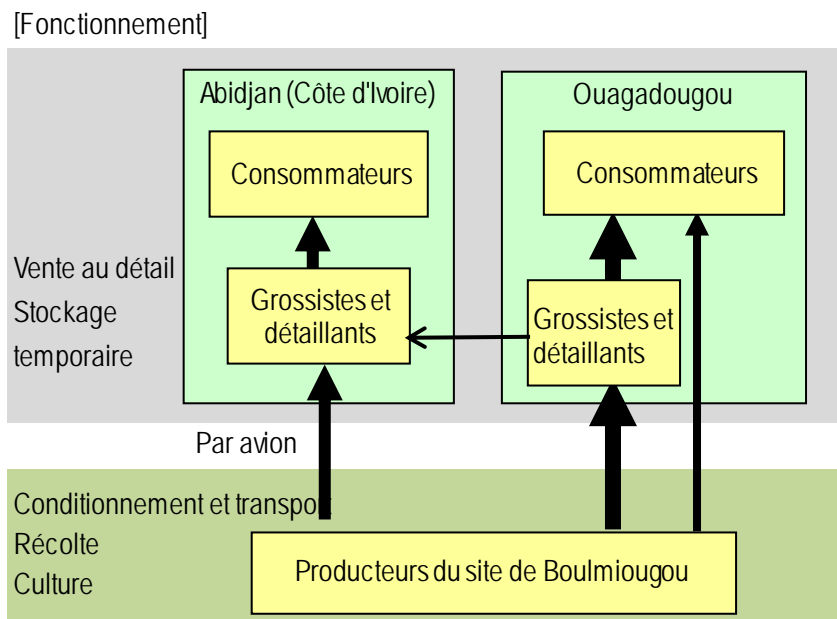


Figure 7.1.4 Chaîne de commerce de fraise de la banlieue de la capitale

1) Commercialisation à Ouagadougou

- Ce sont principalement les commerçantes qui viennent acheter des fraises pour les vendre à Ouagadougou. Environ 30 commerçantes viennent en acheter pendant le pic de récolte.
- 80% des vendeuses sont des grossistes et 20% d'entre elles vendent elles-mêmes (INERA, 2005).
- Les membres des familles d'une partie des producteurs achètent les fraises et revendent aux acheteurs de Ouagadougou. Pour la commercialisation à Ouagadougou, 85% des fraises sont vendues par les grossistes et détaillants et 15% par les producteurs.
- De façon générale, la commercialisation est effectuée individuellement par les producteurs aux commerçantes. Lorsque le volume d'une commande est trop important pour être couvert par un seul producteur, les groupements s'organisent pour l'assurer. Chaque producteur ou groupement a plusieurs clients fixes. Toutefois, la quantité expédiée journalièrement est au maximum de 50kg, ce qui correspond à 2 grandes bassines.
- D'un autre côté, chaque commerçante collabore avec 3 à 4 producteurs.
- Les vendeuses vendent à des points fixes, comme devant les supermarchés destinés aux classes aisées, etc. Il y a des vendeuses qui commercialisent les fraises aux hôtels ou aux restaurants de la ville de Ouagadougou ainsi que d'autres consommateurs qui viennent acheter directement sur le lieu de production.
- Le volume commercialisé par Boulmiougou à Ouagadougou pour la campagne de 2013 est estimé à 20 tonnes selon les producteurs.

2) Commercialisation à Abidjan, à Accra et à Lomé

- Une partie des producteurs ont cherché eux-mêmes les débouchés à Abidjan et à Lomé. Ainsi, ils exportent les fraises par avion dont les commandes sont faites par téléphone.
- Les exportations par la voie aérienne sont réalisées par des producteurs individuels et des groupements. Il y a aussi des vendeuses commercialisant les fraises à Ouagadougou qui exportent des fraises à Abidjan et à Lomé en ayant des clients qui commandent par téléphone.

-
- c) Des cartons destinés aux exportations des haricots verts (4kg/carton avec couvercle) sont utilisés en tant que matériel de conditionnement pour les exportations de fraises par avion. Les producteurs utilisent des avions de passagers de la compagnie Air Burkina pour le transport et arrangent le transport en téléphonant à la compagnie aérienne. Le coût du transport aérien était de 350 FCFA/kg en 2014 et 450 FCFA/kg en 2015. Ils utilisent un taxi pour le transport des fruits jusqu'à l'aéroport et il est possible de transporter 200 à 300kg par voyage. Les frais de transport jusqu'à l'aéroport étaient de 3 000 FCFA en 2014.
 - d) La récolte est effectuée à une heure où les températures sont basses, au petit matin ou dans la nuit en fonction de la programmation des vols. Les fruits récoltés sont immédiatement conditionnés dans les cartons.
 - e) Des avions de passagers sont utilisés pour l'exportation par avion, et les fraises sont donc transportées comme des valises de passagers classiques à température ambiante.
 - f) L'entreprise Sanlé Export basée à Banfora, qui exporte déjà des fruits et légumes vers la Côte d'Ivoire a reçu une commande d'un grossiste basé à Abidjan de 200 à 300kg/semaine de fraises pour les vendre aux supermarchés en début de la campagne 2013. Comme l'entreprise n'a pas pu établir de système pour l'approvisionnement d'une manière stable, elle n'a pas pu répondre à la demande du client.
 - g) Les produits approvisionnant les grands supermarchés en Côte d'Ivoire, transitent par une centrale d'achat gérée par des entrepreneurs libanais.
 - h) Selon les informations enregistrées par les groupements de producteurs, il y a eu 22 exportations par voie aérienne vers Abidjan et Lomé en 2013. 200 à 300kg ont été envoyés à chaque expédition. Avec les exportations de producteurs individuels, le volume des exportations par avion, par les groupements et les producteurs particuliers inclus, est estimé à 15 tonnes.
 - i) Sur les marchés locaux à Abidjan, les fraises sont commercialisées entre janvier et avril, à raison de 16 fraises (150 à 200g) de petit à moyen calibre, à 1 000 FCFA. Le prix est fixe. Etant donné qu'il n'y a pas d'infrastructures de réfrigération, les fraises sont conditionnées dans des barquettes en plastiques, et un sac en jute mouillé est placé au dessus des barquettes. Les consommateurs achètent les fraises pour faire des jus ou des gâteaux.
 - j) Le supermarché d'Abidjan Jour de Marché Plateau achetait des fraises burkinabè dans le passé, mais a arrêté car les fraises arrivaient écrasées et leur condition n'était pas bonne.

(2) Coût de production de la fraise

Il y a une différence de coût de production par kg de la fraise entre les fraises exportées et celles consommées au Burkina Faso, à cause de frais de conditionnement ou de transport différents. Or, les producteurs de Boulmiougou ne vendent les fraises destinées aux exportations qu'à 500 FCFA/kg de plus que celles destinées au marché burkinabè (en janvier 2014). Il n'y a donc pas de grande différence dans les bénéfices obtenus entre les exportations et les fraises commercialisées dans le pays. Toutefois, le problème de la chute des prix en période de pointe de récolte, observé pour la commercialisation dans le pays, ne se pose pas aux marchés des pays de la sous-région comme la Côte d'Ivoire ou le Ghana, et les bénéfices deviennent donc plus élevés.

84% des producteurs à Boulmiougou ne sont pas propriétaires des terres qu'ils cultivent. Bien qu'il n'y ait pas de contrat officiel pour l'utilisation des terres, les producteurs payent environ 5% du chiffre d'affaire total de la commercialisation aux propriétaires. Le montant total de la vente, tous groupements confondus, est de 2 millions FCFA pour l'année 2013. Le tableau suivant récapitule les détails des coûts de production.

Tableau 7.1.3 Exemple de coût de production de fraise (par kg)

Rubrique	Fraises pour Abidjan (par avion)		Fraises consommées dans le pays	
	FCFA	%	FCFA	%
Coût de production pour un kg	711,1	100%	196,1	100%
(1) Engrais				
- Fumure organique	4,5	0,6	4,5	2,3
- NPK	7,6	1,1	7,6	3,9
- Azote	3,8	0,5	3,8	1,9
(2) Produit chimique phytosanitaire	0,3	0,0	0,3	0,0
(3) Carburant	20	2,8	20	10,1
(4) Paille	8,0	1,1	8,0	4,1
(5) Main d'œuvre (recrutement)	84	11,8	84	42,8
(6) Loyer des terres	68,0	9,6	68,0	34,7
(7) Emballage	150,0	21,1	-	-
(8) Transport				
- A l'intérieur du pays	15,0	2,1	-	-
- Transport aérien	350,0	49,2	-	-
Prix de vente/kg	2,500		2,000	
Bénéfice brut/kg	1 788,9		1 803,9	

Source : interview des producteurs (2014)

(3) Prix d'achat de vente des fraises importées à Abidjan et Accra

A Abidjan et à Accra, il y a de nombreux supermarchés destinés aux classes aisées et aux étrangers. Lors des études de marché mise en œuvre en Côte d'Ivoire et au Ghana en novembre 2013, une étude sur les fraises fraîches a été mise en œuvre. Les prix des fraises importées commercialisées au détail auprès des supermarchés sont détaillés ci-dessous.

Tableau 7.1.4 Prix de vente au détail de fraises importées dans les supermarchés

	Origine et prix au détail (calculé en FCFA / kg)	Conditionnement	Approvisionnement
Abidjan	Maroc: 9 000 France: 18 000~27 000	Commercialisées dans des barquettes en plastique avec des couvercles. Poids par barquette non confirmé (fraises non commercialisées en novembre)	Importées de France, du Maroc, d'Afrique du Sud, etc. Change d'origine selon la période.
Accra	Pays-Bas: 10 500	Commercialisées dans des barquettes en plastique avec des couvercles. 10 à 15 pièces par barquette (environ 200g)	Importées des Pays-Bas, de France, de Belgique, etc. Change d'origine selon la période. Importées une fois par semaine, toute l'année.

Source: entretiens avec les supermarchés (novembre 2013)

(4) Chaîne de valeur des fraises destinées aux exportations vers Abidjan (supermarché)

Un exemple de chaîne de valeur jusqu'à la vente au détail à Abidjan de la fraise burkinabè est comme suit. Les prix sont ceux de la vente dans les supermarchés de fin janvier à début février 2014 lorsqu'un exportateur burkinabè a réussi à commercialiser la fraise dans des supermarchés pour la première fois. Les fraises venant d'Espagne étant vendues entre 14 000 à 15 000 FCFA/kg dans les supermarchés d'Abidjan pendant cette période, les fraises du Burkina Faso pourraient être vendues à des prix plus élevés en améliorant les emballages ou en maintenant la fraîcheur.

Tableau 7.1.5 Exemple de la chaîne de valeur de la fraise destinée à Abidjan (supermarchés)

	Prix de vente (FCFA/kg)	Montant de valeur ajoutée (FCFA/kg)	Taux de la valeur ajoutée dans les prix de vente au détail
Vente au détail à Abidjan (fraise burkinabè)	5 900	1 400	23,7 %
Importateur d'Abidjan	4 500	1 000	16,9%
Exportateur burkinabè	3 500	1 000	16,9%
Producteur burkinabè	2 500		

Source : Données sont calculées à partir des informations obtenues par les parties prenantes et celles de la visite du terrain (fin janvier 2014)

7.1.5 Situation de structuration des organisations de la filière

Il n'y a pas d'organisation de niveau national ou régional consacrée à la fraise jusqu'à présent. Toutefois, les producteurs de fraises de Boulmiougou font partie de 6 groupements de producteurs, qui forment une seule organisation. A Bika, une association de maraîchage a été créée avec l'appui de la mairie. Dans les zones de production de Bobo-Dioulasso, il n'y a pas de groupement de producteurs. Ces structures couvrent tous les fruits et légumes produits et la fraise représente une de leurs activités. Les autres acteurs relatifs à la commercialisation sont principalement des commerçantes vendant en bordure des routes ou de façon ambulante sur le marché burkinabè. Les commerçantes sont structurées.

Ce sont des producteurs/groupements ou des commerçantes qui exportent vers les pays voisins.

7.1.6 Activités d'appui des autres bailleurs de fonds

Le seul appui spécialisé sur la fraise est un appui d'une ONG française en 1997 à l'approvisionnement en plants apportés aux producteurs de Boulmiougou.

7.1.7 Activités des organismes gouvernementaux

(1) INERA

En ce qui concerne la culture de la fraise, il n'y a presque pas d'appui du gouvernement. Seul l'INERA a procédé à une étude du sol, et comme ce site est un fournisseur des légumes aux habitants urbain, l'INERA a également mis en œuvre une sensibilisation sur l'utilisation des produits phytosanitaires. Enfin, pour la saison de 2013 à 2014, l'INERA a mis en œuvre un test d'irrigation goûte à goûte à petite échelle pour la fraise.

7.2 Contraintes pour la promotion de la filière et mesures de promotion

Sur la base de la situation actuelle détaillée ci-dessus, les contraintes et mesures de promotion de la fraise pour les marchés hauts de gamme comme les supermarchés sur le marché burkinabé et sous-régional ont été analysées et examinées.

7.2.1 Contraintes pour la promotion

Les fraises sont un fruit cher (produit de luxe) dont les acheteurs sont limités aux étrangers et aux classes aisées. Sa consommation nationale est donc limitée. En dehors de marchés urbains comme Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, il n'est pas probable d'envisager une hausse de la demande pour la fraise au Burkina Faso. De plus, tous les producteurs cultivent de la même façon, ce qui cause une saturation du marché lors du pic de la récolte, et les prix baissent de moitié. Les fraises sont un fruit à la peau tendre, qui s'abîme facilement, et les pertes de fruits surviennent facilement. En outre, après la récolte, le fruit continue de mûrir, ce qui rend sa conservation à température ambiante compliquée. Une fraise à pleine maturité invendue ne peut être que jetée.

D'un autre côté, dans la sous-région, les fraises ne sont pas cultivées, et il est donc possible d'en faire

une spécialité du Burkina Faso. Il est donc préférable d'appuyer le secteur pour s'assurer une bonne place sur les marchés rapidement.

En ce qui concerne la promotion des fraises, les contraintes suivantes peuvent être données.

(1) Des débouchés limités

Les fraises du Burkina Faso sont commercialisées aux alentours des supermarchés ou sur les marchés nationaux au Burkina Faso. Une partie des producteurs exportent vers la sous-région par avion, mais la fraise est commercialisée sur les marchés locaux de la sous-région. Les commandes des marchés nationaux sont irrégulières. Les fraises sont des produits chers par rapport aux autres fruits et sont positionnées comme des produits de luxe. La majorité des acheteurs sont donc ceux des classes aisées et les étrangers, et la demande est limitée. Les débouchés sur le marché burkinabé et sous-régional sont limités aux marchés locaux et il n'est donc pas envisageable que la demande augmente énormément.

Les fraises du Burkina Faso sont vendues sans être conditionnées, directement sur des plateaux, en bordure des routes ou de façon ambulante sur les marchés locaux au Burkina Faso et dans la sous-région. Cependant, à Abidjan et Accra, il y a des supermarchés tournés vers les classes aisées et les étrangers qui importent des fraises d'Europe, conditionnées dans des barquettes en plastique. En comparaison avec les fraises burkinabè vendues sur les marchés nationaux de ces pays, leur prix est très élevé. Dans le futur, quand les fraises entreront sur les marchés haut de gamme comme les supermarchés, etc., elles seront en compétition avec les fraises importées européennes. Si les fruits ne sont pas triés lors de l'expédition, pour choisir ceux qui ont une belle couleur et forme, ainsi que conditionnés, il sera compliqué d'être compétitif face aux fraises importées d'Europe.

Les fraises sont un fruit à la peau tendre. Une fois à pleine maturité, la peau est particulièrement tendre, et si le fruit subit des chocs pendant le transport, il s'abîme. Cependant, les fraises burkinabè sont récoltées à pleine maturité, et sont lancées dans des plateaux ou des seaux lors de la récolte, ce qui cause donc des dégâts à de nombreux fruits. De plus, après la récolte, la maturation se poursuit, et avec les chocs reçus lors du transport, les fruits sont écrasés, pourrissent, et des pertes apparaissent. Les fraises sont directement conditionnées dans des cartons dédiés à l'exportation d'haricots verts pour l'exportation vers la sous-région par avion, mais sont expédiées dans des avions privés de passagers. Les fraises sont donc expédiées à température ambiante avec les bagages des autres passagers. Des clients ont signalé qu'avec les chocs et la température, les fruits s'écrasent et pourrissent, et que le taux de pertes était élevé. A l'avenir, lors de la prospection de débouchés sur le marché régional, il sera nécessaire de réduire les pertes, dues au degré de maturation des fruits lors de la récolte, à la méthode de conditionnement et de transport.

(2) Réduction et déclin de la culture de la fraise

Au Burkina Faso, les fraises sont cultivées depuis plus de 30 ans. Cependant, à cause d'une détérioration des plants en raison d'une multiplication par les producteurs sur de nombreuses années, à cause du changement climatique, des maladies ou d'insectes, le nombre de plants que les producteurs arrivent à obtenir par la multiplication diminue d'année en année et les surfaces de culture diminuent. De plus, la qualité des fruits est généralement déterminée par le goût, des critères visuels, comme la couleur et la forme des fruits, mais ces dernières années les commerçantes et les consommateurs ont remarqué que les fruits étaient moins sucrés. Cela est dû à la détérioration des plants, à la température, aux caractéristiques des plants, etc.

Dans le futur, afin d'augmenter les volumes commercialisés sur le marché burkinabé et sous-régional, il sera nécessaire de produire des fraises d'une qualité stable répondant aux besoins des acheteurs. Pour cela, en remplaçant les plants et en introduisant de nouvelles variétés, il sera nécessaire de retarder la détérioration et d'améliorer le goût. Cependant, il n'est pas possible d'acquérir de nouveaux plants ou de nouvelles variétés au Burkina Faso, et il est donc nécessaire d'en importer d'Europe.

Choisir des variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso et importer des plants est très difficile pour les producteurs.

De plus, l'INERA et le MARHASA ne possèdent pas de spécifications techniques sur les techniques de culture de la fraise, et les techniques de culture actuelles sont des techniques établies par les producteurs sur la base de longues années d'expérience. Cependant, il y a des limites à l'élévation des techniques de culture avec les seuls efforts des producteurs, et dans ces conditions, il est possible que la culture de la fraise au Burkina Faso décline. L'INERA et le MARHASA doivent donc mettre en œuvre un appui aux techniques de culture de la fraise.

7.2.2 Mesures de promotion

(1) Prospection de débouchés

La période de conservation de la fraise est courte. Si la fraise n'est pas vendue tout de suite après la récolte, il n'y a plus qu'à en disposer. Le calendrier de production étant le même pour tous les producteurs, il n'est pas possible d'écouler toute la production durant le pic de production sur les débouchés existants dans les marchés nationaux et de la sous-région. Il est donc nécessaire de diversifier les débouchés et d'augmenter les volumes commercialisés sur le marché burkinabè et sous-régional.

(1)-1 Marché sous-régional

Pour les marchés de la sous-région, une partie des producteurs et des commerçantes possède déjà des clients, et exporte vers ces marchés. Cependant, la taille du marché est, comme au Burkina Faso, très faible, et les périodes et volumes d'exportation sont instables. Sur le marché sous-régional, les acheteurs de fraises sont constitués par les classes aisées et les étrangers. A Abidjan et Accra, les classes aisées et les étrangers ont augmenté avec la croissance économique, et il y a de grands supermarchés à capitaux étrangers, d'Afrique du Sud ou du Liban, tournés vers les classes aisées. Dans ces villes, il y a déjà une partie des supermarchés qui importent des fraises fraîches d'Europe et d'Afrique du Sud, ce qui confirme l'existence d'une demande pour la fraise.

Les mesures pour prospecter des débouchés sur les marchés sous-régionaux sont détaillées ci-dessous.

1) Appui à la prospection de débouchés et identification des besoins des pays de destination

A l'avenir, avec la croissance économique des pays de la sous-région, le pouvoir d'achat pour les produits de luxe devrait augmenter, et les marchés les plus porteurs devraient être les supermarchés des centres urbains de la sous-région, comme Abidjan ou Accra, via des grossistes intermédiaires. En tenant compte des particularités de la fraise, étant donné qu'il s'agit d'un produit de luxe pour lequel il est indispensable de conserver la fraîcheur, il est important de s'adapter aux besoins des pays de destination.

En ce qui concerne les transactions avec les supermarchés, il est difficile pour les producteurs seuls d'y parvenir, et il est donc nécessaire de s'appuyer sur les capacités commerciales d'exportateurs. De plus, le gouvernement burkinabè appuiera les exportateurs dans leurs activités de prospection de débouchés, comme la recherche d'informations, la création d'opportunités pour des négociations commerciales, la prise en charge des coûts de participation aux foires commerciales

2) Commercialisation avec de la valeur ajoutée

Comme détaillé dans les contraintes de développement, dans le cas où les fraises seraient commercialisées dans les supermarchés de la sous-région, elles seraient en compétition avec les fraises importées d'Europe. Ces fraises sont de bonne qualité et conditionnées dans des barquettes en plastique. C'est pourquoi la vente des fraises burkinabè dans des barquettes en plastiques, après avoir sélectionné des fruits ayant une belle couleur et forme, de bonne qualité, afin d'améliorer

l'image du produit, sera examinée. En effectuant ce travail, de la valeur sera ajoutée au produit, et celui-ci pourrait être commercialisé à un prix plus élevé, tout en pouvant rivaliser avec les autres fraises importées.

3) Réduction des pertes

i) Amélioration du matériel de conditionnement des méthodes de transport

Comme détaillé dans les contraintes de développement, lorsque les fraises sont exportées par voie aérienne vers la sous-région, les pertes augmentent. En Europe, pour réduire ces pertes, les fraises sont exportées dans des palettes en bois, et il y a des exemples de mesures pour que les fraises ne subissent pas de chocs. En ce qui concerne les exportations de fraises burkinabè, l'amélioration du conditionnement sera nécessaire.

Au Burkina Faso, les biens sont souvent transportés par la route, et les fruits et légumes sont exportés par camion réfrigéré. En utilisant des camions réfrigérés, il est possible de conserver les fraises récoltées à basse température et de les envoyer à cette température vers les acheteurs à Abidjan et Accra. Cependant, les fraises sont transportées avec d'autres produits agricoles, et il est donc nécessaire de faire attention aux méthodes de chargement afin que les fraises ne soient pas écrasées comme pour l'exportation par voie aérienne.

ii) Amélioration du conditionnement

Dans les pays industrialisés, les fraises sont conditionnées dans des barquettes en plastiques puis dans des cartons et expédiées, afin que les fraises ne soient pas endommagées lors du transport. Au Burkina Faso, l'utilisation de barquettes en plastique sera envisagée pour réduire les pertes lors du transport.

Cependant, les barquettes en plastique ne sont pas fabriquées au Burkina Faso, et en cas d'utilisation, il sera nécessaire de les importer auprès de fabricants de barquettes en plastique en Côte d'Ivoire ou au Ghana. Le grossiste à Abidjan fournit le matériel de conditionnement demandé par les supermarchés lors des commandes de fraises aux producteurs. Il faut négocier avec les acheteurs pour que ceux-ci fournissent le matériel de conditionnement difficile à obtenir au Burkina Faso

iii) Ajustement des périodes de récolte

Dans le cas où les fraises sont exportées vers le marché sous-régional, du temps est mis de la récolte jusqu'à la commercialisation au point de vente final. Les fraises ont une période de conservation limitée et leur maturation se poursuit après la récolte. Il est donc nécessaire de calculer le nombre de jours nécessaires de la récolte jusqu'à la commercialisation pour qu'elles soient commercialisées à pleine maturation, et donc récoltées avant. Un fruit récolté avant qu'il arrive à pleine maturité est plus ferme qu'une fraise à pleine maturité, et permet donc de réduire les dégâts dus aux chocs subis pendant le transport.

Pour les transactions avec les supermarchés, il est important de conserver la même qualité de fraises à chaque commande. La qualité recherchée diffère selon les supermarchés, et il est donc difficile pour les producteurs de juger seuls de la période de récolte. Il est souhaitable de former une structure d'exportation dans laquelle les producteurs travaillent avec un exportateur, capable d'agir en intermédiaire et de vérifier la qualité lors de l'expédition. De plus, dans le futur, sur la base des besoins des clients, il sera nécessaire que les producteurs de fraises mettent en place des standards de couleur de fruits lors de l'expédition pour que les fruits soient d'une maturité homogène. Ce faisant, les supermarchés pourront acheter et commercialiser d'importants volumes de fraises à un niveau de maturité identique, sans avoir à différencier les zones de production et les producteurs.

iv) Amélioration du travail de récolte

La méthode de récolte traditionnelle des producteurs de fraise consiste à lancer les fraises récoltées par chaque producteur dans des plateaux, ce qui fait subir des chocs aux fruits pendant la récolte. Les chocs subis pendant la récolte sont une cause des pertes subies lors du transport ou de la commercialisation.

Afin d'améliorer la qualité des fraises, les producteurs doivent prendre conscience de ce qui cause les dégâts subis par les fraises, prendre des mesures pour que les fruits ne subissent pas de chocs pendant la récolte, comme l'utilisation de mousse.

En utilisant le matériel disponible au Burkina Faso, il est possible d'obtenir des effets suffisants pour réduire les chocs subis par les fruits en disposant de la mousse sur les plateaux utilisés pour la récolte.

(1)-2 Marché burkinabé

Les débouchés commerciaux sur les marchés locaux au Burkina Faso sont déjà établis. Lors du pic de récolte, le marché local au Burkina Faso est saturé de fraises. Dans le futur, une grande augmentation des volumes de vente n'est pas envisageable, et il est donc nécessaire de planifier la différenciation de la commercialisation, d'ajouter de la valeur et d'examiner l'entrée dans les supermarchés destinés aux classes aisées.

1) Commercialisation avec de la valeur ajoutée

La commercialisation sur le marché burkinabé est effectuée à 80% par les commerçantes (achat et vente au détail). Les commerçantes de Ouagadougou, tout comme pour la commercialisation d'autres fruits et légumes, n'ont pas les moyens de conserver la fraîcheur des fraises commercialisées (réfrigérateurs, etc.), et sont forcées de vendre les fraises achetées après la récolte le jour même moins chères en soirée, afin qu'il ne leur en reste pas. Les prix de vente au détail diffèrent donc dans la matinée et dans la soirée.

Cela constitue une des raisons pour lesquelles les supermarchés de Ouagadougou ne commercialisent pas les légumes, y compris les fraises. Auparavant, des groupes de producteurs commercialisaient directement auprès d'acheteurs comme des hôtels ou des restaurants, mais tout comme les supermarchés, avec le problème des prix pratiqués par les commerçantes (prix moins élevés en soirée), les producteurs ont abandonné la vente directe. Pour cohabiter avec les commerçantes, qui représentent 80% des fraises vendues, la nouvelle méthode de commercialisation devra se différencier et ajouter de la valeur au produit.

Les supermarchés ne commercialisent presque pas de produits agricoles, mais il existe probablement une demande pour les produits agricoles frais. Afin de commercialiser les fraises dans les supermarchés, il est nécessaire d'introduire une méthode de vente différente de celle utilisée sur le marché local, en ajoutant de la valeur.

La valeur peut se trouver dans la qualité du fruit et le conditionnement, en choisissant des fruits avec une belle couleur et forme, et en les conditionnant dans des barquettes en plastique pour améliorer leur aspect. De plus, une partie des supermarchés a commencé à commercialiser des packs de légumes naturels produits au Burkina Faso¹¹, ce qui peut constituer une référence.

(2) Maintien et élargissement de la production

La culture de la fraise au Burkina Faso est marquée par une réduction des capacités de multiplication

¹¹ En ce qui concerne les fraises, la culture doit être effectuée avec un volume limité de produits chimiques et les fruits doivent être triés dans des barquettes (calibres, couleurs, etc. similaires).

des plants et des volumes de production en raison d'une détérioration considérable des plants. Afin de faire des fraises une spécialité du Burkina Faso dans le futur, il est nécessaire d'obtenir une production stable. Cependant, au Burkina Faso, les informations et connaissances sur la culture de la fraise ne sont pas accumulées. Les producteurs n'ont donc reçu aucun appui particulier sur la culture de la fraise jusqu'à présent. Il est souhaitable que l'INERA et le MARHASA, tout en collectant des informations et des connaissances sur la culture de la fraise, appuient la culture et la commercialisation de la fraise auprès des producteurs. Afin de maintenir et d'élargir la production de fraises, les mesures suivantes sont proposées.

1) Identification et introduction de nouvelles variétés

Pour retarder la détérioration des plants de fraises et stabiliser la production, il est nécessaire d'importer de nouveaux plants d'Europe. L'introduction de nouveaux plants est aspect urgent, et il est nécessaire d'appuyer l'achat de plants rapidement. Des variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso seront identifiées et achetées.

Actuellement, les variétés cultivées au Burkina Faso sont pour la plupart inconnues, mais à Boulmiougou, la variété Selva est cultivée. Il est donc envisageable d'introduire une variété qui a succédé à la variété Selva, qui était adaptée aux conditions de culture du Burkina Faso, qui a été développée aux Etats-Unis ou en Europe, qui a une bonne capacité de conservation et qui peut être transportée et être cultivée sous de hautes températures.

2) Introduction de la culture accélérée

La culture de la fraise au Burkina Faso est effectuée selon le même calendrier par tous les producteurs. Pendant le pic de récolte, le marché est donc saturé et de nombreuses fraises sont jetées faute de débouchés. Bien qu'il existe des volumes réguliers exportés vers le marché sous-régional, cela ne permet pas d'écouler le volume de fraises saturant le marché burkinabé pendant le pic de récolte. Afin de soulager le marché pendant le pic de récolte, il est envisageable de décaler les périodes de récolte.

La période de récolte actuelle s'étend de janvier à avril. A partir d'avril, les températures augmentent, et il devient difficile d'assurer l'approvisionnement en eau nécessaire pour la culture. Il est donc difficile d'allonger la période de production en culture extérieure. Il est donc souhaitable d'avancer la période de récolte. Techniquement, il est possible d'accélérer la floraison et la récolte avec le contrôle du rapport C/N (carbone sur azote) ou en coupant les racines. En pratiquant la culture accélérée, il ne serait pas seulement possible d'accélérer la période de récolte, mais également de déplacer le calendrier de la récolte et d'apaiser le marché en période de saturation.

3) Formation de nouvelles zones de production

Actuellement, les fraises saturent le marché burkinabé lors du pic de récolte, et les débouchés d'exportation vers la sous-région sont limités. Même en appuyant l'élargissement des zones de production, il n'y a pas de débouchés pour l'augmentation de la production, et il n'est donc pas souhaitable d'élargir les zones de production à court terme.

A Bobo-Dioulasso, bien que l'échelle de production des producteurs soit petite, les fraises sont cultivées. Dans le futur, pour élargir les débouchés vers les marchés haut de gamme de la sous-région, les produits seront exportés par camion réfrigéré. Bobo-Dioulasso a l'avantage d'être proche d'Abidjan et d'Accra, et avec l'augmentation des exportations vers la sous-région, la demande pour la fraise devrait également augmenter.

Cependant, à Bobo-Dioulasso, avec la perte des plants, le nombre de producteurs a diminué et il ne restait que quelques producteurs en 2014. A Ouagadougou également, d'années en années, le nombre de plants obtenus par les multiplications effectuées par les producteurs baisse, et à l'avenir,

il est possible que le volume de production de fraises diminue.

Les fraises sont un produit agricole multiplié par les producteurs, et il est difficile d'augmenter le volume de production en peu de temps. A l'avenir, en supposant que le volume d'exportation augmente, des mesures seront prises pour maintenir le volume actuel de production à Bobo-Dioulasso afin de maintenir la culture de fraises à Bobo-Dioulasso.

7.3 Activité pilote de promotion de la commercialisation des fraises

Le PAPAOM a participé du 27 janvier au 2 février 2014 au 4^{ème} forum Investir en Côte d'Ivoire à Abidjan dans le cadre d'une activité pilote préliminaire. Cette période correspond à la période de production des fraises. Des fraises fraîches ont donc été présentées parmi les autres produits. Sur la base des résultats obtenus lors de cette activité pilote préliminaire, l'activité pilote a été mise en œuvre.

7.3.1 Activité pilote préliminaire

(1) Contexte et objectifs

La fraise est l'une des spécialités du Burkina Faso. Bien qu'il soit possible de rechercher de nouveaux acheteurs sur les marchés des centres urbains de la sous-région comme les villes d'Abidjan et d'Accra pour les fraises burkinabè, les producteurs ont de grandes difficultés à les obtenir sans appui. Dans ce contexte, il a été décidé de mettre en œuvre des activités, dans le cadre d'une partie d'une activité pilote, pour promouvoir les fraises burkinabè et leur commercialisation pendant ICI 2014, qui s'est tenu entre le 29 janvier et le 1^{er} février 2014 à Abidjan, étant donné que les dates d'organisation de ce forum coïncident avec la période de récolte des fraises au Burkina Faso. Ainsi, une partie de l'activité pilote pour la promotion de commercialisation de la fraise a été réalisée à travers la participation à ce forum.

A travers la participation d'entreprises burkinabè commercialisant des produits agricoles à ce forum, le but de cette activité pilote préalable était de trouver de nouveaux acheteurs et de former un réseau de commercialisation. De plus, la participation des homologues de la DGPER et le gain d'une expérience dans le soutien à des entreprises privées était l'un des objectifs de l'activité.

(2) Relation entre la proposition d'activité pilote et l'activité pilote préalable

La relation entre la proposition d'activité pilote et l'activité pilote préalable est détaillée ci-dessous. L'activité pilote préalable a été mise en œuvre afin de réaliser la promotion de la commercialisation lors de sa participation à ICI 2014.

Tableau 7.3.1 Relation entre l'activité pilote (proposition) et l'activité pilote préalable

Activités pilotes (propositions)	Activités préalables
● Explication préalable	● Explication préalable
● Fabrication des échantillons de produits	● Fabrication des échantillons de produits
● Essai de transport des produits avec un camion réfrigéré	● Essai de transport des produits avec un camion réfrigéré
● Essai de conditionnement (utilisation de barquettes en plastique) et de commercialisation	● Essai de conditionnement (utilisation de barquette en plastique) et de commercialisation
● Activité de promotion de commercialisation	● Activité de promotion de commercialisation
● Achat des nouveaux plants de fraisier	—
● Essai de techniques de culture accélérée	—
● Suivi de la croissance	—

(3) Lieu d'exécution et personnes ciblées

Le forum Investir en Côte d'Ivoire a été organisé pour la première fois en 1991. Sa 3^e édition a été organisée en 1999, mais il n'a plus été organisé depuis cette date en raison des crises politiques et économiques traversées par le pays. L'organisation de la 4^e édition de l'ICI 2014 était incluse en tant qu'action prioritaire dans le plan de développement national (2012-2015), et le pays était donc garant de sa bonne préparation et organisation. L'ICI 2014 a connu la participation de près de 200 exposants et plus de 4 000 participants venus de 113 pays.

Les 3 entreprises participantes ont chacune présenté leurs produits et proposé des dégustations sur le stand préparé pour l'activité pilote préalable à ICI 2014, tout en faisant la promotion de leurs produits. De plus, 2 homologues de la DGPER ont participé au salon et ont pu observer les méthodes de vente des entreprises participantes ainsi que celles d'autres pays.

La participation à ICI 2014 des entreprises Sanlé Export, Rose Eclat et de l'ESOP Pô a été appuyée. Les entreprises participantes ont été sélectionnées selon la méthode de sélection de la DGPER. Parmi les 3 entreprises sélectionnées, Sanlé Export, un exportateur, commercialise des légumes auprès d'une centrale d'achat approvisionnant les supermarchés d'Abidjan. De plus, Rose Eclat commercialise des fraises séchées à des hôtels à Abidjan. Les entreprises participantes transforment et exportent également d'autres produits burkinabè qui ont été présentés sur le stand.

(4) Contenu de l'activité et résultats

1) Test d'échantillons

i) Détails

- a) Des échantillons de fraises fraîches et de fraises séchées ont été présentés lors d'ICI 2014 et les impressions des visiteurs ont été recueillies.
- b) Les fraises fraîches étaient jusqu'à présent distribuées sur les marchés locaux, mais afin de viser le marché haut de gamme, incluant les supermarchés, des fraises ont été emballées et présentées. Cette méthode a été comparée avec le conditionnement utilisé jusqu'à présent.
- c) Les fraises séchées étaient produites et exportées seulement sur commande, à très faible volume. Cependant, les fraises séchées sont le seul produit transformé de la fraise, et elles étaient déjà exportées à Abidjan. Des échantillons ont donc été produits dans le but d'utiliser l'opportunité offerte par ICI 2014 pour faire connaître plus largement la fraise séchée. Les impressions des visiteurs ont été recueillies.

ii) Résultats

- a) En amenant ces échantillons, il a été possible de faire une large diffusion des fraises burkinabè. Les étrangers (occidentaux) venus sur le stand n'ont pas noté de grande différence en termes de qualité par rapport aux fraises européennes. Un grossiste ivoirien a souhaité en importer pour les commercialiser en Côte d'Ivoire.
- b) En ce qui concerne les fraises séchées, celles-ci étant méconnues, il a été possible de faire leur promotion pendant ICI 2014. Cependant, en raison de leur aspect et de leur dureté, il n'a pas été possible de conclure de contrats.

2) Test de conditionnement en barquettes

i) Détails

- a) Lorsque les producteurs de Boulmiougou exportent des fraises par avion, ils les conditionnent directement dans des cartons destinés aux haricots verts, à raison de 4kg par carton. Alors que les fraises sont un produit fragile et s'abîme facilement, des mesures nécessaires pour réduire les dommages lors du transport devront être prises dès maintenant.

La commercialisation sur le marché haut de gamme, à travers les supermarchés, étant l'objectif, il est nécessaire d'améliorer la qualité des fruits. Afin de réduire les dégâts reçus par les fraises lors de leur transport et de préserver leur qualité, des échantillons ont été conditionnés dans des barquettes et envoyés par camion pour vérifier les dégâts et l'avis des acheteurs.

- b) Les échantillons étaient constitués de barquettes plastiques de 500g de fraises, conditionnées dans des cartons à raison de 2kg par carton. Des barquettes en plastiques importées par Sanle Export d'Abidjan avec des couvercles en plastique et des barquettes sans couvercles importées du Japon ont été testées et comparées.

ii) Résultats

- a) Il y avait deux types de barquettes importées d'Abidjan : l'une dont le couvercle avait des trous d'aération, et l'une dont le couvercle n'avait pas d'aération. Pour cette dernière, presque tous les fruits présentaient des moisissures à leur arrivée à Abidjan. Les fruits conditionnés dans les barquettes dont le couvercle avait des trous d'aération et les barquettes sans couvercles sont arrivés dans un état comparable.
- b) En mettant les fraises dans une barquette et en les conditionnant dans un carton, les fraises n'ont pas été écrasées ou subi d'autres dégâts.
- c) L'entreprise approvisionnant les supermarchés ivoiriens en fruits et légumes demande à ce que les fraises soient conditionnées dans des barquettes pour les importer. Une partie des fraises emmenées dans le cadre du test de conditionnement en barquettes pour le forum a permis de trouver un accord avec un grossiste et 50kg de fraises ont été commercialisées dans un supermarché d'Abidjan.

3) Transport par camion réfrigéré

i) Détails

- a) Jusqu'à présent, les fraises étaient exportées par voie aérienne. Cependant, celles-ci sont transportées dans des avions destinés au transport de passagers et les volumes transportés sont donc limités. Il est également nécessaire d'adapter la période de récolte au calendrier des vols. A l'avenir, si les exportations vers la sous-région augmentent, il deviendra nécessaire de réfléchir à l'exportation par la route, qui permet de transporter d'importants volumes de fruits, incluant les fraises. Sanlé Export a l'expérience du transport de fruits et légumes vers Abidjan par la route. En collaboration avec Sanlé Export, l'exportation par la route avec un camion réfrigéré entre Ouagadougou et Abidjan a été testée, afin d'évaluer la variation de la température, le coût et les autres problèmes liés au transport.

ii) Résultats

- a) Il a été confirmé que le transport par camion réfrigéré était viable économiquement si beaucoup de fruits et légumes sont transportés en même temps. Cette fois, les pertes à l'arrivée du camion réfrigéré à Abidjan étaient d'environ 20 à 30%. Ces pertes peuvent s'expliquer par d'une part, un long arrêt à Bobo-Dioulasso pour charger des fruits et légumes, et d'autre part par le voyage d'environ 60 heures de Boulmiougou jusqu'à Abidjan. D'après Sanlé Export, le voyage de Ouagadougou à Abidjan peut se faire en moins de 30 heures, et il est donc possible à l'avenir de réduire le temps de transport nécessaire.
- b) La gestion de la température pendant la conduite, pendant les pauses et la nuit était inadéquate, et le camion n'était pas refroidi lorsque les fraises y ont été entreposées. Il est probable qu'en plus de la longue période de transport, que la mauvaise gestion de la température ait engendré ces importantes pertes. En gérant la température de façon adéquate, il serait possible de réduire les pertes.
- c) Même si les pertes engendrées par un long temps de transport et une mauvaise gestion de la température au sein du camion réfrigéré ont été importantes pour ce test, il a été confirmé que si le temps de transport est raccourci et la température est mieux gérée, le transport

routier est viable économiquement car il permet d'exporter un grand nombre de fruits et légumes en une fois.

 <p>Récolte en soirée</p>	 <p>Conditionnement dans des barquettes</p>
 <p>Barquettes fournies par le grossiste (avec couvercle et avec trou aération)</p>	 <p>Barquettes achetées au Japon (sans trou ni couvercle)</p>

(5) Conclusion de l'activité pilote préalable

Lors de l'activité pilote préalable, les résultats suivants ont été obtenus.

- Les entreprises participantes ont réussi à obtenir 40 à 100 contacts d'acheteurs pendant la durée du salon. De plus, parmi les 3 entreprises, 2 sont restées après le forum à Abidjan afin de continuer les négociations commerciales ;
- Sanlé Export a commercialisé 50kg de fraises environ pour 3 500 FCFA/kg à un grossiste à Abidjan qui les a commercialisées dans un supermarché à Marcory pour 5 900 FCFA/kg. Après le forum, la personne chargée de l'approvisionnement chez ce grossiste a visité le site de Boulmiougou et fait une commande supplémentaire. En 2013, la récolte avait déjà commencé lors du début de la commercialisation et il n'y a donc eu qu'une commande après le forum ;
- Selon Sanlé Export, ce grossiste a l'intention de continuer à importer des fraises pour la campagne 2014. Cependant, le supermarché a noté le pourcentage important de pertes. Afin de continuer la commercialisation, il est donc nécessaire de prendre des mesures pour réduire ces pertes ;
- Le taux de pertes pour les fraises fraîches diffère selon l'emballage. A l'avenir, il est nécessaire d'améliorer l'emballage, le conditionnement et la gestion de la température ;
- Les barquettes protègent les fraises des dégâts liés au poids des autres fruits et sont demandées par les supermarchés. Il est nécessaire de pouvoir les commander localement : il existe un fabricant de barquettes à Abidjan. Selon le grossiste, si les négociations aboutissent pour l'importation de fraises, il fournira les barquettes. ;
- La participation à des forums ou à des foires permet de présenter les produits burkinabè à de

nombreux acheteurs et est un bon moyen pour discuter, partager des informations et négocier directement avec ces derniers. Cependant, les coûts d'exposition sont chers, et il est difficile pour les entreprises de prendre seules en charge ce coût. Il est donc nécessaire que la DGPER appuie financièrement ces entreprises. Le système d'appui doit être considéré au sein du MARHASA.

- Les entreprises participant à ICI 2014 ont été sélectionnées selon le processus de sélection de la DGPER. Avec le système d'appui actuel de la DGPER, les participants n'ont rien à prendre en charge. Cette fois, afin de motiver les participants, les frais d'hébergement et de restauration étaient à leur charge. Les participants étaient d'avis qu'il fallait continuer à demander une prise en charge des frais par les participants à l'avenir.



**Fraises burkinabè
(5900FCFA/kg)
Supermarché à Abidjan**



**Fraises espagnoles (15
200FCFA/kg)
Supermarché à Abidjan**



Vue d'ensemble du stand



Présentation des échantillons



Présentation des fraises



Fraises pour la dégustation



**M. Koné de l'entreprise Sanlé
Export (milieu)**

7.3.2 Contexte de l'activité pilote

(1) Contexte et objectifs

Bien que les fraises aient un impact économique relativement faible, le Burkina Faso est le seul pays d'Afrique de l'Ouest à en produire, et il est possible de dire qu'il s'agit d'une spécialité du pays. La fraise est un produit de luxe, dont les acheteurs sont les classes aisées. La demande nationale est donc limitée, mais avec les efforts des producteurs jusqu'à présent, les fraises ont été exportées dans les grands centres urbains de la sous-région. A l'avenir, avec la croissance démographique et des revenus des pays de la sous-région et du Burkina Faso, la demande devrait augmenter à nouveau. La fraise est largement distribuée fraîche, mais son fruit est sensible aux chocs, et lors du transport, les pertes dues aux dégâts subis par les fruits sont élevés, ce qui pose problème. A l'avenir, il est attendu que les volumes commercialisés dans les marchés haut de gamme comme les supermarchés, etc. augmentent, et il sera donc nécessaire d'améliorer le conditionnement, d'adapter la période de récolte, d'améliorer le traitement post récolte et au final, d'obtenir une meilleure qualité de fruits.

L'existence d'une demande des supermarchés de la sous-région pour les fraises burkinabè a été confirmée lors de l'activité pilote préalable. Lors de cette activité pilote, les hypothèses ci-dessous ont été vérifiées, en visant l'entrée sur les marchés haut de gamme, comme les supermarchés de la sous région, la différenciation avec les marchés nationaux, l'ajout de valeur et l'entrée dans les supermarchés nationaux. Les résultats et leçons apprises lors de cette activité pilotes ont été utilisés lors de l'élaboration du projet de promotion de la fraise, et la faisabilité du projet de promotion a été améliorée.

(2) Hypothèses à vérifier et mesures de promotion liées

La prospection de débouchés sur le marché sous-régional et burkinabé haut de gamme, ainsi que le maintien et l'élargissement de la production ont été proposés en tant que mesures de promotion. Dans cette activité pilote, les quatre hypothèses suivantes concernant les deux mesures ci-dessus seront vérifiées.

Hypothèse 1 : En améliorant le travail de récolte et la méthode de conditionnement, les pertes seront réduites

Hypothèse 2 : En sélectionnant les bons fruits et en améliorant le conditionnement, il est possible d'entrer sur le marché haut de gamme

Hypothèse 3 : En introduisant des nouvelles variétés, la productivité des fraises et la qualité des fruits s'améliore

Hypothèse 4 : La période de récolte est avancée avec l'utilisation de techniques de culture accélérée

(3) Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur

Cette activité pilote, la prospection de débouchés sur le marché burkinabé, le maintien et l'augmentation de la production seront mis en œuvre, et la commercialisation sur des marchés haut de gamme, comme les supermarchés de la sous-région ou au Burkina Faso est visée. L'activité pilote aura donc une influence sur les producteurs, sur les exportateurs et sur les supermarchés de la sous-région et du Burkina Faso.

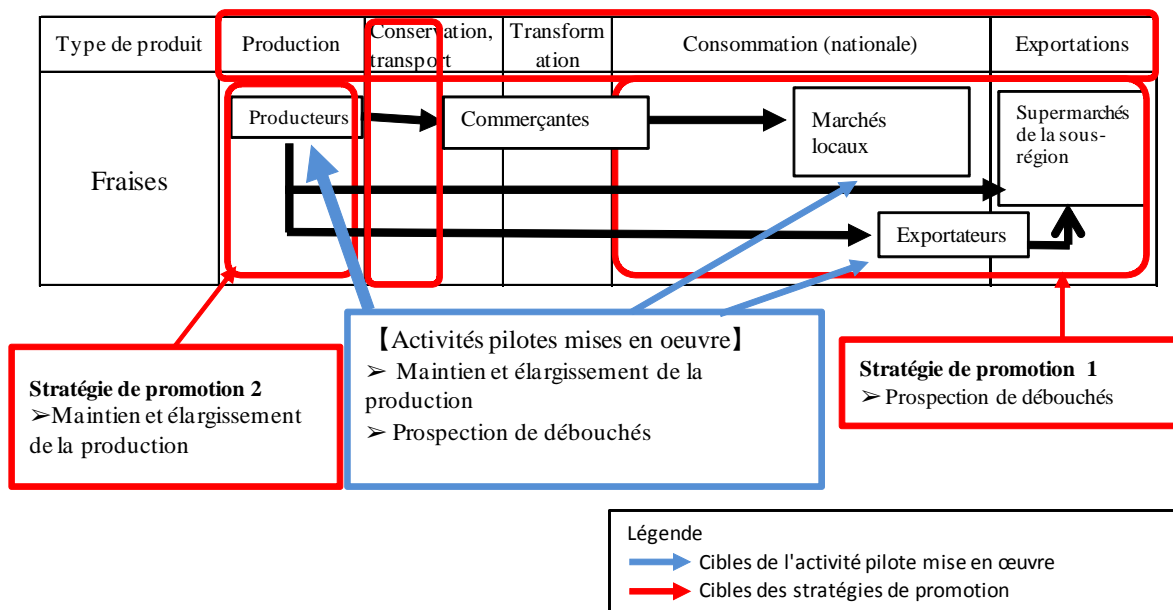


Figure 7.3.1 Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur

(4) Contenu de l'activité pilote

1) Lieu d'exécution

Cette activité pilote vise les zones de production de la fraise au Burkina Faso :

- Région du Centre, province du Kadiogo, Ouagadougou (Boulmiougou, Bika)
- Région des Hauts-Bassins, province du Houet, Bobo-Dioulasso (Kodeni, Kounima)

2) Personnes ciblées

Producteurs de fraises dans les lieux d'exécution ci-dessus.

3) Période d'exécution

Septembre 2014 à février 2015

4) Organismes de mise en oeuvre

Equipe d'étude, DGPER

5) Contenu de l'activité

i) Prospection de débouchés

i)-1 Prospection de débouchés dans la sous-région

Etant donné que la demande pour la fraise sur le marché burkinabé est limitée, il est nécessaire de prendre des mesures pour augmenter les exportations vers les pays de la sous-région. En particulier, les centres urbains comme Accra ou Abidjan voient leur classe moyenne augmenter avec leur croissance économique, et la demande pour la fraise devrait donc augmenter. Il est souhaitable que des débouchés soient trouvés pour la fraise dans des supermarchés à l'avenir. Etant donné qu'il est difficile pour les producteurs seuls de commercialiser avec les supermarchés de la sous-région, il est nécessaire de coopérer avec des exportateurs.

Lors de l'activité pilote préalable, en coopération avec l'entreprise Sanlé Export, basée à Banfora et Bobo-Dioulasso, il avait été possible de commercialiser les fraises auprès d'un supermarché d'Abidjan.

Ce supermarché souhaite continuer à acheter des fraises pendant la campagne de production 2014, et il est prévu d'exporter les fraises avec d'autres légumes frais dans un camion réfrigéré. Lors de l'exportation de fraises de la campagne 2013, le taux de pertes était de 50%, ce qui a été signalé comme trop important par l'acheteur, qui a demandé à ce que cela soit amélioré. Dans cette activité pilote, afin que les exportations vers les supermarchés d'Abidjan continuent, un test de différenciation et d'ajout de valeur ajoutée ainsi qu'un test de réduction des pertes sera mis en œuvre.

L'entreprise d'exportation Fruiteq, basée à Bobo-Dioulasso, exporte des mangues fraîches, des haricots verts, du piment, etc. vers les Pays-Bas. Fruiteq n'a encore jamais exporté au Ghana, mais a obtenu la coopération de l'ambassade du Burkina Faso au Ghana et commencé à traiter avec les supermarchés ghanéens pour des exportations de légumes frais. Les supermarchés intéressés par les légumes ont exprimé leur intérêt pour les fraises et ont demandé des échantillons de fraises fraîches.

Dans cette activité pilote, un test d'ajout de valeur ajoutée ainsi qu'un test de réduction des pertes sera mis en œuvre afin de trouver des débouchés dans les supermarchés au Ghana, en collaboration avec Fruiteq.

a) Commercialisation avec de la valeur ajoutée

Lorsque des produits sont commercialisés sur des marchés haut de gamme comme des supermarchés, des fruits de qualité, avec une taille, une forme, un goût, etc. adaptés sont recherchés. Pour répondre à ces besoins, un tri des fruits a été effectué dans cette activité pilote lors du test de commercialisation dans les supermarchés, en sélectionnant les fruits selon leur forme, taille et degré de maturité.

Les producteurs et les exportateurs n'ont pas d'expérience dans le tri des fraises jusqu'à présent. Il est donc nécessaire pour ces derniers de connaître la taille, la forme, le degré de maturité, etc. recherchés par les supermarchés pour procéder au tri.

Lors de la commercialisation pour les supermarchés, le conditionnement est indispensable, mais étant donné qu'il est difficile de se procurer des barquettes adaptées aux fraises au Burkina Faso, l'exportateur négociera avec les supermarchés pour que ces derniers fournissent le matériel de conditionnement nécessaire.

b) Réduction des pertes

Au Burkina Faso, les fraises sont récoltées à pleine maturité. Les fraises sont un fruit à la peau molle. Lorsque les fraises sont récoltées à pleine maturité, celles-ci continuent à mûrir même après la récolte, la peau du fruit mollit et celui-ci s'abîme et s'écrase facilement. Sa conservation étant donc mauvaise, de nombreuses pertes sont causées par leur écrasement. Lors du transport vers le marché sous-régional par voie aérienne ou routière, celles-ci subissent des chocs à cause des autres produits embarqués. Les fruits écrasés vont pourrir et produire d'autres pertes. Les pertes pour les fraises sont dues aux chocs reçus lors de la récolte, du transport et de la gestion de la température. Pour réduire les pertes, il est nécessaire d'améliorer ces points.

Pour réduire les pertes, les 3 activités suivantes seront mises en œuvre.

- Adaptation de la période de récolte

La récolte des fraises est effectuée à la main. Lorsque les fruits sont récoltés à pleine maturité, les risques de dégâts sont donc plus importants. De plus, lorsque les fruits sont récoltés à pleine

maturité, le processus de maturation continue après la récolte, et les fraises se conservent moins longtemps. Pour que les fraises arrivent à maturité lors de la commercialisation, celles-ci seront récoltées avant la pleine maturité, c'est-à-dire lorsqu'elles sont fermes. En les récoltant ainsi les risques de leur faire subir des dégâts pendant la récolte diminuent.

Dans le cas de l'exportation vers des supermarchés de la sous-région, l'exportateur donnera des instructions quant à la période de récolte. Dans cette activité pilote, un appui sera apporté aux producteurs pour qu'ils comprennent l'intérêt de récolter précocement. Le même appui sera apporté aux exportateurs.

- Amélioration des travaux de récolte

Il est nécessaire de faire attention à ce que les fraises ne subissent pas de chocs lors de la récolte, mais au Burkina Faso, les fraises sont lancées dans des plateaux ou des seaux pendant la récolte, ce qui cause des pertes.

De la mousse sera donc apposée sur les plateaux et seaux utilisés pour la récolte, afin de diminuer l'impact des chocs reçus par les fruits. Dans le même temps, les producteurs se verront expliqués les problèmes et les points d'amélioration concernant le travail de récolte, et seront appuyés dans sa mise en œuvre de façon continue pour l'amélioration du travail de récolte. De plus, il sera recommandé aux exportateurs qu'en améliorant le travail de récolte, d'améliorer la conservation en vue de réduire les pertes lors du transport.

- Amélioration du conditionnement

Les fraises sont directement conditionnées dans des cartons destinés aux haricots verts pour la sous-région. Si ces cartons heurtent d'autres colis pendant le transport, les fraises sont facilement écrasées.

Pour réduire les pertes lors du transport, de la mousse sera utilisée pour bloquer les fraises dans les cartons. De plus, lors du transport en camion réfrigéré, afin que les cartons ne soient pas écrasés, ceux-ci seront mis dans des palettes en bois et plastiques et les possibilités de réduction des pertes seront vérifiées.

i)-2 Prospection de débouchés sur le marché burkinabé

Pour la commercialisation sur le marché burkinabé, les routes commerciales sont déjà identifiées, de l'achat sur le champ des commerçantes à la commercialisation sur les marchés locaux et aux restaurants. Le marché burkinabé est saturé lors du pic de récolte, et en dehors de la prospection de nouveaux débouchés, pour éviter la compétition avec les commerçantes, il est difficile d'augmenter les volumes de vente.

Les acheteurs de fraises sont les étrangers et les classes aisées, et il est possible de compter sur une demande fixe des supermarchés et restaurants destinés aux classes aisées à Ouagadougou, pour la fraise en tant que produit de luxe. L'entrée sur les supermarchés destinés aux classes aisées est donc un nouveau débouché prometteur.

Cette activité pilote testera la différenciation de la méthode de vente des producteurs de celle des commerçantes (en bord de route ou ambulante), fera un test de commercialisation directe auprès de supermarchés qui semblent être des débouchés prometteurs en triant les fruits et en les conditionnant.

ii) Maintien et élargissement de la production

En tant que spécialité du Burkina Faso, il est attendu que des débouchés soient trouvés pour les fraises ou qu'ils soient élargis sur le marché sous-régional. Cependant, la productivité des plants diminue d'année en année avec la détérioration des plants, et à l'avenir, il est probable que le

volume de production baisse. Les fraises sont un produit multiplié par les producteurs eux-mêmes, et si la demande augmente grâce à la prospection de nouveaux débouchés, il sera difficile d'augmenter la production immédiatement. L'augmentation de la production demanderait plusieurs années. Dans cette activité pilote, les 3 activités suivantes seront mises en œuvre afin de mettre en place une structure de production stable.

a) Introduction de nouveaux plants

Actuellement, les plants utilisés sont multipliés depuis 30 ans par les producteurs. Les plants se sont détériorés, leur rendement a diminué et les fruits ont moins de goût qu'avant. L'année dernière, une variété avait été introduite en test, mais elle n'était pas vraiment adaptée aux conditions de culture du Burkina Faso, et les producteurs n'ont presque pas pu la multiplier.

Dans cette activité pilote, afin d'améliorer la qualité et la productivité, 3 variétés aux caractéristiques différentes seront importées à une entreprise commercialisant des plants en France, et leur adaptabilité aux conditions de culture du Burkina Faso sera testée. Les trois variétés introduites seront des variétés du même type que la variété déjà cultivée, résistantes aux hautes températures.

b) Essai de culture accélérée

Pendant le pic de récolte entre février et mars, les volumes récoltés dépassent la demande du marché burkinabé et les prix chutent. Les producteurs cultivent tous selon le même calendrier de production, ce qui aboutit à cette situation, et s'il était possible de décaler le calendrier de production, il serait possible d'améliorer le cours du marché de la fraise.

Dans cette activité pilote, en vue d'accélérer la floraison, des techniques de culture accélérée seront testées, et les possibilités d'accélérer les périodes de récolte au Burkina Faso seront examinées. Au Burkina Faso, les 3 méthodes ci-dessous, simples à mettre en œuvre, seront introduites et leurs effets vérifiés.

Tableau 7.3.2 Techniques de culture accélérée testées

	Méthodes
Déplacement	Après avoir repiqué les plants sur le champ, les plants sont enlevés avec les racines un mois environ avant la floraison (mi novembre), puis replantés à côté. En coupant les racines, il y aura plus de racines et les plants seront moins sensibles aux chocs.
Limitation de l'azote	En privant le plant d'engrais à l'azote (NPK, UREE, DPA) environ 1 mois avant la floraison, la floraison est accélérée. En diminuant le niveau d'azote dans la plante avant la floraison, la floraison serait plus rapide.
Retirer les feuilles	Après le repiquage des plants dans les champs jusqu'à la floraison, en ne laissant que de 5 à 8 feuilles par plants, il est possible de prévenir les feuilles mortes, les maladies et les insectes. Les effets sur la floraison sont inconnus, mais les bons plants (avec de nombreuses feuilles), ont tendance à avoir une floraison tardive. De plus, en retirant les feuilles mortes et les feuilles victimes de maladies et d'insectes, la plante est protégée d'éléments qui viendraient perturber sa croissance, ce qui permet d'accélérer la floraison.

c) Formation de zones production

A Bobo-Dioulasso, les fraises sont cultivées à toute petite échelle. Les plants utilisés sont détériorés, de nombreux plants ont été perdus au fil des années, et le nombre de producteurs a diminué. De plus, par rapport à Ouagadougou, les fruits sont petits et moins sucrés. A Bobo-Dioulasso, afin d'améliorer la qualité des fraises, d'améliorer la productivité et de stabiliser la production des fraises, des nouveaux plants seront apportés aux deux sites de production.

A l'avenir, il est prévu que le volume de production des fraises augmente, mais à Bobo-Dioulasso

la demande est limitée, même en produisant la fraise de façon stable, il n’y a pas de débouchés actuellement. Cependant, Bobo-Dioulasso est plus proche d’Accra et d’Abidjan que Ouagadougou pour le transport routier, et il y a de nombreux exportateurs de légumes frais, ce qui lui donne un avantage pour les exportations vers la sous-région. Un test d’exportation sera mis en œuvre vers la sous-région à partir de Bobo-Dioulasso avec la collaboration d’un exportateur.

7.3.3 Etat d’avancement de l’activité pilote et résultats

L’activité pilote a été menée selon le planning ci-dessous.

Tableau 7.3.3 Planning des activités

Activités		2014								2015					
		9		10		11		12		1		2			
(1)	Prospection de débouchés														
(1-1)	Prospection de débouchés sur le marché sous-régional														
(1-2)	Prospection de débouchés sur le marché burkinabé														
(2)	Maintien et élargissement de la production														
1)	Achat de nouveaux plants														
2)	Introduction de nouveaux plants														
3)	Formations de zones de production														

(1) Prospection de débouchés

(1)-1 Prospection de débouchés sur le marché sous-régional

Des activités de prospection de débouchés ont été mises en œuvre en coopération avec deux exportateurs, Sanlé Export et Fruiteq, vers les supermarchés d’Abidjan et d’Accra.

Dans cette activité pilote, des mesures pour améliorer la valeur ajoutée et réduire les pertes ont été prises avec Sanlé Export pour exporter 100kg de fraises par avion à la centrale d’achat PROSUMA (Société Ivoirienne de Promotion de Supermarchés). Cet essai a utilisé un vol de passagers qui décollait en soirée, et les fruits ont donc été récoltés et conditionnés dans la journée.

A l’arrivée à Abidjan, 65kg de fraises étaient commercialisables, et 35kg de pertes ont été enregistrées, soit 35% du total. Par rapport à la campagne 2013, les fruits étaient plus petits, mais le supermarché a évalué la forme, la couleur, l’odeur et le goût des fraises d’un niveau suffisant pour être commercialisées.

Comme auparavant, il y a eu des pertes lors du transport, mais les fraises ont été vendues à PROSUMA à 3 500 FCFA/kg, et sont commercialisées dans 4 supermarchés d’Abidjan (HYPER HAYAT Marcory, PRIMA, CASINO ALABRA, HYPER HAYAT Deux –plateaux) à 4 800 FCFA/kg. Les fraises importées de France étaient vendues à 12 800 FCFA/kg. Les fraises burkinabè ont une qualité stable, et sont moins chères à l’importation que les fraises importées d’Europe. Il a donc été confirmé qu’elles pouvaient être commercialisées dans des supermarchés.

Cette fois, un vol en soirée a été utilisé, mais PROSUMA a suggéré d’utiliser un vol décollant le matin pour éviter que les fraises ne mûrissent avant d’être vendues au supermarché, et donc d’éviter le vol du dimanche. PROSUMA a également proposé d’utiliser du dioxyde de carbone pour réduire la température lors de l’envoi.

Pour la prospection de débouchés vers le Ghana, un essai a été mis en œuvre en collaboration avec Fruiteq, qui a commencé à exporter des légumes frais vers le Ghana en 2015. Les supermarchés achetant des légumes à Fruiteq sont intéressés par les fraises, et étant donné qu'ils constituent de nouveaux débouchés prometteurs, une activité de prospection a été mise en œuvre.

Pour cette activité pilote, des échantillons de produits ont été réalisés, en triant les fruits et en améliorant le conditionnement, et envoyés en camion réfrigéré pour négocier avec les supermarchés.

1) Commercialisation avec de la valeur ajoutée

Les fraises récoltées ont été triées en première et deuxième qualité selon leur forme, taille et niveau de maturité. Les fraises de première qualité ont été séparées entre les fraises à maturité adéquates et les fraises à pleine maturité, alors que les fraises de seconde qualité ont été triées selon leur forme et leur taille.

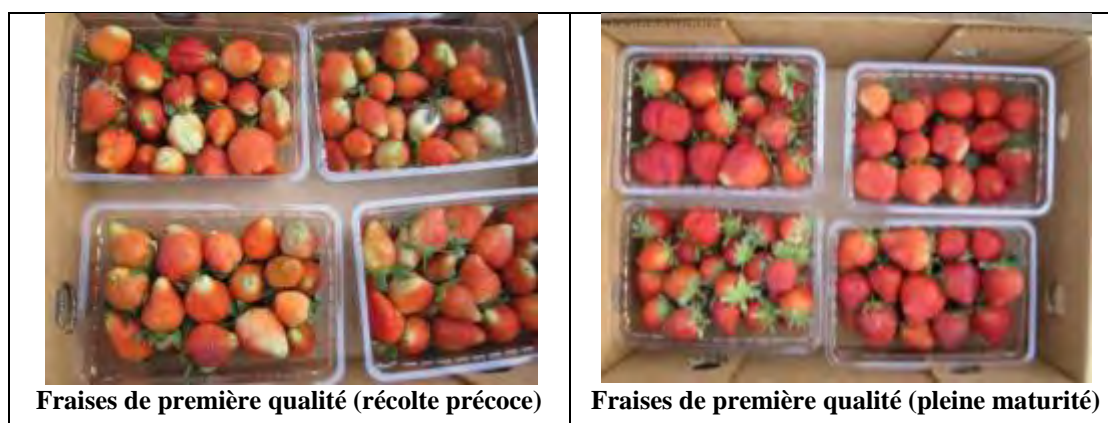
Dans cette activité pilote, il a été vérifié la possibilité de commercialiser les fraises burkinabè dans des supermarchés à Abidjan et Accra en les triant et les conditionnant dans des barquettes en plastiques.

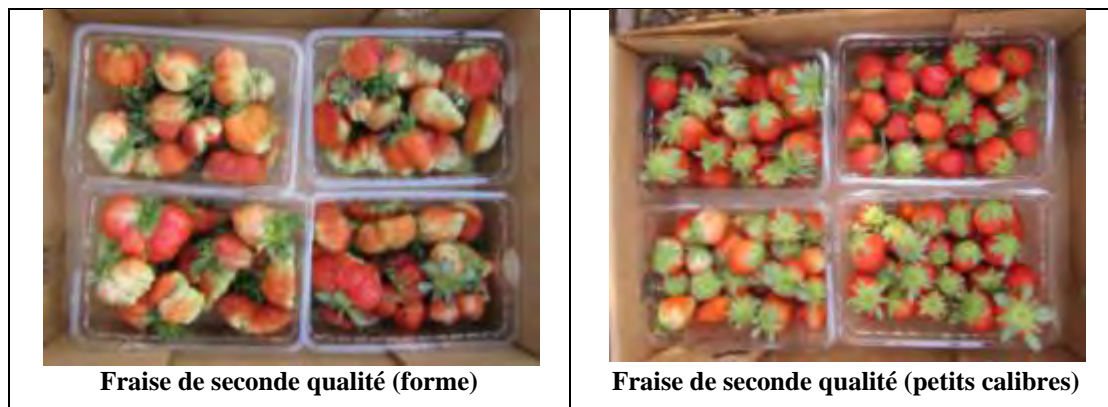
A Abidjan, les produits commercialisés dans les supermarchés sont d'abord achetés par PROSUMA qui les commercialise aux supermarchés. Sans tenir compte de la taille, PROSUMA et les supermarchés évaluent la fraise à un niveau de qualité commercialisable. Selon les supermarchés, les consommateurs d'Abidjan préfèrent les fruits de grosse taille, et il est donc important de choisir des fruits de gros calibre lors du tri. De plus, il a également été demandé d'enlever le sable lors du conditionnement pour que les fraises soient de bonnes qualités.

Cette fois, 500g de fraises ont été conditionnées par barquette. PROSUMA et les supermarchés ont remarqué que les fruits étaient écrasés en bas de la barquette avec 500g, et qu'il était préférable de se limiter à 300g par barquette. A Abidjan, il est possible d'acheter des barquettes en plastique, à raison de 5 000 FCFA pour 100 barquettes aux supermarchés. Les fraises vendues au marché local d'Abidjan sont également vendues dans des barquettes, qui sont achetées dans les supermarchés.

En ce qui concerne la forme de conditionnement, entre les fraises importées de France, du Maroc et du Liban, le conditionnement des fraises françaises est de loin le meilleur, et comme elles sont conditionnées individuellement, elles peuvent être vendues telles quelles dans les supermarchés à l'arrivée en Côte d'Ivoire.

Etant donné que le prix de vente des fraises sur le marché local d'Abidjan reste le même pendant toute la campagne, il est souhaitable d'envoyer les fraises de bonne qualité aux supermarchés, qui à un prix d'achat supérieur, et de vendre les fraises que les supermarchés n'ont pas achetées sur le marché local.





2) Réduction des pertes

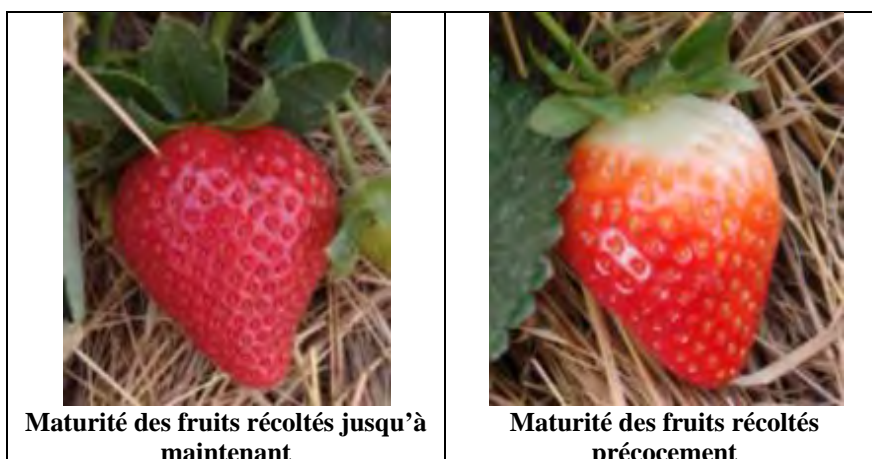
i) Ajustement de la période de récolte

Jusqu'à présent, les fruits étaient récoltés à pleine maturité, mais en vue d'améliorer la conservation des fruits et de diminuer les pertes lors du transport, les fraises destinées à la commercialisation dans les supermarchés de la sous-région et au Burkina Faso ont été récoltées avant d'être complètement mûres.

En ce qui concerne la récolte précoce, il n'y a pas spécialement besoin de matériel ou d'équipement, mais il est nécessaire que les producteurs comprennent à quel moment il faut récolter. Lors de cette activité pilote, afin que les producteurs comprennent le but de la récolte précoce et à quelle période il fallait récolter, des photos de fruits ont été utilisées pour leur expliquer à quel moment il fallait récolter, en utilisant la couleur du fruit. De plus, la fermeté adéquate pour la récolte précoce leur a été expliquée en leur faisant toucher des fruits de différents degrés de maturité. Les producteurs ont compris le but et les avantages de récolter de façon précoce.

En récoltant de façon précoce, il a été possible d'améliorer la conservation des fraises, d'éviter que les fruits ne s'abiment ou ne s'écrasent comparativement à une récolte à pleine maturité. Lors de l'activité d'essai de commercialisation dans un supermarché burkinabé détaillée ci-après, il a été possible de commercialiser la fraise jusqu'à 5 jours après sa récolte. La récolte précoce est donc efficace pour réduire les pertes et améliorer la conservation des fraises. De plus, en ce qui concerne les exportations vers les supermarchés, les pertes par rapport à la dernière campagne ont été réduites.

Cependant, les commerçantes évitent toujours de vendre des fraises qui n'ont pas atteint la pleine maturité, et les fraises destinées au marché local burkinabé sont donc toujours commercialisées à ce niveau de maturité.

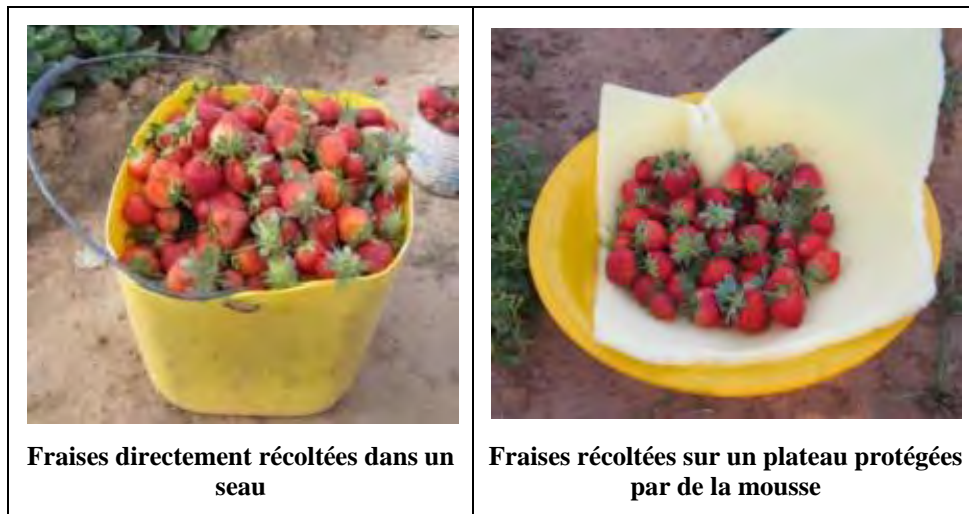


ii) Amélioration du travail de récolte

Afin de réduire les chocs reçus par les fruits lors de la récolte, de la mousse a été apposée sur les plateaux dans lesquels sont rassemblés les fraises, en tant qu'amortisseur. La mousse utilisée est une mousse utilisée dans les matelas d'une épaisseur de 5mm environ, qui peut être achetée au Burkina Faso. En utilisant la mousse, le nombre de fruits écrasés a diminué lors de la récolte.

L'amélioration du travail de récolte est très simple, et il est également très facile de se procurer la mousse servant d'amortisseur. Il est souhaitable d'utiliser ce type d'amortisseur dans le futur.

La récolte des fraises est un travail effectué à la main, mais une partie des producteurs effectue la récolte pour l'exportation vers le marché sous-régional sans toucher les fruits. Cette méthode de récolte permet de protéger la qualité des fruits, et devrait être vulgarisée auprès d'autres producteurs.



iii) Amélioration du conditionnement

Jusqu'à maintenant, les fraises étaient exportées vers la sous-région directement dans des cartons non-protégés, et subissaient de nombreuses pertes à cause des chocs reçus lors du transport. Dans cette activité pilote, lorsque les fraises ont été envoyées à Accra par camion réfrigéré, des cartons ont été expédiés sans protection, et d'autres dans des palettes en bois, dans l'intention de vérifier l'impact des chocs reçus pendant l'expédition.

Les cartons chargés directement sans protection ont été écrasés à cause des chocs subis, de même que les fraises qui étaient dans ces cartons.

En revanche, les cartons protégés par les palettes en bois ont été protégés des chocs d'autres produits, et les fraises ont pu être expédiées sans être écrasées. L'efficacité des palettes en bois pour réduire les pertes lors du transport des fraises par camion frigorifique a donc pu être prouvée.

Lors de l'exportation vers Abidjan, les cartons de haricots verts contenant les fraises ont été mis dans des palettes en plastiques et expédiés. Par rapport à la méthode utilisée jusqu'à maintenant, avec laquelle de nombreux fruits étaient écrasés à cause des chocs et frictions subies, les pertes subies pendant le transport en utilisant les palettes en plastique ont été réduites.

En outre, lors de l'envoi à Abidjan et Accra, de la mousse a été introduire dans les interstices dans les cartons (entre les barquettes) et dans les palettes (entre la palette et le carton). Selon le responsable de l'approvisionnement de PROSUMA à Abidjan, avec cette méthode, les fraises subissent moins de dégâts et de frictions, ce qui permet de limiter les pertes.

Cependant, les caisses en plastique sont des produits déjà existants, et la taille des cartons de haricots verts contenant les fraises ne leur convient pas. Pour cet envoi, deux cartons par palette ont été chargés et de la mousse a été utilisée dans l'espace restant pour bloquer les cartons et éviter les chocs. Selon PROSUMA, il n'est pas souhaitable de mettre deux cartons par palette. De plus, les cartons de haricots verts ne permettent pas une ventilation suffisante.



Aspect à l'intérieur du camion lors du transport (départ)



Aspect à l'intérieur du camion lors du transport (arrivée)



Sans palettes en bois

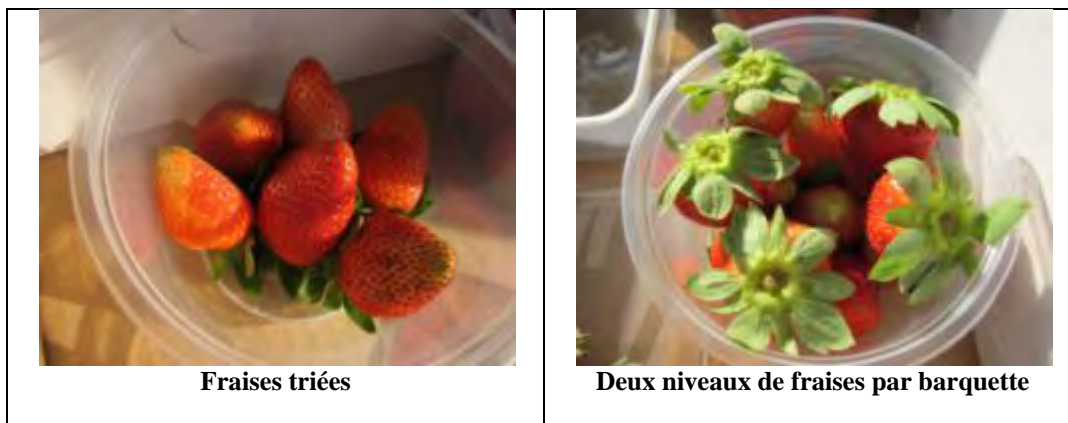


Avec palettes en bois

(1)-2 Prospection de débouchés sur le marché burkinabé

Un test de commercialisation de la fraise avec de la valeur ajoutée dans un supermarché de Ouagadougou a été mis en œuvre avec la coopération des producteurs de Bika, afin de trouver une méthode de commercialisation différente des méthodes existantes et pour trouver de nouveaux débouchés sur le marché burkinabé.

Des fruits de différentes tailles, couleurs et formes ont été récoltés, et les fruits ayant une belle forme et un calibre suffisant, pour lequel le niveau de maturité était adapté ont été triés et conditionnés dans les barquettes. Il y avait 250g de fraises environ par barquette.



Après négociations avec le supermarché, il a été possible de tester la commercialisation de 10 barquettes pendant une semaine. Le prix producteur par barquette a été décidé en prenant en compte le prix des fraises, des barquettes et du transport, et a été fixé à 1 000 FCFA par barquette. En raison du type de barquette, avec un couvercle, et du faible volume de fraises expédiées pour un seul supermarché, le coût du transport par barquette était élevé ; d'où l'augmentation du prix unitaire de la barquette. Lorsque le test de commercialisation a été mis en œuvre, les commerçantes vendaient la fraise à 2 500 FCFA/kg en bordure des routes ou de façon ambulante.

Tableau 7.3.4 Structure du prix de vente

Rubrique	Prix	Prix par barquette
Fraises (prix producteur)	2 000 FCFA/kg	500 FCFA
Barquettes	150 FCFA/barquette	150 FCFA
Coûts du transport (du champ au supermarché)	1 262 FCFA (2L)	125 FCFA
Profit	N/A	225 FCFA
Prix producteur	N/A	1 000 FCFA

Le supermarché, en ajoutant les frais de personnel et d'électricité, a commercialisé la barquette à 1 500 FCFA.

Après une semaine de commercialisation, seulement 2 barquettes ont été vendues. Le prix de vente étant deux fois plus élevé que celui proposé par les commerçantes, les clients sont très probablement restés à distance. Il n'y avait pas de commerçante vendant les fraises devant ce supermarché, mais il y a une commerçante vendant de façon ambulante dans les environs. Les clients pouvaient donc comparer le prix de vente par les commerçantes et dans le supermarché, et il est donc fort possible que les clients ne soient pas prêts à accepter le prix de vente du supermarché si celui-ci n'est pas équivalent au prix de vente par les commerçantes. Les problèmes en termes de prix sont donc nombreux, et les supermarchés ne peuvent toujours pas commercialiser les fraises.



Les fraises utilisées pour le test de commercialisation pouvaient toujours être commercialisées 5 jours après la récolte, et le responsable du supermarché a bien apprécié leur qualité. Si les fraises triées et conditionnées pouvaient être commercialisées au même prix que celles vendues par les commerçantes, il est possible qu'elles se vendent dans les supermarchés. Cependant, pour les supermarchés, traiter directement avec les producteurs est une source d'inquiétude, et il est préférable qu'une entreprise ou qu'une association agisse comme intermédiaire. Il est donc difficile d'envisager que les producteurs seuls puissent vendre directement leurs produits, et l'appui de la DGPER est nécessaire.

(2) Maintien et élargissement de la production




1) Introduction de nouveaux plants

3 nouvelles variétés ont été importées auprès des pépinières ANGIER en France. 3 000 plants de chaque variété : Festival, Ruby Gem et Sweet Ann, soit 9 000 plants au total ont été introduites sur les 4 sites de production de la fraise de Boulmiougou, Bika, Kodeni et Kounima. Le nombre de plants introduits par site a été décidé en tenant compte du nombre de producteurs, et est détaillé ci-dessous.

Tableau 7.3.5 Nombre de plants introduits par site

Lieu d'introduction		Nombre de plants introduits
Ouagadougou	Boulmiougou	6 000 (2 000 ×3 variétés)
	Bika	2 100 (700 ×3 variétés)
Bobo-Dioulasso	Kodeni	630 (210 ×3 variétés)
	Kounima	270 (90 ×3 variétés)

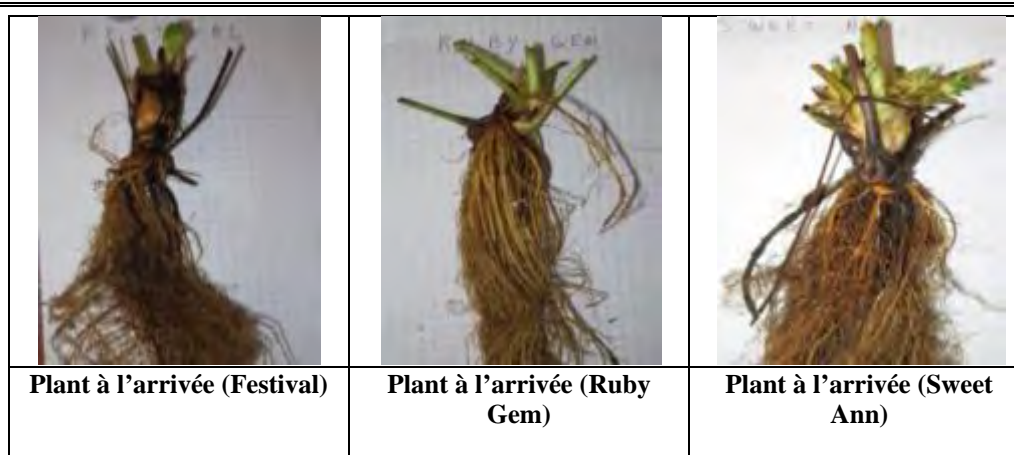
Tableau 7.3.6 Variétés introduites pour l'activité pilote

<p>FESTIVAL</p> 	<p>Développement: University of Florida, USA Mise sur le marché: 2000 Type: Short day Pédigrée: “Rosa Linda” × “Oso Grande” Forme: Conique Couleur: Rouge moyen et brillant Ferme Bon goût Rendement: Haut • Early fruit onset</p>
<p>RUBY GEM</p> 	<p>Développement: Queensland Department of Primary Industries and fisheries (QDPI&F), Australia Mise sur le marché: 2003 Pédigrée: ‘Earlibrite’ (Chandler et al., 2000a) × ‘Carlsbad’ (Voth et al., 1994) Type: Short day Ferme Taille du fruit: large Couleur du fruit: rouge et brillant Forme du fruit: long et conique Rendement : haut</p>
<p>SWEET ANN</p> 	<p>Développement: Lassen Canyon Nursery (USA) Mise sur le marché: 2011 Type: Day-neutral Forme du fruit: Long et conique Pédigrée: “4A28” × “10B131” Moyennement ferme Taille du fruit: Large Couleur: Rouge moyen et brillant Goût: Bonne balance entre l'acidité et le sucre, relativement doux • Donne de bons stolons en pépinière, mais peu de stolons en champs</p>

Source : <http://www.emcocal.com>

Les plants des trois variétés achetées ont été envoyés réfrigérés par avion, et sont arrivés le 24 octobre 2014 au Burkina Faso. Les nouveaux plants ont été distribués aux producteurs le 25 octobre à Boulmiougou et Bika, le 26 octobre à Kodené et Kounima, et la culture a commencé. L'adaptabilité aux conditions de culture du Burkina Faso des 3 variétés ont été testées sur les 4 sites.

Afin de continuer de façon durable la culture des 3 variétés introduites, il est important de pouvoir multiplier les plants et donc de produire des petits plants. C'est pourquoi les différences dans le nombre de stolons et de plants pour chaque variété ont été prises en compte.



La situation de culture des 3 variétés pour chaque site en fin février 2015 est détaillée ci-dessous.

Tableau 7.3.7 Situation de la croissance pour chaque variété

Variété	Boulmiougou	Bika	Kodeni	Kounima
Festival	Il y a des différences selon les producteurs, mais il y a de nombreux stolons. Les plants ont bien grandis. Une partie des producteurs a déjà récolté plusieurs fois.	Il y a de nombreux stolons, et ceux apparus précocement ont déjà produits 3 petits plants. Les volumes sont petits, mais la récolte a déjà eu lieu plusieurs fois.	Il y a de nombreux stolons et nombreux d'entre eux ont déjà produit des petits plants. Les plants ont bien grandis.	Il y a de nombreux stolons, et des trois variétés, les fruits sont apparus le plus vite. Les plants ont bien grandis.
Ruby Gem	La floraison a commencé, une partie des plants a déjà donné des stolons.	Bien qu'il y en ait moins que pour Festival, il y a de nombreux stolons. Certains d'entre eux ont déjà produit des petits plants	Après le repiquage sur le champ, une partie des plants a été perdue, sans que l'on comprenne pourquoi. Le reste des plants, bien qu'il n'en reste que peu, donne des stolons.	Bien qu'il y en ait moins que pour Festival, il y a de nombreux stolons.
Sweet Ann	Une partie des plants a vu apparaître des stolons, mais leur nombre est faible par rapport aux deux autres variétés	Croissance la plus faible et nombre le plus faible de stolons	Après repiquage sur le champ, la plupart des plants ont été perdus, sans que l'on comprenne pourquoi. Le reste des plants sont petits, et il n'y a pas de stolons apparents.	Pas de stolons apparents, moins de fleurs que pour les autres variétés

Jusqu'en février 2015, Festival avait la meilleure croissance et le plus grand nombre de stolons. Plusieurs stolons par plant ont pu être observés sur certains plants, et ceux-ci ont produit au maximum quatre petits plants. De plus, Festival a produit des fruits le plus rapidement parmi les 3 variétés sur les 4 sites, avec une première récolte à Boulmiougou le 20 décembre.

Ruby Gem a également une bonne croissance, avec de gros plants, et des stolons ont pu être observés sur de nombreux plants fin février. De plus, il y a également des stolons qui ont produit des petits plants. Sweet Ann a la plus mauvaise croissance sur les 4 sites, et les plants ont presque tous été perdus à Kodeni. Par rapport aux deux autres variétés, Sweet Ann a de petits plants, et il n'y a presque pas de stolons.

Sweet Ann est une variété à jour neutre, alors que les deux autres sont des variétés de jour court. Au vu des résultats à l'heure actuelle, il est supposé que les variétés de jour court sont des variétés

pouvant être cultivées sous de hautes températures et sont plus adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso.



2) Test de la culture accélérée

Afin d'accélérer la période de récolte, 3 techniques pour accélérer la floraison ont été testées, et leur efficacité dans les conditions de culture du Burkina Faso ont été vérifiées. Les techniques de culture avancée ont été testées à Boulmiougou, où les producteurs ont le plus d'expérience dans la culture de la fraise et où il y a le plus de producteurs. Après discussion, l'association des producteurs de Boulmiougou a choisi un producteur par groupement, soit 5 producteurs au total. Pour ce test, les plants actuels ont été utilisés.

Tableau 7.3.8 Producteurs participant au test de culture accélérée

Groupe	Nom du producteur
Wend Manegda	Kaboré gernard
Teega Wendé	Sini Ali
Wend Songda	Deme Paul
Nabons Wendé	Compaoré Arassen
Sougr Nooma	Kaboré K. Sylva

Les résultats de la culture accélérée sont détaillés ci-dessous. Il n'a pas été possible d'accélérer la floraison avec les techniques utilisées lors de ce test.

Tableau 7.3.9 Résultats de la culture accélérée

Méthode	Résultats	Nombre de plants
Déplacement	Même période de floraison que pour la méthode traditionnelle	50 plants×5 personnes
Limitation de l'azote	Même période de floraison que pour la méthode traditionnelle, ou un peu plus tardive. Moins de fleurs que pour la méthode traditionnelle.	50 plants×5 personnes
Retirer les feuilles	Même période de floraison que pour la méthode traditionnelle	50 plants×5 personnes

Au Burkina Faso, les plants sont repiqués de la pépinière vers les champs de mi-octobre à mi-novembre, et la floraison commence généralement en mi-décembre, soit un mois environ après le repiquage. Il est donc possible que l'introduction des techniques de culture accélérée après le repiquage soit trop tardive, si elle est effectuée au stade du repiquage. De plus, les producteurs n'ont pas de connaissances sur les techniques de culture accélérée, et sont donc limités dans la mise en œuvre de ces techniques. En ce qui concerne la culture accélérée, l'INERA devrait changer les conditions et mettre en œuvre une recherche sur les champs avec un test de culture sur plusieurs années.

3) Formation de zones de production

Pour poursuivre la culture des fraises à Bobo-Dioulasso, des nouveaux plants de 3 variétés différentes ont été introduits. Festival et Ruby Gem sont des variétés dont l'adaptabilité aux conditions de culture de Bobo-Dioulasso a été jugée haute, mais par rapport à Ouagadougou, les pertes de plants ont été importantes.

Lors de la mise en œuvre de cette activité pilote, des différences dans les méthodes de culture à Ouagadougou et Bobo-Dioulasso ont été observées. Les principales différences sont la protection des fruits par de la paille à Ouagadougou, alors que les producteurs ne mettent pas de paille et laissent les fruits mûrir en touchant directement le sol. Il y a donc des fruits qui ont pourri ou qui ont été endommagés après avoir touché le sol. Selon les producteurs de Bobo-Dioulasso, en mettant de la paille, l'humidité augmente, ce qui entraîne le pourrissement des fruits. C'est pourquoi ils n'utilisent pas la paille.

Les fruits récoltés sont plus gros à Ouagadougou et d'une meilleure forme. De plus, les fruits sont moins endommagés et plus sucrés, et leur qualité est meilleure qu'à Bobo-Dioulasso. A Ouagadougou, le niveau de production est plus élevé et il y a plus de producteurs. Ces derniers améliorent leurs techniques de production entre eux. Il est donc nécessaire d'organiser des ateliers d'échanges d'expérience entre les producteurs de Ouagadougou et Bobo-Dioulasso pour améliorer les techniques de culture.

7.3.4 Leçons apprises et problèmes à résoudre

(1) Importance du conditionnement pour la réduction des pertes et la promotion de la commercialisation

Les fraises sont des fruits qui s'abiment facilement, et si celles-ci sont directement transportées dans des cartons, les pertes sont importantes. Pour réduire les pertes advenant lors du transport, l'utilisation de barquettes en plastique est efficace.

En outre, les fraises sont un produit de luxe, achetés par les étrangers et les classes aisées. Pour promouvoir la commercialisation, l'aspect des produits devient un point important. Il est donc nécessaire de commercialiser les fraises dans des barquettes en plastiques lorsqu'elles sont destinées à des marchés de luxe, comme les supermarchés.

(2) Nécessité de trouver un approvisionnement pour le matériel de conditionnement

Au Burkina Faso, il n'y a pas de barquettes en plastique ou de matériel de conditionnement fabriqués pour les fraises. Des cartons destinés à d'autres produits agricoles peuvent être utilisés en substitution, mais étant donné que les barquettes en plastique ne sont pas produites au Burkina Faso, il est nécessaire de se les procurer dans les pays avoisinant ou que le partenaire commercial les fournisse.

(3) Nécessité de prendre en compte la méthode de distribution pour le travail de récolte

Les fraises sont un fruit qui continue de mûrir après la récolte. De plus, à pleine maturité la peau du fruit devient molle, et s'abime facilement. Les pertes sont donc plus importantes lors du transport à cause des chocs subis, si les fraises sont récoltées à pleine maturité. Pour réduire les pertes lors du transport, il est nécessaire de prendre en compte les routes de distribution et le temps nécessaire, et de réfléchir au timing de récolte des fruits.

(4) Nécessité de l'appui du MARHASA à la promotion des produits burkinabè dans les foires internationales

Pour promouvoir les exportations de produits agricoles burkinabè, il est nécessaire d'en faire la promotion dans les foires internationales en exposant les produits agricoles. Cependant, la

participation aux foires internationales requiert des fonds importants, et il est compliqué pour des petites et moyennes entreprises de le prendre en charge. Il est nécessaire que le MARHASA subventionne de façon partielle ces frais, et que qu'il prenne des mesures d'appui pour les activités de promotion (publicité) des produits agricoles burkinabè.

(5) Nécessité d'accumuler des connaissances sur la culture de la fraise par l'INERA et la DGPV

Les techniques de culture de la fraise au Burkina Faso ont été établies par les producteurs de fraises, sur la base de nombreuses années d'expérience, mais l'INERA et la DGPV n'ont pas de connaissances sur les techniques de culture. En outre, les informations de base sur les zones, surfaces et volumes de production ne sont pas collectées. Pour promouvoir la fraise en tant que spécialité du Burkina Faso à l'avenir, il est nécessaire de collecter des informations et connaissances sur les techniques de production et de les capitaliser.

(6) Nécessité de collaborer avec l'INERA ou la DGPV pour conserver des variétés adaptées

Les fraises sont multipliées par les producteurs qui les cultivent ensuite. Les plants sont donc identiques génétiquement, et si une maladie apparaît, des dégâts à grande échelle peuvent être constatés. En outre, en continuant la multiplication par les producteurs, les plants vont se dégrader, et il sera nécessaire de renouveler les plants. Il n'y a pas d'autre choix que d'importer les plants d'Europe auprès de pépinières, mais les commandes doivent dépasser un certain palier de plants pour que celles-ci acceptent d'exporter. Il est donc souhaitable que les variétés adaptées au Burkina Faso soient conservées par l'INERA et la DGPV pour les renouveler, et qu'un système d'approvisionnement aux producteurs puisse être mis en place à petite échelle (pour de petits volumes).

(7) Nécessité d'appui de la DGPER pour la prospection de nouveaux débouchés par des entreprises, comme la collecte et le partage d'informations, etc.

Il est difficile pour des entreprises ou des producteurs seuls de prospecter de nouveaux débouchés dans des pays non francophones, comme le Ghana. Il est donc souhaitable que des informations soient collectées auprès des ambassades/consulats et chambres de commerce des pays cibles et que des activités de promotion de la commercialisation soient mises en œuvre. Fruiteq, qui a collaboré à la mise en œuvre de cette activité pilote, a demandé l'appui de l'ambassade du Burkina Faso au Ghana pour trouver de nouveaux débouchés pour la fraise au Ghana, et a pu obtenir les contacts d'acheteurs potentiels. Les informations dans ces pays doivent être récoltées par la DGPER et partagées auprès des entreprises et producteurs.

7.3.5 Feedback pour le projet de promotion

Les leçons apprises de l'activité pilote, l'avis des participants, etc. sera utilisé dans la rédaction du projet de promotion, et les activités nécessaires intégrées dans le plan. En outre, les besoins concernant la qualité et le conditionnement des exportateurs, des supermarchés et restaurants sur le marché burkinabé et sous-régional collectés, seront utilisés lors de l'élaboration du projet de promotion.

(1) Collecte d'informations variétales pour l'introduction de nouvelles variétés

Lors de cette activité pilote, des informations concernant les variétés commercialisées, les périodes de mise sur le marché, la condition des plants ainsi que les variétés adaptées à la culture sous de hautes températures ont été demandées à une pépinière française. Sur la base de ces informations, des variétés développées aux Etats-Unis (Floride et Californie) et en Australie, Festival, Ruby Gem et Sweet Ann ont été sélectionnées. Sur la base des résultats de l'activité pilote, de ces trois variétés, Festival et Ruby Gem semblent adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso et ont montré une bonne croissance. Ces deux variétés sont des variétés de jour court, et il est donc très probable que les variétés remontantes de jour court soient adaptées au Burkina Faso.

7.4 Projet de promotion de la fraise

7.4.1 Cadre du projet de promotion

(1) Principes d'élaboration

La fraise a été sélectionnée en tant que produit agricole visant le marché sous-régional. Ce projet de promotion est élaboré pour répondre en particulier à la demande pour des produits de luxe du marché sous-régional. Ce projet de promotion est centré sur les propositions de mesures à prendre face aux contraintes de promotion détaillées plus haut et a pour objectif général de contribuer à l'élévation des revenus des producteurs par l'amélioration de la productivité de la fraise et l'augmentation des volumes d'exportation.

(2) Période couverte

4 ans à partir du démarrage des activités.

(3) Zone ciblée

Zones de production : Ouagadougou (Boulmiougou, Bika) et Bobo-Dioulasso (Kodeni, Kounima)

(4) Vision

Pour la promotion de la fraise, l'accent est mis sur les marchés des pays de la sous-région, qui sont plus larges et sur lesquels les prix sont plus élevés que le marché burkinabé. La croissance de ce marché devrait être plus importante que celle du marché burkinabé, et pour les producteurs la commercialisation vers le marché sous-régional présente de nombreux avantages. Il est possible que la fraise soit commercialisée sur des marchés haut de gamme comme les supermarchés de la sous-région, et non pas seulement les marchés locaux, grâce au tri avant l'expédition. L'élargissement des exportations vers les pays de la sous-région où la fraise n'est pas encore exportée, le maintien et l'élargissement des exportations, et la diversification des débouchés actuels seront donc planifiés.

Le volume de la demande pour la fraise dans la sous-région est difficile en raison de l'absence de statistiques, mais les volumes commercialisés au Burkina Faso sont un indicateur. Les volumes commercialisés au Burkina Faso fluctuent selon les années, mais dépassent parfois environ 20 tonnes. En prenant en compte la population urbaine et la taille de la classe moyenne en Côte d'Ivoire et au Ghana, la demande devrait être équivalente à plusieurs fois les volumes commercialisés au Burkina Faso.

La vision de ce plan de promotion est donc d'« augmenter les exportations de fraises burkinabè sur les marchés sous-régionaux ».

(5) Objectifs

Le volume de production des fraises sera maintenu avant de trouver de nouveaux débouchés, et les volumes commercialisés sur le marché sous-régional et burkinabé augmenteront. De plus, de la valeur sera ajoutée avec le tri de fruits de bonne qualité et le conditionnement dans des barquettes, pour pouvoir entrer sur les marchés haut de gamme dans la sous-région et au niveau national. Les volumes de fraises produites et exportées augmenteront avec la prospection de nouveaux débouchés sur les marchés nationaux et sous-régionaux.

7.4.2 Stratégies de promotion et composantes

Les stratégies de promotion et composantes pour réaliser la vision ci-dessus sont les suivantes.

(1) Prospection de débouchés

1) Stratégies de promotion

i) Prospection de débouchés sur le marché sous-régional

Dans de grands centres urbains de la sous-région comme Abidjan ou Accra, des supermarchés commercialisent des fraises importées d'Europe. Les fraises burkinabè sont déjà exportées dans des villes de la sous-région comme Abidjan et Lomé, mais ne sont vendues que sur les marchés locaux. Les supermarchés des pays de la sous-région ont confirmé qu'il existait une demande pour la fraise fraîche. En ajoutant de la valeur, par le tri de fruits de bonne qualité ou leur conditionnement, il est possible de trouver des débouchés dans des marchés haut de gamme, comme dans des supermarchés de la sous-région. Pour entrer sur ces marchés, les partenariats avec les exportateurs sont importants. Les fraises sont des produits qui s'abiment facilement et dont la période de conservation est courte, et pour lesquels le taux de pertes pendant le transport est un point important pour conclure des transactions. De plus, pour continuer les transactions avec les supermarchés, il est nécessaire de les approvisionner en produits dont la qualité répond à leurs besoins. Pour cela, il est nécessaire que les exportateurs répondent aux requêtes de qualité stable des supermarchés en contrôlant la qualité et en réduisant les pertes.

Si des débouchés avec les supermarchés des marchés de la sous-région sont trouvés, l'état de saturation du marché burkinabé devrait être apaisé et la baisse des prix de la fraise devrait être réduite.

ii) Prospection de débouchés sur le marché burkinabé

Sur le marché burkinabé, les débouchés pour la fraise sont déjà établis. Les commerçantes viennent directement sur les champs acheter les fraises et les commercialisent sur le marché local (en bordure des routes ou de façon ambulante). Actuellement, la demande du marché local est satisfaite, et celui-ci est saturé pendant le pic de récolte. Pour augmenter la demande nationale, il est nécessaire de trouver de nouveaux débouchés. Les producteurs commercialiseront donc la fraise auprès des supermarchés, en prévoyant une nouvelle méthode de vente et en se différenciant, en choisissant des fruits de bonne qualité et en conditionnant leurs produits pour leur ajouter de la valeur. Les acheteurs de la fraise sont les classes aisées et les étrangers, et achèteraient également la fraise dans les supermarchés.

Cependant, pour trouver de nouveaux débouchés, il est possible qu'il y ait des frictions avec les commerçants actuels, et que cela n'agisse pas dans l'intérêt des producteurs dans certains cas. Il est donc nécessaire d'examiner s'il est possible de trouver de nouveaux débouchés sans rivaliser avec les débouchés actuels.

2) Composantes

Les actions seront mises en œuvre sous ces composantes, et les volumes commercialisés de fraises burkinabè sur le marché burkinabé et sous-régional augmenteront.

i) Renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional

Pour augmenter les volumes d'exportation de fraises burkinabè vers la sous-région, les capacités marketing des producteurs et des exportateurs seront renforcées. Les éléments à prendre en compte pour le marketing destiné au marché sous-régional, en tant que marché pour les produits de luxe destinés aux supermarchés, et le marketing destiné au marché local, diffèrent. De plus, il est nécessaire d'adapter la période d'expédition par rapport au marché burkinabé. Les fraises étant un produit de luxe, il est important de répondre aux besoins du marché. Les parties prenantes doivent donc partager les besoins des marchés et les mesures à prendre. En outre, une étude des besoins et de vérification du marché sera mise en œuvre en tant qu'activité de promotion de la commercialisation.

ii) Commercialisation à valeur ajoutée sur le marché burkinabé

Les débouchés sur le marché burkinabé sont déjà établis, et la demande sur les marchés locaux est déjà satisfaite. Pour augmenter les volumes commercialisés au niveau national, il est nécessaire d'ajouter de la valeur et de différencier la méthode de vente, pour développer des activités de promotion de la commercialisation auprès des supermarchés. Pour entrer dans les supermarchés, des conseils seront donnés aux producteurs sur les méthodes d'ajout de valeur, comme le tri, le conditionnement, etc. De plus, des formations sur les activités de promotion de la commercialisation seront mises en œuvre.

(2) Maintien et élargissement de la production

1) Stratégies de promotion

i) Identification de variétés adaptées

Les techniques de culture des fraises ont été établies par les producteurs sur la base de nombreuses années d'expérience. Cependant, les plants de fraises se détériorent d'année en année, des fruits déformés apparaissent et la productivité est en baisse. Les plants sont multipliés par les producteurs puis cultivés, et les plants ont donc le même capital génétique. Il est compliqué d'améliorer cette situation avec les seules techniques des producteurs. Afin d'améliorer la productivité des fraises, il est donc nécessaire de renouveler les plants et d'introduire de nouvelles variétés qui sont adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso. Le renouvellement des plants et l'introduction de nouvelles variétés n'amélioreront pas seulement la productivité, mais également la qualité des fruits.

A l'avenir, il est souhaitable que les variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso soient gérées par l'INERA, et que les producteurs puissent se les procurer au Burkina Faso. Un système dans lequel l'INERA renouvelle les plants en les multipliant et les procure aux producteurs sera mis en place.

ii) Introduction de la culture accélérée

La culture de la fraise est effectuée dans toutes les zones de production selon le même calendrier de production, ce qui cause la saturation du marché pendant le pic de production et une baisse considérable des prix. Afin de réduire la baisse des prix, il faut introduire un calendrier de culture différent et décaler le pic de récolte. Le pic de récolte des fraises se situe entre février et mars, et en avril la récolte se termine. En avril, les températures sont élevées, et l'eau utilisable pour la culture devient limitée. Il n'est donc possible que d'avancer les périodes de récolte, en introduisant des techniques de culture accélérée. Il est possible d'accélérer la récolte techniquement avec le contrôle du rapport C/N (carbone sur azote) ou en coupant les racines, mais il est nécessaire d'organiser des tests de culture pour vérifier leur adaptation au Burkina Faso.

iii) Formation de nouvelles zones de production

A Bobo-Dioulasso, la fraise est cultivée, mais les échelles de production sont petites et il n'y a que 10 producteurs environ. A l'avenir, si la demande de la sous-région augmente et que les exportations augmentent, il est attendu que les produits soient exportés de Bobo-Dioulasso, qui est proche d'Abidjan et d'Accra. Cependant, avec l'envergure actuelle de la culture, le volume exportable en une fois est au maximum de 100kg. A Bobo-Dioulasso, le nombre de petits plants issus de la multiplication par les producteurs se réduit d'année en année, et le nombre de producteurs ainsi que le volume de production a diminué. Les fraises sont cultivées à partir de plants multipliés. Pour augmenter la production, il faut donc du temps. Pour maintenir la culture des fraises, le renouvellement des plants, l'introduction de nouvelles variétés et l'amélioration des techniques de culture est capitale. Dans le même temps, en prévoyant l'augmentation de la production, la prospection de débouchés pour le marché sous-régional sera appuyée.

2) Composantes

Les actions seront mises en œuvre sous ces composantes, et avec l'amélioration de la productivité et l'accélération de la période de récolte, les volumes mis sur le marché augmenteront.

i) Identification de variétés adaptées

Pour améliorer la productivité et former une structure de production stable, des variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso seront sélectionnées et introduites. Lors de la sélection des variétés adaptées, les anciennes variétés utilisées et des variétés leur ayant succédé, les variétés améliorées, les variétés adaptées à des températures élevées, des variétés ayant de bonnes capacités de conservation et résistantes au transport, et les caractéristiques des variétés à introduire seront étudiées. Après discussion avec les producteurs, les variétés à utiliser pour le renouvellement et l'introduction seront sélectionnées. Pour l'introduction des nouvelles variétés, l'INERA et la DGPV collaborera avec les producteurs pour saisir l'adaptabilité à la culture des variétés, en mettant en œuvre un test de terrain. Lors de la mise en œuvre du test de terrain, un appui à l'entreprise fournissant les plants pourra être requis si nécessaire. Sur les bases du test de culture, l'INERA et la DGPV enregistrera officiellement les variétés comme variétés adaptées, avec une liste des caractéristiques par variété, et des instructions, qui deviendront des normes de culture.

ii) Introduction de la culture accélérée

Les producteurs cultivent tous la fraise selon le même calendrier de culture, et la période de récolte est donc la même. Un nouveau calendrier de récolte (culture accélérée) sera introduit en plus du calendrier actuel, afin de décaler la période de récolte, ce qui permettra d'apaiser la saturation du marché pendant le pic de récolte et d'allonger la période de mise sur le marché. Pour accélérer la culture, il est possible d'accélérer la récolte techniquement avec le contrôle du rapport C/N (carbone sur azote) ou en coupant les racines, mais l'adaptation de ces techniques aux conditions de culture du Burkina Faso sera testée et les techniques adaptées seront identifiées.

iii) Formations de nouvelles zones de production

A Bobo-Dioulasso, les variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso seront introduites auprès des producteurs de fraises, et la productivité sera améliorée. Dans le même temps, en coopération avec des exportateurs, des débouchés sur les marchés sous-régionaux seront prospectés. S'il est possible d'augmenter le volume commercialisé sur les marchés sous-régionaux, les volumes de production seront élargis peu à peu.

En outre, des échanges d'expérience avec les producteurs de Ouagadougou seront organisés, les techniques de cultures améliorées et les connaissances partagées.

7.4.3 Actions

(1) Renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional

1) Contexte et objectifs

La demande pour la fraise sur le marché burkinabé est déjà satisfaite, et il n'est pas envisageable que la demande augmente de façon considérable à l'avenir. Il est donc souhaitable d'élargir les exportations vers le marché sous-régional et de trouver de nouveaux débouchés. En particulier au Ghana, où la population située dans la classe moyenne et la croissance sont élevées, il est possible d'espérer une augmentation de la demande pour la fraise.

La fraise étant un produit de luxe, il est nécessaire de l'exporter en répondant aux besoins du marché pour élargir les débouchés. Les supermarchés d'Accra et d'Abidjan commercialisent des

fraises importées d'Europe. Pour que la fraise burkinabè pénètre dans ces supermarchés, il est nécessaire de renforcer les capacités marketing des exportateurs et des producteurs pour qu'ils puissent exporter un produit correspondant aux besoins des supermarchés. Il est particulièrement souhaitable que les exportateurs vérifient la qualité des produits et contrôlent les exportations.

2) Zones ciblées

Les zones de production de Ouagadougou (Boulmiougou, Bika) et de Bobo-Dioulasso (Kodeni, Kounima)

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, INERA, DGPV, DRARHASA, MICA, CCI-BF

Personnes ciblées : producteurs, exportateurs

4) Activités et mise en œuvre

Cette action sera principalement mise en œuvre par la DGPER.

Tableau 7.4.1 Activités du renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional et metteur en œuvre de ces activités

Activité	Activités principales et mise en œuvre
1. Confirmation des particularités de la production à la consommation de fraises	La DGPER, avec les acteurs concernés (INERA, DGPV, producteurs, exportateurs ¹²), organisera un atelier pour comprendre les particularités du secteur de la fraise, de la production, à la distribution et à la consommation, pour pouvoir promouvoir les fraises burkinabè. La DGPER mettra en place une interprofession de la filière fraise (élaboration de la proposition de plan d'activité)
2. Identification des besoins des marchés	La DGPER collectera des informations auprès des ambassades/consulats et des chambres de commerce des pays ciblés concernant la demande pour la fraise, les besoins des marchés, etc. La DGPER appuiera les exportateurs et les producteurs souhaitant mettre en œuvre une étude de marché dans la sous-région. Les avis des parties prenantes concernant les marchés à cibler seront mis en relief Lors de l'étude de marché, les procédures d'exportation, le temps nécessaires etc. seront étudiés. De plus, la forme de commercialisation souhaitée par le marché sera vérifiée (au poids, par barquette)
3. Ebauche de la stratégie marketing et initialisation	La DGPER, sur la base de l'analyse de l'étude de marché ci-dessus, examinera les activités à mener (stratégie marketing), dans le cadre d'un atelier avec les parties prenantes (DGPER, INERA, DRARHASA, MICA, CCI, etc.) et appuiera producteurs et exportateurs à synthétiser leur plan d'activités
4. Amélioration de la transformation, du conditionnement, de la collecte et de la méthode d'expédition	La DGPER appuiera si nécessaire les parties prenantes dans leurs activités en accord avec leur plan d'activité. Les exportateurs, pour fournir des produits adaptés aux besoins des marchés, contrôleront la qualité lors de l'exportation.
5. Suivi	La DGPER fera le suivi de la mise en œuvre des plans d'activités des parties prenantes. En outre, elle synthétisera les rapports d'activités.

¹² Au Burkina Faso, il n'y a pas d'entreprise spécialisée dans l'exportation de fraises, et le nombre d'entreprises ayant une expérience d'exportation de fraises est limité

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 7.4.2 Calendrier des activités du renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
1. Confirmation des particularités de la production à la consommation de fraises	DGPER, INERA, DGPV				
2. Identification des besoins des marchés	DGPER, MICA				
3. Ebauche de la stratégie marketing et initialisation	DGPER, producteurs, exportateurs				
4. Amélioration de la transformation, du conditionnement, de la collecte et de la méthode d'expédition	DGPER, producteurs, exportateurs				
5. Suivi	DGPER				

6) Effets escomptés

Les volumes de fraises burkinabè exportées vers le marché sous-régional augmentent. En particulier, les volumes exportés destinés aux supermarchés du Ghana et de Côte d'Ivoire augmentent.

(2) Commercialisation à valeur ajoutée sur le marché burkinabé

1) Contexte et objectifs

Plus de 80% des fraises sont commercialisées par des vendeuses et le reste par des producteurs. Les débouchés sur le marché burkinabé sont déjà établis, et sur le marché local, les fraises sont commercialisées, de façon ambulante ou en bordure des routes. Il n'est pas possible d'augmenter les volumes commercialisés sur le marché burkinabé, sans trouver de nouveaux débouchés. Les acheteurs de la fraise étant les classes aisées ou les étrangers, il est envisageable d'entrer dans les supermarchés. La DGPER appuiera les producteurs pour ajouter de la valeur en triant les bons fruits et en conditionnant les fraises, afin de pouvoir traiter avec les supermarchés. Cette action a pour but d'appuyer les producteurs (commercialisation par les producteurs avec de la valeur ajoutée) et tout en les plaçant au centre de la mise en œuvre, une attention particulière sera apportée aux formes de commercialisation existantes et à la compétition.

2) Zones ciblées

Les zones de production de Ouagadougou (Boulmiougou, Bika) seront ciblées.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER

Personnes ciblées : producteurs

4) Activités et mise en œuvre

Cette action sera principalement mise en œuvre par la DGPER.

Tableau 7.4.3 Activités de commercialisation par les producteurs à valeur ajoutée sur le marché burkinabé et metteur en œuvre de cette activité

Activité	Activités principales et mise en œuvre
1. Collecte d'informations sur les possibles débouchés de commercialisation	La DGPER collectera les informations sur les marchés locaux de la fraise et sur de possibles nouveaux débouchés. La DGPER examinera les activités de promotion de la commercialisation pour les ventes directes par les producteurs et, fixera le planning et le contenu des activités après avoir discuté avec les producteurs,
2. Activités de promotion de la commercialisation	La DGPER guidera les producteurs sur les méthodes de transaction avec les supermarchés. Les activités de promotion de la commercialisation seront mises en œuvre, avec des activités de vente de produits, en se basant sur les capacités des producteurs. Si nécessaire, la DGPER appuiera les activités de promotion de la commercialisation des producteurs. De plus, la DGPER demandera des recommandations au MICA et à la CCI.
3. Suivi et capitalisation	La DGPER mettra en œuvre le suivi et la capitalisation de l'activité

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 7.4.4 Calendrier des activités de la commercialisation par les producteurs à valeur ajoutée sur le marché burkinabé

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
1. Collecte d'informations sur les possibles débouchés de commercialisation	DGPER				
2. Activités de promotion de la commercialisation	Producteurs, DGPER				
3. Suivi et capitalisation	DGPER				

6) Effets escomptés

Des débouchés dans les supermarchés au Burkina Faso sont trouvés, et avec la diversification des débouchés, les volumes mis sur le marché burkinabé augmentent.

(3) Identification de variétés adaptées

1) Contexte et objectifs

Les plants de fraises utilisés au Burkina Faso se sont détériorés à cause d'une multiplication par les producteurs sur de nombreuses années, et leur capacité d'auto-multiplication, les rendements et la qualité des fruits sont en diminution. L'introduction de nouvelles variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso pour remplacer les plants actuels est un sujet urgent pour pouvoir améliorer la productivité. Des tests d'adaptabilité seront mis en œuvre au niveau des champs, pour introduire des variétés ayant une bonne résistance à la conservation et au transport, et qui peuvent être cultivées sous de hautes températures, afin de sélectionner les variétés les plus adaptées. Les variétés sélectionnées seront certifiées officiellement par l'INERA, et une liste des variétés incluant leur nom et leurs particularités, ainsi qu'un itinéraire technique sera rédigé.

2) Zones ciblées

Les zones de production de Ouagadougou (Boulmiougou, Bika) et de Bobo-Dioulasso (Kodeni, Kounima)

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, DGPV, INERA, DRARHASA

Personnes ciblées : producteurs

4) Activités et mise en œuvre

Cette action sera coordonnée par la DGPER et principalement mise en œuvre par l'INERA, la DGPV et les producteurs.

Tableau 7.4.5 Identification de variétés adaptées et metteur en œuvre d'activité

Activité	Activités principales et mise en œuvre
1. Etude des caractéristiques des variétés candidates	La DGPER, la DGPV et l'INERA obtiendront des informations auprès des entreprises commercialisant les plants de fraises, et étudieront les particularités des variétés candidates pour une introduction au Burkina Faso
2. Identification de l'adaptabilité à la culture	L'INERA et la DGPV prendra en compte les conditions de culture, les contraintes marketing et l'expérience des producteurs existants afin d'extraire les variétés qui semblent le plus adaptées parmi les candidates. Si nécessaire, la coopération des entreprises commercialisant des plants de fraises sera demandée.
3. Test de culture pour vérifier l'adaptabilité	L'INERA et la DGPV, après avoir obtenu la coopération des producteurs, mettra en œuvre un test d'adaptabilité à la culture au niveau des champs. L'INERA examinera des tests de culture séparément des tests au niveau des champs. Les plants des variétés introduites jusqu'à la 2 ^{ème} année d'activité seront multipliés sur place et utilisés pour l'essai de culture à partir de la 3 ^{ème} année en vue d'observer l'adaptabilité de culture de ces plants multipliés sur champ.
4. Certification officielle	L'INERA, sur la base des essais d'adaptabilité de culture des variétés introduites, procédera aux essais de culture pour l'immatriculation officielle. Ainsi, les variétés dont l'adaptabilité est jugée élevée, seront immatriculées officiellement. Les plants des variétés introduites jusqu'à la 2 ^{ème} année d'activité seront multipliés sur place et utilisés pour l'essai de culture à partir de la 3 ^{ème} année en vue d'observer l'adaptabilité de culture de ces plants multipliés sur champ.
5. Elaboration d'itinéraires techniques	L'INERA, sur la base des résultats des tests ci-dessus, élaborera une liste des noms et des particularités des variétés avec une forte adaptabilité aux conditions de culture du Burkina Faso. De plus, des itinéraires techniques pour ces variétés seront élaborés. Si nécessaire, la coopération des entreprises commercialisant des plants de fraises sera demandée.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 7.4.6 Calendrier de la sélection des variétés adaptées

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Etude des caractéristiques des variétés candidates	DGPER, INERA, DGPV					
2. Identification de l'adaptabilité à la culture	INERA, DGPV, Producteurs					
3. Test de culture pour vérifier l'adaptabilité	INERA, DGPV, Producteurs, DRARHASA					
4. Certification officielle	INERA					
5. Elaboration d'itinéraires techniques	INERA DRARHASA					

*Il faudra vérifier le nombre d'années de test minimum nécessaires pour certifier officiellement une variété

6) Effets escomptés

Les variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso sont identifiées. De plus, l'INERA certifiera officiellement les variétés adaptées et en conservant ces variétés, il est possible de

renouveler régulièrement les plants utilisés par les producteurs, ce qui permet de maintenir la productivité.

(4) Introduction de la culture accélérée

1) Contexte et objectifs

Les producteurs de fraises du Burkina Faso cultivent tous les fraises selon le même calendrier de culture dans toutes les zones de production. Les périodes de récolte sont donc les mêmes, et pendant le pic de récolte le marché est saturé, ce qui amène les prix à chuter. Il est nécessaire d'avancer la période de récolte et de déplacer le pic de récolte. Pour accélérer la culture, il est possible d'accélérer la récolte techniquement avec le contrôle du rapport C/N (carbone sur azote) ou en coupant les racines. Il est souhaitable d'introduire un calendrier de culture rapide au Burkina Faso grâce à ces techniques, mais il n'y a pas de techniques efficace connue. L'existence de techniques de culture accélérée adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso et efficace sera donc vérifiée. En fonction des résultats du test, il sera procédé ou non à la vulgarisation des techniques.

2) Zones ciblées

Les zones de production de Ouagadougou (Boulmiougou, Bika), de Bobo-Dioulasso (Kodeni, Kounima)

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, INERA, DGPV, DRARHASA

Personnes ciblées : producteurs innovants

4) Activités et mise en œuvre

Cette action sera principalement mise en œuvre par l'INERA, la DGPV en collaboration avec les producteurs.

Tableau 7.4.7 Activités de l'introduction de la culture accélérée et metteur en œuvre de ces activités

Activité	Activités principales et mise en œuvre
1. Formations sur la culture accélérée de la fraise	L'INERA avec la DGPV expliquera de façon générale les particularités physiologiques de la fraise et la culture accélérée, afin d'introduire les techniques de culture accélérée auprès de producteurs innovants
2. Sélection de producteurs candidats	L'INERA avec la DGPV sélectionnera des producteurs candidats pour mettre en œuvre les tests de culture sur champ des techniques de culture accélérée. De plus, l'INERA rédigera le calendrier d'introduction des techniques et l'expliquera aux producteurs candidats. La culture accélérée sera testée à petite échelle auprès de plusieurs producteurs.
3. Introduction en essai de techniques de culture accélérée	L'INERA introduira en test des techniques de culture accélérée auprès des producteurs candidats et vérifiera leur efficacité.
4. Suivi et conseils	L'INERA, avec la DGPV et la DRARHASA, conseillera les producteurs et effectuera le suivi
5. Analyse des résultats et capitalisation	L'INERA analysera les résultats de l'introduction et fera la synthèse.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 7.4.8 Calendrier des activités de l'introduction de la culture accélérée

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
1. Formations sur la culture accélérée de la fraise	INERA, DGPV, DRARHASA	■	■		
2. Sélection de producteurs candidats	INERA, DGPV, producteurs	■	■		
3. Introduction en essai de techniques de culture accélérée	INERA, producteurs	■	■		
4. Suivi et conseils	INERA, DGPV, DRARHASA	■	■		
5. Analyse des résultats et capitalisation	INERA		■	■	

6) Effets escomptés

Avec un calendrier de culture différencié, la diminution des prix pendant le pic de récolte est atténuée. De plus, avec l'allongement de la période de récolte, les volumes mis sur le marché augmentent.

(5) Formation de nouvelles zones de production

1) Contexte et objectifs

Si de nouveaux débouchés sont trouvés sur le marché sous-régional, les volumes d'exportations devraient augmenter, et avec les seuls sites de production de Ouagadougou, l'offre de fraises devrait devenir insuffisante. A Bobo-Dioulasso, bien que cela soit à petite échelle, la culture de la fraise est pratiquée et les producteurs y possèdent des techniques de culture fixes. Cependant, le nombre de plants multiplié a diminué à cause de la détérioration des plants et le volume de production a diminué. Actuellement, il y a environ 10 producteurs à Bobo-Dioulasso. Afin de maintenir la culture de la fraise à Bobo-Dioulasso, il est nécessaire de changer les variétés existantes et d'introduire des variétés adaptées. En introduisant des variétés adaptées, la productivité devrait augmenter.

Cependant, le volume de la demande à Bobo-Dioulasso est très faible, et ne devrait pas augmenter à l'avenir. Il est donc nécessaire de mettre en œuvre cette action en même temps que la promotion des exportations vers le marché sous-régional. En exportant à partir de Bobo-Dioulasso vers la sous-région, une augmentation des volumes de production et une amélioration de la qualité est recherchée. En supposant que la demande sur le marché sous-régional augmente, l'amélioration des techniques de production des producteurs de fraises sera planifiée et un système stable de mise sur le marché sera mis en place.

2) Zones ciblées

Les zones de production de Bobo-Dioulasso (Kodeni, Kounima)

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPV, INERA, DRARHASA, exportateurs

Personnes ciblées : producteurs

4) Activités et mise en œuvre

Cette action sera principalement mise en œuvre par la DGPER et l'INERA.

Tableau 7.4.9 Activités de l'appui à la formation de nouvelles zones de production et metteurs en œuvre de ces activités

Activité	Activités principales et mise en œuvre
1. Sélection des producteurs	La DGPER, avec l'INERA, sélectionneront les producteurs cibles de l'appui parmi les producteurs de fraises de Bobo-Dioulasso
2. Identification des plants de variétés adaptées, du matériel et distribution	L'achat de plants de variétés adaptées et de matériel pour les pépinières, etc., sera appuyé. La sélection des variétés adaptées sera principalement effectuée par l'INERA et la DGPV, et lors de leur introduction, des conseils sur les techniques de culture seront donnés
3. Formation sur les particularités du marché de la fraise	La DGPER formera les producteurs aux particularités du marché de la fraise. En particulier, des conseils seront donnés sur les besoins du marché sous-régional et les mesures à prendre en conséquence
4. Echange d'opinions avec les producteurs de Ouagadougou	La DGPER, en coopération avec la DRARHASA, mettra en œuvre une visite des sites de production de Ouagadougou, et un échange d'opinions entre les producteurs de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso sur la culture et la commercialisation.
5. Suivi et capitalisation	L'INERA mettra en œuvre le suivi de la croissance et synthétisera les résultats

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 7.4.10 Calendrier des activités de la formation de nouvelles zones de production

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
1. Sélection des producteurs	DGPER INERA	■			
2. Identification des plants de variétés adaptées, du matériel et distribution	DGPER, DGPV, DRARHASA INERA	■			
3. Formation sur les particularités du marché de la fraise	DRARHASA INERA	■	■		
4. Echange d'opinions avec les producteurs de Ouagadougou	DGPER, Producteurs, DRARHASA INERA		■		
5. Suivi et capitalisation	INERA DRARHASA	■	■	■	■

6) Effets escomptés

La culture de la fraise est maintenue à Bobo-Dioulasso. Des exportations vers le marché régional sont réalisées.

7.4.4 Plan de mise en œuvre du projet de promotion

(1) Structure de mise en œuvre

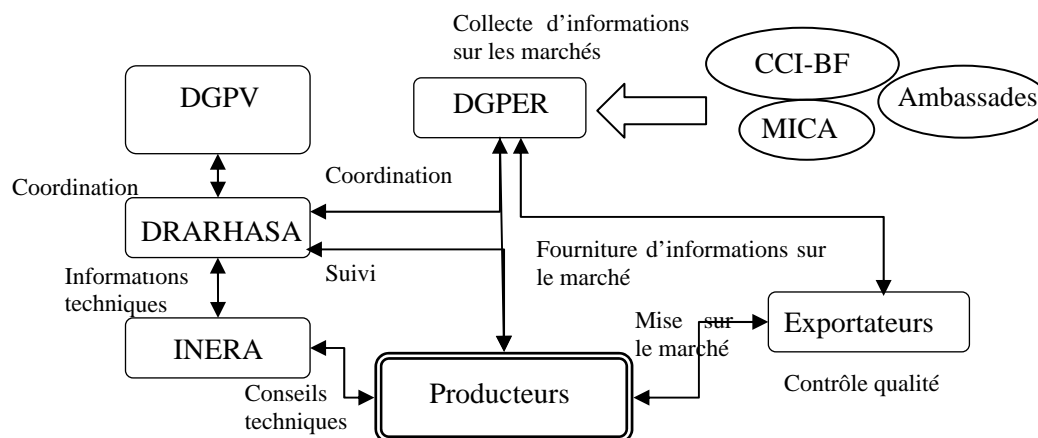


Figure 7.4.1 Structure de mise en œuvre du projet de promotion de la fraise

(2) Planning et plan de mise en œuvre

Le projet de promotion est composé des cinq actions suivantes. Le tableau suivant montre le calendrier d'exécution de chaque action.

Tableau 7.4.11 Calendrier de mise en œuvre du projet de promotion de la fraise

Actions	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional					
2. Commercialisation à valeur ajoutée sur le marché burkinabé					
3. Identification de variétés adaptées					
4. Introduction de la culture accélérée					
5. Formation de nouvelles zones de production					

(3) Budget

Le budget approximatif lié à la mise en œuvre du projet de promotion de la fraise est détaillé ci-dessous.

Tableau 7.4.12 Coût approximatif du projet de promotion de la fraise

Actions	Budget
1. Renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional	24 990 000 FCFA
2. Commercialisation à valeur ajoutée sur le marché burkinabé	5 800 000 FCFA
3. Identification de variétés adaptées	19 560 000 FCFA
4. Introduction de la culture accélérée	7 120 000 FCFA
5. Formation de nouvelles zones de production	9 930 000 FCFA
Total	67 400 000 FCFA

Les salaires du personnel du MARHASA et d'organismes extérieurs ne sont pas inclus. Toutefois, leurs perdiemes et les frais d'hébergement sont inclus.

7.4.5 Projets prioritaires

Ce projet de promotion vise à maintenir puis élargir les débouchés sur le marché sous-régional et

national. C'est pour cela que ce projet est composé d'une composante de prospection des débouchés et d'une composante de maintien et élargissement de la production. La composante de prospection des débouchés est composée de deux actions, le renforcement marketing pour le marché sous-régional et la commercialisation à valeur ajoutée sur le marché national. La composante maintien et élargissement de la production est composée de trois actions, l'identification de variétés adaptées, l'introduction de la culture accélérée et la formation de nouvelles zones de production.

La demande sur le marché burkinabé est satisfaite et il n'est pas possible d'espérer une augmentation considérable de la demande à l'avenir. Sur le marché sous-régional, à Abidjan et à Lomé, les fraises sont exportées sur les marchés locaux mais la demande est limitée. La fraise est un produit de luxe, et ses acheteurs sont, dans la sous-région comme au Burkina Faso, des classes aisées ou des étrangers. En entrant sur des marchés haut de gamme comme des supermarchés, tournés vers les classes aisées et les étrangers, une large demande serait accessible.

Afin d'entrer sur les marchés haut de gamme des pays de la sous-région, il est nécessaire de saisir les besoins des marchés et de mettre sur ces marchés des produits satisfaisants à leurs besoins. De plus, il est nécessaire d'ajouter de la valeur en triant les bons fruits et en conditionnant, pour bien différencier les produits. La promotion des exportations vers ces marchés est le projet prioritaire du projet de promotion de la fraise. Il est donc nécessaire d'améliorer la productivité et la qualité de la fraise. La fraise a vu sa productivité et la qualité de ses fruits diminuer à cause de la détérioration des plants, et pour résoudre ces points, il faut introduire de nouvelles variétés adaptées aux conditions de culture du Burkina Faso. C'est pourquoi, le renforcement marketing pour le marché sous-régional et l'identification de variétés adaptées sont sélectionnés en tant que projets prioritaires. Il est souhaitable de mettre en œuvre ces deux projets en même temps.

7.4.6 Conclusions

- (a) Les fraises sont un produit de luxe, et la demande au Burkina Faso est donc limitée. Dans les centres urbains de la sous-région comme Abidjan ou Accra, la classe moyenne est nombreuse, et la demande devrait croître avec la croissance économique à venir.
- (b) La productivité de la fraise est en diminution à cause de la détérioration des plants, et le déclin de la culture des fraises est craint. Pour maintenir la production de fraises, il est nécessaire d'acheter de nouveaux plants d'Europe et de les substituer aux plants existants.
- (c) Le tri de bons fruits et le conditionnement pour ajouter de la valeur sont les méthodes proposées pour la commercialisation et la différenciation. Les fraises commercialisées avec de la valeur ajoutée peuvent entrer sur les marchés haut de gamme dans la sous-région ou au Burkina Faso.
- (d) Les fraises sont des fruits fragiles sensibles aux chocs, dont la période de conservation n'est que de quelques jours. Il y a des exportations vers la sous-région, mais les partenaires indiquent qu'il y a beaucoup de pertes. La réduction des pertes nécessite l'adaptation des périodes de récolte, l'amélioration du travail de récolte et de conditionnement, ainsi que l'amélioration des conditions de transport.
- (e) L'entrée sur les marchés haut de gamme nécessite l'implication d'exportateurs, et il est souhaitable que ceux-ci effectuent un contrôle qualité des fraises exportées.
- (f) En ce qui concerne la mise en œuvre de projet de promotion, la DGPER a un rôle de coordination, mais également de collecte et de partage d'informations sur les marchés sous-régionaux. L'INERA collectera et partagera les informations sur les variétés et les techniques de culture.

Chapitre 8 Modèle pour le marché national : Oignon

8.1 Analyse de la situation actuelle

8.1.1 Marchés visés

Les marchés visés pour les oignons burkinabè sont les marchés burkinabè et sous-régionaux (en particulier la Côte d'Ivoire et du Ghana).

(1) Oignon frais

1) Marché burkinabè

L'oignon est un légume de base utilisé dans l'alimentation burkinabè et l'un des légumes les plus populaires. La variété Violet de Galmi est la plus appréciée par les consommateurs. De ce fait, cette variété est la plus produite dans le pays. La demande est constante tout au long de l'année. Même si la culture de saison pluvieuse de l'oignon a été introduite, celle de saison sèche est prédominante à l'heure actuelle. Les oignons importés, principalement des Pays-Bas ou du Maroc, dominent le marché national pendant la période où les oignons burkinabè sont rares (de juillet à décembre).

i) Demandes/volume de distribution des oignons burkinabè

La production annuelle des oignons burkinabè (oignon bulbe et oignon feuille) est d'environ 20 000 tonnes par an depuis environ 10 ans selon les statistiques de FAOSTAT. Or, la production totale nationale estimée pour 2008 était de 242 258 tonnes selon le Recensement Général de l'Agriculture (RGA). La production en 2009, selon le PAFASP (projet de la Banque Mondiale) était de 329 319 tonnes. Il y a ainsi de grandes différences selon les sources d'information. Mais la tendance générale montre une augmentation continue de la production ces dernières années.

De plus, la Direction Régionale de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DRARHASA) des Hauts-Bassins indique que la superficie de culture de la zone d'intervention du PAFASP (provinces du Houet, du Tuy et du KénéDougou) est passée de 1 300 ha au cours de campagne agricole en 2009/2010 à 1 900 ha au cours de celle de 2011/2012. Quant à la production de la région, elle a augmenté de 60% par rapport à 2007 grâce à l'amélioration du rendement unitaire¹. Même si ces informations concernent une seule région du pays, il est probable que la production soit en augmentation considérable pour l'ensemble du pays depuis 2008.

Les volumes et les prix unitaires d'importations obtenus sur Trademap sont présentés ci-dessous. En 2012, les importations étaient de 1 953 tonnes pour une valeur de 149 000 USD. Les importations fluctuent considérablement d'années en années, mais environ 1 000 à 2 000 tonnes pour 100 000 à 200 000 USD sont importés chaque année. En 2013, les importations ont augmenté et représentaient un total de 4 686 tonnes pour 283 000 USD. Le prix unitaire d'importation du Niger est plus élevé par rapport à celui des Pays-Bas. En 2013, les prix d'importation du Niger étaient de 78 USD la tonne (environ 42 FCFA/kg) et ceux des Pays-Bas étaient de 53 USD la tonne (environ 28FCFA/kg).

¹ BILAN DE LA CAMPAGNE OIGNON, REGION DES HAUTS-BASSINS, 2011 – 2012 (JUILLET 2012)

Tableau 8.1.1 Importations d'oignon au Burkina Faso

[Unités: Volumes: tonnes, prix unitaire : 1 000 USD]

Exportateurs		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Pays-Bas	Quantités	0	0	0		55	0	207	621	451	960	1 242
	Valeurs	0	0	0		3	0	18	50	38	56	66
	Prix unitaire	-	-	-		55	-	87	81	84	58	53
Côte d'Ivoire	Quantités	4	8	198		29	116	649	884	263	169	69
	Valeurs	0	2	6		1	6	58	37	15	7	2
	Prix unitaire	0	250	30		34	52	89	42	57	41	29
Ghana	Quantités	0	0	87		20	0	0	0	0	186	364
	Valeurs	0	0	6		3	0	0	0	0	12	22
	Prix unitaire	-	-	69		150	-	-	-	-	65	60
Niger	Quantités	1,911	331	1,823		877	121	658	696	620	278	1 244
	Valeurs	177	34	161		106	17	146	51	65	35	97
	Prix unitaire	93	103	88		121	140	222	73	105	126	78
Mali	Quantités	0	0	0		0	0	0	0	10	22	183
	Valeurs	0	0	0		0	0	0	0	3	4	6
	Prix unitaire	-	-	-		-	-	-	-	300	182	33
Maroc	Quantités	0	0	0		0	0	0	0	0	271	1 181
	Valeurs	0	0	0		0	0	0	0	0	28	65
	Prix unitaire	-	-	-		-	-	-	-	-	103	55
Chine	Quantités	0	0	0		0	0	84	29	0	33	227
	Valeurs	0	0	0		0	0	7	2	0	4	15
	Prix unitaire	-	-	-		-	-	83	69	-	121	66
Autres pays	Quantités	0	6	16		0	0	0	0	36	34	176
	Valeurs	0	1	1		0	0	0	0	7	3	10
	Prix unitaire	-	167	63		-	-	-	-	194	88	57
Total	Quantités	1 915	345	2 124		981	237	1 598	2 230	1 380	1 953	4 686
	Valeurs	177	37	174		113	23	229	140	128	149	283
	Prix unitaire	92	107	82		115	97	143	63	93	76	60

Source : Trade Map, HS070310 (Onions and shallots, fresh or chilled), Statistiques d'Importation des pays rapporteurs (accès en décembre 2014)

Quant au volume de consommation nationale (distribution) des oignons burkinabè, il est très difficile à estimer, faute d'estimations de la production nationale et de la faible fiabilité des données statistiques douanières d'exportation vers les pays voisins.

ii) Evolution des prix durant l'année

Les oignons de saison sèche représentent la majorité des oignons disponibles. Leurs périodes de récolte et de distribution s'étalent de décembre à octobre. Cependant, les volumes mis sur le marché varient durant cette période. Les périodes de distribution des oignons de la région de Hauts-Bassins sont comme suit selon la DRARHASA².

De décembre à février : 60% de la production est expédiée sur les marchés avec un prix d'environ 100 FCFA par kg.

De mars à juillet : 30% de la production est expédiée sur les marchés avec un prix d'environ 150 FCFA par kg.

De septembre à octobre : 10% de la production est expédiée sur les marchés avec un prix d'environ 200 FCFA par kg.

² BILAN DE LA CAMPAGNE OIGNON, REGION DES HAUTS-BASSINS, 2011 – 2012 (JUILLET 2012)

La figure suivante montre l'évolution au cours de l'année des prix au consommateur de l'oignon à Ouagadougou. La période d'expédition n'étant pas ajustée en fonction de la demande par les producteurs, les prix chutent pendant la période de pointe de récolte de février à avril et remontent ensuite. Les prix sont les plus élevés d'octobre à novembre, période pendant laquelle les prix sont 4 à 5 fois supérieurs par rapport aux prix les plus bas (mars- avril). Les oignons importés sont vendus au marché pendant la période où le prix est élevé, mais leur prix est le même que les oignons burkinabè.

Les producteurs sont conscients de cette fluctuation des prix. Certains producteurs essaient donc d'ajuster la période de mise en marché en avançant la période de culture de saison sèche, en commençant à pratiquer la culture d'hivernage ou en construisant des entrepôts de conservation/stockage avec l'appui de partenaires. Cependant, la plupart des producteurs n'ont pas suffisamment de connaissances ou de financements pour appliquer ces stratégies d'ajustement.

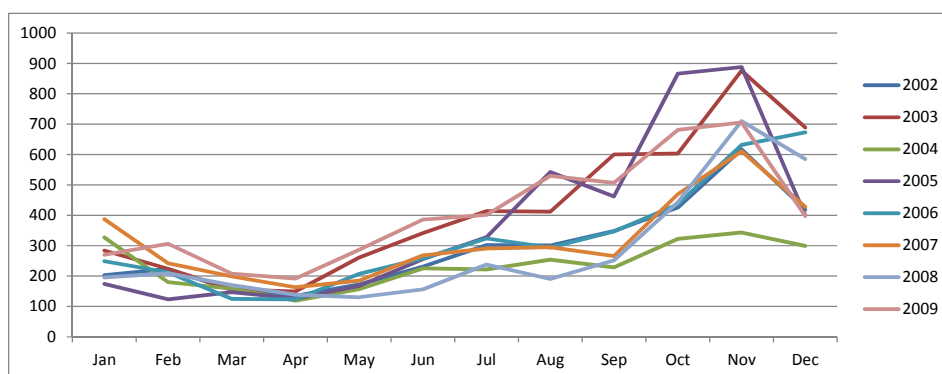


Figure 8.1.1 Evolution annuelle des prix consommateurs des oignons de Ouagadougou (2002 à 2009)

Source : équipe d'étude de sur la base des données de l'Annuaire statistique 2009, INSD
 Note : l'unité est FCFA/kg

iii) Importations des oignons provenant des Pays-Bas

De nombreux pays de l'Afrique de l'Ouest ont le même problème que le Burkina Faso en ce qui concerne recours aux oignons importés des Pays-Bas, etc., pour satisfaire la demande lorsque les oignons nationaux sont rares.

Les Pays-Bas sont le plus grand pays exportateur d'oignons du monde. Leur production annuelle atteint à plus d'un million de tonnes. Le rendement unitaire de 40 à 50 tonnes par hectare est aussi le meilleur au monde (FAOSTAT). Environ 90% de la production est exportée vers les pays de l'UE (30%), les pays de l'ex-union soviétique (25%), les pays de l'Afrique (25%), les pays de l'Asie (10%) et les autres (10%) (Trademap). Un système d'exportation tout au long de l'année a été établi. En général, le semis est effectué au printemps, afin de récolter en septembre/octobre. Il y a aussi une culture d'hivers qui est mise en place en août. La culture combinée (conservation de petits oignons de récolte précoce pour les planter très tôt au printemps afin de récolter en juillet/août) est largement pratiquée.

Les exportations vers les pays de la CEDEAO ont doublé pendant la période de 2003 (122 000 tonnes) (EUROSTAT) à 2009 (260 000 tonnes) et celles de l'année 2013 sont d'environ 338 000 tonnes.

Tableau 8.1.2 Exportations des oignons néerlandais vers les pays de la CEDEAO

[Unité : tonne]

Destinations	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Sénégal	98 501	75 317	91 796	112 483	124 897	133 339	145 189	132 973	160 915
Côte d'Ivoire	44 867	28 117	26 388	34 428	67 029	64 657	66 187	62 463	77 503
Guinée	23 706	24 450	15 803	26 794	34 232	34 911	36 505	50 498	46 098
Sierra Leone	1 833	931	6 695	7 975	8 998	7 555	10 580	14 252	17 080
Gambie	14 663	11 901	11 677	14 019	12 207	15 823	12 072	12 650	10 972
Mali	1 543	435	1 600	1 190	2 735	4 617	3 968	4 853	8 770
Libéria	3 966	3 990	4 696	4 813	5 512	6 751	5 859	7 587	6 794
Guinée-Bissau	2 609	2 137	1 746	2 150	3 122	3 174	3 091	3 570	4 085
Ghana	256	219	218	219	436	469	938	1 512	2 388
Burkina Faso	30	-	8	71	397	670	470	1 272	2 335
Cap Vert	2 042	1 870	1 374	1 611	1 796	1 230	1 488	1 154	1 321
Togo	333	34	147	146	277	295	389	274	305
Nigéria	-	-	-	-	-	8	-	-	28
Bénin	1	21	-	7	10	32	79	-	-
Niger	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	194 350	149 422	162 148	205 906	261 648	273 531	286 815	293 058	338 594

HS Code 070310 Oignons et échalotes, à l'état frais ou réfrigérés, toutes méthodes de transport agrégées

Source : EUROSTAT, EXTRA EU trade since 2000 by mode of transport (HS6)

Le Burkina Faso était avec le Niger les rares pays pour lesquels la demande nationale en oignons pouvait être satisfaite par la production nationale dans les années 2006/2007. Cependant, durant la période de juillet à décembre, pendant laquelle les oignons produits localement deviennent rares, le Burkina importe une quantité importante d'oignon des Pays-Bas. Les exportations d'oignon des Pays-Bas en 2012 vers le Burkina Faso étaient de 1 272 tonnes. En 2012, 75% des exportations d'oignon des Pays-Bas vers les pays de la CEDEAO ont été effectuées pendant la période d'août à janvier avec une période de pointe en octobre (voir la figure suivante). Étant donné qu'il faut environ 3 à 4 semaines pour assurer l'acheminement des oignons des Pays-Bas sur le marché burkinabè, c'est entre novembre et décembre qu'il y a le plus d'oignons importés des Pays-Bas.

Il faudra également souligner que beaucoup d'oignons importés par la Côte d'Ivoire sont réexportés vers le Burkina Faso. Comme le montre la figure suivante, la Côte d'Ivoire importe des oignons néerlandais tout au long de l'année (à partir du port d'Abidjan). Le volume d'importation de la période de janvier à mai, pendant laquelle les oignons burkinabè sont récoltés est le plus faible.



Figure 8.1.2 Exportations mensuelles vers les pays de la CEDEAO (2012)

Source : EUROSTAT



Figure 8.1.3 Exportations mensuelles vers la Côte d'Ivoire (2012)

Source : EUROSTAT

2) Marchés des pays de la sous-région

La production de l'ensemble des pays de l'Afrique de l'Ouest était d'environ 2 millions de tonnes en 2011, ce qui représente que 2% de la production totale mondiale. Le Nigéria, suivi du Niger représentaient les plus grands producteurs d'oignon de l'Afrique de l'Ouest en 2011 avec respectivement 1,2 millions de tonnes et 370 000 tonnes d'oignon produites.

Les productions des pays de la sous-région et les périodes de mise en marché sont présentée dans le tableau suivant.

Tableau 8.1.3 Périodes de récolte/mise en marché et volumes de production des pays de la sous-région

	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sep.	oct.	nov.	déc.	Production (tonne)
Burkina Faso													329 319*
Côte d'Ivoire													ND
Ghana													120 000
Niger													371 986
Mali													42 000
Bénin													16 000
Nigeria													1 238 090

Source : Les données de FAOSTAT 2011 pour la production à l'exception de * dont les données de la Banque Mondiale (PAFASP) sont utilisées. Les périodes de récolte et de distribution sont par l' « Analyse des chaînes de valeur ajoutée des filières agro-sylvo-pastorale » (PAFASP, 2011).

i) Exportation d'oignon burkinabè vers les pays voisins

Les informations obtenues des grossistes de Ouagadougou, de Koudougou et de Bobo-Dioulasso ainsi que par des producteurs de Korsimoro et de Mogtedo montrent que les principales destinations des oignons frais burkinabè sont la Côte d'Ivoire, le Ghana et le Togo.

Le tableau suivant présente les informations sur les exportations d'oignons burkinabè obtenues sur Trademap. Ces informations sont similaires à celles de la douane burkinabè. On constate que les fluctuations annuelles sont considérables. En 2012, 17 172 tonnes d'oignon ont été exportés pour 1 084 000 USD. En général les exportations se situent plus autour de 1 500 tonnes. Le prix unitaire variant selon le pays ou selon l'année. Cependant, ces données renseignent permettent de cerner la totalité du volume des exportations des oignons burkinabè.

La Côte d'Ivoire est le plus grand importateur d'oignons burkinabè selon les commerçants d'oignons. La période de janvier à avril est une période est celle pendant laquelle l'oignon est abondant. On constate que les prix de marché d'Abidjan ont été inférieurs à ceux de Ouagadougou pendant une certaine période de l'année 2012 à cause d'un excès d'exportation de la Côte d'Ivoire.

Certains grossistes soulignent que la saturation du marché (et la chute des prix) est due à la faiblesse de population urbaine du Togo et aux restrictions d'importation pratiquées par le Bénin.

Tableau 8.1.4 Exportations des oignons du Burkina Faso

[Unités: Volumes: tonnes, prix unitaire : 1 000 USD]

Pays importateurs		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Côte d'Ivoire	Quantité	72	1 427	25		508	4 740	936	0	293	16 394	7 956
	Valeur	1	58	3		27	590	57	0	26	893	415
	Prix unitaire	14	41	120		53	124	61	-	89	54	52
Ghana	Quantité	12	0	72		75	673	38	65	0	28	300
	Valeur	1	0	8		22	116	10	18	0	8	6
	Prix unitaire	83	-	111		293	172	263	277	-	286	20
Togo	Quantité	10	0	15		92	0	0	34	750	750	750
	Valeur	1	0	1		13	0	0	8	191	183	182
	Prix unitaire	100	-	67		141	-	-	235	255	244	243
Bénin	Quantité	0	0	0		0	0	0	0	191	0	17
	Valeur	0	0	0		0	0	0	0	301	0	11
	Prix unitaire	-	-	-		-	-	-	-	1,576	-	647
Autres pays	Quantité	0	7	0		992	0	0	0	0	0	67
	Valeur	0	2	0		123	0	0	0	0	0	11
	Prix unitaire	-	286	-		124	-	-	-	-	-	164
Total	Quantité	94	1 434	112		1 667	5 413	974	99	1 234	17 172	9 090
	Valeur	3	60	12		185	706	67	26	518	1,084	625
	Prix unitaire	32	42	107		111	130	69	263	420	63	69

Source : Trade Map, HS070310 (Onions and shallots, fresh or chilled), statistiques d'exportation des pays rapports (accès en décembre 2014)

ii) Exportation d'oignon du Niger vers les pays voisins

Le Niger est le plus grand exportateur d'oignons des pays limitrophe du Burkina Faso de l'Afrique. Ce pays exporte environ 80 000 à 100 000 tonnes d'oignon par an vers les pays voisins, y compris vers le Burkina Faso. Ainsi, le Niger est le principal concurrent du Burkina Faso sur les marchés de la Côte d'Ivoire, du Ghana et du Togo, qui sont les principaux pays importateurs des oignons burkinabè³. En 2013, les exportations du Burkina Faso ont augmenté considérablement, mais il est possible que les volumes exportés vers la Côte d'Ivoire et le Ghana incluent des oignons réexportés vers le Burkina.

Tableau 8.1.5 Exportations des oignons du Niger

[Unité : tonne]

Pays importateurs	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Burkina Faso	1 215	166	771	2 607	155	218	61 655
Côte d'Ivoire	17 162	20 779	7 930	8 013	5 607	8 949	403
Ghana	35 913	42 717	34 538	30 496	31 973	55 399	15 874
Togo	1 278	2 048	1 371	1 302	1 383	4 482	4 223
Benin	5 481	7 998	2 632	3 866	3 802	15 225	11 671
Nigeria	688	905	725	536	283	849	413
Algérie	61	420	215	475	25	451	5
Mali	76	0	10	0	0	0	0
Autres pays	10	30	58	20	70	0	150
Total	61 884	75 063	48 250	47 315	43 297	85 572	94 393

HS Code 070310 Oignons et échalotes, à l'état frais ou réfrigéré

Source : Exportation statistics from reporting countries (Trademap)

³ Selon un document du gouvernement du Niger, il est mentionné que les concurrents des oignons nigériens sont le Pays-Bas et le Burkina Faso.

iii) Importations en dehors de la sous-région

Comme présenté dans le tableau 8.1.2, les pays de la sous-région et les pays limitrophes importent également des oignons des Pays-Bas. Les importations du Sénégal, de la Côte d'Ivoire et de la Guinée sont particulièrement élevées. Les importations mensuelles par pays en provenance des Pays-Bas sont représentées dans le graphique ci-dessous. Comme pour la Côte d'Ivoire, les importations du Sénégal augmentent également entre août et janvier. Bien qu'il existe des pays producteurs comme le Burkina Faso et le Niger dans la sous-région, les besoins en oignons de la sous-région ne sont pas couverts entre août et janvier. Les pays sont donc obligés d'importer des oignons d'autres pays en dehors de la sous-région.

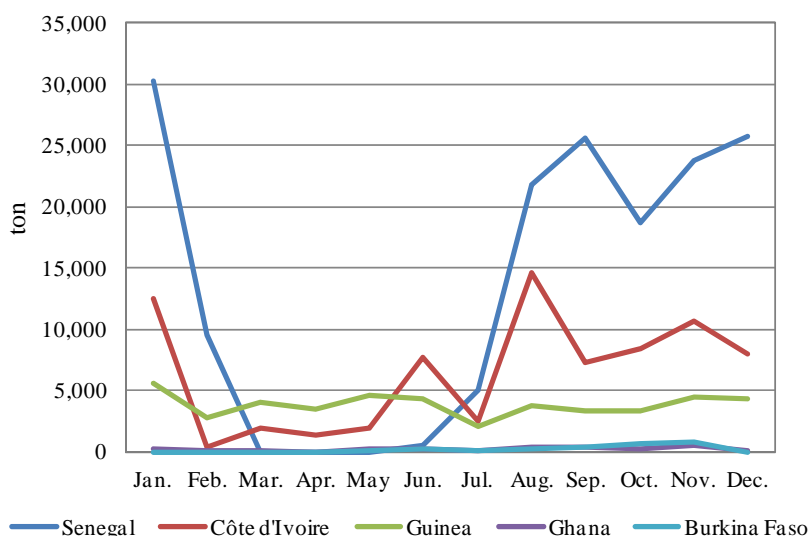


Figure 8.1.4 Importations mensuelles de l'oignon des Pays-Bas (2013)

Source : EUROSTAT

iv) Marché ivoirien

Selon notre enquête effectuée à Abidjan, la production d'oignons en Côte d'Ivoire est faible et n'est pratiquement pas présente sur les marchés. Les oignons présents sur les marchés ivoiriens sont des oignons importés du Burkina Faso, du Niger, des Pays-Bas ou du Maroc.

Le volume d'oignons en Côte d'Ivoire augmentant de février à avril, les prix chutent pendant cette période. Les prix commencent à augmenter avec la diminution du volume sur les marchés. Le volume des oignons en provenance du Niger et du Burkina semble diminuer entre juin et juillet. Les oignons en provenance des Pays-Bas (blanc et violet) sont observés lorsque les volumes d'oignons venant des pays de la sous-région diminuent. Cependant, ces oignons sont moins appréciés que les oignons africains. Les techniques de conservation des oignons n'étant pas maîtrisées dans ce pays, les oignons importés sont directement distribués sur les marchés.

Les oignons burkinabè sont plus piquants et se conservent mieux que les oignons nigériens. De ce fait ils sont plus appréciés par les consommateurs ivoiriens. Certains consommateurs aiment les oignons nigériens car leurs bulbes sont gros. Même si les prix aux producteurs des oignons nigériens sont moins élevés que ceux des oignons burkinabè, les prix de vente à Abidjan sont à peu près les mêmes à cause d'un coût de transport plus élevé à partir du Niger. Les oignons burkinabè et nigériens sont en compétition sur les marchés de la Côte d'Ivoire.

Un vendeur ivoirien a déjà acheté des oignons de variétés d'hivernage Alizé et Julio. Selon lui, les consommateurs préfèrent plutôt la variété Alizé.

v) Marché ghanéen

Selon notre enquête effectuée à Accra, environ la moitié des oignons sur les marchés ghanéens est importée. Il s'agit surtout d'oignons nigériens importés tout au long de l'année. Les oignons burkinabè sont en général importés pendant la période de décembre à juin.

Les prix sont bas de mars à mai et les plus hauts de décembre à janvier.

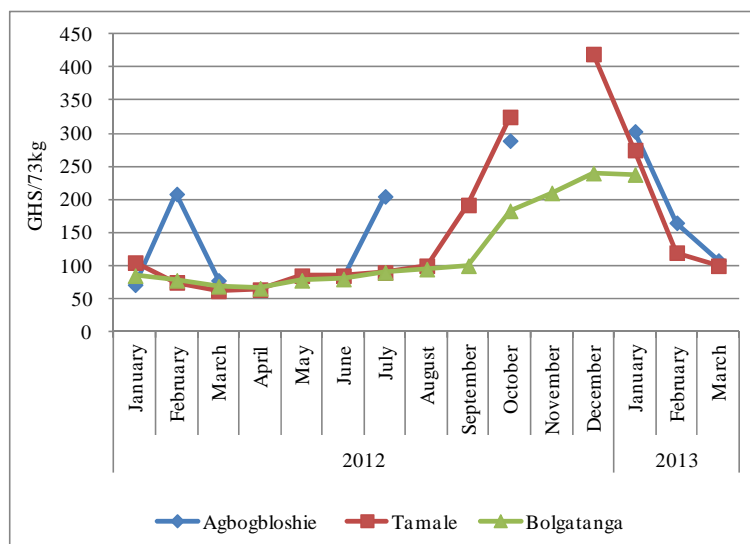


Figure 8.1.5 Fluctuation des prix de l'oignon au Ghana

Source : Ministère de l'Agriculture du Ghana

Même si les oignons nigériens et burkinabè sont en compétition sur les marchés ghanéens, les oignons nigériens sont les plus importés. Les raisons pour lesquelles les oignons nigériens sont les plus importés au Ghana ne sont clairement définies. Mais l'une des raisons est l'existence de nombreux grossistes ghanéens de l'ethnie haoussa qui sont nombreux au Niger, et qui exercent le commerce d'oignon depuis longtemps⁴. Toutefois, les oignons burkinabè ont un goût plus piquant et sont appréciés par les consommateurs ghanéens. Le graphique ci-dessus représente les variations de prix sur le marché Ghanéen entre 2012 et 2013.

(2) Oignon séché

L'oignon séché est le produit de transformation le plus populaire de l'oignon. L'oignon séché est l'un des condiments indispensables pour la cuisine traditionnelle burkinabè (sauces ou soupes). Il s'agit d'oignons découpés et séchés au soleil appelé «Djaba Kouèga» en moré et «Jaba Djani» en dioula vendus sur les marchés avec d'autres condiments. Il y a beaucoup d'oignons séchés produits au Mali sur les marchés de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou. Les oignons séchés du Mali sont vendus en grands sacs au prix de 1 000FCFA le sac.

L'oignon séché du Mali frit dans l'huile et saupoudré de poudre de tomate est appelé «Djaba Kiimé» en moré et «Jaba Yilani» en dioula. Il est vendu en petits sachets (environ 50 FCFA/pièce).

A Korsimoro où la production d'oignon est largement pratiquée, les producteurs transforment et vendent des oignons séchés (découpés et séchés au soleil) depuis environ 10 ans. Cela est dû au fait que le volume d'oignon pendant la période de récolte est trop important et qu'il est difficile de stocker l'ensemble des oignons récoltés. Le volume de production d'oignons séchés n'est pas connu mais un acheteur regroupe environ 1,5 tonnes d'oignons séchés chaque année. Les produits sont vendus sur les marchés de la Côte d'Ivoire à travers les commerçants de Ouagadougou.

⁴ Stratégie Nationale des Exportations du Burkina Faso (SNE)

Il faut souligner que les oignons séchés sont en général produits avec des oignons de petites bulbes ou des oignons abimés pendant le stockage. En général les oignons ne sont pas cultivés pour la fabrication des oignons séchés. On peut alors les considérer le séchage comme un moyen qui permet d'utiliser efficacement des oignons frais invendables.



Selon le rapport d'étude de l'USAID (2008)⁵, « les consommateurs des pays de l'Afrique de l'Ouest apprécient les oignons frais. On ne trouve pas d'informations sur l'existence du potentiel pour les oignons séchés ». Par ailleurs, la commercialisation des oignons séchés n'a pratiquement pas été observée lors des visites sur les marchés du Ghana et de la Côte d'Ivoire, effectuées dans le cadre du projet. Le potentiel du marché est donc très faible.

8.1.2 Production et culture

(1) Zones de production

La superficie allouée à la production de l'oignon au Burkina Faso est de 13 390 ha⁶ (2009-2010) , ce qui correspond à environ 40% de la superficie totale de la culture maraîchère. Cultivé sur l'ensemble du territoire, la région de la Boucle de Mouhoun (3 700ha), la région du Nord (2 000ha), la région du Centre-Nord (1 520ha) et la région du Centre-Ouest (1 630ha)⁷ sont les quatre (04) les principales zones de production de l'oignon en saison sèche :

⁵ WEST AFRICA ONION/SHALLOT TRADE, Prospects for Value Chain Development, Sep. 2008

⁶ PAFASP 2013

⁷ PAFASP 2013

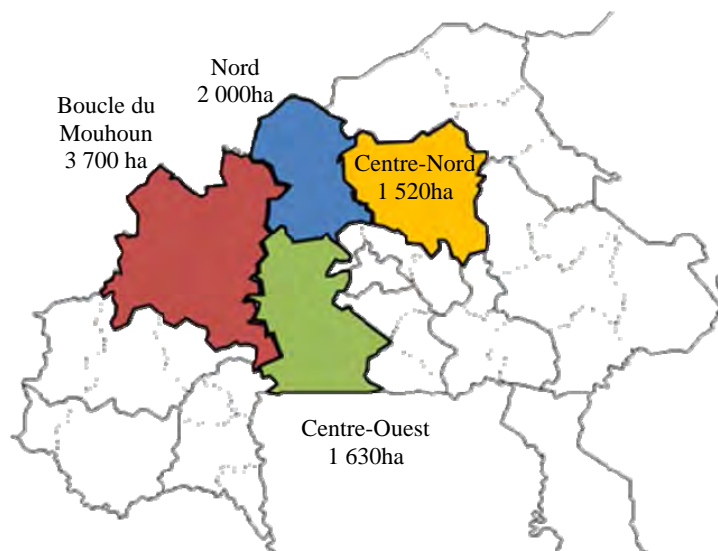


Figure 8.1.6 Principales zones de production des oignons séchés

L'oignon est généralement produits par des petits exploitants dont la superficie par exploitant varie entre 0,05 et 1ha.

Il n'y a pas d'information concernant la culture de l'oignon d'hivernage, mais des producteurs existent dans les provinces de Sanmatenga, Sanguié, Yatenga et Sourou, exploitant chacun une superficie en dessous de 1ha.

(2) Volume de production

La production de l'oignon s'élève à 329 319 tonnes (2009 à 2010) selon le du Programme d'Appui aux Filières Agro-Sylvo-Pastorales PAFASP (Banque Mondiale)⁸, ce qui correspond à 43% de la production maraîchère du Burkina. Le Burkina Faso est le 4^{ème} pays producteur en Afrique de l'Ouest après le Nigeria, le Niger et le Sénégal⁹. La production de l'oignon de saison sèche des quatre (04) principales régions sont de 121 150 tonnes pour la Boucle de Mouhoun, 49 950 tonnes pour le Nord, 36 030 tonnes pour le Centre-Nord et 24 245 tonnes pour le Centre-Ouest. La production de ces quatre régions représente 70% de la production totale des oignons de saison sèche. Le volume de production a augmenté s'est multiplié par dix en 7 ans (2003 à 2010).

Le rendement moyen des oignons de saison sèche (variété Violet de Galmi) à Korsimoro est de 23 tonnes à hectare¹⁰.

Le rendement de l'oignon du Niger (34,7 tonnes à hectare¹¹) est nettement supérieur à celui du Burkina (20 tonnes à l'hectare).

(3) Système de culture/utilisation des terres

La production en saison sèche est dominante, celle d'hivernage a commencé depuis quelques années. La culture en saison sèche est pratiquée à travers l'irrigation par pompage ou la petite irrigation au niveau des zones en aval des barrages et au niveau des bas-fonds¹². En cas d'absence de pluie au début ou à la fin de la saison pluvieuse, l'irrigation est pratiquée.

⁸ PAFASP 2013

⁹ Analyse des chaînes de valeur ajoutée des filières agro-sylvo-pastorales, Mars 2011

¹⁰ Selon un entretien avec l'UDGPM/K et l'équipe d'étude

¹¹ West Africa Onion/Shallot Trade September 2008

¹² Analyse des chaînes de valeur ajoutée des filières agro-sylvo-pastorales, Mars 2011

1) Culture de saison sèche

En général, des pépinières sont préparées vers septembre-octobre, le repiquage vers octobre-novembre et la récolte entre janvier et avril. La période de pointe de la récolte est se déroule en mars-avril. La figure suivante montre le système de culture conventionnel de la culture de saison sèche.

Tableau 8.1.6 Calendrier de culture de l'oignon d'hivernage

Travaux	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Pépinières												
Repiquage												
Récolte												
Stockage												

Source : INERA fiche technique de l'oignon

Des installations d'irrigation sont nécessaires pour la culture en saison sèche. Les prix des oignons de la culture de saison sèche chutent en période de pointe de récolte à cause de la surabondance des produits sur les marchés. De ce fait, une partie des producteurs essaie de décaler le début de la production afin de récolter pendant la période où les prix sont élevés pour obtenir plus de bénéfices. Cependant, le risque que la production soit affectée par la pluviométrie est élevé. Une partie des exploitants de Mogtedo récolte leurs oignons au mois de décembre.

2) Culture de saison pluvieuse

Les pépinières sont préparées en mai-juin, le repiquage en juin-juillet et la récolte en octobre-novembre. La culture d'hivernage apporte plus de bénéfices aux producteurs étant donné que la récolte se réalise pendant la période où les oignons de saison sèche deviennent rares. Le système de culture le plus classique de la culture d'hivernage (PREMA 178) est comme suit.

Tableau 8.1.7 Calendrier de culture de l'oignon de saison pluvieuse

Travaux	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Pépinières												
Repiquage												
Récolte												

Source : Essais variétaux pour l'introduction de nouvelles variétés d'oignon pour la culture d'hivernage au Burkina Faso. Campagne d'hivernage 2010, ATP USAID/INERA

En général, les producteurs cultivent le riz, le coton, le sorgho, le maïs ou l'arachide pendant la saison pluvieuse. Dans ce contexte, les producteurs doivent ajuster les travaux champêtres et l'utilisation des intrants agricoles pour tenir compte de la production l'oignon en hivernage.

En cas de déficit pluviométrique, une irrigation complémentaire est réalisée pour la production d'oignon d'hivernage.

Contrairement à l'oignon de saison sèche pour lequel les semences burkinabè sont disponibles, en ce qui concerne l'oignon d'hivernage les producteurs sont obligés d'acheter les semences importées par les sociétés semencières. Pour la variété PREMA 178, 20 sachets de semences sont nécessaires pour un hectare et pour un prix de vente de 5 500 FCFA/sachet.

(4) Variétés cultivées

1) Variétés pour la culture de saison sèche

Huit (08) variétés d'oignon sont présentées au catalogue des variétés des produits agricoles du

Tableau 8.1.8 Principales variétés de la culture de saison sèche

Variété	Période de culture	Couleur de bulbe	Autres
12BF/FBO1	140-150	Violet	Variété fixée
11BF	140-150	Blanc	Variété fixée
10BF	140-150	Violet	
FBO4	140	-	
FBO5	150	Jaune	
FBO6	140-150	-	Variété fixée
FBO7	140-150	-	
Violet de Galmi	150	Violet	

Source : Comité National des Semences, "CATALOGUE NATIONAL DES ESPECES ET AGRICOLES DU BURKINA FASO" 2014

La variété la plus cultivée au Burkina Faso est Violet de Galmi. Cette variété à goût piquant et à grand bulbe est provient de la région de Galmi au Niger. C'est une variété qui présente un rendement élevé. Les oignons de cette variété se conservent bien. Les semences sont produites à l'intérieur du pays. La variété Violet de Galmi est une variété cultivée en saison sèche et ne survit avec une humidité abondante.

Les variétés Violet de Garango, Violet de Soumarana, Blanc de Tarna sont cultivées au Burkina Faso selon le rapport sur le potentiel économique des nouveaux et anciens produits agricoles et forestiers au Sahel. Cependant, les informations détaillées sur la production de ces variétés ne sont pas disponibles.

2) Variétés de culture de saison de pluie

La culture d'hivernage est testée dans les pays d'Afrique de l'Ouest depuis les années 80 avec les variétés destinées à la culture de la saison sèche. Ces variétés n'étant pas adaptées aux conditions climatiques, la culture d'hivernage ne s'est développée. Au Burkina Faso, les variétés adaptées à la saison de pluie été introduites il y a quelques années (variétés PREMA178, ALIZE et JULIO). La validation de leur adaptabilité et la vulgarisation de leurs itinéraires techniques sont donc nécessaires.

Tableau 8.1.9 Principales variétés de la culture d'hivernage

Variété	Période de culture	Couleur de bulbe	Autres
PREMA178	140-150	Violet	PREMA178 est une variété développée par l'entreprise East West Seeds en Thaïlande. Elle a été jugée comme la variété la plus adaptée à la culture d'hivernage après des essais de culture réalisés par l'INERA, avec le concours de l'USAID. Elle a été introduite partiellement depuis 3 ans dans les zones de production d'oignons.
ALIZE	140- 150	Violet	Cette variété a été développée par une entreprise semencière française, Technisem, au Sénégal et a été lancée sur les marchés en 2012. Elle se conserve bien.
JULIO	150-160	Violet rougeâtre	Cette variété a été développée par une entreprise semencière française, Technisem, au Sénégal et a été lancée sur les marchés en 2012. La couleur de bulbe est plus foncée avec le goût plus doux. La période conservable après la récolte est courte.

Source : Enquête de l'équipe d'étude et le catalogue de Technisem

Les avantages de la culture d'hivernage des oignons sont la disponibilité de l'eau, l'insuffisance d'ennemis de culture et le niveau élevé des prix des produits.

3) Types d'oignon appréciés par les Burkinabè

Selon les producteurs, les consommateurs burkinabè préfèrent les oignons violets pas trop foncés comme le Violet de Galmi. Ainsi, des producteurs évitent la variété JULIO dans le cadre de l'activité pilote préalable à cause de sa couleur plus prononcée par rapport à PREMA178 et ALIZE.

Selon les commerçants d'oignons, les consommateurs burkinabè apprécient les oignons locaux dont les bulbes sont violets tels que la variété Violet de Galmi. En ce qui concerne les oignons importés, les consommateurs préfèrent les oignons violets marocains aux oignons blancs venant des Pays-Bas, puisque la couleur des oignons marocains ressemble plus à celle des oignons africains. Ces oignons contiennent beaucoup d'eau avec un goût plutôt doux contrairement aux oignons locaux tels que le Violet de Galmi qui ont un goût piquant.

8.1.3 Chaîne de valeur

(1) Chaîne de commerce

La chaîne de commerce des oignons burkinabè et les tâches de chaque intervenant peuvent être résumés comme suit.

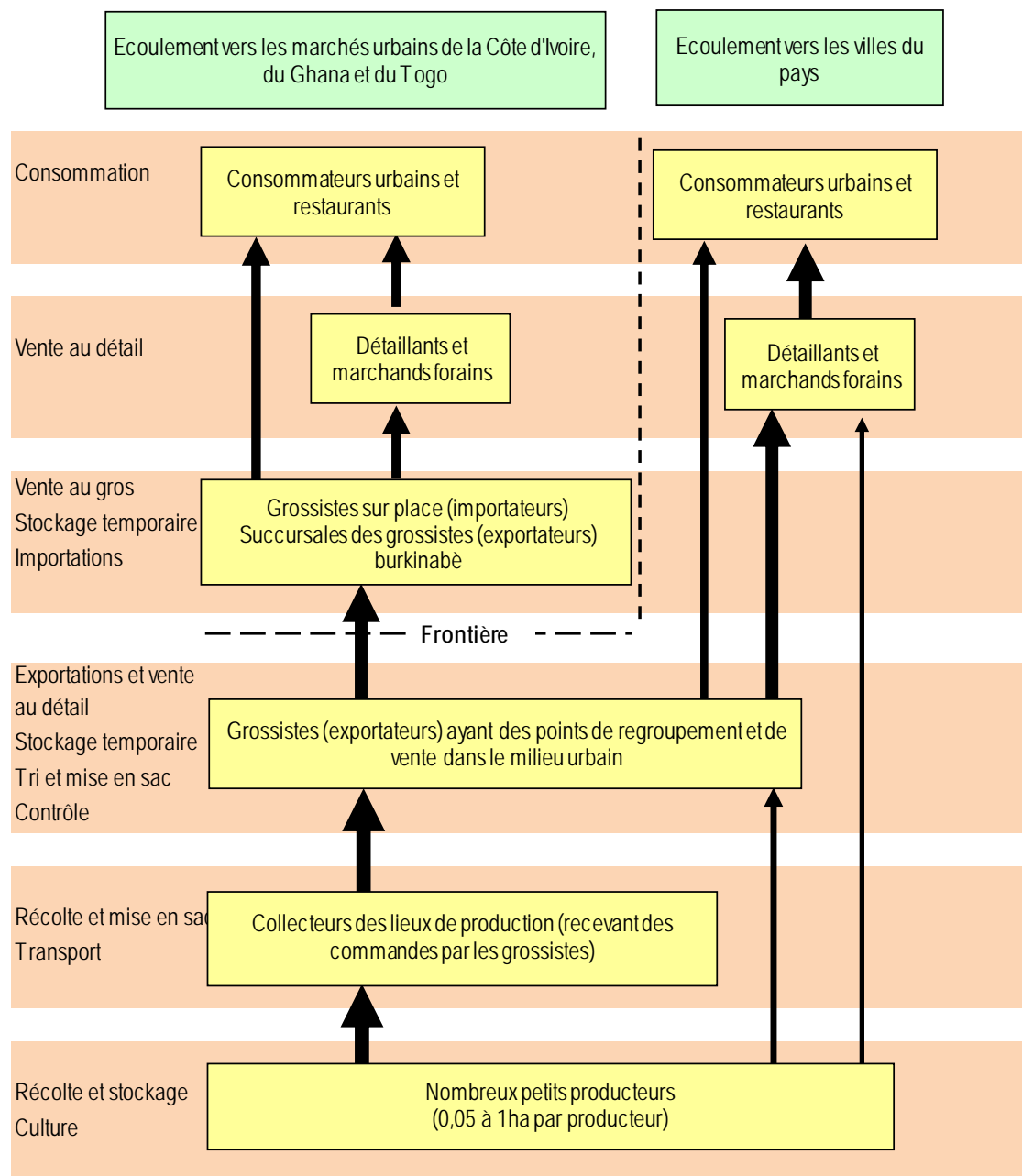


Figure 8.1.7 Chaîne de commerce de l'oignon burkinabè

Source : Equipe d'étude avec l'enquête effectuée

Les collecteurs des zones de production achètent les oignons auprès des producteurs et les transportent vers les points de relais. Les oignons y sont vendus aux grossistes qui les transportent vers les marchés de consommation à l'intérieur du pays ou vers les pays de la sous-région pour vendre aux détaillants ou les grossistes des pays importateurs.

Dans la chaîne de valeur, les producteurs s'occupent de conservation et les grossistes le tri et le conditionnement dans des sacs. Les oignons sont transportés vers les villes proches des zones de production. Les villes comme Koudougou, Bobo-Dioulasso, Ouahigouya, Sourou, Yako et Ouagadougou jouent des rôles importants.

Toutes les transactions depuis la collecte sur les lieux de production jusqu'à la vente au détail sont effectuées par sac. Il s'agit de transactions (opérations) au comptant entre les collecteurs – grossistes (exportateurs) – grossistes (importateurs) qui ont souvent des relations personnelles.

(2) Producteurs

Les producteurs ont la possibilité de vendre à la ferme, devant leur maison ou sur les marchés réguliers. Mais la plupart des producteurs vendent leurs oignons aux collecteurs au bord de la ferme. En général, chaque producteur vend ses produits. Les producteurs et les collecteurs effectuent les travaux de récolte et de conditionnement (mise en sac). Une partie d'oignons de la saison sèche est conservée par les producteurs pour être vendue pendant période où l'oignon est rare sur le marché avec des prix élevés.

1) Conservation

Selon les informations existantes et des entretiens auprès des producteurs, 30 à 50% de la production nationale est perdue avec la méthode traditionnelle de conservation durant la période où les températures sont élevées (d'avril-juin) ainsi que la période pendant laquelle l'humidité est élevée.

Cependant, les entrepôts de conservation de nouveau type (magasin avec étagères) construits avec l'assistance du PAFASP permettent de réduire la perte et de prolonger la période de conservation. Nos travaux d'enquête réalisés à Koudougou, montrent que contrairement aux magasins traditionnels dans lesquels une conservation de 3 mois est possible, un entrepôt construit avec l'appui du PAFASP permet une conservation de 4 mois (avril à juillet).

L'union des producteurs de légumes de Korsimoro (UDGPM/K), dont la plupart des membres produisent l'oignon, possède un entrepôt de stockage construit avec les fonds de l'union. Il s'agit d'un entrepôt de même type que celui du PAFASP. Les producteurs de Korsimoro ont pu conserver les oignons jusqu'au mois de septembre dans leur entrepôt à étagères¹³. La moitié des oignons conservés par terre ont été perdus, alors qu'il n'y avait pas de perte au niveau des magasins à étagères.



Entrepôt de stockage des oignons de l'UDGPM/K

Oignons stockés dans l'entrepôt

(3) Distributeurs

Il existe deux types de distributeurs qui sont les collecteurs basés dans les zones de production et les grossistes (exportateurs). Les collecteurs achètent les oignons auprès des producteurs et les transportent sur les lieux de relais pour vendre aux grossistes. Les grossistes (exportateurs) procèdent au tri et au conditionnement (mise en sac) et transportent les oignons vers les marchés urbains du Burkina ou vers les pays voisins.

Les collecteurs des zones de production mènent leurs activités dans les mêmes zones et peuvent être également des producteurs. Les grossistes mènent leurs activités individuellement et n'ont pas de grand entrepôt ou de magasin pour la vente. Pour les grossistes (exportateurs), l'expédition des oignons vers

¹³ Le montant de construction (confiée à une entreprise) de 3,5 million de FCFA (surface de plancher 11m x 5,5m)

les marchés urbains à l'intérieur du pays et celle vers les marchés des pays voisins (surtout vers la Côte d'Ivoire) ne sont pas différentes. Etant proche de la frontière avec la Côte d'Ivoire, l'organisation des vendeurs de Bobo-Dioulasso possède un point de vente à Abidjan où un représentant reste de façon permanente pour assurer la vente.

1) Tri/mise en sac

Les collecteurs ont tendance à acheter les lots dont les bulbes sont relativement homogènes afin d'éviter des pertes importantes et de réduire les efforts pour le tri. Les oignons de très petits bulbes sont écartés lors de la récolte.

Selon l'étude menée à Koudougou, les grossistes (exportateurs) vérifient l'existence d'oignons endommagés ou de petits bulbes après l'achat. Ces oignons sont remis dans les sacs pour l'exportation. Ici, les grossistes se préoccupent de l'homogénéité de la taille des sacs utilisés, et non pas de la taille ou de la qualité de l'oignon. L'étude menée à Bobo-Dioulasso, montre que le conditionnement des oignons pour les exportations est effectuée sur les parcelles de production. Les sacs de jute pour le cacao ou le cajou sont utilisés par les grossistes (exportateurs) pour le conditionnement. Un sac pèse environ 120 à 130 kg.

Les sacs en filet sont utilisés pour la commercialisation des oignons burkinabè dans les zones urbaines du pays et pour la distribution des oignons importés de l'Europe. Ces sacs (30 à 35kg) qui étaient importés sont désormais fabriqués par l'entreprise burkinabè Faso Plast.



Conditionnement dans un centre de collecte (Koudougou)



Oignons conditionnés pour l'exportation (Yako)

2) Installation de collecte/relais

Les points de vente sont en général situés à la proximité des marchés des zones urbaines ou sur des terrains vagues. Un marché de fruits et légumes (marché urbain) existe à Bobo-Dioulasso. Par ailleurs, une installation pour la collecte des oignons est aménagée grâce à l'appui du PAFASP à Koudougou et est actuellement fonctionnelle.

(4) Détaillants

Il n'existe pas de marché de gros des produits agricoles frais (installation de collecte et de distribution des produits dans les zones urbaines) au Burkina Faso. Les marchés en charge de la collecte/distribution (petits détaillants groupés) ainsi que de la vente au détail sont éparpillés sur l'ensemble du pays. Les détaillants sont presque tous des vendeuses et les grands distributeurs n'existent pas. Les oignons sont souvent vendus au détail en sac de 30kg. Le système de distribution dans les zones urbaines des pays voisins est similaire à celui du Burkina.

(5) Coût de production de l'oignon d'hivernage

Le tableau suivant montre la structure du coût de production de l'oignon d'hivernage par hectare estimé à partir des informations obtenues auprès des producteurs de Korsimoro. La part occupée par les engrais chimiques et le carburant est élevée et atteint 80%. En supposant que les oignons sont commercialisés pendant la période de récolte (le rendement de 23 tonnes/hectare et le prix unitaire de vente de 120 FCFA/kg), le bénéfice brut pouvant être obtenu par hectare est d'environ 1 213 000 FCFA.

Tableau 8.1.10 Exemple du coût de production de l'oignon d'hivernage (par hectare)

Rubrique	Coût	
	FCFA	%
Semence	75 000	4,8
Pailles pour pépinière	12 000	0,8
Composte	100 000	6,5
Main d'œuvre	100 000	6,5
Engrais chimique	660 000	42,7
Insecticide	20 000	1,3
Carburant pour pompe	580 000	37,5
Coût total de production	1 547 000	
Montant de vente par hectare	2 760 000	
Bénéfice brut par hectare	1 213 000	

(6) Chaîne de valeur de l'oignon destiné au marché d'Abidjan

La valeur de l'oignon burkinabè destiné au marché d'Abidjan entre février et mars 2013 a été estimée à partir des informations obtenues auprès des grossistes de Koudougou et sur le marché de gros à Abidjan.

Le montant de la valeur ajoutée des grossistes est élevé. Les grossistes effectuent le conditionnement et le transport jusqu'à Abidjan après avoir acheté les oignons auprès des collecteurs aux points de relais. Les coûts approximatifs des travaux de tri et de reconditionnement (y compris les pertes) varie entre 2 150 à 2 350 FCFA/120kg et ceux du transport terrestre (en camion) de 5 000 FCFA/120kg. Les bénéfices bruts des grossistes étant d'ordre de 2 650 à 2 850 FCFA/sac (22 à 24 FCFA/kg), la marge n'est pas trop élevée.

Tableau 8.1.11 Exemple de chaîne de valeur de l'oignon destiné au marché d'Abidjan

	Prix de vente (FCFA/kg)	Montant de valeur ajoutée (FCFA/kg)	Pourcentage de la valeur ajoutée dans le prix au détail
Grossiste importateur	333	42	12,5%
Grossiste	292	83	25,0%
Collecteur	208	48	14,5%
Producteur	160		

8.1.4 Situation de création des organisations professionnelles

Les organisations au niveau national, comme la CIFOB, l'UNAPOB ou l'APCOB ont été créées sous l'initiative du PAFASP financé par la Banque Mondiale et elles ont obtenu leurs agréments en septembre 2011. Selon les entretiens, ces organisations organisent des assemblées générales chaque année et perçoivent les cotisations des membres. Toutefois, les bureaux ou le personnel sont encore insuffisants. Elles jouent un rôle d'interlocuteur avec structures externes de la filière et assurent la

coordination et la communication à l'intérieur de la filière.

(1) Interprofession du secteur : Comité Interprofessionnel de la Filière Oignon du Burkina (CIFOB)

Le CIFOB est une organisation de la filière oignon regroupant les deux organisations nationales (UNAPOB et APCOB). Il vise à augmenter la compétitivité de la filière oignon au Burkina. Les missions du CIFOB se présentent comme suit :

- ♦ Représenter et protéger le secteur de l'oignon du Burkina Faso. Jouer le rôle d'interlocuteur entre les personnes concernées du secteur avec les tiers.
- ♦ Fournir les moyens ou les activités pour la promotion de la recherche, de la formation, de l'appui ou la simplification des formalités etc.
- ♦ Promouvoir la contractualisation et gérer les contrats entre les divers maillons du secteur de l'oignon au Burkina Faso.
- ♦ Améliorer la qualité de l'industrie de l'oignon afin de l'élargir.
- ♦ Solliciter la dialogue entre les divers maillons.
- ♦ Collecter les informations sur les membres et les travaux de suivi réalisés.

(2) Organisation de producteurs : Union Nationale des Producteurs d'Oignon du Burkina (UNAPOB)

L'UNAPOB a pour but d'améliorer qualitativement et quantitativement la production d'oignon au Burkina Faso afin de répondre à la demande du marché. Ses principales missions sont les suivantes :

- ♦ Représenter et protéger le secteur de l'oignon du Burkina Faso.
- ♦ Solliciter la dialogues entres les unions afin de partager les informations.
- ♦ Renforcer la professionnalisation.
- ♦ Augmenter la production des oignons et vulgariser.
- ♦ Appuyer les producteurs.

15 unions provinciales des producteurs sont membres de l'UNAPOB (janvier 2014).

Tableau 8.1.12 Membres de l'UNAPOB

	Nom d'union	Siège	Communes participantes
1	UPPO à Yatenga	Ouahigouya	6
2	UPPO à Loroum	Titao	4
3	UPPO à Houet	Faraman	4
4	UPPO à Zondoma	Gourcy	5
5	UPPO à Passoré	Yako	3
6	UPPO à Sourou	Tougan	2
7	UPPO à Oubritenga	Ziniare	7
8	UPPO à Zoundwéogo	Zoundwéogo	4
9	UPPO à Sanmatenga	Kaya	4
10	UPPO à Boulkiemdé	Koudougou	7
11	UPPO à Bam	Bam	4
12	UPPO à Ganzourgou	Mogtedo	3
13	UPPO à Gourma	Fada-N'Gourma	2
14	UPPO à Boulgou	Garango	3
15	UPPO à Kompienga	Kompienga	1

*UPPO: Union Provinciale des Producteurs d'Oignon

Source : équipe d'étude avec les informations de l'enquête

(3) Organisations des commerçants : Association Professionnelle des Commerçants d'Oignons du Burkina (APCOB)

L'APCOB a pour but de contribuer au développement de l'ensemble des commerçants des oignons du Burkina Faso. Ses missions sont les suivantes.

- ♦ Renforcer la professionnalisation.
- ♦ Améliorer la capacité des commerçants.
- ♦ Vérifier les activités menées par les commerçants.
- ♦ Vulgariser l'oignon.
- ♦ Représenter les commerçants des oignons.
- ♦ Solliciter le dialogue entre les acteurs de la commercialisation.

Il s'agit d'une organisation faitière des commerçants d'oignons constituée du huit (08) organisations de commerçants. Des activités telles que la collecte des prix de vente dans différentes localités sont menées et l'association répond aux demandes d'informations sur les prix de ses membres.

Tableau 8.1.13 Membres de l'APCOB

	Organisation	Siège	Membres	Année de création
1	AEFOB	Ouagadougou	50 - 60	2009
2	AEOB	Koudougou		
3	ZEMS TAABA	Koudougou	100	1997
4	NONG TAABA	Bobo-Dioulasso	180	2001
5	TEGA WENDA	Bobo-Dioulasso		
6	BEONERE	Ouahigouya	12	2008
7	GNONGON DEMIN	Sourou	17	2011
8	PENGD WENDE	Yako	30	2006

AEFOB : Association des Exportateurs de la Filière Oignon du Burkina

Source : équipe d'étude avec les informations des interviews

8.1.5 Appui des bailleurs de fonds

(1) Banque Mondiale

La Banque Mondiale appui le gouvernement du Burkina Faso pour le développement de certaines filières agricoles dont l'oignon à travers le financement du PAFASP. Le PAFASP est un programme de 6 ans qui a débuté en décembre 2006. Sa période de mise en œuvre a été étendue jusqu'en 2014 et une seconde phase est en cours de mise d'exécution jusqu'en 2016. Le budget est de 84,5 millions USD, dont 66 millions financés par la Banque Mondiale. Le PAFASP intervient dans huit (08) régions du Burkina que sont le Centre-Ouest, le Centre-Sud, le Plateau Central, le Nord, le Centre-Nord, le Sahel, la Boucle de Mouhoun, les Cascades et les Hauts Bassins. Le PAFASP réalise les activités suivantes au profit de la filière l'oignon :

- ♦ Appui à l'aménagement des entrepôts de stockage d'oignons
- ♦ Appui à l'aménagement de comptoirs de regroupement et de commercialisation
- ♦ Appui à l'aménagement des petites irrigations
- ♦ Appui à la création d'organisation de la filière oignon (voir 8.1.4 Situation de création des organisations professionnelles)

L'appui à l'aménagement des entrepôts de stockage est réalisé pour les producteurs et les organisations des producteurs. Les entrepôts aménagés dans les régions concernées sont présentés dans le tableau suivant.

Tableau 8.1.14 Nombre d'entrepôts aménagés avec l'appui du PAFASP

Région	Entrepôt (à étagères)	Entrepôt (baraque)
Centre-Nord	27	11
Nord	29	111
Sahel	8	0
Hauts-Bassins	17	0
Cascade	13	0
Boucle du Mouhoun	30	0
Centre-Ouest	10	37
Plateau-Central	10	28
Centre-Sud	15	73
Centre	0	0
Total	159	260

Source : équipe d'étude avec les informations des interviews (novembre 2013)

Selon les entretiens menés auprès des producteurs, le coût de construction d'un entrepôt à étagère varie entre 4 000 000 et 7 000 000 FCFA. Un petit entrepôt (type baraque) est coûte environ 700 000 FCFA. La prise en charge des bénéficiaires est de 20 à 25%. Le volume de conservation est de 15 à 20 tonnes pour l'entrepôt à étagère et de 2,5 à 4 tonnes pour le petit entrepôt. Selon la mission d'encadrement du PAFASP qui a eu lieu en mai 2012 sur la gestion, la capacité de conservation dépasse 5 000 tonnes.

Il est prévu d'aménager des comptoirs de regroupement et de vente en gros de légumes tels que l'oignon, la tomate, le haricot et la pomme de terre sur six sites (Koudougou, Korsimoro, Niamssa, Yako, Ouahigouya et Mogtedo). Les installations du comptoir à Koudougou sont achevées avant septembre 2013, certains sont en cours de construction et d'autres n'ont pas connu de démarrage. Le comptoir de Koudougou est géré par l'organisation des commerçants d'oignons Zems Taaba et utilisé uniquement pour l'oignon.

Quant à l'appui à la petite irrigation, l'aménagement de petites installations hydro-agricoles telles que la mise en place de tuyaux de distribution d'eau aux parcelles à partir des barrages est mise en œuvre. Le tableau suivant montre les superficies aménagées en petite irrigation dans les régions concernées.

Tableau 8.1.15 Aménagement en petite irrigation par le PAFASP

Région	Superficie d'aménagement (ha)
Centre-Nord	169,00
Nord	50,00
Sahel	0,00
Hauts-Bassins	81,80
Cascades	6,00
Boucle du Mouhoun	45,00
Centre-Ouest	94,30
Plateau-Central	19,00
Centre-Sud	20,00
Centre	8,00
Total	493,10

Source : Equipe d'étude avec les informations obtenues par le PAFASP (en novembre 2013)

(2) USAID

Le Programme ATP (Agribusiness Trade and Promotion) de l'USAID visait entre autres l'augmentation des prix et de la valeur, en mettant l'accent sur le commerce d'oignon des pays de l'Afrique de l'Ouest. L'ATP a été mis en œuvre en 2008 et 2013, avec un budget de 20 millions USD.

Ce programme a introduit une variété d'oignon d'hivernage (PREMA178 développé en Thaïlande), dont le cycle de culture est court, de 90 à 100 jours après le repiquage. L'USAID a assuré la fourniture de ces semences en 2009.

L'ATP a réalisé un essai de culture des six (06) variétés possibles à cultiver en saison de pluie (y compris PREMA178) en 2010 en collaboration avec l'INERA. Selon le rapport de cet essai, la variété PREMA178 était la plus adaptée à la culture d'hivernage au Burkina Faso. A la suite à ce résultat, un essai de vulgarisation de cette variété à Korsimoro a été réalisé.

(3) MCC

Le Millennium Challenge Compact est un programme mis en œuvre sur 5 ans depuis 2009 dans le cadre de la coopération bilatérale entre les Etats-Unis (Millennium Challenge Corporation : MCC) et le Burkina Faso. Son objectif était de contribuer à la réduction de la pauvreté au Burkina. La

contribution du MCC était de 481 millions USD, dont 142 millions USD pour le secteur agricole.

Les activités menées dans le cadre du Millenium Challenge Corporation (MCC) ont couvert les régions des Cascades, de la Boucle de Mouhoun, des Hauts Bassins et du Sud-Ouest. Dans le domaine agricole a concerné la gestion d'eau, la diversification de l'agriculture et le crédit agricole. Les spéculations visées étaient la tomate, l'oignon et le riz.

(4) FIDA

Le Projet d'Appui aux Filières Agricoles (PROFIL) est un projet mis en œuvre avec l'appui de la FIDA pour la période de 2008 à 2013. Son budget est de 16,86 millions USD, dont 13,83 millions financés par le FIDA.

Ses zones d'intervention sont les régions du Sahel, du Centre-Nord, du Nord et de la Boucle de Mouhoun. L'objectif global du projet est de contribuer à réduire la pauvreté rurale en facilitant l'accès équitable des ruraux pauvres aux filières agricoles qui bénéficient de marchés porteurs. Il vise à:

- ❖ à promouvoir la collaboration entre les groupes cibles des filières niébé, sésame, viande (ovine, caprine et volaille) et oignon et les autres acteurs ;
- ❖ à renforcer la capacité des membres des groupes cibles et des organisations ;
- ❖ à améliorer l'accès des couches pauvres aux services relatifs à l'investissement pour la production et à la commercialisation.

8.1.6 Activités des organismes gouvernementaux

(1) Ministère de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire

La DGPV met en œuvre le Programme de Développement des Culture Maraichères pour la période de 2011 à 2015 dont le financement est assuré par le budget de l'Etat. Ce programme assure la production des semences de l'oignon et de la pomme de terre dans un périmètre irrigué de 40ha de Dori. En 2011, des semences de l'oignon ont été produites (violet de Galmi) sur 10 ha de ce périmètre. L'autre partie du périmètre est essentiellement utilisé pour la production de semences de pommes de terre. Il existe des zones où les semences d'oignon sont produites mais il sans l'appui de la DGPV.

La DGPER a bénéficié d'un appui du PAFASP pour la mise en œuvre de certaines activités relatives à la promotion de la filière l'oignon.

(2) INERA

L'INERA produit des semences de variétés de saison sèche (Violet de Galmi) dans les centres de Tougan et de Bobo-Dioulasso et les commercialise aux producteurs des semences. Cependant, il n'a pas été possible d'avoir des informations sur le volume de la production et sur le volume des ventes des semences.

Au CREAM de Kamboinsé, un test de culture pour déterminer les périodes de production (semis) de variétés d'oignon d'hivernage (PREMA 178 et JULIO) est mis en œuvre sur le budget de l'Etat, en 2014. L'INERA est en train d'examiner le résultat de ce test. On peut penser qu'en semant vers début - fin mai, on peut récolter vers mi-fin septembre avec le rendement de 10 à 11 tonnes par hectare.

8.2 Contraintes pour la promotion de la filière et mesures de promotion

Les contraintes de la promotion de la filière oignon visant les marchés (principalement les marchés burkinabè) ont été analysées.

8.2.1 Contraintes pour la promotion

Le volume collecté à l'intérieur du pays augmente durant la période de février à avril juste après la récolte des oignons de la saison sèche. Pendant cette période les prix sont au niveau le plus bas de l'année. Les prix augmentent avec la diminution du volume collecté. Les importations augmentent pendant la période d'août à décembre (Figure 7.1.2) où les oignons burkinabè sont rares et cette tendance est maintenue ces dernières années (Tableau 7.1.2). La figure suivante montre un exemple de volume commercialisé des oignons et des prix sur la zone de production (Korsimoro). Dans cette zone, environ 67% des oignons mis sur le marché sont mis sur le marché entre février et avril. Le prix de vente vers mars-avril est d'environ 15 000 FCFA/120kg et celui de septembre de 80 000 FCFA/120kg.

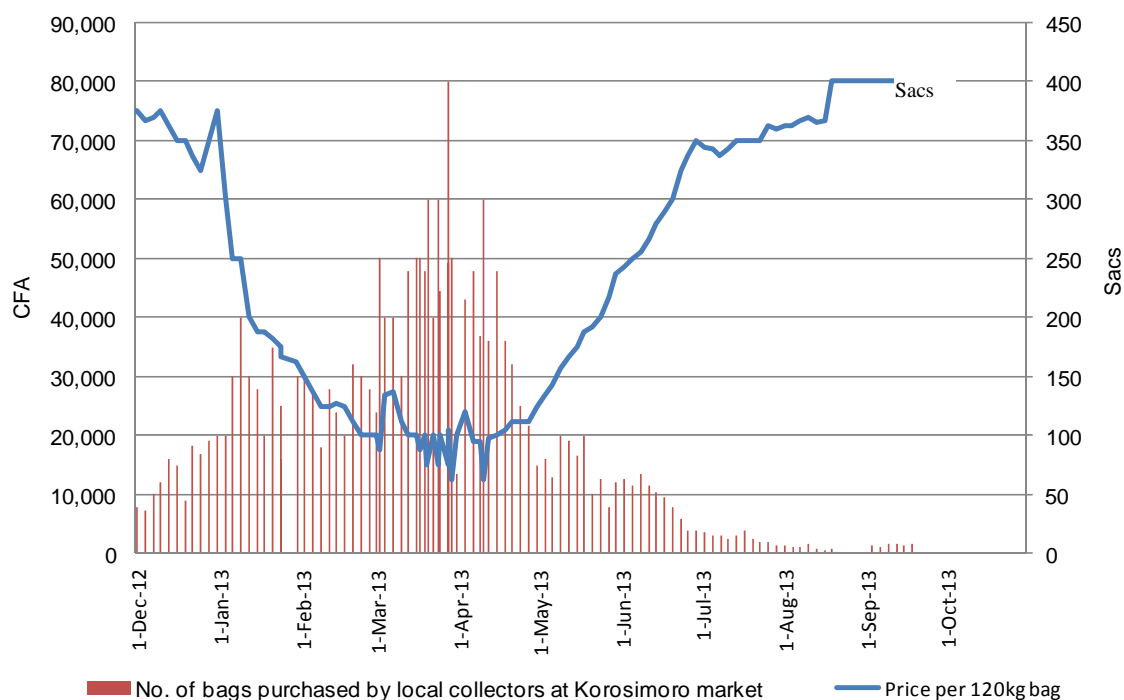


Figure 8.2.1 Volume de transaction au marché périodique de Korsimoro (volume de commercialisation des producteurs) et évolution des prix producteurs (de décembre 2012 à octobre 2013)

Source : Equipe d'étude par les données fournies par l'union des producteurs de légumes de Korsimoro

Le volume de consommation d'oignon par personne est estimé à de 10kg par an¹⁴. Sur cette base, le volume total de consommation du Burkina Faso serait de 13 750 tonnes par mois (population d'environ 16,5 millions d'habitants¹⁵). Le volume de distribution des oignons pour l'ensemble du pays est calculé en appliquant la même norme (329 319 tonnes). Le résultat du calcul montre que le volume mis sur le marché pendant la période entre juillet et novembre est inférieur au volume de consommation de 13 750 tonnes par mois. Le volume manquant est d'environ 62 000 tonnes.

L'oignon burkinabè est préféré aux oignons importés. La demande pour l'oignon burkinabè est forte pendant la période où celui-ci n'est pas produit. Pour combler durablement la demande, il est donc indispensables des mener des actions visant à substituer importations par la production locale.

La faible quantité d'oignon disponible sur le marché à une période du marché constitue une contrainte à la promotion de l'oignon.

¹⁴ Les données sur la consommation d'oignon du Burkina Faso n'existant pas dans FAOSTAT, on a utilisé le volume de consommation mondial de 10kg/personne/an. Il faut noter que celui du Niger et du Sénégal qui sont les pays de production d'oignon est de 18 à 20kg/personne/an.

¹⁵ World Bank, World Development Indicators, 2012

(1) Une période de production courte

La concentration de la quantité d'oignon sur le marché à un moment de l'année est due surtout à la période de production limitée (uniquement en saison sèche). C'est pourquoi sa récolte et sa distribution sont concentrées dans une période limitée. Afin de diversifier les périodes de production, il est nécessaire d'établir et de vulgariser des techniques de production. Cependant, les techniques de production et les itinéraires de production disponibles concernent uniquement l'oignon de saison sèche. Les techniciens ne disposent d'outils nécessaires pour assurer l'encadrement des producteurs de ceux utilisés pour la production en saison sèche. Également, les producteurs ont des difficultés pour obtenir les informations sur les techniques nécessaires à la diversification des périodes de production.

(2) Insuffisance de capacités de stockage/conservation

Une partie des oignons produits en saison sèche est distribuée après avoir été stockés. Cependant, le nombre d'entrepôts de stockage est limité, ce qui ne permet pas de conserver un volume important d'oignons. Des fonds sont disponibles pour accompagner les producteurs pour la construction des entrepôts. Bien qu'il existe des appuis du gouvernement et des partenaires techniques et financiers, le nombre d'entrepôts reste insuffisant. Selon le calcul ci-dessus, le volume d'oignons mis sur le marché est inférieur à celui de consommation durant la période de juillet à novembre, et le volume manquant est d'environ 62 000 tonnes. Il est possible de conserver l'oignon jusqu'à mi-septembre. Selon le PAFASP, la capacité de conservation/stockage manquante pour satisfaire la demande nationale était d'environ 28 000 tonnes en 2012. La perte des oignons pendant la conservation (stockage) par la méthode traditionnelle atteint parfois 50%. Les avantages liés au stockage restent à exploiter.

8.2.2 Mesures de promotion

Les différentes contraintes à la promotion de l'oignon soulevées ci-dessus peuvent être levées à travers les mesures suivantes :

(1) Diversification des périodes de production

Il y a plusieurs possibilités pour diversifier les périodes de production de l'oignon : 1) la vulgarisation de l'oignon d'hivernage, 2) vulgarisation de la culture avancée en saison sèche, 3) la vulgarisation de la culture de l'oignon à partir du bulbe.

1) Vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage

La culture de l'oignon d'hivernage consiste à cultiver les oignons pendant la saison de pluie en utilisant les variétés adaptées à cette période. Les récoltes se réalisent durant la période octobre-novembre. Certains producteurs qui ont commencé à pratiquer la culture de l'oignon d'hivernage et les semences sont disponibles dans les magasins. Cette production nécessite souvent l'irrigation complémentaire et les installations d'irrigation pour la culture en saison sèche peuvent être utilisées dans certains cas. De ce fait, il n'est pas nécessaire d'envisager l'aménagement de nouvelles installations d'irrigation. Les mesures suivantes sont envisagées pour la vulgarisation de cette culture de l'oignon d'hivernage.

i) Amélioration des techniques de culture

Il existe un petit nombre de producteurs d'oignons d'hivernage éparpillés dans les zones de production grâce aux activités de commercialisation des semenciers. Toutefois, leur nombre n'est pas identifié et les techniques de culture appropriées ne sont pas encore maîtrisées. Les itinéraires techniques de production doivent être développés à travers des essais de culture et d'adaptabilité.

ii) Vulgarisation

Les informations sur les techniques de culture de l'oignon d'hivernage étant insuffisantes, les producteurs hésitent à commencer cette culture. Il faut souligner que la saison de pluie est une période importante pour la production des céréales surtout au niveau des petits producteurs. Le fait d'introduire la culture de l'oignon d'hivernage peut provoquer des conflits d'utilisation de la main d'œuvre ou de choix de cultures. Cependant, en fournissant des informations sur les techniques de culture ou la terre adaptée pour la culture de l'oignon d'hivernage, les producteurs pourront pratiquer cette culture avec les céréales. La vulgarisation de cette culture est à envisager à travers la fourniture d'informations sur les techniques de culture et des démonstrations sur la culture.

Les producteurs d'oignons d'hivernage n'ont pas de problème de commercialisation. Les commerçants souhaitent acheter les oignons d'hivernage si la qualité est la même que celle de saison sèche et si les producteurs peuvent en fournir suffisamment. Cependant, certains producteurs hésitent à introduire cette culture d'hivernage en avançant des problèmes de commercialisation étant donné que ces variétés sont différentes de celles de la saison sèche. Ils affirment également et que ces variétés n'ont pas encore donné des résultats tangibles. Par conséquent, il faudra partager les informations sur la production de l'oignon d'hivernage et sur la possibilité de commercialisation.

2) Vulgarisation de la culture avancée en saison sèche

La culture avancée de la saison sèche consiste à avancer de 1 à 2 mois la période de culture en utilisant les variétés couramment utilisées pour la culture de la saison sèche (essentiellement le Violet de Galmi). La période de culture pouvant être avancée d'environ 1 mois, il est possible de mettre l'oignon sur le marché vers la fin de la période où l'oignon est rare. Malgré quelques risques climatiques, l'introduction de cette culture est relativement facile étant donné qu'il s'agit simplement d'avancer la période de culture sans modifier les techniques de culture. Il existe des producteurs qui pratiquent déjà cette option de production de l'oignon. Cette culture devrait être vulgarisée par les producteurs avec l'encadrement des techniciens en vue de combler le déficit de la demande à un certain moment de l'année.

3) Vulgarisation de la culture de l'oignon à partir du bulbe

Cette méthode consiste à conserver les bulbes après le semis lorsqu'ils atteignent une taille d'environ 2cm pendant 2 à 3 mois. Ces petits bulbes sont replantés et cultivés jusqu'à la récolte. Les semis faits avant la saison pluvieuse et les petits bulbes sont conservés jusqu'à la fin de la saison pluvieuse. En replantant les petits bulbes, la période de récolte peut être avancée. Cette culture n'étant pas pratiquée au Burkina Faso, les informations sur la période appropriée, les techniques de culture ou les variétés adaptées ne sont pas mises en évidence. Il sera donc nécessaire d'identifier les techniques de culture en commençant par la collecte d'information et en réalisant les essais. Un temps important sera donc nécessaire pour la collecte et l'examen des informations la vulgarisation. L'adaptabilité de cette culture au Burkina Faso est aussi incertaine.

(2) Augmentation de la capacité de stockage

Les mesures nécessaires pour augmenter les capacités de stockage sont détaillées ci-dessous.

1) Augmentation du nombre d'entrepôts

L'intervention du PAFASP a permis l'introduction de nouveaux entrepôts, mais les capacités de stockage ne représentent encore que 5 000 tonnes, et restent donc insuffisantes. Les producteurs sont conscients qu'en stockant, ils tireront plus profit de leur production en vendant à une période où les prix sont élevés. Cependant, certains n'ont pas les capacités financières nécessaires pour

construire leurs propres entrepôts et la technique n'est pas suffisamment vulgarisée. Il est nécessaire que le gouvernement et les partenaires techniques et financiers continuent d'apporter leur soutien aux producteurs pour la construction d'entrepôts.

2) Vulgarisation des techniques appropriées de conservation

Une gestion appropriée du produit depuis la période de production est importante pour la conservation. Les soins particuliers pendant la période de production en arrêtant l'irrigation avant la récolte, en récoltant des bulbes bien mûrs, en faisant attention à ne pas endommager les bulbes ou en les séchant après la récolte sont nécessaires. Il est aussi important de ne pas mettre trop d'oignons sur les étagères ou d'enlever les oignons endommagés régulièrement. L'introduction d'un nouveau entrepôt réduit jusqu'à moins de 20% le taux de pertes des oignons, mais les avantages liés à ces entrepôts ne soient pas pleinement exploitées si les connaissances sur la gestion sont insuffisantes. Les pertes pendant le stockage peuvent être réduites par la vulgarisation des informations et des techniques de production auprès des producteurs.

3) Amélioration des entrepôts de stockage

Le PAFASP a soutenu l'introduction de deux types d'entrepôts : un entrepôt à étagères construit soit en briques ou en béton, et un entrepôt de type « hutte » avec une structure métallique et en paille. Dans les deux cas, ils permettent d'empêcher l'augmentation de la température en favorisant une ventilation naturelle et en bloquant les rayons du soleil. En ce qui concerne l'entrepôt à étagères, il a été signalé que quelques améliorations comme l'augmentation du nombre de bouches d'aération étaient nécessaires pour réduire les pertes de stockage. Comparativement aux méthodes de conservation traditionnelles dont le taux de pertes atteint 50%, les pertes sont suffisamment basses (moins de 20%) au niveau des entrepôt. Ce dernier permet de conserver l'oignon jusqu'à la mi-septembre.



8.3 Activité pilote sur la production de l'oignon d'hivernage

En ce qui concerne l'oignon d'hivernage, une activité pilote préalable sur la collecte des informations a été réalisée en. Sur la base des résultats de cette activité pilote préalable, une activité pilote a été mise en œuvre en 2014 afin de vérifier les hypothèses.

8.3.1 Activité pilote préalable

(1) Contexte et objectif

La majorité des oignons produits au Burkina Faso sont produits pendant la saison sèche. Les prix sur le marché sont sujets à des fluctuations saisonnières. Entre mars et avril, lorsque l'oignon de saison sèche est récolté les prix diminuent. En revanche, entre octobre et février lorsque les volumes

disponibles d'oignons de saison sèche diminuent, les prix deviennent élevés et les importations d'oignons, notamment des Pays-Bas augmentent.

Face à cette situation, les producteurs développent des initiatives en commençant la production de saison sèche vers fin août afin de pouvoir récolter et vendre leurs oignons avant la baisse des prix. Les récoltes d'oignons d'hivernage s'effectuent entre octobre et novembre, période durant laquelle les prix des oignons sont élevés. La production à grande échelle de l'oignon d'hivernage pourra se substituer aux importations. Cependant, la culture d'oignons d'hivernage a été introduite récemment et les producteurs n'ont assez de connaissance sur sa culture.

Dans cette activité pilote préalable, un test de culture de trois (03) variétés d'hivernage a été réalisé avec des producteurs ayant une expérience sur la culture en hivernage de l'oignon. Les objectifs de cette activité pilote préalable sont de récolter des informations sur les conditions actuelles de méthode de culture de l'oignon d'hivernage, sur les particularités de chaque variété d'hivernage, sur l'avis des consommateurs sur l'oignon d'hivernage et d'identifier les particularités et les problèmes de la culture en hivernage de l'oignon.

(2) Zone ciblée et personnes concernées

Sur la base l'expérience des producteurs dans la culture de l'oignon et de sa proximité de Ouagadougou, la commune de Korsimoro située de la province de Sanmatenga a été identifiée pour la culture. A l'issu des échanges avec l'Union Départementale des Groupements des Producteurs des Maraichers de Korsimoro (UDGPM-K), le village Guerba et de Koopela Banoogo ont été retenu pour l'essai de la culture de l'oignon d'hivernage.

L'essai a été réalisé avec quatre producteurs d'oignon appartenant à l'UDGPM-K ayant une expérience dans la culture de l'oignon en hivernage.

(3) Détails de l'essai et résultats

Période : Juin à décembre 2013

Variétés : 3 variétés d'hivernage (PREMA178, ALIZE, JULIO)

Semis : Les semences mises en terre à trois reprises, le 1er juillet, le 15 juillet et le 30 juillet

Parcelles d'essai : déterminées comme suit.

- Une parcelle : $5m \times 7m = 35m^2$, 3 variétés semées à 3 reprises = 9 parcelles au total pour chaque groupe de parcelles d'essai
- Un groupe de parcelles d'essai : $35m^2 \times 9$ parcelles = $315m^2$
- Nombre de parcelles d'essai: deux parcelles pour chaque site : Guerba (site 1) et Koopela Banoogo (site 2) = total 4 groupes

Calendrier de culture :

Tableau 8.3.1 Calendrier de culture dans le cadre de l'activité pilote préalable

Travaux à effectuer	juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
Préparation des pépinières	■						
Aménagement des parcelles		■					
Culture (1 ^{er} semis)		▲	▼ ■	■ ■		●	
Culture (2 ^{ème} semis)		▲	▼ ■	■ ■	■	●	
Culture (3 ^{ème} semis)		▲		▼ ■	■ ■		●

(Note) Légende du tableau : ▲ : semis, ▼ : repiquage, ■ fumure (3 fois) et ● : récolte

Les producteurs d'essai ont procédé au désherbage et à l'arrosage en jugeant la nécessité eux-mêmes.

Semis : étant donné que la pépinière est préparée au début de la saison des pluies et que les techniques de cultures ne sont pas maîtrisées, les risques sont élevés et la quantité de semences utilisées pour la pépinière était plus importante que pour les pépinières de saison sèche. Egalement, les prix des semences utilisées pour les oignons d'hivernage sont de 50 000 FCFA/kg pour PREMA178, 76 000 FCFA/kg pour ALIZE et JULIO, alors que les prix de la variété locale utilisée pour la saison sèche est de 25 000 FCFA/kg.

Pépinière : Sur le site de Koopela Banoogo, les plants de la variété JULIO issus du troisième semis, ont connu des problèmes de croissance et un nombre suffisant de plants n'a pas pu être obtenu pour le repiquage. Les formes des pépinières sur les sites de Gouerba et de Koopela Banoogo étaient différentes et il est donc possible que cela ait eu une influence sur la croissance des plants.

Sur les deux sites, la quantité de semences utilisées était importante par rapport à la superficie, ce qui a obligé les plants à croître dans une forte densité. Les plants issus de ces pépinières sont petits, ce qui peut indiquer que la densité des semis a une incidence sur la croissance des plants.

Champ : l'engrais chimique a été appliqué entre les billons.

Les oignons ont été irrigués une fois tous les 5 à 6 jours. Durant les périodes les plus chaudes, (mars/avril), il faut irriguer une fois tous les 3 à 4 jours. Entre juin et août, lorsqu'il y a des précipitations, il n'y a presque pas eu besoin d'irriguer. La culture d'hivernage s'effectue lorsque qu'il y a des précipitations, ce qui réduit le nombre de fois où l'irrigation est nécessaire. Elle réduit les coûts de production liés à la l'utilisation de la pompe.

La croissance des deux variétés PREMA178 et ALIZE a été bonne, contrairement à la variété JULIO qui a présenté de problèmes de croissance sur les deux sites.

Sur le site de Koopela Banoogo, la croissance a été mauvaise par rapport au site de Gouerba. Sur le site de Koopela Banoogo, pendant la période de production, de la mousse est apparue entre les billons, ce qui indique une mauvaise utilisation de l'irrigation. Sur le champ, il est donc possible qu'une mauvaise utilisation de l'eau affecte la croissance des plants. Cependant, la croissance des oignons de saison sèche lors de la campagne suivante a également été mauvaise sur ce champ, ce qui laisse penser que les problèmes n'étaient pas seulement du à la pluie ou à la variété, mais également à la détérioration du sol. Une cause précise n'a donc pas pu être identifiée.

(4) Résultats de la récolte

Les rendements sur les deux sites sont détaillés ci-dessous.

Tableau 8.3.2 Rendement des variétés testées par superficie de culture (35m²) sur les deux sites

Site	Variété	1 ^{er} semis Semis le 1 ^{er} juillet Repiquage le 7 août	2 ^{ème} semis Semis le 15 juillet Repiquage le 21 août	3 ^{ème} semis Semis le 30 juillet Repiquage le 5 septembre
Gouerba	PREMA178	28,5kg/35m ² (8,1t/ha)	39,0kg/35m ² (11,1t/ha)	29,5kg/35m ² (8,4t/ha)
	ALIZE	7,6kg/35m ² (2,1t/ha)	10,0kg/35m ² (2,8t/ha)	13,0kg/35m ² (3,7t/ha)
	JULIO	4,5kg/35m ² (1,2t/ha)	6,0kg/35m ² (1,7t/ha)	5,0kg/35m ² (1,4t/ha)
Koopela Banoogo	PREMA178	8,50kg/35m ² (2,4t/ha)	6,0kg/35m ² (1,7t/ha)	7,0kg/35m ² (2,0t/ha)
	ALIZE	15,8kg/35m ² (4,5t/ha)	2,5kg/35m ² (0,7t/ha)	12,0kg/35m ² (3,4t/ha)
	JULIO	3,0kg/35m ² (0,8t/ha)	1,5kg/35m ² (0,4t/ha)	2,50kg/35m ² (0,7t/ha)

*Le tableau montre les résultats (rendements) de la parcelle sur les deux pour chaque site qui a obtenu le meilleur résultat. () indique les valeurs converties en rendement par hectare.

Sur le site de Gouerba, toutes dates de semis confondues, PREMA178 a eu les meilleurs rendements, et dans l'ordre décroissant, ALIZE et JULIO. Sur le site de Koopela Banoogo, lors du premier et troisième semis, ALIZE a eu les meilleurs rendements, et dans l'ordre décroissant PREMA178 et JULIO, alors que pour le deuxième semis, PREMA178 a eu les meilleurs rendements, et dans l'ordre décroissant, ALIZE et JULIO. Cependant, il n'a pas été possible d'établir la causalité entre le jour de semis et le rendement.

Parmi les 3 variétés d'hivernage, PREMA178 et ALIZE ont eu une croissance et un rendement meilleur sur les deux sites. A Korsimoro, PREMA178 était utilisé, mais avec les résultats de ce test, il est apparu qu'ALIZE était également une variété adaptée. En revanche, sur les deux sites, pour chaque jour de semis, la croissance et le rendement de JULIO ont été mauvais.

Pour PREMA178 et ALIZE, même si certains bulbes étaient suffisamment gros, le rendement obtenu est plus faible que le rendement attendu au départ. Selon des entretiens menés auprès de producteurs ayant une expérience de production en hivernage, le rendement est en général de 7 à 8 tonnes/ha. Sur un test comparatif effectué par l'USAID, le rendement de PREMA178 était de 29 tonnes/ha. Les causes de ces écarts de rendements n'ont pas été identifiées. De la même façon, les techniques pour stabiliser la production et obtenir de bons bulbes, ainsi qu'un rendement approprié n'ont pas été identifiées ou vulgarisées. Des possibilités pour l'amélioration des rendements existent. Dans le futur, les efforts sur les techniques de culture et sur la vulgarisation doivent consentir.

(5) Résultats de la commercialisation

La commercialisation d'oignons d'hivernage se fait en novembre sur le marché local, à 750FCFA/kg. Ce prix six (06) fois est moins cher sur le marché que celui pratiqué en avril.

Actuellement, le volume de production de l'oignon d'hivernage est faible, et il est consommé en majorité aux environs des zones de production. Selon un grossiste de Ouagadougou, durant la période pendant laquelle l'oignon est rare sur le marché, il commercialise des oignons des Pays-Bas et du Maroc. Il est intéressé par l'oignon d'hivernage, mais les quantités produites sont faibles et ils ne maîtrisent pas les zones de production. Ce grossiste précise qu'il existe une demande de la part des consommateurs pour l'oignon d'hivernage, et que s'il était possible de d'avoir des quantités stables, il ne commercialiserait pas d'oignons importés.

(6) Résultats de l'enquête sur les préférences des consommateurs

Une enquête sur les préférences de couleur et de goût sur les 3 variétés d'oignon d'hivernage a été conduite sur 11 personnes. L'enquête sur le goût a concerné les oignons frais. Les préférences sont illustrées dans les graphiques ci-dessous.

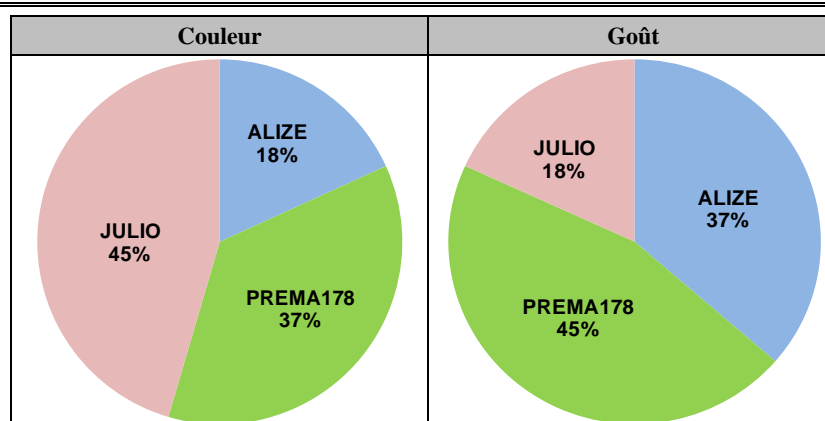


Figure 8.3.1 Résultats de l'enquête sur les goûts des consommateurs

Les trois variétés d'hivernage correspondent à la couleur violette et au goût pimenté recherché par les consommateurs burkinabè, mais les préférences sont diverses. Certaines personnes préfèrent la variété PREMA178 pour son goût, alors que de nombreuses personnes préfèrent la couleur de JULIO. Cependant, la couleur de JULIO est trop foncée pour d'autres personnes. Environ 40% des consommateurs apprécient le goût et la couleur PREMA178. Cette variété semble correspondre le mieux au goût des consommateurs burkinabè.

(7) Conclusion de l'activité pilote préalable

- Il est possible qu'une trop forte densité des semences soit la cause de la mauvaise croissance des plants.
- Il est possible que le rendement ait été bas à cause d'une mauvaise utilisation de l'eau,
- Etant donné que l'engrais chimique a été appliqué entre les billons, celui-ci a pu être déplacé par la pluie ou l'eau d'irrigation, et il est possible qu'il n'ait pas été correctement absorbé par les oignons. Cela a pu affecter le rendement.
- JULIO a un rendement plus faible que PREMA178 et ALIZE
- L'oignon d'hivernage peut être vendu plus cher que l'oignon de saison sèche
- Si la quantité d'oignons d'hivernage était plus importante et stable, les commerçants seront intéressés à assurer la commercialisation.
- PREMA178 est préféré pour sa couleur et son goût. JULIO a une couleur très foncée et diversement préféré par les consommateurs.

8.3.2 Contexte de l'activité pilote

(1) Contexte et objectif

Dans l'étude sur la chaîne de valeur de l'oignon, la vulgarisation de l'oignon d'hivernage a été proposée comme mesure pour faire face au problème de la rareté d'oignons burkinabè pendant la période une certaine période de l'année. Les récoltes d'oignon en octobre grâce à la pratique de l'oignon d'hivernage devront permettre de se substituer les oignons importés par des oignons produits localement. De plus, selon les résultats de l'activité pilote préalable, afin de vulgariser la culture de l'oignon d'hivernage, il est nécessaire d'améliorer les techniques de culture ainsi que de partager les informations sur l'oignon d'hivernage avec les producteurs et les commerçants.

C'est pourquoi le but de cette activité pilote est de répondre à aux hypothèses présentées ci-dessous, qui concernent les activités liées à la vulgarisation de l'oignon d'hivernage, d'intégrer les résultats et leçons apprises de cette activité dans le projet de promotion de l'oignon et d'améliorer la possibilité de le réaliser.

(2) Hypothèses à vérifier et mesures de promotion liées

La vulgarisation de l'oignon d'hivernage est citée en tant que mesure de promotion. Afin de vulgariser

l'oignon d'hivernage, les principales mesures sont l'amélioration des techniques de culture de l'oignon d'hivernage, le partage des informations pour améliorer le niveau de compréhension des producteurs et commerçants de l'oignon. Dans cette activité, les hypothèses suivantes concernant ces mesures seront vérifiées :

Hypothèse 1 : l'oignon d'hivernage peut être vendu pendant la période durant laquelle l'oignon est rare sur le marché. Aussi, avec l'amélioration des techniques de culture, la production est améliorée

Hypothèse 2 : Avec l'organisation de journées d'étude sur les champs des producteurs, les techniques de production seront apprises par les autres producteurs et les commerçants auront intérêt pour l'oignon d'hivernage.

(3) Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur

Afin de contribuer à l'amélioration des techniques de production de l'oignon d'hivernage et à l'augmentation de la quantité d'oignons sur le marché, cette activité pilote pourra avoir une influence sur producteurs et sur les commerçants.

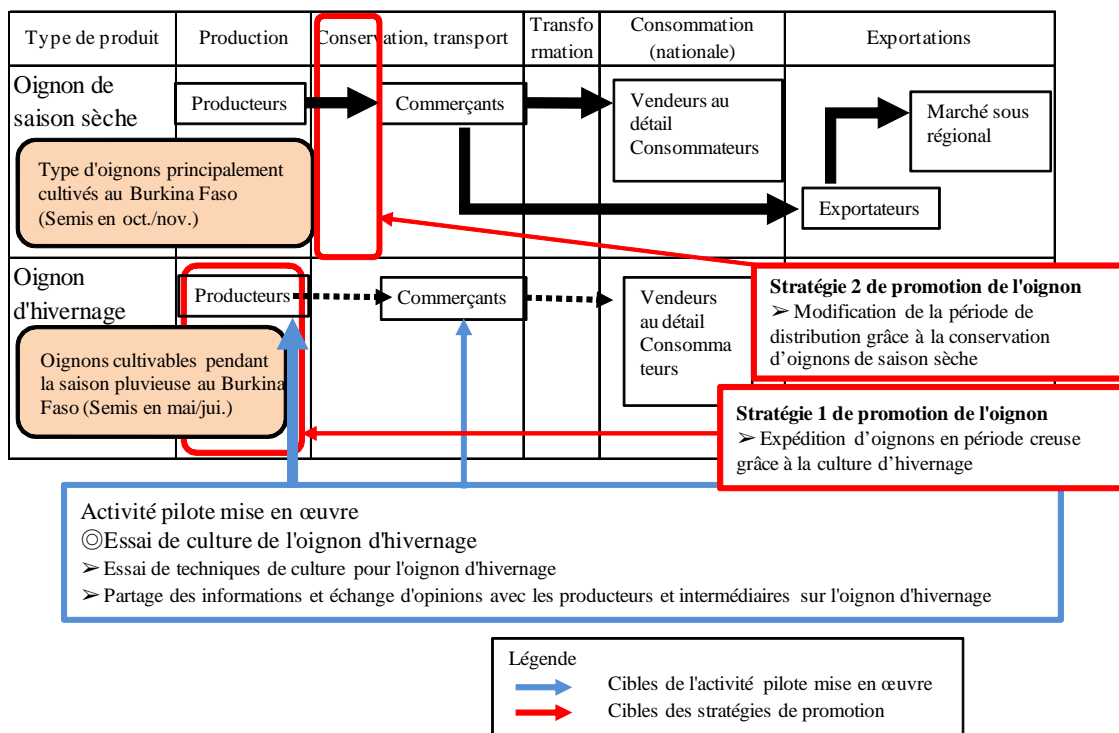


Figure 8.3.2 Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur

(4) Contenu de l'activité pilote

1) Lieu d'exécution

A proximité de Yako de la province de Passoré (région du Nord)

A proximité de Korsimoro de la province de Sanmatenga (région du Centre-Nord)

2) Personnes ciblées

Les coopératives des producteurs d'oignon des deux localités ci-dessus citée.

3) Période d'exécution

Entre mai et décembre 2014

4) Organismes de mise en œuvre

Equipe d'étude, DGPER, DRARHASA Nord (DRARHASA/N) et DRARHASA Centre-Nord (DRARHASA/CN)

5) Contenu de l'activité

i) Essai de culture de l'oignon d'hivernage et suivi

Un atelier sur la culture a été organisé avant le démarrage de l'essai afin d'expliquer les techniques de culture de l'oignon d'hivernage. Les producteurs ont cultivé des oignons au niveau de leurs parcelles sous l'encadrement technique de l'équipe d'étude conformément à l'explication préalable.

L'essai consiste à cultiver chaque variété sur chaque site sur une parcelle de 0,25ha. Deux variétés d'oignon (Prema 178 et Alizé) ont été utilisées. La méthode traditionnelle utilisée par les producteurs pour la culture d'hivernage et de saison sèche, et la méthode de test qui modifie la densité de semis lors de préparation des pépinières, la forme du billon et la méthode de fumure, ont été utilisées.

Le suivi consiste à documenter les travaux effectués par les producteurs. L'équipe d'étude et la DRARHASA vérifient au fur et à mesure les travaux.

ii) Journée d'étude

La journée d'étude sur le terrain consiste à rassembler les producteurs et collecteurs de proximité pour effectuer une visite guidée des parcelles d'essai et afin de leur montrer la croissance des oignons d'hivernage. Elle est à organiser juste avant la récolte.

iii) Suivi de la commercialisation des oignons récoltés

Les producteurs commercialisent les oignons récoltés lors de la culture d'essai et prennent des notes sur les volumes récoltés, les volumes vendus, les prix ainsi que les contacts des acheteurs. La rentabilité sera évaluée sur la base des notes prises sur la culture et sur la commercialisation.

8.3.3 Etat d'avancement de l'activité pilote et résultats

(1) Essai de culture de l'oignon d'hivernage et suivi

1) Sélection de lieux d'essai

Un site a été identifié en banlieue de Yako de la province de Passoré. Ce site est bien adaptées à la culture de l'oignon d'hivernage et a servi de vérifier le potentiel de la culture de l'oignon d'hivernage. Aussi, un site en banlieue de Korsimoro de la province de Sanmatenga a été sélectionné pour y effectuer un essai comparatif de la méthode traditionnelle de culture et d'essai pour la culture d'hivernage.

L'équipe d'étude avec l'homologue de la DGPER a expliqué aux Directions Régionales de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DRARHASA) et les Directions Provinciales de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques, de l'Assainissement et de la Sécurité Alimentaire (DPARHASA), l'objectif de cette activité pilote et a sollicité la coopération des agents de vulgarisation des deux localités concernées.

Les producteurs chargés de la gestion des opérations de culture de chaque localité (quatre à Yako et quatre à Korsimoro) ont été sélectionnés après discussion avec les coopératives.

Le tableau suivant montre les emplacements des parcelles de pépinières et les parcelles de culture des producteurs sélectionnés.

Tableau 8.3.3 Emplacements des sites de mise en œuvre du test de culture de l'oignon d'hivernage

Zone	Pépinière	Parcelle de culture
Korsimoro	Koupela	Koupela
Yako	Yagbraodo	Yagbraodo
	Gomponsom	Ouonon
	Kountampoure	Ouonon
	Kountampoure	Kountampoure, Zougougou

A Yako, les producteurs ont été sélectionnés sur plusieurs sites. En revanche, les quatre producteurs de Korsimoro ont tous cultivé les oignons d'hivernage sur le site de Koupela. Il faut noter que les producteurs de Korsimoro avaient déjà de l'expérience dans la culture de l'oignon d'hivernage, contrairement à ceux de Yako.

2) Explication préliminaire et séminaire de culture

Une séance d'explication pour présenter l'activité pilote et son objectif aux producteurs, ainsi qu'un séminaire sur les méthodes de culture d'oignon d'hivernage sur les parcelles de culture ont été organisés le 13 juin 2014 à Yako et le 14 juin 2014 à Korsimoro. En plus des producteurs en charge de la culture d'essai, les agents de vulgarisation de la DPARHASA de chaque zone et les producteurs s'intéressant à la culture d'hivernage de l'oignon ont participé au séminaire. Durant le séminaire, les activités à mettre en œuvre dans l'immédiat comme la préparation des pépinières ou le semis ont été le sujet principal des explications, mais les activités allant jusqu'à la récolte ont également été présentées. L'explication a consisté à comparer les deux méthodes, celle pratiquée habituellement par les producteurs pour la culture en saison sèche ou en hivernage et celle recommandée par l'entreprise de commercialisation des semences et adoptée pour l'activité pilote (méthode d'essai). Les participants ont particulièrement montré un intérêt sur la différence entre les deux méthodes.



Séminaire sur les méthodes de culture à Yako

Séminaire sur les méthodes de culture à Korsimoro

3) Semis et pépinières

Avec la méthode traditionnelle, les semences densément appliquées car les parcelles pour les pépinières sont trop étroites. La densité de semis est donc très élevée. Le repiquage de plants trop

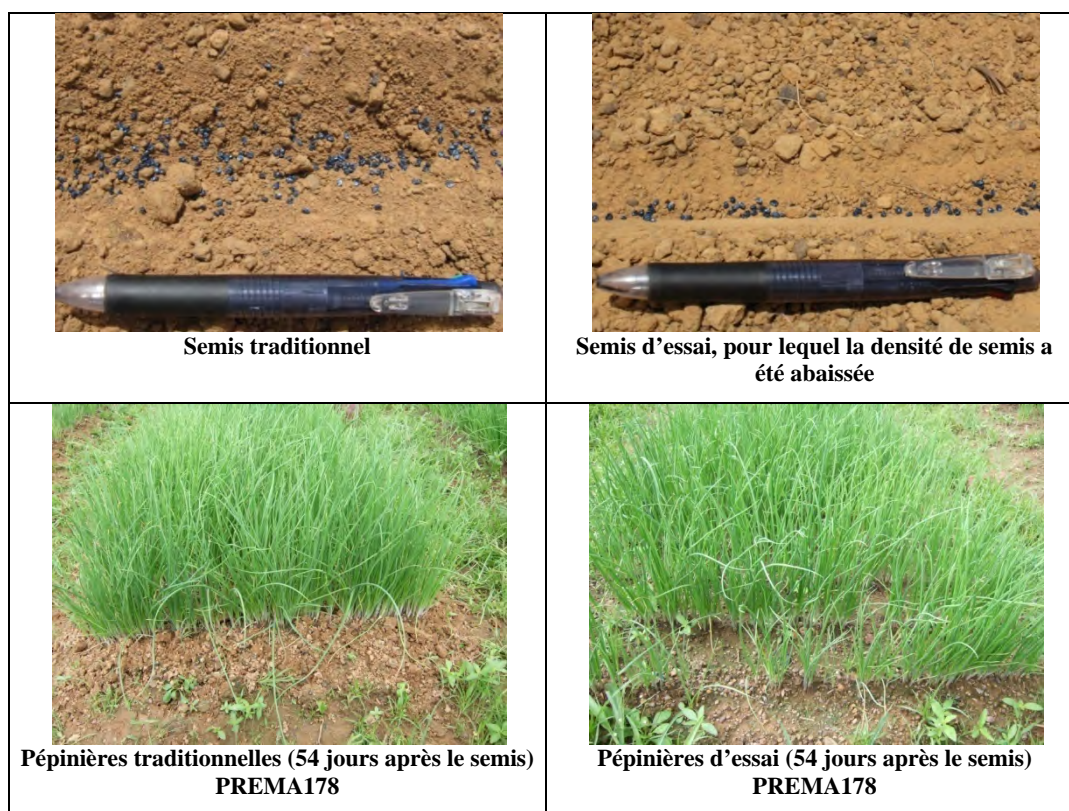
petits qui ont eu des problèmes de croissance au niveau de la pépinière, pourrait causer des problèmes de croissance après le repiquage. Pour remédier à ce problème, il a été décidé d'utiliser une densité de semis moins dense et d'allonger la période de croissance dans la pépinière pour cette activité pilote en vue d'obtenir plus de plants de qualité.

Les parcelles des pépinières ont été préparées sur chaque site d'essai et les semences pour les deux variétés (PREMA 178 et ALIZE) ont été appliquées entre mi et fin juin 2014. Les parcelles pour les pépinières ont été remblayées de 10 à 15 cm de haut et le compost (à raison d'un seau pour 2m²) a été mélangé à la terre utilisée pour la pépinière.

Le tableau suivant montre la superficie des parcelles pour les pépinières, la quantité de semences utilisées et la densité des semis. La distance entre les rangées (lignes) était de 15 à 20cm avec la méthode traditionnelle et la quantité de semences utilisée était 12,5g/m² à Yako et 26,0g/m² à Korsimoro. La distance entre les lignes et la quantité de semence adoptées pour la méthode d'essai sont respectivement de 10cm et 5,0g/m².

Tableau 8.3.4 Superficie des parcelles pour les pépinières et quantité de semis

Variété	Zone	Méthode traditionnelle			Méthode d'essai		
		Superficie de parcelle	Quantité de semis	Densité de semis	Superficie de parcelle	Quantité de semis	Densité de semis
PREMA178	Korsimoro	38,4m ²	1 000g	26,0g/m ²	128,0m ²	640g	5,0g/m ²
	Yako	160,0m ²	2 000g	12,5g/m ²	240,0m ²	1 200g	5,0g/m ²
ALIZE	Korsimoro	38,4m ²	1 000g	26,0g/m ²	128,0m ²	640g	5,0g/m ²
	Yako	160,0m ²	2 000g	12,5g/m ²	240,0m ²	1 200g	5,0g/m ²



Après le semis, de l'engrais a été appliqué et les semis ont été arrosés. Le pourcentage des bons plants remplissant les conditions suivantes a été vérifié.

- Hauteur de la feuille de 20 à 30cm

- Diamètre de 5 à 6mm
- Nombre de racines élevé

Le tableau suivant montre le pourcentage de bons plants dans les pépinières. Il faut noter que pour la méthode d'essai, la durée des plants dans les pépinières a été rallongée pour repiquer de meilleurs plants. Ainsi, le taux de bons plans, qui était de 50 à 60% pour la méthode traditionnelle, a atteint à 80 à 85% pour la méthode d'essai. Cela montre qu'une densité de semis plus basse et séjour allongé des plants au niveau des pépinières peut améliorer le pourcentage de bons plants.

Tableau 8.3.5 Pourcentages de bons plants

Variété	Zone	Méthode traditionnelle		Méthode d'essai	
		Nombre de jours après le semis	Pourcentage de bons plants	Nombre de jours après le semis	Pourcentage de bons plants
PREMA178	Korsimoro	51	54,5%	61	82,2%
	Yako	53	60,2%	64	86,0%
ALIZE	Korsimoro	51	52,0%	-	-
	Yako	53	62,5%	64	85,9%

4) Préparation des parcelles et repiquage

Avec la méthode de culture traditionnelle, les billons sont préparés et les plants d'oignons sont repiqués au bord de billon. Cependant, pendant la saison pluvieuse, le taux d'humidité dans le sol étant élevé, il est possible que cela soit l'une des causes provoquant des problèmes de croissance. C'est pourquoi pour éviter l'excès d'humidité, les billons préparés pour la culture d'essai ont été aplatis sur leur partie supérieure pour le repiquage des plants.

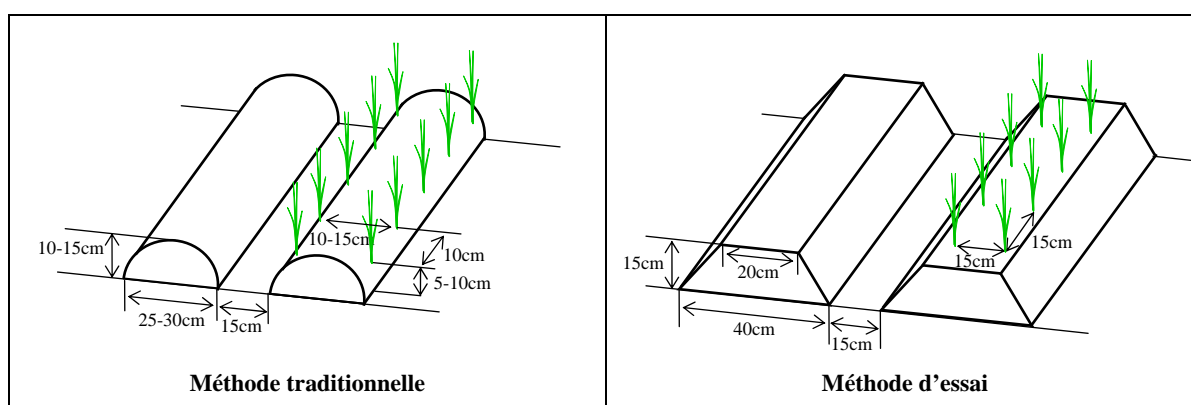


Figure 8.3.3 Changement de la forme des billons et du positionnement lors du repiquage

Les deux types de billons ont été préparés après avoir mélangé le compost dans le sol des parcelles concernées. La même dose de compost a été utilisée pour les deux méthodes de culture. Les pépinières ont été repiquées 48 à 49 jours après le semis (vers début à mi-août) pour la méthode traditionnelle (début à mi-août) et 55 à 72 jours après le semis (vers mi à fin août) pour la méthode d'essai.

La superficie des parcelles de culture dans chaque zone est comme suit.

Tableau 8.3.6 Superficies des parcelles de culture de l'oignon d'hivernage

[Unité : m²]

Variété	Zone	Méthode traditionnelle	Méthode d'essai
PREMA178	Korsimoro	2 604	1 351
	Yako	4 412	3 804
	Total	7 016	5 155
ALIZE	Korsimoro	2 653	1 351
	Yako	3 273	3 164
	Total	5 926	4 515

Note : la diguette entre les parcelles n'est pas prise en compte.

5) Engrais

i) Volumes d'engrais utilisés

Les volumes d'engrais appliqués sont les mêmes pour chaque méthode de culture. Le type d'engrais, la période d'application et le volume appliqué sont présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 8.3.7 Application de l'engrais sur les parcelles

Zone	Fréquence	Méthode traditionnelle			Méthode d'essai		
		Période (nombre de jours après le semis)	Type d'engrais utilisé	Dose d'engrais (kg/ha)	Période (nombre de jours après le semis)	Type d'engrais utilisé	Dose d'engrais (kg/ha)
Korsimoro	1 ^{ère} fois	Fin août (environ 10 jours)	DAP	200	Fin août (environ 10 jours)	DAP	200
	2 ^{ème} fois	Début septembre (environ 30 jours)	NPK 14-23-14	200	Début septembre (environ 26 jours)	NPK 14-23-14	200
	3 ^{ème} fois	Fin septembre (environ 50 jours)	NPK 14-23-14	200	Fin septembre (environ 50 jours)	NPK 14-23-14	200
	4 ^{ème} fois	Mi-octobre (environ 60 jours)	Urée	50	Mi-octobre (environ 60 jours)	Urée	50
Yako	1 ^{ère} fois	Fin août (environ 10 jours)	DAP	200	Début septembre (environ 10 jours)	DAP	200
	2 ^{ème} fois	Début septembre (environ 26 jours)	NPK 14-23-14	200	Fin septembre (environ 30 jours)	NPK 14-23-14	200
	3 ^{ème} fois	Début octobre (environ 50 jours)	NPK 14-23-14	200	Mi-octobre (environ 50 jours)	NPK 14-23-14	200
	4 ^{ème} fois	Mi-octobre (environ 60 jours)	Urée	50	Fin-octobre (environ 60 jours)	Urée	50

ii) Méthode d'application

Pour la méthode traditionnelle, l'engrais est appliqué en le disséminant entre les billons ou en le disséminant entre les billons puis en mélangeant. Pour la méthode d'essai, l'engrais est appliqué au centre du billon et recouvert par la terre.

Dans le cas de la méthode traditionnelle, les courants d'eau de pluie ou d'irrigation entraînent l'engrais en dehors de la parcelle, et il est donc très probable que cela réduise donc l'effet de l'engrais. Certains producteurs ont également mis en place de la terre entre les billons pour retenir l'eau, au cas où il pleuve juste après l'application de l'engrais. Dans ce cas, il est possible que l'oignon soit affecté par l'humidité. Pour la méthode d'essai, l'engrais chimique a été appliqué au centre des billons puis recouvert de terre. Ce qui a permis d'éviter les pertes d'engrais dues aux

précipitations et à l'irrigation.

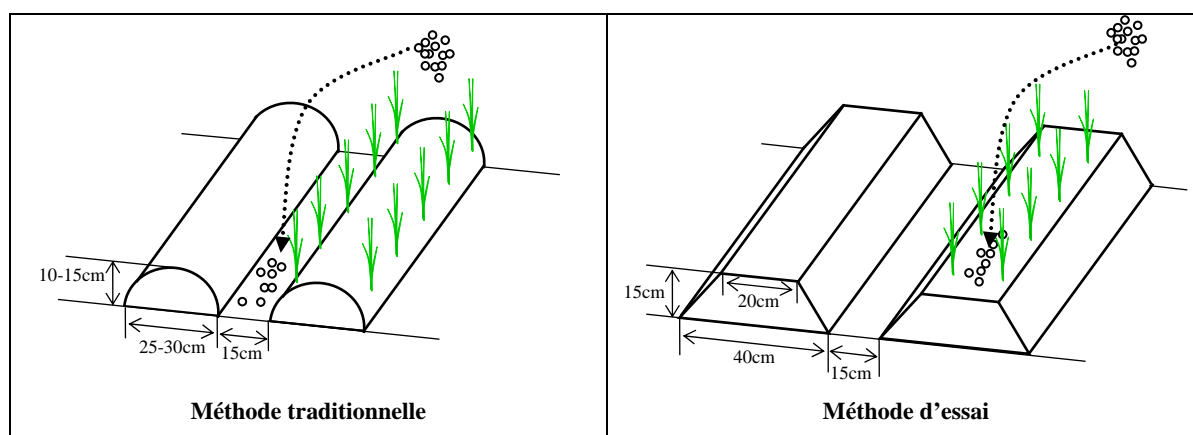


Figure 8.3.4 Différences de méthode d'application de l'engrais

6) Récolte

i) Période de récolte

A Korsimoro, les oignons ont été récoltés entre début et mi-novembre, à Yako la récolte a été effectuée fin novembre. Dans cette activité pilote, la récolte a pu être effectuée en novembre avec un semis réalisé en œuvre mi-juin. En semant en mai, il est envisageable de pouvoir récolter entre fin-septembre et octobre.

Des deux variétés, ALIZE a été récoltée légèrement plus tôt.

ii) Rendements

Le tableau ci-dessous présente les rendements par variété et méthode de culture. Des différences de rendements ont été constatées selon les zones et les parcelles.

A Korsimoro, les rendements des deux variétés pour la méthode d'essai ont été meilleurs que pour la méthode traditionnelle. A Korsimoro, l'activité a été mise en œuvre sur un seul site, et le sol de ce site est composé d'un important pourcentage d'argile. La croissance a du être meilleure pour la méthode d'essai grâce à l'amélioration de la capacité d'évacuation de l'eau. De plus, avec le changement de méthode d'application de l'engrais son effet a probablement augmenté. Enfin, pour la méthode d'essai, le diamètre des bulbes était relativement uniforme, ce qui peut être une des causes de l'augmentation du rendement.

A Yako, les deux variétés testées ont eu de meilleurs rendements avec la méthode traditionnelle. A Yako, l'activité a été mise en œuvre sur 4 champs, mais sur des sols à faible teneur en argile, où l'évacuation et les rendements ont été faibles. En utilisant la méthode d'essai sur des sols où l'évacuation d'eau est déjà bonne, le sol se dessèche et peut entraver la croissance. Les rendements de la méthode d'essai ont été particulièrement bas sur les sols sablonneux ou caillouteux. Il est donc possible que le dessèchement et l'écoulement de l'engrais en dehors des parcelles agissent négativement sur les rendements. De plus, l'espace entre les plants et les billons adoptés pour la méthode d'essai est plus large que pour la méthode traditionnelle. Il y a donc moins de plants pour la même superficie. Cela peut également être une cause du plus faible rendement pour la méthode d'essai.

Sur un des sites de Yako, un rendement de 12 tonnes par hectare a été obtenu (méthode traditionnelle, ALIZE). Il est donc possible d'obtenir un rendement de plus de 10 tonnes par hectare avec l'oignon d'hivernage. Cependant, le rendement de la variété de saison sèche Violet de Galmi est de 20 tonnes par hectare. La cause probable de la différence de rendement semble la

différence de taille des bulbes.

Tableau 8.3.8 Rendements obtenus lors de l'essai

Variété	Zone	Méthode traditionnelle				Méthode d'essai			
		Période (nombre de jours après repiquage)	Poids récolté (kg)	Surface (m ²)	Rendement (t/ha)	Période (nombre de jours après repiquage)	Poids récolté (kg)	Surface (m ²)	Rendement (t/ha)
PREMA178	Korsimoro	Début novembre (Environ 95 jours)	891	2 604	3,42	Mi-novembre (Environ 90 jours)	607	1 351	4,49
	Yako	Fin novembre (Environ 100 jours)	3 101	4 412	7,03	Fin novembre (Environ 90 jours)	1 894	3 804	4,98
ALIZE	Korsimoro	Début novembre (Environ 95 jours)	1 055	2 653	3,98	Mi-novembre (Environ 90 jours)	589	1 351	4,36
	Yako	Fin novembre (Environ 100 jours)	3 086	3 273	9,43	Fin novembre (Environ 90 jours)	1 166	3 164	3,69

iii) Taille du bulbe

Le diamètre des bulbes a été mesuré sur un échantillon des oignons récoltés à Korsimoro. Les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous. Pour la méthode traditionnelle, la majorité des bulbes pour les deux variétés se situe entre 3 et 5,5cm de diamètre, mais il y a également eu des bulbes de moins de 3cm de diamètre. Pour la méthode d'essai, de bulbes de moins de 3cm n'ont pas été observés et il y a une quantité importante d'oignon de bulbes de plus de 5,5cm de diamètre. On peut conclure dire qu'avec la méthode d'essai, les bulbes sont plus gros. De même, la taille des bulbes est plus homogène avec la méthode d'essai.

Selon les commerçants, pendant la période où les oignons sont rares sur le marché des oignons de 3cm et de petite taille, peuvent être commercialisés. Des bulbes atteignant 5 à 6cm sont également demandés. Les deux variétés peuvent donc être commercialisées pendant cette période pour la méthode d'essai.

Tableau 8.3.9 Taille des bulbes récoltés à Korsimoro

Variété	Méthode traditionnelle				Méthode d'essai			
	Moins de 3cm	Entre 3 et 5,5cm	Plus de 5,5cm	Ecart-type	Moins de 3cm	Entre 3 et 5,5cm	Plus de 5,5cm	Ecart-type
PREMA178	30%	60%	10%	1,17	0%	45%	55%	1,03
ALIZE	10%	80%	10%	1,07	0%	80%	20%	1,03

7) Résultats du test de culture

- Il est possible de cultiver l'oignon d'hivernage à Yako aussi et d'obtenir un rendement de plus de 10 tonnes par hectare.
- En réduisant la densité de semis, la croissance des plants est améliorée et le nombre de bons plants augmente.
- Pendant le test de culture, le semis a été effectué mi-juin et les oignons récoltés de mi à fin novembre. Si le semis est effectué en mai, il devrait être possible de récolter de fin septembre à octobre. Cependant, les hautes températures en avril risqueraient de gêner la germination.
- Avec l'amélioration des techniques de culture, les bulbes sont plus gros, leur taille est plus

homogène et les rendements augmentent.

- Il n'a pas de problème particulier avec le changement de forme du billon et de la méthode d'application de l'engrais, qui peuvent être adoptés par les producteurs.
- Avec la méthode d'essai, l'espace entre les plants a été fixé à 15cm, mais en la fixant à 10cm comme pour la méthode traditionnelle, il est possible d'augmenter le nombre de plants pour la même surface et d'améliorer les rendements.
- Sur les sols sablonneux et caillouteux, la croissance des plants en utilisant la méthode d'essai est mauvaise.
- Il est nécessaire d'ajuster la hauteur du billon selon le type de sol. Durant cet essai, les billons étaient de 20cm, mais pour les sols sur lesquels l'évacuation de l'eau est bonne, il est probable qu'il soit mieux d'abaisser la hauteur du billon. Il est cependant nécessaire d'éviter la culture sur des sols sablonneux.
- Comparativement à la saison sèche, les bulbes sont petits, les rendements sont bas et instables. Il est nécessaire de continuer les essais de culture avec pour objectif d'améliorer les techniques de production pour obtenir de hauts rendements stables.

(2) Journée d'étude

Dans les deux zones où l'essai de culture a été réalisé, une journée d'étude sur le terrain a été initiée pour faire connaître l'oignon d'hivernage aux producteurs d'oignons et aux commerçants des environs.

1) Korsimoro

Le 23 octobre, une journée d'étude regroupant environ 60 personnes provenant de la DGPER et de la DGPV a été organisée. Le responsable de la vulgarisation à la DRARHASA/CN, de la DPARHASA, les producteurs d'oignons des environs et des commerçants ont également participé à cette journée.

En plus des parcelles de culture traditionnelle et d'essai, des parcelles dans lesquelles 3 variétés ont été cultivées par les producteurs en dehors de l'activité pilote ont été observées par les participants. Des questions relatives aux méthodes de culture, aux variétés ont été posées par les producteurs et les participants ont exprimé leur intérêt pour l'oignon d'hivernage.

Les producteurs d'oignons des environs ont une expérience de culture de l'oignon d'hivernage, mais ils ne maîtrisaient pas les techniques de production. A partir des résultats de cet essai de culture, ils ont pu apprendre les méthodes utilisées pour la pépinière, pour l'engrais et de nombreux producteurs souhaitent les mettre en pratique l'année prochaine sur leurs champs.

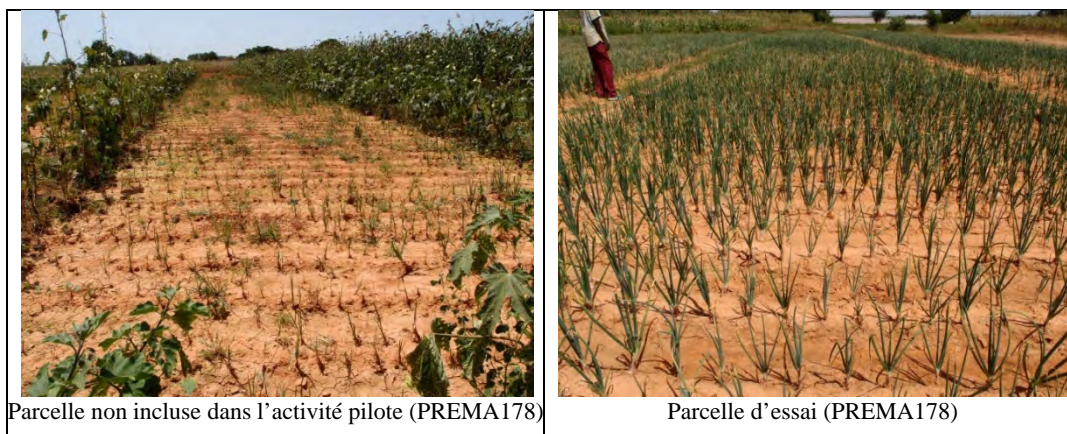
Presque tous les producteurs pensent que les techniques de culture proposées sont simples et qu'ils peuvent les utiliser par eux-mêmes. Les producteurs qui avaient une expérience de production de l'oignon d'hivernage ont dit qu'ils espéraient pouvoir augmenter les rendements en introduisant ces nouvelles techniques. Ils ont également ou élargir les superficies affectées à la culture d'oignon d'hivernage. De même, des producteurs ayant commencé le semis pour les pépinières de saison sèche ont dit utiliser la technique d'essai et donc réduire le volume de semences lors du semis.

Selon les femmes commercialisant l'oignon, elles ont déjà des débouchés vers la Côte d'Ivoire, et si la quantité d'oignons d'hivernage augmentait. Elles pensent qu'il serait éventuellement possible de vendre l'oignon d'hivernage au même prix que l'oignon mis sur le marché actuellement.

Selon le participant de la DGPV, il est probable qu'avec la méthode utilisée un rendement suffisant soit atteint, et que la commercialisation de l'oignon d'hivernage à des prix élevés serait une source de revenus importante pour les producteurs. Il a également dit qu'il était possible la DGPV formule un programme sur la vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage.

Un journaliste d'un journal local, Sidwaya, a également couvert la journée d'étude à Korsimoro.

La culture d'oignon d'hivernage doit être coordonnée avec celle des céréales et nécessite parfois l'utilisation d'infrastructures d'irrigation. Les surfaces de culture devraient principalement pouvoir être augmentées dans les zones de production de l'oignon de saison sèche. Des personnes ont également dit vouloir réduire les surfaces de production des céréales pour produire l'oignon d'hivernage, ce qui montre que l'intérêt pour une production d'oignon d'hivernage à haut rendement est important.



2) Yako

Le 13 novembre, une journée d'étude regroupant 40 personnes environ composés d'agent de DRARHASA /N, de la DPARHASA, des producteurs d'oignons des environs et des commerçants a été organisée. Les participants ont pu observer les parcelles de culture traditionnelles et les parcelles d'essai et les producteurs ont expliqué les méthodes de culture traditionnelle et d'essai.

A Yako, l'essai de culture a été mis en œuvre sur 3 des 4 sites ciblés, et cela a été la première fois sur tous les sites que l'oignon d'hivernage a été cultivé. Le sol n'était pas le même sur tous les sites, et la croissance des plants a donc été différente également. Il est donc apparu que les techniques d'essai ne convenaient pas à tous les types de sol. Cependant, les producteurs ont une longue expérience en termes de production d'oignon de saison sèche. Ils ont pris conscience avec cet essai de culture qu'il était nécessaire d'adapter les méthodes de culture au type de sol. Ils ont donné leur avis sur la manière d'adapter les techniques selon le sol.

Bien qu'il soit nécessaire d'adapter les techniques de culture au type de sol, les techniques ne sont pas très compliquées pour des producteurs habitués à la production d'oignon. Ils seront étaient capables d'adapter ces techniques eux-mêmes.

Sur la base de cet essai de culture, il a été confirmé qu'il était possible de cultiver l'oignon d'hivernage à Yako, que les méthodes de culture devaient être adaptées au type de sol. Ces résultats et leçons apprises au cours de cet essai de culture devraient largement contribuer à la vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage.

Selon les commerçants, l'oignon d'hivernage peut être facilement exporté si le volume produit est suffisant, étant donné que les débouchés vers la Côte d'Ivoire et le Ghana existent.

Les producteurs en charge de l'essai de culture ne connaissaient pas les variétés et les méthodes de production de l'oignon d'hivernage avant cette activité pilote, mais à travers sa mise en œuvre, ils pensent avoir obtenu suffisamment d'informations pour poursuivre sa culture sans appui. Ils pensent qu'en continuant la culture, leur niveau technique devrait également s'améliorer dans le futur. Ils souhaitent continuer la culture d'oignon d'hivernage les années à venir. De plus, les producteurs qui

ont participé à la journée d'étude ont porté un grand intérêt à la culture de l'oignon d'hivernage. Les producteurs qui ont participé à l'activité devraient cette fois avoir le rôle d'encadreurs et il est probable que la culture de l'oignon d'hivernage soit vulgarisée auprès des producteurs des environs.



3) Résultats des journées d'étude

- La culture d'hivernage a été présentée aux producteurs des environs et aux commerçants à travers la journée d'étude et a suscité l'intérêt des acteurs.
- Il est possible d'utiliser l'essai de culture et les journées d'étude comme une activité de vulgarisation.
- L'intérêt des producteurs, incluant les producteurs des environs, pour l'oignon d'hivernage, est important et ceux-ci ont une attitude positive vis-à-vis de son introduction ou de sa poursuite. Les producteurs sont donc prêts à cultiver l'oignon d'hivernage.
- Les producteurs portent un grand intérêt aux nouvelles techniques et sont favorables à leur adoption.
- Etant donné que les profits attendus sont importants, les producteurs sont prêts à utiliser une partie de la main d'œuvre et des terres utilisées pour la culture de céréales pour la culture de l'oignon d'hivernage.
- Les producteurs en charge de l'essai de culture ont obtenu suffisamment d'informations lors de cet essai pour poursuivre la culture d'hivernage dans le futur.
- Les commerçants, en utilisant les débouchés existants, peuvent exporter l'oignon d'hivernage.
- Les conditions de culture doivent être adaptées et améliorées selon le type de sol. Les producteurs pourront mettre à profit leur expérience et les leçons apprises pendant l'essai de culture et améliorer ces techniques.
- La nouvelle méthode pour la pépinière peut également être utilisée pour la culture de saison sèche.

(3) Suivi de la commercialisation des produits récoltés

1) Korsimoro

Les oignons d'hivernage récoltés ont été vendus par les producteurs eux même. Les producteurs ont négocié avec les collecteurs le jour de collecte et le prix avant la récolte. Les oignons ont été vendus à deux collecteurs locaux le jour même de la récolte ou le jour suivant. Le collecteur est venu sur le champ et a récupéré les oignons récoltés. Les oignons ont ensuite été transportés à Ouagadougou et vendus, mais une partie a également été exportée en Côte d'Ivoire. Après la récolte, il n'y a pas eu de problème pour la commercialisation.

Les producteurs ont vendu le sac de 50kg entre 20 000 et 21 500FCFA. PREMA178 et ALIZE ont été vendues au même prix, quelle que soit la méthode de production. Un des collecteurs a acheté entre 150 et 660kg par jour. Il y a eu également un jour où un seul producteur a seulement vendu

150kg.

Dans le cas de l'oignon de saison sèche, les collecteurs font le tour des zones de production pour acheter l'oignon. Cependant, pour l'oignon d'hivernage, les producteurs contactent directement les collecteurs locaux pour la vente de leurs produits. Il faudrait donc que les producteurs établissent des contacts avec collecteurs, mais étant donné que la plupart sont les mêmes qui achètent l'oignon de saison sèche, les producteurs ont déjà un réseau. Les collecteurs qui s'occupent de l'oignon de saison sèche commercialisent donc également l'oignon d'hivernage.

Tableau 8.3.10 Résultats de la commercialisation à Korsimoro

Commerçant	Date	Nombre de producteurs	Quantité totale vendue (sacs de 50kg)	Quantité (kg)	Prix de vente	Revenu total (FCFA)
Collecteur local A	09/11	1	5,5	275	21 500 FCFA/sac 10 000 FCFA/demi sac	117 500
	11/11	4	9,5	475	20 000 FCFA/sac 10 000 FCFA/demi sac	190 000
Collecteur local B	09/11	2	3,5	175	21 500 FCFA/sac	74 500
	11/11	1	3,0	150	21 500 FCFA/sac	64 500
	12/11	5	13,25	663	20 000 FCFA/sac 1 0000 FCFA/demi sac 8 000 FCFA/0.25sac	268 000
	14/11	3	15,0	750	21 500 FCFA/sac 20 000 FCFA/sac	307 500

2) Yako

A Yako, les producteurs qui s'occupaient de la culture ont eux-mêmes commercialisé leurs oignons. Grâce à la période favorable du début décembre, ils ont pu vendre vite après la récolte fin novembre.

Le prix de vente est estimé par sac. Un sac pesait environ 45kg et coûtait environ 15 000 à 20 000 FCFA à Yako. Le prix unitaire au kilogramme est ainsi d'environ 330 à 440 FCFA, ce qui est 2,5 à 3 fois supérieur aux prix pratiqués en saison sèche, qui se situent entre 120 à 150 FCFA/kg. Il est à souligner qu'il n'y a pas eu de différence de prix en fonction de variété ou de mode de culture.

Tableau 8.3.11 Résultat de commercialisation à Yako

Date de commercialisation	Nombre de producteur vendu	Nombre total de sacs vendus (sac de 45 kg)	Volume vendu (kg)	Prix unitaire	Montant de commercialisation (FCFA)
29 novembre	1	74	3 330	20 000FCFA/sac	1 480 000
1er décembre	1	32	1 440	20 000FCFA/sac	640 000
5 décembre	2	53	2 385	20 000FCFA/sac	1 060 000
7 décembre	1	30	1 350	19 000FCFA/sac	570 000
12 décembre	1	13	585	15 000FCFA/sac	195 000

(4) Profitabilité de la culture d'oignon d'hivernage

Le profit par hectare de la culture de l'oignon d'hivernage a été calculé sur la base du résultat de l'activité pilote dont le tableau suivant montre le résultat de calcul. Les prix de vente étant les mêmes pour tous types de variétés et mode de culture, les bénéfices dépendent en grande partie de la quantité récoltée. Ainsi, la méthode traditionnelle de Yako a apporté plus de bénéfices grâce à un rendement plus élevé. Les montants de dépense au niveau des différents sites variaient selon le type d'intrant utilisé. Surtout, les montants de dépense étaient différents en fonction des engrais ou du carburant pour

la pompe. Dans tous les cas, les montants de dépense étaient d'environ 1 million à 1,6 millions de FCFA par hectare. La part occupée par les semences, l'engrais et le carburant dans les dépenses était importante.

Malgré quelques différences sur les bénéfiques, les producteurs ont pu obtenir les bénéfiques dans tous les sites sans distinction de variété et de mode de culture. La rentabilité la plus faible était d'environ 240 000 FCFA par hectare (ALIZE de la méthode d'essai de Yako) et celle la plus élevée à Yako avec la méthode traditionnelle (variété ALIZE) de 2,5 millions de FCFA par hectare. On peut ainsi dire que la culture de l'oignon d'hivernage apporte des bénéfices malgré un rendement plus faible que la culture en saison sèche.

Tableau 8.3.12 Résultat de calcul de bénéfice par hectare de la culture d'oignon d'hivernage

Variété	Points		Méthode traditionnelle		Méthode d'essai	
			Korsimoro	Yako	Korsimoro	Yako
PREMA178	Bénéfice	Récolte (tonne)	3,42	7,03	4,49	4,98
		Prix de vente (FCFA/kg)	410	436	410	433
		Bénéfice (FCFA)	1 402 200	3 065 080	1 840 900	2 156 340
	Dépense	Pépinière	295 023	433 130	560 984	386 712
		Parcelle de culture	617 304	951 954	617 304	930 894
		Dépense totale (FCFA)	912 327	1 385 084	1 178 288	1 317 606
	Profit (FCFA)		489 873	1 679 996	662 612	838 734
ALIZE	Bénéfice	Récolte (tonne)	3,98	9,43	4,36	3,69
		Prix de vente (FCFA/kg)	410	436	410	433
		Bénéfice (FCFA)	1 631 800	4 111 480	1 787 600	1 597 770
	Dépense	Pépinière	316 723	663 579	564 037	429 159
		Parcelle de culture	617 304	951 954	617 304	930 894
		Dépense totale (FCFA)	934 027	1 615 533	1 181 341	1 360 053
	Profit (FCFA)			2 495 947	606 259	237 717

8.3.4 Leçons apprises et problèmes à résoudre

(1) Les vulgarisateurs et les producteurs n'ont pas assez d'informations sur les méthodes de culture de l'oignon d'hivernage

Actuellement dans les zones où l'oignon d'hivernage n'est pas produit, les producteurs n'ont pas d'informations sur les techniques de production. Les producteurs ne connaissent donc pas l'oignon d'hivernage. De même, les vulgarisateurs n'ont pas d'itinéraire technique ou d'informations sur les techniques de culture à leur disposition, ce qui constitue un frein à la vulgarisation et à la culture de l'oignon d'hivernage.

(2) La culture de l'oignon d'hivernage est acceptée par les producteurs

Les producteurs en charge de l'essai de culture et les producteurs qui ont participé aux journées d'étude sont intéressés par la culture de l'oignon d'hivernage. Il semble donc que les producteurs sont prêts à accepter la culture d'oignon d'hivernage. Bien que la période de culture coïncide avec celle des céréales, les producteurs sont prêts à utiliser une partie de la main d'œuvre et des terres utilisées pour la culture de céréales pour la culture de l'oignon d'hivernage.

(3) La productivité sera améliorée grâce à l'amélioration des techniques de culture

Les changements sur la méthode de semis pour la pépinière, sur la forme des billons, sur l'application des engrais apportés au cours de cette activité pilote ont entraîné une augmentation de la production

des oignons d'hivernage. La méthode traditionnelle peut donc encore être améliorée.

(4) Il est nécessaire de réfléchir à la méthode de culture et de continuer à les améliorer

Lors du test de culture mis en œuvre dans cette activité pilote, résultats relativement bons ont été obtenus, mais il y a des écarts importants entre les différents sites. Cela peut avoir été causé la différence des sols ou par les différences de climats entre les zones de production. A l'avenir, il sera nécessaire de continuer à considérer les conditions et méthodes de cultures adaptées à la culture de l'oignon d'hivernage, de clarifier les conditions nécessaires à une production stable, et d'améliorer la culture de l'oignon d'hivernage.

(5) Le réseau commercial utilisé pour l'oignon de saison sèche peut être utilisé pour l'oignon d'hivernage

Les zones où l'oignon d'hivernage pourrait être introduit sont des zones de production de l'oignon de saison sèche. Dans ces zones, les producteurs et commerçants forment déjà un réseau et l'oignon de saison sèche est distribué à partir de ce réseau. L'oignon d'hivernage est produit lorsque la quantité d'oignons de saison sèche distribués est faible, ce qui rend possible l'utilisation du réseau de distribution de l'oignon de saison sèche pour la distribution de l'oignon d'hivernage.

(6) Il est possible d'accroître l'intérêt des producteurs et commerçants lors des journées d'étude, et de les utiliser comme vecteur de vulgarisation

Des journées d'étude regroupant les producteurs d'oignons des environs et des commerçants ont été organisées pour promouvoir la culture de l'oignon d'hivernage sur les champs d'essai. Les producteurs ont montré un grand intérêt et sont prêts à introduire cette culture. Les commerçants également ont conscience qu'ils pourraient commercialiser l'oignon d'hivernage. L'organisation des journées d'étude, permet de vulgariser l'oignon d'hivernage au niveau des producteurs et des commerçants.

(7) Les producteurs peuvent également trouver de nouvelles techniques, les améliorer et les mettre en pratique

Lors de la mise en œuvre de l'essai de culture de l'activité pilote, les producteurs ont proposé des idées pour améliorer les techniques de culture sur la base de leur expérience acquise de la production d'oignon en saison sèche. Comme les producteurs connaissent les conditions climatiques et culturelles de la zone leurs contributions pourraient également améliorer les techniques de production.

(8) Il est possible de mettre à profit les conseils techniques des entreprises de semences

Les entreprises de commercialisation des semences d'oignon d'hivernage possèdent des informations sur les techniques de culture. Lors du séminaire sur la culture réalisé dans le cadre de cette activité pilote, l'instructeur qui a expliqué les méthodes de culture était un représentant d'une entreprise de semences. En cultivant l'oignon suivant ses conseils sur les itinéraires techniques de producteurs, les producteurs ont obtenu de résultats relativement bons. Il est donc possible de mettre à profit les conseils techniques de ces entreprises pour la vulgarisation.

8.3.5 Feedback pour le projet de promotion

Les leçons apprises de l'activité pilote, l'avis des participants sera utilisé dans la rédaction du projet de promotion, et les activités nécessaires intégrées dans le plan. De plus, des informations seront collectées autant que possible auprès de producteurs cultivant l'oignon d'hivernage en dehors de l'activité pilote, et utilisées dans le projet de promotion.

(1) Utilisation de la culture de l'oignon d'hivernage en tant que mesure pour augmenter la quantité d'oignons disponibles pendant la période creuse

En dehors des sites pour les activités pilotes, il y a également des producteurs cultivant l'oignon d'hivernage dans les provinces de Sanmatenga et de Sanguié qui ont appris les méthodes de culture il y a quelques années avec les entreprises de semence. Dans ces deux zones, la méthode de production est différente, mais les bénéfices sont importants pour chacune d'elle. Les producteurs continuent donc à cultiver l'oignon d'hivernage. Lors des journées d'étude mises organisées dans le cadre de l'activité pilote, de nombreux producteurs ont exprimé leur intérêt pour l'oignon d'hivernage et leur envie de commencer sa culture. L'oignon d'hivernage est donc bien accepté par les producteurs et peut être utilisé comme mesure de promotion en vue de l'augmentation des volumes d'oignon disponibles pendant la période creuse.

(2) Poursuite des essais de culture et conception d'un itinéraire technique pour améliorer les techniques de culture

Selon les résultats de cet essai de culture, en améliorant les techniques de culture de l'oignon d'hivernage la production augmente. Concrètement, il s'agit de changer la méthode de semis, la forme du billon et la méthode d'application de l'engrais. De plus, selon les types de sols, il y a des différences de croissance. Il apparaît donc nécessaire de modifier les techniques de culture en fonction de l'environnement. Afin que l'oignon d'hivernage puisse être produit de façon stable, il est donc nécessaire de continuer les essais. Ces essais et recherches devraient être poursuivis par des structures de recherche et ces activités seront incluses dans le projet de promotion. De plus, un itinéraire technique est utile pour vulgariser la culture. L'itinéraire technique pour la saison sèche a été élaboré par une structure de recherche, et l'élaboration d'un itinéraire technique pour l'oignon d'hivernage par une structure de recherche sera donc incluse dans le projet de promotion.

(3) Culture de démonstration et amélioration/adaptation des techniques de production par les producteurs

Les producteurs qui ont mis en œuvre l'essai de culture dans le cadre de cette activité pilote avaient déjà de l'expérience dans la culture de l'oignon de saison sèche, et ont donc des idées sur comment il faut changer les méthodes de culture dans le futur (adapter la taille du billon, sélection d'un sol adapté, etc.). Il est donc également pertinent d'appuyer une activité permettant de prendre en compte l'avis des producteurs pour trouver une méthode de culture adaptée à chaque zone, en même temps que les cultures de démonstration sont mises en œuvre. Cette activité est importante pour la vulgarisation des techniques et l'amélioration de celles-ci et sera intégrée dans le projet de promotion.

(4) Partage d'informations concernant l'oignon d'hivernage aux commerçants

A l'heure actuelle, il n'y a pas de problème particulier constaté au niveau de la commercialisation par les producteurs ou les commerçants. L'oignon d'hivernage est récolté entre fin septembre et novembre, au moment où les oignons de saison sèche conservés sont rares. Les oignons concernés présentent souvent une mauvaise qualité et leur diamètre et sont de petite taille (entre 4 et 5cm de diamètre). C'est pourquoi, selon les commerçants, si les oignons d'hivernage qui sont plus frais que les oignons conservés, et dont les diamètres atteignent de 5 à 6cm a une demande suffisamment importante. D'un autre côté, il est nécessaire d'informer les commerçants sur la production d'oignon d'hivernage. Le réseau de commercialisation pour l'oignon de saison sèche, entre les producteurs et les commerçants (collecteurs locaux) est déjà en place, et il serait pertinent d'utiliser ce réseau pour la commercialisation d'oignon d'hivernage également. C'est pourquoi les journées d'étude sur le terrain, mises en œuvre dans ce projet pilote seront incluses dans le projet de promotion. En invitant les commerçants à ces journées, ils peuvent observer la production, obtenir des informations sur le produit (qualité, etc.), ce qui accroîtrait leur intérêt.

8.4 Projet de promotion de l'oignon

8.4.1 Cadre du projet de promotion de l'oignon

(1) Principes d'élaboration

L'oignon a été sélectionné dans le cadre de ce projet en tant que produit agricole potentiel destiné essentiellement au marché national. Par conséquent, le projet de promotion de l'oignon est tourné vers le marché national et vise donc à promouvoir l'oignon à travers des mesures répondant aux besoins de ce marché. Le projet de promotion, qui sera élaboré se focalise sur les mesures contre les contraintes de développement de la filière. Il a pour objectif de contribuer à l'augmentation des revenus des producteurs par la commercialisation de l'oignon.

(2) Période couverte

La période du plan est de cinq ans à partir du démarrage des activités.

(3) Zones ciblées

La région de la Boucle du Mouhoun, du Nord, du Centre-Nord, du Centre-Ouest, du Centre, du Plateau Central, des Hauts Bassins et du Centre-Est ont été identifiées pour la mise en œuvre de ce projet. Ces régions constituent les grandes zones productrices d'oignons au Burkina

(4) Vision

L'oignon est la spéculacion la plus produite parmi les légumes et est exporté vers les pays de la sous-région, ce qui donne à l'oignon une importance capitale pour le pays. Il est cultivé essentiellement en saison sèche. Les prix chutent lors du pic de récolte entre février et avril avec l'augmentation du volume d'oignons burkinabè mis sur le marché. Même si une partie des oignons est conservée pendant trois à quatre mois avant expédition, le volume d'oignons burkinabè mis sur le marché devient faible entre mai et décembre (période creuse où les oignons burkinabè deviennent rares). Les oignons provenant des Pays-Bas ou du Maroc sont importés en quantité importante de novembre à décembre.

Ainsi, l'augmentation du volume d'oignons burkinabè sur le marché en période creuse est le problème à traiter pour la promotion de cette filière. L'écoulement sur les marchés d'oignons burkinabè pendant la période où le volume de ces oignons devient rare permettra à remplacer les importations ou de les réduire. Par ailleurs, les revenus des producteurs pourront s'améliorer avec la vente de leur produit des prix élevés.

De plus, les oignons de saison sèche étant activement exportés sur les marchés des pays de la sous-région, le circuit de distribution est bien établi. Par ailleurs, la fluctuation des prix est observée sur les marchés des pays limitrophes comme le cas du marché national. Il sera alors possible d'exporter de l'oignon vers les pays de la sous-région pendant la période où l'oignon est traditionnellement rare.

(5) Objectifs

En estimant la consommation à 10kg par personne par an¹⁶, la consommation mensuelle d'oignons au Burkina Faso serait de 13 750 tonnes par mois (Population : 16 500 000 habitants¹⁷). De plus, sur la base des volumes mensuels commercialisés à Korsimoro, représentés dans la Figure 7.2.1, le volume

¹⁶ Il n'y a pas de données sur la consommation d'oignons au Burkina Faso sur FAOSTAT. Le calcul a donc été effectué sur la base des 10kg par personne par an consommés en moyenne dans le monde. La consommation dans des pays producteurs d'oignons d'Afrique de l'Ouest, comme le Niger et le Sénégal est de 18 à 20/kg par personne par an.

¹⁷ Banque Mondiale, indicateurs de développement du monde, 2012

mensuel d'oignons burkinabè mis sur le marché a été calculé à partir de la production nationale (329 319 tonnes).

Selon cette estimation, le volume d'oignons mis sur le marché mensuellement entre juillet et novembre au niveau national est donc inférieur à la consommation mensuelle (13 750 tonnes par mois) et il manquerait environ 62 000 tonnes au total.

Ce projet vise à augmenter la surface de culture de l'oignon d'hivernage jusqu'à 25% de celle de la saison sèche (environ 3 300ha, environ 40 000 tonnes) et la capacité de stockage jusqu'à environ 3,5% de la production de l'oignon de la saison sèche (environ 11 500 tonnes).

Ce faisant, 51 500 tonnes d'oignons pourront être mis sur le marché en période creuse et le volume insuffisant jusqu'à 19 000 tonnes environ. Le volume mis sur le marché dépassant la consommation en novembre, une partie pourra être exportée vers les pays limitrophes, qui comme le Burkina Faso ont des périodes où les volumes d'oignon mis sur le marché est faible.

8.4.2 Stratégies de promotion et composante

Deux composantes, l'une sur la mise sur le marché d'oignons en période creuse grâce à la culture d'hivernage et l'autre sur l'augmentation de l'offre d'oignon mis sur le marché grâce à la conservation d'oignons de saison sèche ont été identifiées pour la mise en œuvre du projet

(1) Mise sur le marché d'oignons en période creuse grâce à la culture d'hivernage

1) Stratégies de promotion

La culture de l'oignon concerne actuellement la production en saison sèche avec une période de récolte courte, entraînant une fluctuation saisonnière importante des quantités d'oignon mises sur le marché. Même si une partie des producteurs commencent plus tôt les opérations de culture afin de récolter également plus tôt, ceux-ci n'arrivent pas à modifier profondément la période de récolte. Il devient donc nécessaire de pratiquer la culture d'hivernage avec des variétés adaptées.

Malgré des cultures d'essai ou des démonstrations sur la méthode de culture ont été réalisées par certains partenaires ou des entreprises semencières, seule une petite partie des producteurs produisent et commercialisent l'oignon de culture d'hivernage. La marge de vulgarisation est donc considérable. Toutefois, les informations sur les techniques de culture ou la période appropriée n'étant pas encore synthétisées, les producteurs cultivent en tâtonnant et en fonction des informations fournies par les bailleurs de fonds ou des entreprises semencières.

Dans ce contexte, il sera nécessaire de vérifier et de confirmer la rentabilité l'adaptation de cette culture dans les principales zones de production afin d'établir des itinéraires techniques pour la culture tout en fournissant des informations aux producteurs. Par ailleurs, la reconnaissance et l'appréciation des oignons d'hivernage par les commerçants seront des actions capitales qui seront menées.

2) Composantes

Pour mettre en œuvre les actions en vue d'augmenter la production de l'oignon d'hivernage et le volume mis sur le marché en période de rareté des composantes identifiées. Les principales activités seront les suivantes :

i) Amélioration des techniques de culture de l'oignon d'hivernage

Un essai de culture sera mis en œuvre dans les principales zones de production d'oignons du Burkina Faso afin de vérifier l'adaptation et les techniques de culture en vue d'établir les itinéraires pour la culture. En même temps, une évaluation sera réalisée par des commerçants en

utilisant les produits obtenus par l'essai pour confirmer la possibilité de commercialisation.

ii) Vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage

La culture de l'oignon d'hivernage sera vulgarisée en fournissant les techniques de culture développées par les entreprises semencières ou celles pratiquées par les producteurs des principales zones de production de l'oignon. Dans un premier temps, les techniques que possèdent les entreprises semencières seront vulgarisées. Ensuite une formation des agents de vulgarisation sur les techniques de culture sera mise assurée après l'élaboration des itinéraires techniques de culture. Enfin les agents de vulgarisation formés encadreront les producteurs sur les techniques de culture à travers la culture de démonstration qui sera réalisée sur plusieurs sites.

(2) Augmentation de l'offre d'oignon mis sur le marché grâce à la conservation d'oignons de saison sèche

1) Stratégie de promotion

Les oignons sont récoltés de février à avril en général et mis sur le marché immédiatement après la récolte. Ce qui provoque une chute des prix de vente ainsi qu'un manque d'oignons burkinabè à une période de l'année. La raison principale pour laquelle la plupart des oignons est mise sur le marché juste après la récolte est l'insuffisance des installations de stockage pour conserver suffisamment d'oignons jusqu'en période rareté.

Par conséquent, il sera nécessaire d'augmenter la capacité de stockage afin d'ajuster le volume mis sur le marché en conservant une partie des oignons récoltés. Ce faisant, il sera possible de mettre sur le marché les oignons de la saison sèche pendant la période de rareté. Cela va contribuer l'amélioration des revenus des producteurs car ils vendront leurs oignons à des prix élevé.

2) Composantes

Il s'agit de mettre en œuvre les actions suivantes dans le cadre de cette composante pour augmenter la capacité de conservation/stockage d'oignons de saison sèche en vue d'augmenter le volume d'oignons possible à mettre sur le marché pendant la période creuse.

i) Appui à la construction d'entrepôt de conservation/stockage de l'oignon

La capacité de stockage des oignons sera améliorée en augmentant le nombre d'entrepôts de conservation/stockage grâce à l'appui financier de bailleurs de fonds ou du gouvernement aux producteurs ou aux organisations des producteurs. Les producteurs devront prendre en charge une partie des coûts de construction, comme dans le cas du système d'appui du PAFASP. Les entrepôts de conservation/stockage à construire seront en principe de type étagères, mais il est envisageable d'appuyer la construction de petits entrepôts en prenant en considération les financements ou de l'étendue de la production.

ii) Vulgarisation des techniques de conservation des oignons

La gestion appropriée de la conservation, de la culture et de la récolte sont importantes pour diminuer les pertes pendant la conservation. Il faudra alors réunir les informations nécessaires sous forme de document d'explication pour vulgariser la gestion appropriée de la culture et de la conservation auprès des producteurs. Il s'agira par ailleurs de former les producteurs sur la la conservation de l'oignon.

8.4.3 Actions

(1) Amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon

1) Contexte et objectif

En ce qui concerne la culture d'hivernage de l'oignon (c'est-à-dire en saison pluvieuse) les producteurs ne maîtrisent pas les itinéraires techniques de production. Ils ont souvent des difficultés pour l'introduction de cette culture et renonce parfois à introduire cette culture en voulant éviter de prendre des risques.

Cette action a pour objectif d'établir les itinéraires techniques de production en vérifiant et en améliorant les techniques de culture tout en confirmant les zones adaptées à cette culture.

2) Zones ciblées

Trois régions dont les conditions climatiques (surtout la pluviométrie) diffèrent seront ciblées parmi les principales zones de production des oignons. Ainsi la région des Hauts Bassin, dont la pluviométrie est abondante, la région du Nord dont la pluviométrie est faible et la région du Centre-Ouest dans laquelle la pluviométrie est moyenne ont été identifiées.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : INERA, DGPER, DRARHASA

Personnes ciblées : producteurs à proximité des fermes d'essai

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 8.4.1 Activités d'amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Examen des zones appropriées à la culture et identification des fermes pour l'essai de culture	INERA, DRARHASA, DGPER	L'INERA collectera les informations relatives aux expériences de culture et aux méthodes de culture des producteurs d'oignons d'hivernage en collaboration avec les DRARHASA. Il s'agira d'identifier les zones dans lesquelles les expériences des cas de culture réussis sont relativement nombreuses et des méthodes adaptées à la culture à partir des informations collectées, afin de sélectionner des zones adaptées pour l'essai de culture des oignons d'hivernage. Les aspects géographiques relatifs à l'évacuation d'eau des précipitations ou la facilité d'irrigation devront être pris en compte pour la sélection des fermes pilotes.
2. Mise en œuvre de l'essai de culture	INERA et DRARHASA	L'INERA mettra en œuvre l'essai de culture avec les producteurs dans les zones identifiées en collaboration avec les DRARHASA. La méthode de préparation des pépinières, la forme de billon et la méthode de fertilisation dont l'utilité a été prouvée par l'activité pilote seront introduits à l'essai de culture. Par ailleurs, il faudra examiner la période appropriée du semis en tenant compte des différences pluviométriques des zones ciblées ou de la période de commencement de la saison pluvieuse. Les variétés recommandées pour la culture d'hivernage seront celles commercialisées actuellement au Burkina Faso et le résultat d'essai était relativement bon, PREMA 178 et ALIZE. Il faudra promouvoir la fourniture d'informations sur l'oignon d'hivernage aux producteurs de proximité lors de la mise en œuvre de l'essai de culture.
3. Examen de possibilité de commercialisation	INERA	Il a été mis en évidence que le circuit de distribution actuel des oignons de saison sèche peut être utilisé pour la commercialisation d'oignons d'hivernage à travers notre activité pilote. Les producteurs peuvent ainsi commercialiser les oignons cultivés dans le cadre de l'essai de culture. L'INERA collectera les informations sur la commercialisation d'oignons d'hivernage et leur rentabilité sur la base du résultat de cette vente, et les expliquera aux producteurs de proximité. Par ailleurs la fourniture d'informations sur l'oignon d'hivernage aux commerçants sera promue à travers cette commercialisation.
4. Elaboration des itinéraires pour la culture	INERA	L'INERA élaborera des itinéraires pour la culture à partir du résultat de l'essai de culture en mettant en évidence les zones adaptées où il est possible d'obtenir de bons résultats ainsi que les méthodes de culture. Si les zones adaptées ou les méthodes de culture sont différentes en fonction des conditions climatiques, il faudra mentionner les différences entre les différentes zones.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 8.4.2 Calendrier des activités d'amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
1. Examen des zones appropriées à la culture et identification des fermes pour l'essai de culture	INERA				
2. Mise en œuvre de l'essai de culture	INERA				
3. Examen de possibilité de commercialisation	INERA				
4. Elaboration des itinéraires pour la culture	INERA				

6) Effets escomptés

Les zones appropriées à la culture ainsi que la méthode standard de culture seront clarifiées grâce à l'établissement des itinéraires pour l'oignon d'hivernage, ce qui va permettre l'amélioration des conditions pour la vulgarisation des techniques de culture et l'acquisition des connaissances pour les producteurs.

(2) Vulgarisation de la culture d'hivernage de l'oignon

1) Contexte et objectif

Les agents de vulgarisation du MARHASA ont en charge l'encadrement des producteurs sur les techniques de culture sur la base des itinéraires établis par l'INERA pour la culture de la saison sèche de l'oignon. L'attente exprimée par les producteurs en matière de vulgarisation durant l'activité pilote était grande. Par conséquent, l'augmentation de la production de l'oignon d'hivernage est visée à travers la vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage dans les principales zones de production en utilisant les techniques des entreprises semencières, dont l'efficacité a été prouvée lors de l'activité pilote, ou en utilisant efficacement les itinéraires sur les techniques de culture qui seront établis dans l'action ci-dessus.

2) Zones ciblées

Les principales zones de production des oignons jugées appropriées pour la culture de l'oignon d'hivernage seront concernées. Les éventuelles zones prioritaires sont : la région du Nord, la région du Centre-Nord, la région de la Boucle de Mouhoun (dans sa partie nord), la région du Centre-Ouest (dans sa partie nord), la région du Plateau Central, la région du Centre et la région du Centre-Est (dans sa partie nord).

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, DGPV, DRARHASA et INERA

Personnes ciblées : producteurs d'oignons des zones ciblées

4) Activités et metteurs en œuvre

Tableau 8.4.3 Activités de vulgarisation de la culture d'hivernage de l'oignon

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Organisation de la formation destinée aux agents de vulgarisation	INERA et DGPV	L'INERA organisera une formation sur les itinéraires pour la culture de l'oignon destinée aux agents de vulgarisation appartenant aux ZAT et UAT des zones ciblées à chaque CRREA et CREAF en collaboration avec la DGPV. Les CRREA qui seront utilisés pour la formation seront ceux de Saria (Koudougou) et de Di (Tougan).
2. Mise en œuvre de la culture de démonstration	DGPER, DRARHASA, DGPV	Les agents de vulgarisation ayant reçu la formation réaliseront la culture de démonstration sous la tutelle de la DGPER et des DRARHASA en collaboration avec les producteurs des zones concernées. Les oignons d'hivernage seront cultivés dans les fermes des producteurs, avec si nécessaire la collaboration à l'INERA et de la DGPV. Il s'agit de cultiver sur les 3 sites dans chaque province concernée pendant 2 ans. Si nécessaire, les sites changeront chaque année. Une journée d'étude sur le terrain dont l'efficacité en tant qu'une activité de vulgarisation a été prouvée par l'activité pilote sera organisée. Elle sera organisée deux fois par an en rassemblant les producteurs et les commerçants de proximité des sites de culture d'essai pour leur expliquer la méthode de culture et l'état de croissance. La nécessité de fourniture d'informations étant confirmée par l'activité pilote, la participation des commerçants (essentiellement les collecteurs des zones de production) à cette journée sera sollicitée. La possibilité d'appliquer les expériences et connaissances des producteurs à l'amélioration de la méthode de culture étant identifiée, les opinions des producteurs sur la méthode utilisée pour l'essai seront collectées en vue d'améliorer la méthode de culture à utiliser l'année suivante.
3. Appui technique aux producteurs	DRARHASA, semenciers	Les semenciers et les agents de vulgarisation donneront des conseils relatifs aux techniques de culture aux producteurs ayant commencé la culture d'hivernage de l'oignon en fonction si nécessaire.

5) Mise en œuvre et le calendrier d'exécution

Tableau 8.4.4 Calendrier des activités de la vulgarisation de la culture d'hivernage de l'oignon

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Organisation de la formation destinée aux agents de vulgarisation	INERA					
2. Mise en œuvre de la culture de démonstration	Semenciers DRARHASA					
3. Appui technique aux producteurs	Semenciers DRARHASA					

6) Effets escomptés

Les techniques de culture de l'oignon d'hivernage sont vulgarisées et cette culture est pratiquée sur les 3 300 hectares. Cela va permettre d'augmenter le volume d'oignon mis sur le marché d'environ de plus de 40 000 tonnes pendant la période entre septembre et novembre.

(3) Appui à la construction de magasin de stockage des oignons

1) Contexte et objectif

La conservation dans les entrepôts est appropriée pour les oignons produits en saison sèche. Ainsi, les entrepôts de conservation/stockage mis à la disposition des producteurs d'oignons sont construits ou sont en cours de construction dans le cadre des appuis apporté par partenaires. Selon le PAFASP, la capacité de conservation/stockage du pays a maintenant atteint environ 5 000 tonnes. Pour satisfaire la consommation nationale de la première moitié de la période creuse, une capacité supplémentaire de stockage de 28 000 tonnes doit être créée. Les producteurs reconnaissent la nécessité et l'importance des entrepôts, qui permettent la commercialisation des oignons pendant la période où le prix est élevé. Ainsi les besoins sont élevés. Cependant ils ne disposent pas de moyens financiers nécessaires pour la construction des entrepôts. L'objectif est donc d'améliorer la capacité de stockage en appuyant les producteurs dans la construction des entrepôts de stockage d'oignons .

2) Zones ciblées

Les zones ciblées sont les zones productrices d'oignons (les principales zones de production) de saison sèche étant donné que les entrepôts de conservation/stockage sont destinés à la conservation des oignons de saison sèche. Ainsi, les éventuelles régions visées sont la Boucle du Mouhoun, le Nord, le Centre-Nord, le Centre-Ouest, les Hauts Bassins, le Plateau Central, le Centre et le Centre-Est.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, DRARHASA, INERA et organisations des producteurs

Personnes ciblées : producteurs des oignons des zones ciblées

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 8.4.5 Activités d'appui à la construction de magasin de stockage des oignons et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Vérification de la spécification standard des entrepôts de conservation/stockage	DGPER	La DGPER vérifiera la spécification standard des entrepôts de conservation/stockage en prenant comme référence les entrepôts de conservation/stockage du PAFASP. Les deux types de magasin de conservation (type avec étagères et type petite hutte) ayant été réalisés dans le cadre du PAFASP, ces deux types seront adoptés. La spécification du magasin sera modifiée si nécessaire en discutant avec l'INERA.
2. Sélection des personnes ciblées	DRARHASA et DGPER	Les producteurs exprimeront une demande d'appui à la construction auprès de la DRARHASA à travers l'organisation de producteurs à laquelle ils appartiennent. Les agents de vulgarisation appartenant à la ZAT ou à l'UAT devront aider les producteurs dans la procédure de la demande. Les producteurs qui feront l'objet de l'appui devront prendre en charge 20% du coût de construction et du terrain approprié à la construction du magasin de stockage. Les DRARHASA sélectionneront les producteurs pour lesquels les entrepôts de conservation/stockage seront construits parmi les demandeurs, après avoir vérifié et confirmé leur conformité par rapport aux conditions fixées ci-dessus. Elles devront ajuster le calendrier de mise en œuvre en répartissant les producteurs ciblés sur plusieurs années si les demandes dépassent le budget mobilisable, tout en rendant compte du résultat de la répartition à la DGPER et aux organisations de producteurs. Il faudra sélectionner le type d'entrepôt (avec étagères et hutte) en fonction de la taille de production.
3. Construction de magasin de stockage	DRARHASA et DGPER	Les DRARHASA superviseront les travaux de construction des entrepôts de conservation des producteurs sélectionnés. Elles devront par ailleurs sélectionner les entreprises de construction pour les entrepôts de conservation et superviser les travaux. Les producteurs devront payer la part qu'ils doivent prendre en charge en suivant la procédure nécessaire. La DGPER devra assurer et exécuter le budget sur la base des comptes rendus remis par les DRARHASA et gérer l'avancement des travaux. L'utilisation du fonds de contrepartie est l'une des possibilités pour assurer le budget pour la construction.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 8.4.6 Calendrier des activités de l'appui à la construction des magasins de stockage des oignons

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Vérification de la spécification standard du magasin de stockage	DGPER					
2. Sélection des personnes ciblées	DRARHASA					
3. Construction de magasin de stockage	DRARHASA					

6) Effets escomptés

La construction d'entrepôts augmentera la capacité de conservation/stockage d'environ 11 500 tonnes. Ainsi, le volume mis sur le marché pendant la période entre juillet et septembre augmentera d'environ 11 500 tonnes.

(4) Vulgarisation des techniques de conservation des oignons

1) Contexte et objectif

Avec une gestion appropriée, il est possible de conserver les oignons pendant environ 4 à 5 mois

avec moins de 20% de pertes. Si la gestion n'est pas appropriée, la période de conservation est d'environ 3 mois avec 50% des pertes. Une gestion et des techniques de conservation appropriées est nécessaires pour tirer profit des entrepôts de stockage (conservation) introduits dans l'action ci-avant et pour contribuer pleinement à l'augmentation des bénéficiaires et du volume de distribution en période de rareté.

L'objectif est de synthétiser vulgariser auprès des producteurs les techniques et les connaissances sur la conservation pendant la production et la conservation.

2) Zones ciblées

Les zones ciblées sont celles visées par l'appui à la construction d'entrepôt de conservation/stockage des oignons.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, DRARHASA et INERA

Personnes ciblées : propriétaires des entrepôts de conservation/stockage des zones ciblées et personnes ciblées par l'appui à la construction de magasin de stockage des oignons.

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 8.4.7 Activités de vulgarisation des techniques de conservation des oignons

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Elaboration d'itinéraires pour la conservation des oignons	INERA	L'INERA collectera des informations contribuant à la réduction des pertes pendant la conservation, comme des informations relatives à des techniques et méthodes de gestion appropriées à retenir pendant la culture ou la conservation afin d'établir des itinéraires techniques pour les producteurs. Plus concrètement, il s'agira d'informations sur la fumure (fertilisation), l'irrigation, la récolte ou le tri lors de la culture des oignons à conserver, de celles sur l'aération pendant la conservation, la méthode d'étalage des oignons dans le magasin ou l'élimination des oignons pourris, etc.
2. Organisation de la formation destinée aux agents de vulgarisation	INERA et DGPER	L'INERA organisera une formation sur les itinéraires techniques pour la conservation des oignons destinée aux agents de vulgarisation appartenant aux ZAT et UAT des zones ciblées à chaque CRREA et CREA en collaboration avec la DGPER.
3. Organisation de la formation destinée aux producteurs	DRARHASA, DGPER	Les agents de vulgarisation ayant reçu la formation réaliseront la formation sur la conservation des oignons sous la tutelle de la DRARHASA en collaboration avec les producteurs des zones concernées. Si nécessaire, la collaboration de l'INERA ou de la DGPER lors de la formation sera demandée. Les itinéraires des techniques de conservation des oignons élaborées dans le cadre de ce projet seront expliquées et distribuées aux producteurs. Les échantillons de sac en filet pour contenir les oignons seront à distribuer en fonction de la nécessité.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 8.4.8 Calendrier des activités de la vulgarisation des techniques de conservation des oignons

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Elaboration des itinéraires pour la conservation des oignons	INERA					
2. Organisation de la formation destinée aux agents de vulgarisation	INERA					
3. Organisation de la formation destinée aux producteurs	DRARHASA					

6) Effets escomptés

Les techniques appropriées de conservation/stockage sont vulgarisées et les oignons sont plus efficacement conservés. Les pertes pendant la conservation/stockage seront réduites jusqu'à 10 à 20%.

8.4.4 Plan de mise en œuvre du projet de promotion

(1) Structure de mise en œuvre

Pour la promotion de l'oignon, la DGPER tout en mettant en œuvre le projet, organisera des réunions de parties prenantes. Elle collectera des informations partagera celles-ci avec les structures. La DGPER, DGPV, DRARHASA et l'INERA sont les principales structures concernées et leurs rôles sont détaillés ci-dessous.

La DGPER sera en charge l'organisation des réunions de parties prenantes, la collecte et le partage d'informations avec tous les acteurs concernés. Elle assure le planning et de la coordination des activités. De plus, elle a en charge la promotion de l'appui à la construction d'entrepôts et la vulgarisation des méthodes de conservation afin d'augmenter les capacités de stockage.

La DGPV aura en charge de promouvoir l'action concernant la vulgarisation des techniques de production de l'oignon d'hivernage. Etant donné qu'il s'agit d'une action tournée vers le marché, il est nécessaire de produire selon les besoins du marché. C'est pour cela qu'à l'étape post-récolte l'action sera mise en œuvre en collaboration avec la DGPER.

L'INERA mettra en œuvre les tests sur l'amélioration des techniques de culture, il rédigera également des guides techniques sur la culture et la conservation qu'il partagera avec la DGPER et la DGPV.

La DRARHASA en collaboration avec la DGPER la DGPV et l'INERA, sera en charge de vulgariser les techniques de culture et de conservation auprès des producteurs dans les zones ciblées et superviser la construction d'entrepôts.

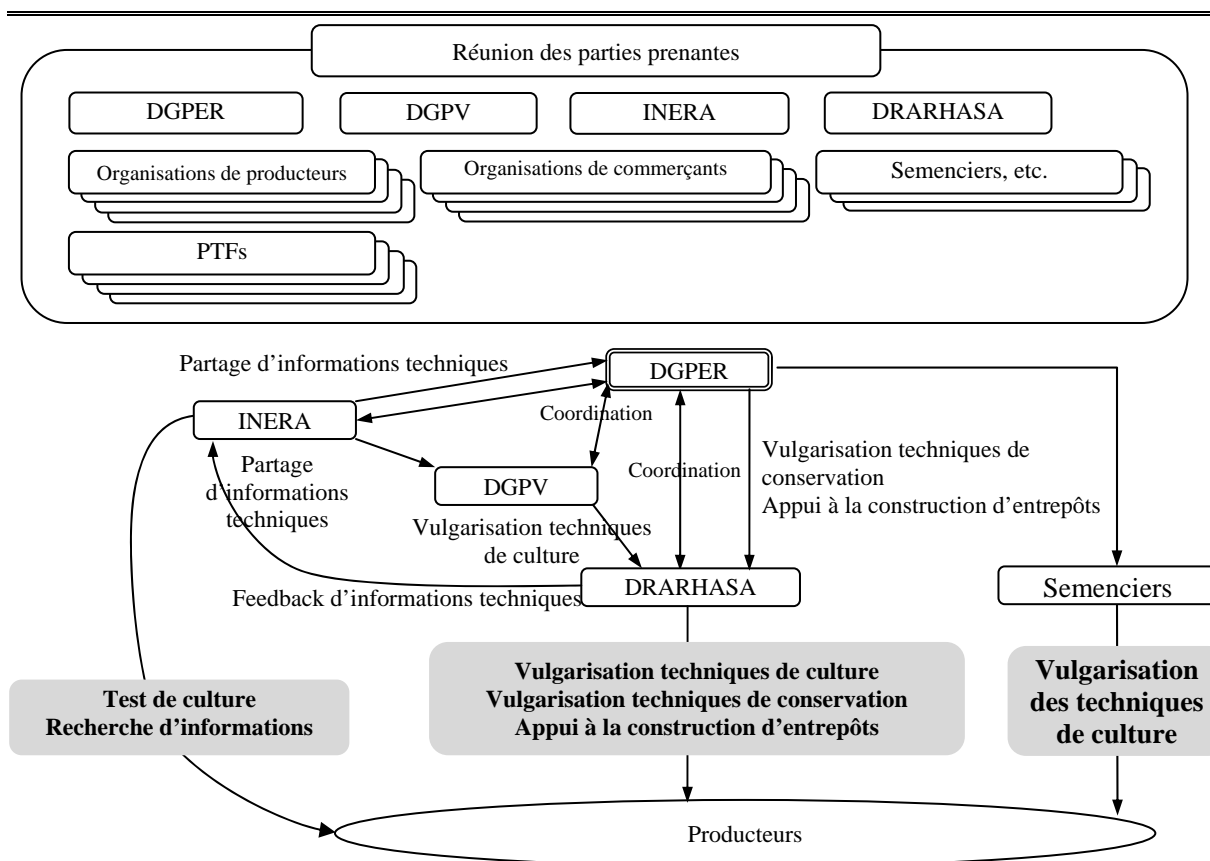


Figure 8.4.1 Structure de mise en œuvre du projet de promotion de l'oignon

(2) Planning et plan de mise en œuvre

Le projet de promotion est composé des quatre actions suivantes. Le tableau suivant montre le calendrier d'exécution de chaque action.

Tableau 8.4.9 Calendrier de mise en œuvre du projet de promotion de l'oignon

Actions	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon					
2. Vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage					
3. Appui à la construction de entrepôts de stockage des oignons					
4. Vulgarisation des techniques de conservation des oignons					

En ce qui concerne le projet de promotion de l'oignon, il est possible de mettre en œuvre en même temps les deux composantes. Ainsi, pendant que les parties prenantes se concerteront, le projet peut être mis en œuvre selon la répartition des rôles expliquée ci-dessus. L'appui de partenaires techniques et financiers sera demandé en cas de nécessité. Cet appui sera inclus dans la structure de mise en œuvre et le projet sera mis en œuvre par le Burkina Faso.

Dans la composante de mise sur le marché d'oignons en période creuse grâce à la culture d'hivernage, l'action d'amélioration des techniques de culture sera mise en œuvre à travers les tests de culture, puis l'itinéraire technique de culture sera rédigé. Lors de la rédaction de la première version des itinéraires techniques, les informations existantes seront utilisées avec le résultat de l'essai de culture afin de pouvoir l'utiliser le plus tôt possible. Pendant l'étape de vulgarisation, les informations que possèdent les semenciers seront utilisées parallèlement pour la rédaction de l'itinéraire. Après la rédaction de l'itinéraire technique, la formation des agents de vulgarisation sur l'itinéraire technique des zones

concernées sera organisée. Les agents ainsi formés vont vulgariser les techniques de culture auprès des producteurs sur la base de cette formation. La vulgarisation auprès des producteurs sera effectuée à travers l'utilisation de fermes de démonstration et de journées d'études, tout en identifiant la technique la plus adaptée à la zone, et en faisant attention à la coordination des techniques et à leur amélioration. La DRARHASA fera un retour d'information à l'INERA sur la coordination et l'amélioration des techniques de culture.

Pour la composante d'augmentation de l'offre d'oignon mis sur le marché grâce à la conservation d'oignons de saison sèche, l'appui à la construction d'entrepôts et la vulgarisation des techniques de conservation seront mis en œuvre en même temps. L'appui à la construction sera mis en œuvre sur la base des demandes de bénéficiaires. A cette occasion, la stratégie d'appui utilisée par le PAFASP sera prise en compte pour la mise en œuvre. La vulgarisation des méthodes de conservation commencera avec la rédaction d'un guide technique, puis par des formations des vulgarisateurs et des producteurs.

(3) Budget

Le budget approximatif lié à la mise en œuvre du projet de promotion de l'oignon est détaillé ci-dessous.

Tableau 8.4.10 Coût approximatif du projet de promotion de l'oignon

Actions	Budget
1. Amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon	17 020 000 FCFA
2. Vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage	349 880 000 FCFA
3. Appui à la construction d'entrepôts de conservation/stockage des oignons	3 466 020 000 FCFA
4. Vulgarisation des techniques de conservation des oignons	49 700 000 FCFA
Total	3 882 620 000 FCFA

Les salaires du personnel du MARHASA et d'organismes extérieurs ne sont pas inclus. Toutefois, leurs perdiemes et les frais d'hébergement sont inclus.

8.4.5 Projets prioritaires

Le projet de promotion vise à augmenter les revenus des producteurs à travers l'augmentation du volume d'oignons burkinabè mis sur le marché pendant la période rareté. Pour ce faire, il est composé de deux composantes : mise sur le marché des oignons pendant la période creuse par la culture de l'oignon d'hivernage, et mise sur le marché en période creuse des oignons de saison sèche conservés. La première composante est composée de deux actions : l'amélioration des techniques de culture de l'oignon d'hivernage et la vulgarisation de la culture. La composante sur la conservation des oignons de saison sèche est composée de deux actions : l'appui à la construction d'entrepôt de conservation/stockage et la vulgarisation des techniques de conservation. Les projets prioritaires sont sélectionnés parmi les quatre composantes.

L'attente des producteurs étant élevée, la culture de l'oignon d'hivernage peut être adoptée facilement par les producteurs si les informations nécessaires leurs sont fournies. Son introduction apporte aux producteurs de nouvelles sources de revenus. Il n'y a pas d'appui à cette culture depuis l'essai variétal réalisé il y a quelques ans par un bailleur de fonds. Quant à la conservation/stockage, l'attente des producteurs est toujours élevée et les structures d'appui mènent des activités même si elles sont intermittentes. Par conséquent, la composante de la mise sur le marché des oignons pendant la période creuse grâce à la culture de l'oignon d'hivernage pour laquelle il est nécessaire de reprendre les activités est prioritaire.

Cette composante de mise sur le marché des oignons pendant la période de rareté par la culture de l'oignon d'hivernage contient deux actions : l'amélioration des techniques de culture et la

vulgarisation de ces techniques. Bien que la rédaction de l'itinéraire technique soit efficace pour la vulgarisation de cette culture d'hivernage, il est possible de commencer à vulgariser avec les informations existantes. Aussi, les importations d'oignons étant en augmentation, il sera nécessaire d'augmenter les volumes produits et mis sur le marché pendant la période de rareté le plus rapidement possible. Par ailleurs, il est important de commencer les activités de vulgarisation pour que les producteurs puissent maîtriser les techniques de production. Par conséquent, les actions de vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage sont choisies comme projet prioritaire.

Un projet prioritaire consiste à la mise en œuvre par le MARHASA d'activités similaires à l'activité pilote réalisée dans le cadre de ce projet dans une zone plus grande et en utilisant les techniques des semenciers. La présence d'agent de vulgarisation sur le terrain est aussi nécessaire. Les détails sont mentionnés au point 8.4.3 (2) de ce rapport. L'efficacité des activités est prouvée grâce aux activités pilotes déjà réalisées.

Dans le cadre de ces actions, la vulgarisation de la culture de l'oignon d'hivernage est visée essentiellement à travers la culture de démonstration en fournissant les informations sur cette culture aux producteurs et les commerçants. Les activités à mener sur chaque site de démonstration seront les mêmes dans toutes les zones concernées. Si coût de l'action est trop grande et qu'il est difficile de trouver l'ensemble du budget, il sera possible de limiter les zones d'intervention ou de réduire les activités pour réaliser cette action avec le budget disponible. Dans une telle situation, les régions situées au nord du pays sont recommandées étant donné que la culture de l'oignon d'hivernage est adaptée aux zones où la pluviométrie en saison de pluie est relativement faible.

8.4.6 Conclusions

- (a) Les volumes d'oignon burkinabè collectés à une certaine période de l'année et les prix augmentent. Pendant ce temps, les volumes d'oignon importés en dehors de la sous-région augmentent. Ces dernières années, les importations montrent une tendance à la hausse. Cependant, l'oignon burkinabè convient plus aux consommateurs que l'oignon importé et la demande pour celui-ci en période creuse est forte.
- (b) Au cours de l'activité pilote, il a été montré qu'il était possible de cultiver l'oignon d'hivernage et de le commercialiser pendant la période où l'oignon n'est normalement pas produit. Les techniques de culture ont été adoptées par les producteurs, et il a pu être confirmé qu'il était possible de le mettre en œuvre et que la culture était financièrement rentable. Les producteurs et les commerçants montrent un fort intérêt pour l'oignon d'hivernage. Mais, il est encore nécessaire de trouver des techniques permettant d'augmenter le rendement et de stabiliser la production.
- (c) Le projet de promotion de l'oignon a pour vision d'augmenter le volume d'oignons commercialisés lors de la période creuse (de juillet à novembre). La vulgarisation de la production d'oignon d'hivernage dans les zones où l'oignon de saison sèche est produit ainsi que des actions visant à l'augmentation des capacités de conservation de l'oignon ont été planifiées. Les résultats visés pour la dernière année de la mise en œuvre de ce projet sont une production annuelle d'oignon d'hivernage d'environ 40 000 tonnes et une quantité annuelle supplémentaire d'oignon de saison sèche stockés d'environ 11 500 tonnes. Cela devrait permettre de collecter environ 51 500 tonnes pendant la période creuse. Le volume d'oignons collectés pendant la période creuse devrait alors dépasser la consommation nationale en novembre, ce qui devrait permettre de réduire les importations et même permettre d'exporter de l'oignon vers les pays limitrophes qui connaissent la même baisse de volume mis sur le marché à cette période.
- (d) La DGPER coordonnera les parties prenantes pour la mise en œuvre du présent plan de projets de promotion tout en partageant les informations et en organisant les réunions des parties prenantes. La DGPER sera aussi responsable pour la mise en œuvre des activités d'amélioration de capacité de conservation/stockage. L'INERA mettra en œuvre l'essai de culture et assurera la collecte et la fourniture d'informations. Enfin la DGPV sera en charge de la vulgarisation des techniques de culture.

-
- (e) Avec les mesures de promotion basées sur la demande du marché national, il est possible de conclure que la filière oignon se développera et que cela devrait contribuer à l'amélioration des revenus des producteurs.

ANNEXE

1. Données sur les importations et exportations

Statistiques d'importations et d'exportations de la douane burkinabè

Exportations d'oignons (tonnes)

[Unité : tonne]

	2009	2010	2011	2012
Côte d'Ivoire	932	0	291	16 375
Ghana	38	65	0	28
Togo	0	33	750	750
Bénin	0	0	191	0

Source : Douane du Burkina Faso (les données ont été obtenues en juin 2013 auprès de la douane)

Importations d'oignons

[Unité : tonne]

Pays		2009	2010	2011	2012
Pays-Bas	Netherlands	207	621	451	960
Côte d'Ivoire	Côte d'Ivoire	648	884	263	169
Ghana	Ghana	0	0	0	186
Maroc	Morocco	0	0	0	267
Mali	Mali	0	0	10	22
Niger	Niger	652	693	612	278
Sénégal	Senegal	0	0	38	0
Afrique du Sud	South Africa	0	0	0	27
Chine	Chine / Hong Kong	84	29	0	33
Espagne	Spain	0	0	0	7

Source : Douane du Burkina Faso (les données ont été obtenues en juin 2013 auprès de la douane)

Importations des oignons de la Côte d'Ivoire selon Trade Map

[Unité : tonne]

Cote d'Ivoire	2009	2010	2011	
Pays-Bas	64 932	58 924	62 237	
France	959	1 173	734	
Autres pays de l'UE	1 453	1 341	117	
Niger	1 425	2 958	4 194	
Burkina Faso	0	0	316	
Egypte	4 686	4 356	1 978	
Maroc	0	23	85	
Afrique du Sud	0	0	57	
Autres pays	1 357	51	64	
Total	74 812	68 826	69 782	

Source : Trade Map, statistiques d'importation des pays ci-dessus (en date de juin 2013)

Importations des oignons du Ghana selon Trade Map

[Unité : tonne]

Ghana	2010	2011	2012	
Pays-Bas	28	28	56	
Belgique	224	800	1 040	
Côte d'Ivoire	25	1 002	802	Réexportation éventuellement
Niger	47 133	56 593	44 855	
Nigeria	0	0	3	
Togo	27	53	268	
Bénin	0	0	166	
Burkina Faso	3 602	16 848	24 986	
Chine	1 809	2 430	2 332	
Autres pays	2 087	4 274	4 264	
Total	52 849	77 768	74 542	

Source : Trade Map, statistiques d'importation des pays ci-dessus (en date de juin 2013)

Importations des oignons du Togo selon Trade Map

[Unité : tonne]

Togo	2009	2010	2011	
Pays-Bas	40	0	59	
Autres pays de l'UE	14	0	0	
Ghana	0	158	0	Réexportation éventuellement
Niger	1 372	1 162	38	
Nigeria	43	19	0	
Bénin	781	592	262	
Burkina Faso	1 026	1 605	4 828	
Chine	30	6	0	
Autres pays	13	0	0	
Total	3 319	3 542	5 187	

Source : Trade Map, statistiques d'importation des pays ci-dessus (en date de juin 2013)

Chapitre 9 Modèle pour le marché burkinabè : Soja

9.1 Analyse de la situation actuelle

La culture du soja n'est pas familière aux pays de l'Afrique. Le soja ne fait pas partie de la vie alimentaire des burkinabè et est considéré comme une culture de rente. Il est utilisé et exporté en tant que matière première de transformation¹ pour l'alimentation animale ou humaine.

9.1.1 Marchés visés

Les chaînes de valeur diffèrent en fonction du type de marchés visés ou de la méthode de culture (le soja biologique ou le soja conventionnel) et peuvent être résumées comme suit (le Tableau 9.1.1).

Tableau 9.1.1 Marchés visés par le soja burkinabè

Type	Marché	Consommateur	Produits dérivés
Soja biologique	Union Européenne (France)	Fabricant d'aliments pour animaux	Tourteaux (pour l'extraction d'huile), soja torréfié
	Burkina Faso	Fabricant d'aliment	Produit nutritif pour les petits enfants (Misola*)
Soja conventionnel	Sous-région	Fabricant d'aliments pour animaux	Tourteaux (pour l'extraction d'huile), soja torréfié
		Fabricant de produits de transformation	Soumbala**, lait de soja, tofu etc.
	Burkina Faso	Fabricant de produits de transformation	Soumbala, brochettes, lait de soja, tofu, yaourts, farines, aliments pour bébé etc.
		Torréfacteurs	Matières premières pour les aliments pour volaille et cochon
		Transformateur industriel	Tourteaux, huile (et aliment pour animal)
		Fabricant d'aliments pour animaux	Aliment animal combiné

Source : Equipe d'étude

*Misola est le nom d'un produit nutritionnel pour les bébés et les petits enfants (en plus de farines de soja, arachide ou de petit mil, le sucre, le sel ou les vitamines sont ajoutés).

** Le Soumbala est un aliment fermenté avec les grains de l'arbre néré, un arbre de la famille des Mimosaceae (légumineuses) (condiment traditionnel ressemble à la pâte de soja).

*** Il s'agit de brochette avec des morceaux de tofu imprégnés dans une sauce et ensuite fris ou poêlés.

Il n'y a pas de données statistiques fiables sur les volumes d'importation/exportation (en tonne et en montant) du Burkina Faso ou de données sur la distribution à l'intérieur du pays ou l'évolution des prix dans l'année. Par ailleurs, les données sur la production/distribution/commerce du soja des pays de la sous-région sont aussi très limitées.

(1) Soja biologique

Il existe deux itinéraires d'acheminement du soja. Le premier consiste dans l'exportation vers les marchés des pays de l'UE (comme la France) et le deuxième dans l'approvisionnement en matières premières pour l'aliment pour bébé « Misola ». La prise d'initiative d'ONG internationales (incluant les associations) et la culture contractuelle sont des particularités de cette filière.

1) Marché de l'UE (France)

Le soja biologique est exporté vers la France à travers les deux circuits suivants.

¹ Le soja qui ne devient pas tendre même après la cuisson contrairement aux autres haricots, la consommation sans transformation est donc limitée. La variété pouvant être consommée sans transformation n'a pas été introduite, ce qui constitue une des raisons pour sa transformation.

i) BKB Burkina – BKB France

Breizh Kengred Burkina (signifie Bretagne Solidarité Burkina) de la région de Bretagne en France a importé 200 tonnes de soja biologique en Bretagne en 2012 en collaboration avec l'Association Solidarité Burkina-Bretagne (BKB Burkina)² et a l'intention d'en importer au moins 6 000 tonnes par an. La différence est actuellement comblée par l'importation de soja d'Inde. Le soja biologique importé est utilisé pour l'extraction d'huile comestible et l'alimentation animale (tourteaux après extraction d'huile et torréfié).

ii) HELVETAS—ancienne ESOP³—Gebana Afrique

Helvetas - Association suisse pour la coopération internationale prévoit d'exporter le soja biologique produit à Tenkodogo (région du Centre-Est) et à Diébougou (région du Sud-Ouest), qui sont cultivés en rotation avec le coton biologique, vers la France en collaboration avec l'entreprise Gebana Afrique en 2013. Les deux ESOP de Diébougou et de Tenkodogo sont chargés de la culture du soja biologique tandis que l'Union Nationale des Producteurs Cotonniers du Burkina Faso (UNPCB) s'occupe de l'obtention du certificat biologique avec le concours de HELVETAS.

Demande d'aliments à base du soja

La demande en soja comestible (y compris le soja biologique) des marchés de l'UE autre que la demande pour les matières premières pour l'alimentation animale est importante. Un rapport d'une étude réalisée par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation intitulée « Produits à base de soja dans l'Europe de l'Ouest » de décembre 2011 résume la situation comme suit.

- a) Tous les produits à base de soja à l'exception de la sauce soja sont considérés comme aliments bons pour la santé.
- b) La Belgique (7,8 USD par personne) suivie de la Norvège (6,7 dollars) et l'Espagne (6,5 dollars) sont les pays dans lesquels la consommation individuelle de soja était importante en 2010. L'Espagne est le plus grand consommateur du soja (produits au lait de soja : 142,8 millions de litres et autres produits alimentaires à base de soja : 13 300 tonnes), mais est dépassée par la France en termes de chiffre d'affaire, qui va se maintenir à 445 millions USD pour l'année 2015.
- c) Les principales chaînes de distribution sont les supermarchés et les hypermarchés. Les produits à base de soja sont vendus aux consommateurs à travers de grandes chaînes telles que Carrefour, Auchan, Tesco, Metro Group, Schwarz Group, etc.
- d) Le chiffre d'affaire des aliments à base de soja des pays de l'Europe de l'Ouest augmentera de 46,4% en 2015 par rapport à 2005. Le taux de croissance en l'Espagne devrait être le plus important, à hauteur de 152,1% pour cette période. Une augmentation de 19,2% sur les marchés de l'Europe de l'Ouest pour la période de 2011 à 2015 est espérée.

2) Marché burkinabè

Seule l'Association Song Koaadba (ASK) (province de l'Oubritenga, région du Plateau Central) produit du soja biologique destiné au marché burkinabè et approvisionne le groupement « Guipomgou » (aidé par une ONG italienne Medicus Mundi Italia), fabriquant le « Misola » à Ziniaré. Il s'agit d'un projet de production de l'ONG italienne Lvia (Association de Solidarité et de Coopération Internationale) couvrant la période de janvier 2013 à décembre 2014. 250

² BKB a demandé l'agrément en tant qu'association mais celui-ci n'a pas encore été accordé (en date du 28 octobre 2013).

³ Les anciennes ESOP (Entreprises de service et organisation des producteurs) sont des sociétés à responsabilité limitée fondées avec l'appui de l'Agence pour la promotion des petites et moyennes entreprises, Agriculture et Artisanat (PME2A). Toutes les ESOP ont été dissolues en 2014 avec la difficulté financière mais n'ont pas cessés toutes les activités.

producteurs/productrices membres de l'ASK cultivent le mil, le maïs et le soja sur des parcelles de 0,5ha chacune depuis 2013 avec des fumures organiques.

(2) Soja conventionnel

Le soja conventionnel est exporté vers les pays de la sous-région et consommé à l'intérieur du pays. En tenant compte de la situation actuelle de développement de l'industrie de transformation du soja au Burkina Faso, seul le soja conventionnel peut être exporté pour le moment. Les consommateurs finaux à l'intérieur du pays sont les éleveurs et les ménages, mais l'utilisation pour l'élevage est largement supérieure à celle de la consommation humaine.

1) Marché des pays de la sous-région

i) Demandes des pays de la sous-région

La demande pour produits d'élevage, surtout la viande et les œufs sont en augmentation du fait de l'accroissement des revenus de la population et de l'urbanisation des pays voisins⁴. Ainsi la demande de soja pour l'alimentation animale est en augmentation considérable. Le soja burkinabè est exporté vers les pays voisins pour combler le manque. Le commerce du soja peut être catégorisé en 3 types selon le résultat des entretiens avec les principaux acteurs que sont les producteurs, les grossistes, les intermédiaires et les exportateurs, détaillé ci-dessous.

a) Importation du soja des pays de la sous-région

Le tableau suivant montre les volumes des importations du soja, de la farine de soja et de l'huile de soja des pays de la sous-région (le Ghana, la Côte d'Ivoire, le Togo, le Bénin, le Niger et le Nigeria) pour la période de 2008 à 2012 obtenus à partir des données de Trade Map (en tonne).

Tableau 9.1.2 Importations du soja des pays de la sous-région (2008 à 2012)

Soja	Volume d'importation (en tonne)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Ghana	4 399	197	168	108	26
Côte d'Ivoire	0	0	210	0	non disponible
Togo	48	164	281	0	0
Bénin	0	0	0	26	12
Niger	0	2	0	0	98
Nigeria	334	64	1 845	15 531	non disponible

Source : Trademap

Parmi les pays de la sous-région, le Ghana et le Nigeria importent des grandes quantités de soja. Le Nigeria importe en grande partie des grands pays exportateurs du soja tels que le Brésil, l'Argentine et les Etats-Unis. Le Ghana importe de Corée du Sud, du Canada et des pays européens en plus des pays de la sous-région tels que le Togo. Il importe en grande quantité de temps en temps des Etats-Unis, d'Inde ou d'Argentine. Seul le Ghana dispose de données d'importation sur le soja burkinabè parmi les pays de la sous-région (95 tonnes en 2007, 190 tonnes en 2009 et 143 tonnes en 2010) (Trademap).

⁴ Selon le Rapport sur le développement humain 2013 (PNUD), la population du Ghana est d'environ 26 millions d'habitants dont 52,6% vit en zone urbaine avec un pouvoir d'achat de 1684 USD et la population de la Côte d'Ivoire est d'environ 21 millions d'habitants dont 52,0% vit en zone urbaine avec un pouvoir d'achat de 1593 USD.

Tableau 9.1.3 Importation de farine de soja des pays de la sous-région (2008 à 2012)

Farine de soja	Volume d'importation (en tonne)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Ghana	10 772	841	516	10 339	6 618
Côte d'Ivoire	1 397	3 118	470	1 864	non disponible
Togo					
Bénin	23	0	71	0	0
Niger	1 650	0	0	100	35
Nigeria	172	652	1 168	372	non disponible

Source : Trademap

Le Ghana et la Côte d'Ivoire sont les grands importateurs de la farine de soja. Les pays exportateurs étant l'Afrique du Sud, les Etats-Unis, l'Italie et la Belgique. La farine de soja semble être utilisée pour la fabrication des aliments à base de soja ou des aliments animaux.

Tableau 9.1.4 Importation de l'huile de soja des pays de la sous-région (2008 à 2012)

Huile de soja	Volume d'importation (en tonne)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Ghana	2 757	2 462	3 367	4 088	2 809
Côte d'Ivoire	915	523	563	1 487	non disponible
Togo	68	13	2	117	366
Bénin	295	387	20	59	223
Niger	217	12	837	24	17
Nigeria	0	1 803	500	5	non disponible

Source : Trademap

b) Volume de transaction des principaux types de transaction

On peut résumer les types de commerce de soja dans les trois types suivants grâce aux informations obtenues lors d'entretiens avec des grossistes, des exportateurs, des courtiers et des producteurs des céréales du Burkina Faso. La situation de chaque type de commerce est résumée ci-après afin de compléter les données du point a) ci-dessus.

[Type 1 : les commerçants des pays voisins viennent acheter aux grossistes ou aux exportateurs burkinabè]

Les commerçants maliens et ghanéens achètent 50 à 60 tonnes de soja à un grossiste/exportateur du marché de Sankariaré et les transportent vers leurs pays en louant des camions. Cette entreprise a vendu 10 fois à 6 commerçants ghanéens et 20 fois à 15 commerçants maliens en 2012. Ainsi, elle a exporté 500 à 600 tonnes de soja vers le Ghana et 1000 à 1 200 tonnes vers le Mali. Le soja est utilisé pour l'extraction de lait et d'huile au Ghana et torréfié et transformé en soubala au Mali⁵.

[Type 2 : le soja est exporté par les exportateurs burkinabè après avoir reçu une commande des importateurs des pays voisins]

Un exportateur de céréales du marché de Sankariaré a commencé l'exportation du soja suite à la demande d'un extracteur d'huile ivoirien basé à San Pedro. Ainsi, il a exporté 1 000 tonnes en 2012. Le volume annuel augmentant, la demande en matière première pour l'alimentation

⁵ Selon cette entreprise, les commerçants des pays voisins viennent acheter le soja burkinabè qui contient plus de matières grasses et de protéines. Comme le montre la Figure 9.1.1, le soja n'est pratiquement pas cultivé au Mali.

animale est importante. Un autre exportateur du même marché a exporté 564 tonnes de soja en 2012 par voie ferroviaire. Le soja importé est transformé en lait, en huile et en alimentation animale. Ces deux exportateurs ont exporté 1 564 tonnes de soja en 2012 vers la Côte d'Ivoire. Comme le montre la Figure 9.1.1 ci-après, la zone de culture du soja en Côte d'Ivoire est limitée.

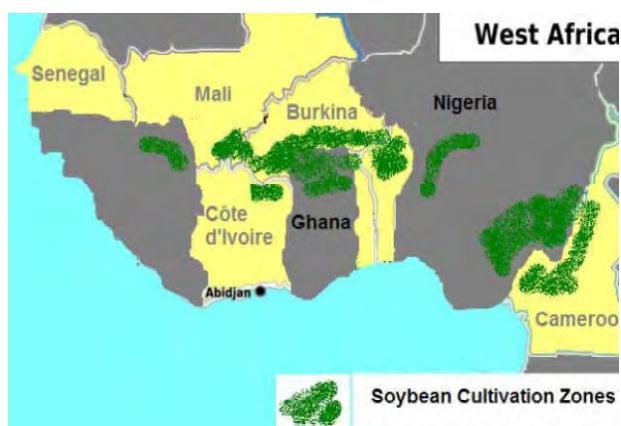


Figure 9.1.1 Zones de culture de soja dans l'Afrique de l'Ouest

Source : World Initiative for Soy in Human Health (WISHH) Midwest Workshop 2009

[Type 3 : les commerçants des pays voisins viennent acheter directement aux producteurs burkinabè]

Les commerçants venant du Bénin, du Togo et du Ghana achètent directement aux producteurs des grands centres de production de Fada-N'Grouma (région de l'Est), de Tenkodogo, de Ouargaye, de Cinkansé, de Bittou et de Zabré (région du Centre-Est), etc. Les commerçants ghanéens viennent aussi à Léo (région du Centre-Ouest) ou à Pô (région du Centre-Sud), depuis 2009 pour se procurer de 200 à 500 tonnes chaque an et les prix sont en augmentation dans cette zone.

La plus grande entreprise de fabrication d'alimentation animale au Burkina Faso (Faso Grain) s'approvisionne à hauteur de 2 400 tonnes de soja par an dans les zones de Tenkodogo, Pô, Léo, Banfora et Gaoua. Toutefois, elle n'arrive pas à satisfaire les commandes des clients ivoiriens (FOANI SERVICE : alimentation bétail) qui demandent 100 à 400 tonnes par mois.

ii) Production et rendement unitaire des pays de la sous-région

Le tableau suivant montre l'évolution de la production et du rendement des pays de la sous-région, pour lesquels des données ont été collectées (la Côte d'Ivoire, le Mali et le Bénin) pour la période de 2002 à 2011.

Tableau 9.1.5 Production et rendement des pays de la sous-région (2004 à 2012)

Production (ton)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Cote d'Ivoire	872	300	653	705	700	829	871	887	1,000	1,000
Mali	2,500	2,124	2,004	5,188	1,937	1,874	1,871	1,900	2,000	1,850
Benin	5,525	9,190	4,347	14,711	5,937	9,235	18,000	13,000	15,000	16,000
Burkina Faso	2,473	6,500	5,860	5,850	29,209	15,686	22,394	23,056	24,305	21,773

Yield (kg/ha)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Cote d'Ivoire	807	750	1,088	881	1,077	1,228	1,056	950	1,053	1,053
Mali	1,736	1,717	1,603	1,215	621	627	688	679	667	673
Benin	543	805	784	823	427	576	1,000	765	789	842
Burkina Faso	1,155	1,099	1,142	1,125	2,729	1,454	1,256	887	1,095	1,351

Source : FAOSTAT

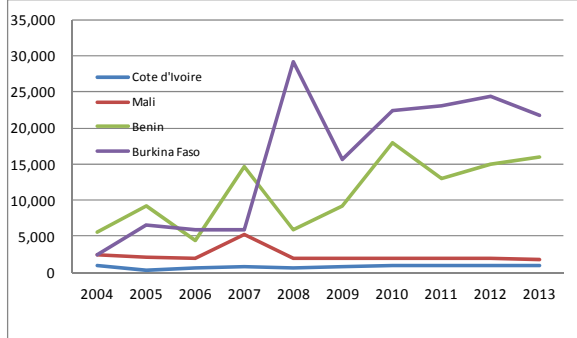


Figure 9.1.2 Production de soja des pays voisins (tonnes)

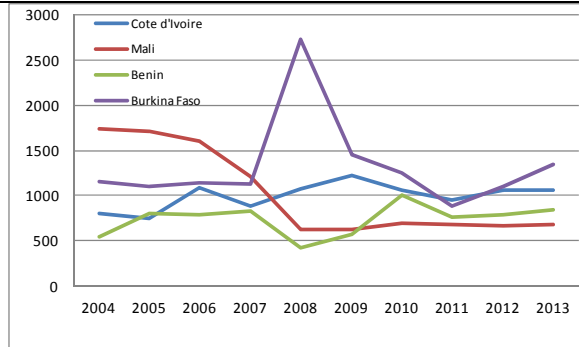


Figure 9.1.3 Rendement unitaire des pays voisins (kg/ha)

Source : FAOSTAT

Note : (1) La production du Burkina Faso en 2005 était de 10067 tonnes selon DPSAA et 6 500 tonnes selon FAOSTAT. (2) Le rendement du Burkina Faso de 2729kg/ha pour l'année 2008 selon FAOSTAT doit être une erreur.

Même si les données sont limitées, la production et le rendement du Burkina Faso sont supérieurs à ceux des pays de la sous-région (Côte d'Ivoire, Mali et Bénin) depuis 2008.

iii) Prix du soja dans les pays de la sous-région

Le Tableau 9.1.6 suivant montre les prix unitaires du soja burkinabé en janvier 2009. Le soja burkinabé est compétitif par rapport aux pays de la sous-région sur l'aspect du prix à l'exception du Mali.

Tableau 9.1.6 Prix unitaires du soja dans les pays de l'Afrique de l'Ouest (janvier 2009)

Unité :	Ghana	Côte d'Ivoire	Mali	Bénin	Nigeria	Cameroun	Burkina Faso
USD/MT	500	680	400	800	590	600	455

Source : Soy in West Africa (Michael Martin) WISHH Midwest Workshop 2009

Les prix de vente au détail du soja sur les marchés en novembre 2013 au Ghana et en Côte d'Ivoire⁶ étaient comme suit. Il faut souligner toutefois que les volumes sont très faibles.

Tableau 9.1.7 Prix du soja au Ghana et en Côte d'Ivoire (novembre 2013)

	Accra (Ghana)	Abidjan (Côte d'Ivoire)
Prix au détail	2,8 GCE/1Kg (environ 632 FCFA/Kg ⁷)	600 FCFA/Kg
Forme de vente	En sachet plastique	vente au poids

Source : enquête sur place

L'évolution des prix d'achat de l'entreprise Faso Grain (alimentation animale composée) aux intermédiaires de Tenkodogo etc. est comme suit (au 6 octobre 2013).

Tableau 9.1.8 Evolution de prix d'achat du soja (2013)

Période	nov. à jan.	fév. à avril	mai à juin	juil. à août	sep. à oct.
Prix d'achat	190 FCFA/Kg	200FCFA/Kg	210FCFA/Kg	215FCFA/Kg	230FCFA/Kg

Source : Faso Grain

La demande en soja burkinabé des pays de la sous-région est importante et le soja burkinabé étant compétitif par son prix, les exportations de soja conventionnel pourront continuer pour le

⁶ Selon les résultats des études de marché menées en novembre par l'équipe d'étude au Ghana et en Côte d'Ivoire

⁷ Le taux de change est calculé avec 1EURO = 2,90 GHC = 655 FCFA.

moment.

iv) Utilisation du soja pour la transformation dans les pays de la sous-région

Le soja est par exemple transformé industriellement dans les pays suivants : ⁸

- a) Nigéria : Il y a plus de 60 entreprises transformatrices de soja, petites et grandes, au Nigéria. De grandes entreprises comme Nestlé ou Cadbury fabriquent des produits incluant du soja et les commercialisent. Ces produits sont appréciés des consommateurs. Plus de 140 produits comprenant du soja sont produits, dont du lait de soja, des yaourts, de la farine de soja, des biscuits, des produits destinés aux enfants en bas-âge, des condiments, des céréales pour le petit déjeuner, etc. Le Nigeria est le pays d'Afrique de l'Ouest où la transformation du soja est la plus étendue.
- b) Ghana : des unités transforment le soja en huile et tourteaux.
- c) Côte d'Ivoire : des unités transforment le soja en huile et tourteaux et l'industrie de l'élevage animal utilise le soja en tant qu'aliment.

En observant les trois pays cités ci-dessus, bien que le soja n'ait été introduit que récemment en Afrique, dans les pays où celui-ci est établi, le soja est cultivé au niveau national et contribue à la croissance et au développement d'industries liées. En se basant sur l'exemple du Nigéria, les pays où la transformation du soja a été vulgarisée relativement plus vite sont des pays où le développement de la production a été planifié par les gouvernements et où la vulgarisation a été effectuée par des organisations comme l'Institut international d'agriculture tropicale (IITA). Il est possible de dire que le soja est en train de devenir un produit agricole stratégique en Afrique.

⁸ HELVETAS (2009) Rapport d'ETUDE FILIERE SOJA

Situation du Ghana

(Utilisation)

- Le soja est cultivé en tant que produit de rente et considéré comme une culture industrielle. Le soja est utilisé principalement comme aliment pour la volaille (tourteaux du soja) et l'huile est utilisée pour la consommation humaine ou pour l'encre d'impression.
- Les variétés sont confondues et il n'y a pas de différence de prix en fonction de la variété (les entreprises d'alimentation animale ou d'extraction d'huile n'exigent pas de variété spécifique).
- La torréfaction pour l'alimentation animale par les entreprises de distribution n'est pas pratiquée.
- La farine du soja mélangée avec celles des autres céréales (aliment de sevrage), la farine de soja, le lait de soja (en bouteille et en tetrapack) sont vendus dans les supermarchés.
- La consommation annuelle par personne en 2012 était de 2,0kg (consommation totale de 51 820 tonnes) (Agriculture in Ghana 2012).

(Production et culture)

Tableau 9.1.9 Production du soja au Ghana (de 2007 à 2012)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Superficie de culture (ha)	46 801	61 824	77 250	76 220	85 938	85 200
Production (tonne)	49 778	74 794	112 830	145 935	164 511	151 709
Rendement par ha	1,06	1,21	1,46	1,91	1,91	1,78

Source : Statistics, Research and Info. Directorate (SRID), Min. of Food & Agriculture – Ghana

- ♦ La culture est pratiquée essentiellement par les producteurs de petite taille. La principale zone de culture est la région du Nord qui produit 80% de la production totale (2012).
- ♦ Culture uniquement en saison pluvieuse. Semis en mai-juillet, récolte en octobre-novembre et mélangé avec le maïs.
- ♦ Les variétés principales sont Jenguma, Salentuya-1, Salentuya- 2 etc. (périodes de culture de 110 à 120 jours, relativement longues).
- ♦ Les besoins du pays sont estimés à 0,5 millions de tonnes et ne sont pas satisfaits (Ministère de l'Agriculture du Ghana).
- ♦ Le prix d'achat n'est plus fixé par le gouvernement depuis 2013 (prix producteur en 2012 : 60,00 GHC/100kg⁹)
- ♦ La culture du soja biologique n'est pas pratiquée.

(Fluctuation mensuelle du prix)

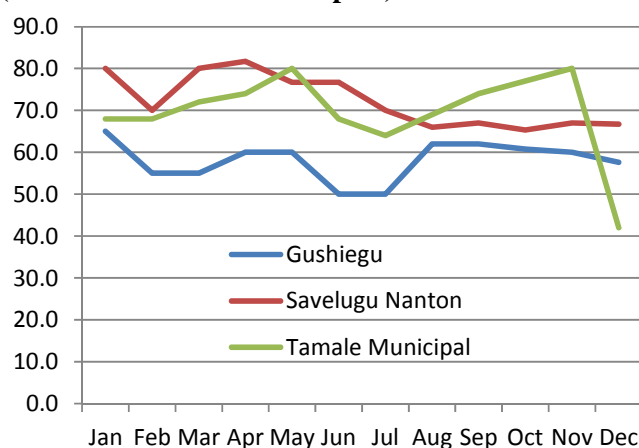


Figure 9.1.4 Evolution mensuelle du prix de soja en 2012 (GHC/100kg)

Source : Statistics, Research and Info. Directorate (SRID), Min. of Food & Agriculture – Ghana

⁹ Avec un taux de change de 1EURO = 2,90 GHC = 655 FCFA on obtient 13 552 FCFA/100kg.

2) Marché burkinabé

Le soja distribué sur le marché local est consommé par (1) les consommateurs ordinaires/producteurs, (2) les transformateurs, (3) les torréfacteurs (4) les transformateurs industriels (producteurs de produits à fin industrielle) et (5) les fabricants d'aliments pour animaux. A part les consommateurs ordinaires et les producteurs, les autres types de consommateurs s'approvisionnent eux-mêmes sur les lieux de production.

i) Consommateurs ordinaires/producteurs

Selon les entretiens avec les producteurs contractuels de l'ancienne ESOP de Léo, une petite partie du soja est autoconsommée sous forme de soumbala, de couscous (mélangé avec de la farine de maïs) et de beignet vapeur (mélangé avec de l'eau et cuit à la vapeur). Le volume de soja distribué sur le marché burkinabè des céréales est très faible. Selon un commerçant du marché des céréales de Kaya, les consommateurs ordinaires achètent le soja pour préparer le soumbala, les brochettes et les aliments nutritifs des petits enfants (en mélangeant avec des farines d'autres céréales).

ii) Transformateurs (fabricants de produits alimentaires à base du soja)

Il est possible de les séparer en fabricants de tofu (et ses produits dérivés) et en fabricants d'aliments nutritifs pour enfants en bas-âge. Pour les fabricants de produits à base de tofu, il y a deux types d'entreprises, des fabricants équipés de matériels modernes grâce à l'appui financier des ONG etc. (entreprise Soja Santé ou association DJIGUI ESPOIR) et les fabricants artisanaux (groupements féminins). Les premiers importent les coagulants, les emballages sous vide ou les étiquettes par la France. Les produits issus de la transformation (par le caillage) sont le tofu (fromage de soja), le tofu frit et les brochettes. Les entreprises artisanales et les groupements féminins fabriquent des brochettes, du lait de soja, des yaourts, du soumbala ou de la farine de soja et transforment souvent d'autres céréales aussi. Les produits à base de soja étant produits à la demande ou pour lors des salons d'exposition etc., ils restent encore des sources de revenus instables.

Les entreprises Misola, SODEPA ou FASO RIIBO sont des fabricants d'aliments nutritifs destinés aux enfants en bas-âge. Misola est un réseau auquel les fabricants s'inscrivent pour recevoir une formation, utilisent les emballages fournis par le réseau et vendent à l'intermédiaire basé à Ouagadougou (qui vend aux pharmacies etc.) et à des projets d'amélioration de la nutrition comme le Projet CREDO.

iii) Torréfacteurs

Ils torréfient le soja pour l'utiliser comme matière première d'aliment animal et fournissent en principe aux fabricants d'alimentation avicole. Entre autres, les anciennes ESOP et ProdiAli S.A.Nutrition (entreprise artisanale qui a démarré ses activités en juillet 2013) torréfient le soja. Les demandes de soja torréfié sont en augmentation considérable afin de remplacer la farine de poisson, à cause des prix élevés de la farine de poisson importée et de la mauvaise qualité de la farine de poisson locale¹⁰. Le soja torréfié se conserve longtemps. Ce sont en général les aviculteurs qui transforment le soja torréfié en alimentation pour la volaille. Les poussins pour l'aviculture burkinabè sont tous importés.

iv) Producteurs de produits à fins industrielles

Il s'agit de l'huile et des tourteaux après l'extraction. Il y a une entreprise d'extraction d'huile basée à Bobo-Dioulasso et l'entreprise SIATOL basée à Ouagadougou. L'entreprise SIATOL est

¹⁰ Les prix de vente de la Maison De L'Aviculture :(MDA) de la farine de poisson industrielle (importée) et de la farine de poisson traditionnelle (produit local) étaient respectivement de 52 500FCFA/50kg et de 16 000 FCFA/50kg en août 2013.

une entreprise privée dont l'ancien groupe ESOP (65%), des partenaires financiers (25%), l'APME2A (5%) et l'entreprise Gebana Afrique (5%) sont actionnaires¹¹.

Selon le bureau du Programme Alimentaire Mondial (PAM) au Burkina Faso, les demandes annuelles en mélange maïs-soja (CSB) pour les personnes vulnérables et pour les cantines scolaires/réfugiés du pays sont respectivement de 1 300 tonnes et de 3 500 tonnes mais ces besoins sont couverts par les importations. Il est souhaitable de couvrir ces demandes (besoins) par les produits burkinabè.

v) Fabricants d'alimentation animale

Il existe plus de 15 entreprises fabriquant des aliments destinés aux animaux au Burkina Faso¹². L'entreprise Faso Grain (créée en 2011), qui est la plus grande du pays fabrique des aliments destinés aux volailles, caprins, ovins, chevalins, bovins, porcins etc. Elle se procure au moins 120 tonnes de soja par mois dont 60 tonnes sont utilisées pour la fabrication d'aliments composés et 60 autres sont revendues aux autres fabricants d'alimentation animale aviculteurs (viande blanche et œufs) et aux éleveurs. Si on regarde la capacité de production et la demande, l'insuffisance de la matière première est évidente. Le taux de mélange de sable/cailloux dans le soja est de 6 à 10%. Les travaux de tri lors de la collecte ne sont pas effectués.

Le taux de mélange de l'alimentation animale de cette entreprise est comme suit. L'huile de soja est utilisée. Les farines de poissons, les minéraux ou le calcium sont des produits d'importation.

Tableau 9.1.10 Taux de mélange et matières premières de l'aliment pour animal (l'entreprise Faso Grain)

Ingrédients	Taux de mélange	Matière première
Glucide	Plus de 50%	Maïs, mil, petit mil et riz
Protéine	20~30%	Soja torréfié, arachide, farine de coton, farine de soja et farine de poisson
Matière grasse	0,3%	Huile de soja
Calcium	10~20%	Coquille d'huitre d'eau douce
Autres	0,5%	Vitamines, acide aminé etc.

Source : Faso Grain (le 6 octobre 2013)

Le secteur avicole moderne, les transformateurs en alimentation animale et la demande en soja pour l'alimentation animale sont présentés ci-dessous.

a) Maison de l'aviculture (MDA)

La MDA, créée en 1998, est l'organisation nationale du secteur avicole burkinabè et a pour objectif de contribuer au développement d'un secteur avicole moderne au Burkina Faso. 250 producteurs avicoles urbains des alentours de Ouagadougou sont enregistrés à la MDA. Parmi ces producteurs, 205 sont de petites entreprises de moins de 1 000 têtes, 28 sont des entreprises moyennes qui ont entre 1 000 et 4 000 têtes, et 17 sont de grandes entreprises avec plus de 4 000 volailles. La MDA est également présente à Bobo-Dioulasso et y contrôle également le secteur avicole, avec presque autant d'entreprises enregistrées (environ 250) qu'à Ouagadougou.

b) Secteur de l'alimentation animale

Selon l'entreprise Faso Grain, les entreprises fabriquant des aliments pour l'élevage à base de

¹¹ En mettant en place un extracteur d'huile de fabrication chinoise en 2012 (avec une capacité de traitement journalière de 2500 tonnes) cette entreprise a commencé la production mais confie le raffinage à l'entreprise GEMOL (fabricant d'huile de coton).

¹² Entretien avec la Maison De L'Aviculture :(MDA) (août 2013)

soja et de tourteaux de soja ainsi que leur consommation sont les suivantes.

Tableau 9.1.11 Principaux fabricants de soja pour l'élevage

Nom de l'entreprise	Localisation	Consommation de soja	Consommation de tourteaux
Faso Grain	Ouagadougou	120tonnes/ mois	
Ferme Avicole Tapsoba et frères	Ziniaré	30tonnes/ mois	
MDA (Maison de l'aviculture)	Ouagadougou	15tonnes/ mois	
Ferme Yenadogo	Ouagadougou	15tonnes/ mois	
MOABRAOU*	Ouagadougou		40tonnes/ mois

*Cette entreprise fabrique elle-même les aliments nécessaires à l'élevage des 62 000 volailles pondeuses qu'elle possède. Parmi les 40 tonnes utilisées par mois, 15 à 20 tonnes sont achetées à la société de transformation en huile SIATOL.

c) SOFAB (Société de fabrique d'aliments pour bétail)

Cette entreprise a une capacité de production d'alimentation animale de 100 000 tonnes par an, et possède une usine de grande taille. L'usine est située à Koumbri et la production a commencé en avril 2014. A partir de 2015, elle prévoit de transformer 30 000 tonnes en alimentation animale. C'est une société par action, mais 90% des parts sont liées à des fonds du Ministère des ressources animales. Le président de la SOFAB est également conseiller au sein du Ministère des ressources animales. L'entreprise vise 100 000 tonnes transformées en aliments composés annuellement, mais 30 000 tonnes de soja sont nécessaires. Actuellement, la SOFAB achète du soja à des intermédiaires individuels. Lors de la période creuse production du soja burkinabè, l'offre en soja burkinabè devient insuffisante, et l'approvisionnement devient difficile. Dans ce cas, l'approvisionnement est effectué sur le marché international mais en général, en prenant en compte les droits de douanes, la taxe sur la valeur ajoutée, les frais de transports, etc., cela revient plus cher que le soja burkinabè. La SOFAB souhaite s'approvisionner directement auprès des producteurs, sans passer par des intermédiaires.

d) Demande pour l'alimentation animale

L'élargissement de l'aviculture pouvant être souhaité comme le montre la Figure 9.1.5, il est prévu que la demande pour l'alimentation animale à base de soja augmente¹³. En particulier, les demandes d'aliments pour les poules pour les œufs sont importantes.

¹³ L'aviculture est surtout pratiquée dans les régions du Centre-Ouest, de la Boucle de Mouhoun et des Hauts-Bassins qui occupent 41,3% de l'ensemble du pays en 2011.

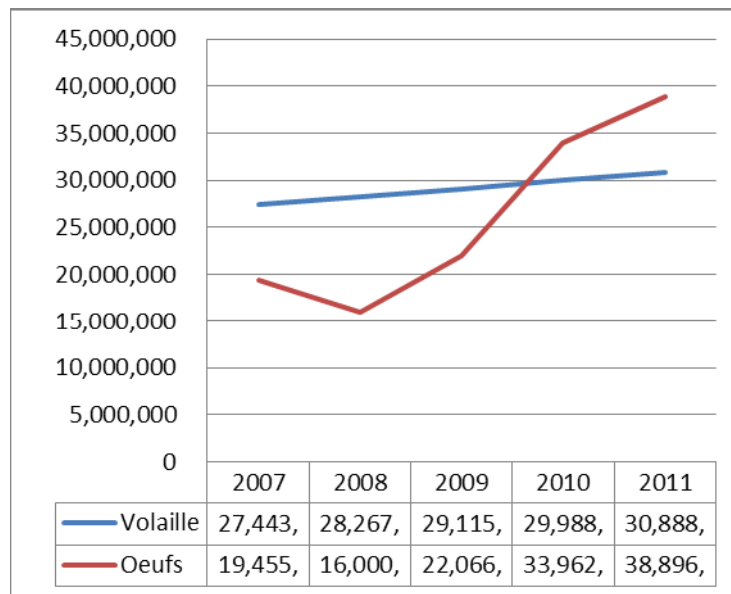


Figure 9.1.5 Evolution du nombre de volailles et de la production des œufs (de 2007 à 2011)

Source : L'agriculture et la sylviculture du Burkina Faso, JAICAF (mars 2013)

Avec un taux d'urbanisation¹⁴ élevé en plus du taux de croissance démographique lui aussi élevé (environ 3,1% selon le recensement de 2006), la consommation du soja devrait augmenter.

9.1.2 Culture et production

La production de soja a reçu à ses débuts le soutien du gouvernement et d'ONG, et a commencé à être cultivé pour être utilisé en tant que substitut au soumbala ou en tant qu'aliment pour les enfants en bas-âge. La demande de soja a ensuite augmenté, et la production également.

(1) Zones de production

Le soja n'est pas cultivé dans les régions ayant un climat sahélien (avec une pluviométrie moyenne de 300 à 600mm) du Sahel, du Nord et du Centre-Nord.

La figure suivante montre les 10 premières provinces productrices du soja de la période de 10 ans de 2002 à 2012.

¹⁴ Entre 1997 et 2009, la population de la Région Centre, où se trouve Ouagadougou, a connu une croissance démographique annuelle de 6%, et la région des Hauts-Bassins, où se trouve la seconde ville du pays, Bobo-Dioulasso, a connu une croissance démographique annuelle de 3,6% (Rapport pour l'élaboration d'un plan détaillé, JICA)



Figure 9.1.6 Principales provinces productrices du soja

Source : Equipe d'étude de la JICA

Comme le montre le Tableau 9.1.12, la production des 10 premières provinces productrices représente environ 92% de la production nationale de la période de 2002 à 2012. Surtout, les provinces du Boulgou et de la Tapoa représentent environ la moitié (48%) de la production totale.

Tableau 9.1.12 Production des 10 premières provinces productrices du soja (de 2002 à 2012)

	Province	Région	Total (tonne)	Pourcentage
1	Boulgou	CENTRE-EST	36 787	24,3%
2	Tapoa	EST	35 355	23,4%
3	Koupélégou	CENTRE-EST	23 274	15,4%
4	Sissili	CENTRE-OUEST	14 432	9,5%
5	Kompienga	EST	6 443	4,3%
6	Gourma	EST	6 092	4,0%
7	Nahouri	CENTRE-SUD	5 932	3,9%
8	Kénédougou	HAUTS-BASSINS	4 140	2,7%
9	Ioba	SUD-OUEST	3 579	2,4%
10	Zoundweogo	CENTRE-SUD	2 769	1,8%
	Sous-total		138 802	91,7%
	Autres		12 524	8,3%
	Ensemble du pays		151 326	100,0%

Source : DPSAA

Il existe deux zones principales de production, les régions de l'Est et du Centre-Est (lieu de production traditionnel) et les régions du Centre-Ouest, du Centre-Sud et des Haut-Bassins appartenant à la zone de culture du coton.

En particulier, la production du soja est en augmentation considérable dans les zones de culture du coton pour la rotation. Pour la province de la Sissili, la production, qui était de 21 tonnes en 2003, a augmenté à hauteur de 20 fois pour atteindre 4 250 tonnes en 2012.

(2) Volume de production

La Figure 9.1.7 suivante montre l'évolution de la production nationale (en tonnes) entre 2002 et 2012. La production a augmenté de 9,6 fois son volume initial sur cette période, en augmentant de 2 533 tonnes à 24 305 tonnes.

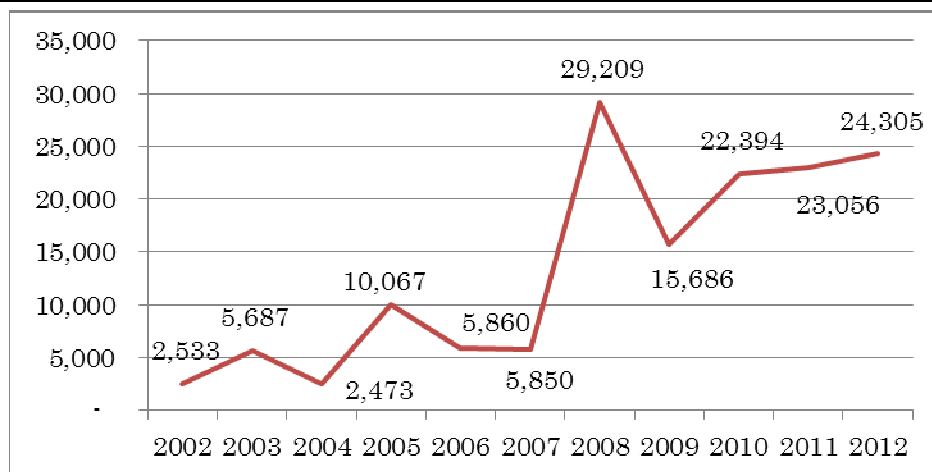


Figure 9.1.7 Evolution de la production nationale du soja (de 2002 à 2012)

Source : DPSAA

Les raisons de cette augmentation considérable sont (1) l'augmentation de la consommation nationale (pour l'alimentation animale et les matières premières pour les produits de transformation), (2) le remplacement de la culture du coton et la rotation culturale et (3) l'augmentation de la demande des pays voisins (le Ghana, la Côte d'Ivoire etc.), (4) la distribution sans contrepartie de semences de soja par le gouvernement depuis 2008.

(3) Producteurs et modes de culture

Le soja est cultivé une fois par an en saison pluvieuse soit seul ou en associé avec d'autres cultures vivrières par les petits producteurs. Selon les producteurs de Fada-N'Grouma, de Tenkodogo ou de Léo, la superficie de culture est de 0,25 à 1,0 ha s'il est cultivé seul avec un rendement de moins de 1,5 tonnes par ha.

1) Mode de culture

Selon les statistiques de la DPSAA, le taux de monoculture dans l'ensemble du pays (taux par rapport à la production totale du soja) qui était de 54,0% en 2002 avec 1 369 tonnes a augmenté jusqu'à 64,5% en 2012 avec 15 682 tonnes. Le taux de monoculture du niébé en 2012 était de 16,2%, celui du soja est donc élevé.

Si on regarde les taux de monoculture du soja des 10 premières provinces productrices en 2013, les taux des provinces de culture traditionnelles du Boulgou, de la Tapoa et du Koulpélgo étaient respectivement de 40%, de 52% et de 59%. Or ceux de la Sissili et du Nahouri, qui sont les zones de production du coton, sont de 86% et de 99% (DPSAA). On peut ainsi supposer que le soja est cultivé dans les zones cotonnières pour soit remplacer la culture du coton ou pratiquer la rotation culturale avec celui-ci. Le maïs et le soja sont associés (une rangée de maïs après une rangée de soja) dans la Sissili. Quand la rotation de culture est pratiquée, les parcelles sont divisées en 4 sous-parcelles où le sorgho, le soja le maïs et le mil sont cultivés dans chaque sous-parcelle et ces 4 spéculations sont cultivées dans chaque sous-parcelle à tour de rôle.



Ferme de culture du soja dans la province de Sissili (monoculture)

2) Calendrier de culture¹⁵

Le calendrier dépend de la pluviométrie. Le semis est effectué entre le 1^{er} et le 15 juillet dans les zones pour lesquelles la pluviométrie varie de 750 à 1000mm et entre le 15 et 25 juin si la pluviométrie varie de 1 000 à 1 400mm. Le semis consiste à mettre deux grains de soja dans un trou de profondeur de 2 à 3cm à intervalle de 40cm x 20cm (30 à 35kg/ha) au début de la saison pluvieuse lorsque la surface du sol est mouillée. Les semences germent 5 à 7 jours après le semis.

Lorsque du compost ou des engrais chimiques sont utilisés, 3 tonnes/ha de compost après le labour et 50kg/ha de NPK (14-23-14) après le désherbage de 21^{ème} jour après le semis, et 25kg/ha d'urée 15 jours après la fertilisation d'engrais NPK sont appliqués. Si le compost n'est pas utilisé, 100kg/ha de NPK (14-23-14) après le désherbage de 21^{ème} jour après le semis et 50kg/ha d'urée 45 jours après le semis sont appliqués.

Le désherbage est effectué 15 jours après le semis lorsque nécessaire. Des insecticides tels que le Décis sont utilisés en cas d'apparition d'ennemis de culture (pulvérisation d'un liquide composé de 20 litres d'eau et de 40ml de Décis). Les dégâts des ennemis de culture sont moins importants par rapport au niébé ou au coton. Selon les producteurs, les travaux nécessaires, comme le désherbage, sont les mêmes que pour le niébé et nécessitent moins d'engrais malgré une période de culture plus longue¹⁶.

3) Utilisation des intrants agricoles

i) Matériels agricoles

Le matériel utilisé est limité. Les dadas et les bèches sont largement utilisées. Il n'y a que peu de charrues pour le labour par traction animale (âne ou bœuf), de matériel de désherbage ou de tracteurs (pour le labour). Il s'agit plutôt de matériel de location¹⁷.

ii) Engrais/produit phytosanitaire

Il y a des producteurs (par exemple des producteurs en contrat avec des ESOP) utilisant du fumier animal (par exemple en faisant manger les résidus du maïs cultivé avant le soja). Des producteurs utilisant des engrais chimiques n'ont pas été observés, probablement en raison des prix élevés. Le nombre de producteurs utilisant des produits phytosanitaires est restreint.

iii) Semences certifiées

Les semences certifiées sont utilisées principalement par les producteurs contractuels et alors que les autres producteurs utilisent surtout des semences non certifiées, étant donné que le volume de fourniture des semences certifiées est limité et que leur prix est élevé. De nombreux producteurs ne peuvent pas augmenter leurs surfaces de production à cause du manque de semences.

4) Répartition des tâches par sexe

La production ainsi que le traitement post-récolte du soja, qui est une culture de rente, sont assurés essentiellement par les hommes dans la province de la Sissili qui est la principale zone de production du soja. Les femmes s'occupent d'une partie des travaux (surtout manuels).

¹⁵ Selon les informations de l'INERA et des entretiens avec des producteurs.

¹⁶ HELVETAS et APME2A (2009) "ETUDE FILIERE SOJA".

¹⁷ Labour :15 000Fcfa/ha avec traction animale, nivèlement avec traction animale : 15 000Fcfa/ha et utilisation du tracteur: 25 000Fcfa/ha à Sissili (novembre 2013).

Tableau 9.1.13 Répartition des tâches par genre de la culture et du traitement post-récolte du soja dans la province de la Sissili

Travail	Labour	Semis	Désherbage	Fertilisation	Produit phytosanitaire	Récolte	Battage etc.	Transport	Vente
Homme	☉	○	○	☉	☉	○	○	☉	☉
Femme	○	○	○	Non	Non	○	○	Non	○

Source : entretien avec l'ancienne ESOP de Léo




Les hommes assurent les travaux physiques comme le labour, la fertilisation ou la pulvérisation de produits phytosanitaires pendant la production et les travaux nécessitant beaucoup de main d'œuvre tels que le semis, le désherbage ou la récolte sont assurés par tout le monde. Le battage et l'enlèvement des impuretés sont assurés par tout le monde mais le transport est assuré par les hommes (et les jeunes). Les hommes s'occupent aussi de la commercialisation sauf si la culture est pratiquée par un groupement féminin. Ce sont les femmes qui vendent le soja sur les marchés des céréales.

(4) Variétés cultivées et production semencière

1) Variétés cultivées

Les variétés cultivées au Burkina Faso sont au nombre de 4 et la plus populaire est la G197, qui a de gros grains et contient beaucoup de matières grasses.

Tableau 9.1.14 Variétés du soja et leurs caractéristiques

	G121	G196	G38	G197
			pas de photo	
Variété	Santa Maria	ISRA 26-26-72	Ilini	ISRA 44A73
Origine	Venezuela	Sénégal	Portugal	Sénégal
Couleur de grain	Noir	Jaune	Jaune	Jaune
Poids (1000 grains)	80 g	85 g	85 g	120 g
Rendement (tonne/ha)	2~3	2~3	2~3	2~3
Pluviométrie nécessaire (mm)	750~1000	750~1000	600~750	750~1000
Longueur de tige (cm)	50	55	50	55
Période de culture	100~105	100~105	90	90~100
Taux brut de protéine (%)	34	37	N/A	35
Taux brut de matières grasses (%)	18	18	N/D	23

Source : INERA

L'INERA recommande un traitement avec un fongicide avant le semis en mélangeant 50g de Montaz 45 WS ou de Calthio dans 5kg de semences. Il y a ainsi des producteurs utilisant le produit Calthio avant le semis.

2) Développement variétal

Le développement et la recherche sur le soja sont assurés par le centre de Kongoussi de l'INERA qui est actuellement en train de réaliser un essai de culture de 20 variétés nigérianes afin d'obtenir des variétés à haut rendement avec de gros grains. Par ailleurs, l'ancienne ESOP de Léo (province de la Sissili de la région du Centre-Ouest) est en train d'essayer la variété TGX, riche en matières

grasses, qui est cultivée au Togo en collaboration avec Peace Corp.

3) Production des semences

Le tableau 9.1.15 montre la production des semences d'origine (G1) et des semences certifiées (R1) entre 2001 et 2009.

L'INERA et l'Association pour le Transfert de Technologie Agricole dans le Boulgou (ATTRA/B) produisent des semences certifiées (R1) et les vendent aux agriculteurs aux prix de 750 à 1000 FCFA par kg¹⁸. Mais le volume d'approvisionnement des semences certifiées est faible. Ainsi, BKB, Lvia, Soja Santé ou les anciennes ESOP s'approvisionnent en semences certifiées par l'INERA pour les distribuer ou multiplient les semences certifiées en créant des groupements des producteurs semenciers.

Tableau 9.1.15 Evolution de la production des semences certifiées (2001 à 2009)

An	Variété d'origine (t)	Semences certifiées(t)
2001	1.8	0.0
2002	2.9	16.7
2003	0.9	11.6
2004	3.6	0.7
2005	10.0	97.6
2006	4.0	114.5
2007	-	83.8
2008	-	81.8
2009	-	85.5

Source : Tableau 3-8 du rapport de l'étude de collecte d'informations et de vérification du secteur agricole de la JICA

(5) Traitement post-récolte et conservation

Le soja semé entre le 15 juin et le 15 juillet est récolté de mi-septembre à début novembre (90 à 100 jours après). Les travaux à effectuer pour le traitement post-récolte d'une parcelle d'environ 1ha sont comme suit (entretiens dans la province du Koulpelogo de la région du Centre-Est).

Tableau 9.1.16 Etapes des travaux relatifs au soja : de la récolte jusqu'au stockage (1ha)

Travaux	Nombre de personnes	Temps nécessaire	Contenu
Récolte	1 homme ou 2 femmes	de 6 heures à midi	Couper les tiges à l'aide d'une daba. Il s'agit du travail le plus dur. Il faut compter 4 jours pour une ferme de 1,5ha (exemple de l'ESOP de Léo).
Séchage	1 personne	3 jours	Le soja récolté est délaissé environ 20 jours car les producteurs ne peuvent pas s'occuper du soja à cause des travaux sur d'autres cultures.
Battage	10 personnes	de 9 heures à midi	Le battage est effectué avec les bâtons etc. sur le champ. La perte au battage est de moins de 3 kg par tonne. Même si les grains sont brisés, ils peuvent être utilisés pour le Soumbala.
Vannage	10 personnes	1 heure (minimum)	Faire tomber (à partir de la taille d'un homme environ) par terre, enlever les impuretés avec le vent sur le champ.
Enlèvement des impuretés	10 personnes	3 à 4 jours	Répéter le travail ci-dessus à plusieurs reprises. Cela peut durer une journée ou quelques heures en fonction des travaux des autres cultures sur le champ.
Stockage	-	-	Utiliser les sacs en plastiques pour stocker au magasin de la maison. Il n'y a pas de dégâts dus aux ennemis de culture.



Récolte



Soja après la récolte



Soja conservé (environ 11 mois)

¹⁸ Sandrine Audrey ZONGO (2013) "ANALYSE DE L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE DE SERVICES ET ORGANISATION DES PRODUCTEURS (ESOP) DE LEO SUR LES PRODUCTEURS DE SOJA DE LA PROVINCE DE LA SISSILI"

L'INERA préconise les méthodes suivantes afin d'éviter les dégâts pendant le stockage. (1) mélanger les poudres de pesticide (K'Othrine, Percal M, Djarama, Super Actellic etc.) dans un sac de 50kg de soja, (2) mettre 50kg de soja dans les sacs en plastique double avec un comprimé de Phostoxin et fermer les sacs, et (3) utiliser les sacs triples PICS utilisés pour le stockage du niébé. Or, ces conseils ne sont guère suivis par les producteurs qui stockent le soja dans les sacs plastiques. Contrairement au niébé, il est possible de conserver le soja longtemps.



Soja collecté dans les champs



Soja en train d'être trié



Soja trié

9.1.3 Chaîne de valeur

(1) Chaîne de commerce

La chaîne de commerce du soja peut être récapitulée comme suit selon les informations collectées jusqu'à présent.

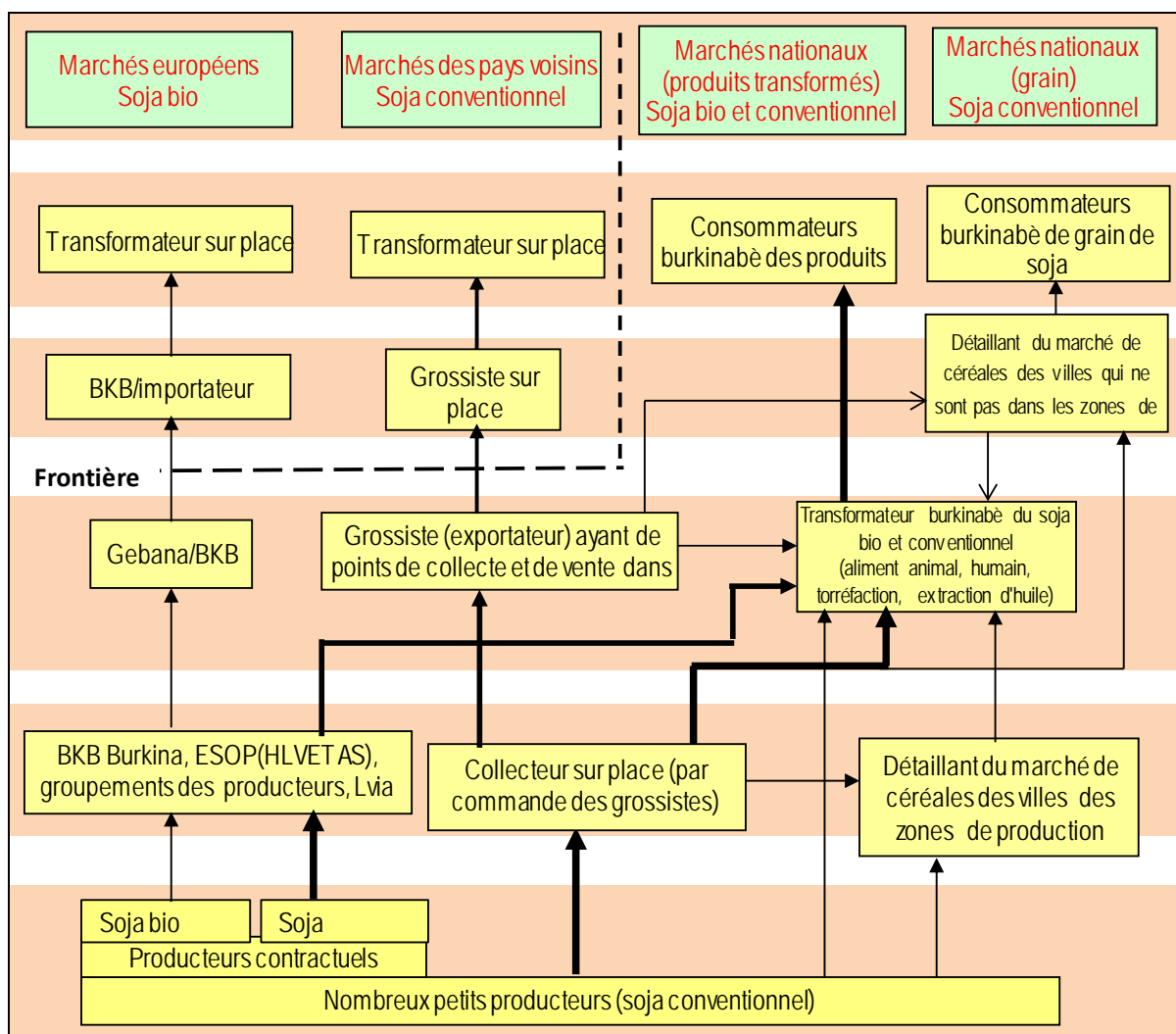


Figure 9.1.8 Chaîne de commerce du soja

Source : Equipe d'étude

Il existe deux chaînes de commerce du soja burkinabè de soja biologique et de soja conventionnel. Celle des produits de transformation destinés aux marchés burkinabè est la plus grande.

1) Soja biologique

Il existe deux voies de distribution du soja biologique. La première est l'exportation vers la France et la seconde est celle de distribution/commercialisation à l'intérieur du pays. Les deux circuits sont développés avec l'appui des ONG etc.

Le soja biologique est exporté vers la France en passant par deux systèmes de production et d'exportation, BKB Burkina-BKB France et HELVETAS-ESOP-Gebana Afrique, à travers la culture contractuelle avec les producteurs. Les exportations actuelles ne satisfaisant pas les besoins de la région de Bretagne, BKB France essaye d'augmenter les importations de soja biologique en augmentant la production burkinabè. Par ailleurs, les consommations des produits de transformation à base du soja étant en augmentation considérable sur les marchés de l'UE, la production de soja biologique pour la transformation en alimentation humaine et animale devrait augmenter. Quant aux débouchés à l'intérieur du pays pour le soja biologique, avec le produit Misola, il y a des débouchés stables assurés, avec l'appui des ONG. Toutefois, il faut signaler des problèmes de rendement faible et de détermination du prix d'achat avec l'augmentation du prix du soja conventionnel. Le prix du soja conventionnel étant en augmentation, il y a moins d'avantages à produire du soja biologique qu'avant.

2) Soja conventionnel

Il existe trois circuits pour les chaînes de commerce du soja conventionnel, constitués par la commercialisation des grains de soja sur les marchés nationaux, par la commercialisation des matières premières pour les aliments animaux destinés aux marchés nationaux et sous-régionaux et par la commercialisation des matières premières pour les produits alimentaires transformés. Pour le premier circuit, le soja est acheté par les producteurs ou les consommateurs pour le transformer et le consommer chez eux. Le volume de consommation reste faible.

Suite à l'augmentation des revenus dans le pays et dans la sous-région, et à l'urbanisation, les besoins en viande et en œufs sont en augmentation. Ainsi la demande pour le soja en tant qu'alimentation animale comme substitut à la farine de poisson à prix modéré, est en augmentation considérable. D'autre part, sur le marché burkinabè, les volumes disponibles de soja utilisé pour l'alimentation animale sont insuffisants, et la demande de la part des éleveurs pourrait augmenter avec la vulgarisation/compréhension des avantages nutritifs (riche en protéine) du soja. Les problèmes du soja pour l'alimentation animale sont l'absence de normes de qualité, l'insuffisance du traitement des impuretés, les coûts élevés de transaction relatifs à la collecte et à la distribution à cause d'une production assurée par les petits producteurs à petite échelle, le manque de moyens financiers des collecteurs pour l'approvisionnement en matière première, les prix élevés des droits de douanes pour l'alimentation animale, l'absence d'une organisation relative à l'alimentation animale ou l'absence de normes des aliments composés ou du soja torréfié.

L'autre circuit de distribution du soja est l'utilisation comme matière première des produits transformés. Une partie du soja conventionnel est exportée vers les pays voisins en tant que matière première pour la transformation (en lait, en soubala ou en huile). La production et la commercialisation des produits alimentaires à base du soja, à l'exception du soubala, étant de nouveaux domaines et les appuis du gouvernement et des partenaires financiers et techniques étant encore insuffisants, le volume de consommation nationale reste encore limité. Une sensibilisation sur les aspects de nutrition/santé du soja à travers les médias ou l'éducation scolaire, tout en stimulant la consommation des produits de transformation du soja par des consommateurs ordinaires est indispensable pour le développement de l'industrie de transformation du soja. La transformation du soja est en principe assurée par des groupements féminins ou des entreprises artisanales. Or, le soja étant une spéculation nouvelle que les gens ne connaissent pas et pour

laquelle ils n'ont pas d'expérience de transformation, des problèmes comme l'insuffisance de diversification des produits, la non utilisation de sous-produits dont les valeurs nutritives sont élevées, la nécessité de main d'œuvre pour les processus de transformation, l'utilisation inefficace des protéines, le manque d'hygiène, l'insuffisance d'acheteurs stables ou le manque de réseau des transformateurs, sont nombreux.

3) Chaîne de consommation à l'intérieur du pays des produits transformés

Parmi les chaînes de commerce du soja, la chaîne de consommation à l'intérieur du pays des produits de transformation est la plus grande. Cette chaîne peut être divisée en deux chaînes des produits alimentaires transformés et des aliments animaux comme montre la figure suivante. Les activités de mise en valeur des produits transformés dans chaque chaîne sont traitées ci-après. La consommation au Burkina Faso de produits alimentaires transformés à partir du soja biologique est extrêmement faible.

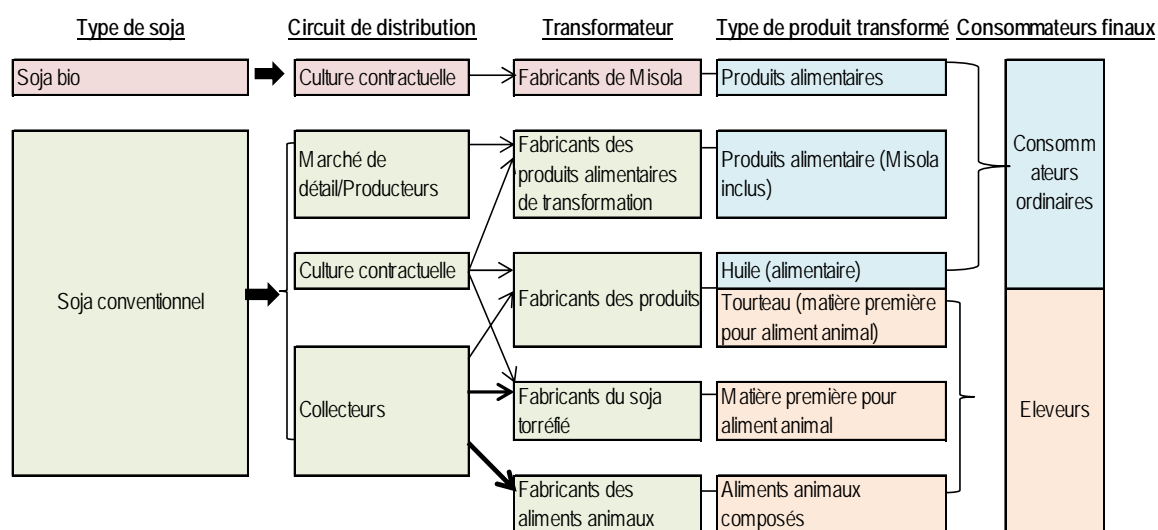


Figure 9.1.9 Classification des chaînes de consommation des produits alimentaires de transformation

Source : Equipe d'étude

Les torréfacteurs, les fabricants d'aliments destinés aux animaux et les fabricants de produits industriels (huile et tourteaux) se procurent le soja auprès d'intermédiaires. Toutefois, les anciennes ESOP (torréfaction) ou l'entreprise SIATOL (extraction d'huile) s'approvisionnent en soja auprès de producteurs contractuels. Il y a aussi des fabricants d'aliments destinés aux animaux qui revendent le soja ainsi acheté aux autres transformateurs. Les fabricants de produits alimentaires à base de soja se procurent du soja auprès de producteurs, de collecteurs de zones de production ou sur les marchés de la zone urbaine à l'exception de Soja Santé (fabricant du tofu) qui s'approvisionne auprès de petits producteurs sur la base de contrats de culture. Il y a aussi des fabricants de « Misola » qui s'approvisionnent en soja biologique auprès de producteurs contractuels.

Les consommateurs finaux dans le pays sont des acheteurs des produits alimentaires à base de soja (soumbala, brochette, huile, Misola etc.) et les éleveurs/aviculteurs achetant les matières premières de l'alimentation animale (soja torréfié ou tourteau après l'extraction d'huile etc.).

(2) Producteurs

Les producteurs sont en général les petits exploitants qui peuvent être divisés en producteurs de soja conventionnel et en producteurs contractuels au sein desquels on distingue le producteur du soja biologique et celui du soja conventionnel.

Le coût de production du soja des producteurs contractuels avec l'ancienne ESOP de Léo en 2012 était comme suit.

Tableau 9.1.17 Coût de production de producteur contractuel de l'ancienne ESOP de Léo (2012)

Bénéfices	Dépenses
Superficie moyenne de culture : 0,40ha	Coût de production par kg 50 ~ 75 FCFA
Rendement moyen : 1200 Kg/ha	
Prix d'achat : 195 FCFA/kg	
Montant moyen de vente par producteur : 93 600 FCFA	Frais moyens par producteur 24 000 à 36 000FCFA
Bénéfice brut (0,40ha) : 57 600 ~ 69 600 FCFA	
Bénéfice brut par kg : 120 ~ 145 FCFA	

Source : Entretien de l'ESOP de Léo (le 13 novembre 2013)

Les montants ci-dessous incluent les frais de transport jusqu'aux points de regroupement désignés par l'ESOP (5FCFA/kg)¹⁹ et le bonus de conformité à la spécification technique (5FCFA/kg). Malgré l'existence d'un petit nombre de producteurs procédant à la désinfection avec Montaz 45WS ou Calthio avant le semis ou pulvérisant les produits phytosanitaires, ces frais ne sont pas inclus ici.

Même si la culture du soja est relativement facile, celle-ci est une culture basée sur l'eau pluviale, et la période de culture et le rendement dépendent donc des conditions climatiques. De nombreux producteurs ont des difficultés à augmenter la superficie de culture à cause d'un manque d'intrants. Par ailleurs, la période de culture du soja chevauchant les périodes de production d'autres cultures vivrières et de rente, il y a un problème de manque de terre et de mobilisation de main d'œuvre. Ainsi, les producteurs pratiquant la monoculture ont tendance à donner la priorité au maïs, au sorgho et au mil car ils n'ont pas suffisamment de main d'œuvre, et les producteurs pratiquant la culture associée cultivent le soja d'une manière extensive. Il y a également des producteurs qui souhaitent produire le soja en alternance avec le coton, mais qui ne peuvent pas à cause du manque de semences. Ainsi, les producteurs ont des intrants (en particulier des semences) insuffisants, une superficie de culture et une main d'œuvre limitée, et la culture du soja est en compétition avec les autres spéculations vivrières et de rente.

Parmi les producteurs sous contrat avec l'ancienne ESOP de Léo, certains cultivent des variétés de maïs dont la période de culture est courte afin de réduire les travaux champêtres. Les travaux de labour ou de semis nécessitant des efforts physiques importants, il n'est possible que de cultiver au maximum que 1 à 1,5ha par ménage si il n'est pas possible de résoudre les problèmes de manque de matériels ou de main d'œuvre, et ce même si une terre cultivable plus importante est à disposition.

(3) Exportateurs du soja biologique²⁰

Dans le cadre des exportations par le réseau BKB Burkina-BKB France, les 14 organisations de producteurs (Banfora, Mangodara, Manga, Tapoa, Kompienga, Ziro, Samarogouan, Bobo-Dioulasso, Dano etc.) et les deux anciennes ESOP (de Léo et de Pô) sont en charge de la culture du soja. BKB Burkina a obtenu l'Ecocert (certification biologique) en 2012 avec l'appui financier de BKB France. Le contrôle des produits phytosanitaires résiduels, etc. est effectué par une entreprise privée de contrôle allemande, SGS, en Allemagne. Par ailleurs, BKB Burkina réalise l'encadrement technique des producteurs avec l'appui financier de BKB France. La superficie de culture moyenne des producteurs concernés (environ 3 500 au total) est de 0,5 ha, la variété cultivée est G197 et le rendement de 300kg/ha. On prévoyait l'exportation de 1 500 tonnes (avec le prix unitaire de 250 FCFA/kg) en 2013. Même si le prix d'achat en 2013 était de 215 FCFA/kg, la part des producteurs était de 200 FCFA/kg et les 15 FCFA/kg restant était celle des organisations (anciennes ESOP incluses). En général, le soja ainsi produit est acheté 30 FCFA/kg plus cher que le soja conventionnel.

¹⁹ L'ancienne ESOP de Léo a désigné trois points de collecte pour les producteurs. Si les producteurs sous contrat font parvenir par leurs propres moyens leur production au point de collecte, l'ESOP paie 5 FCFA/kg pour les frais de transport.

²⁰ Selon l'interview effectuée auprès de BKB Burkina.

Le paiement s'effectue en deux phases. La première moitié (50%) est payée à l'achat et la seconde moitié est payée après le contrôle par SGS.

(4) Distributeurs

Le soja étant une spéculation nouvelle dont le volume de production est relativement faible, il est collecté et commercialisé par les collecteurs/commerçants traitant les céréales à l'exception de la culture contractuelle. Il s'agit de grossistes/exportateurs urbains de céréales, de détaillants sur les marchés de céréales, de collecteurs des lieux de production et de petits collecteurs.

Comme mentionné ci-avant, les grossistes/exportateurs des céréales passent des commandes aux collecteurs des zones de production après avoir reçu des demandes des grossistes de céréales des pays de la sous-région liés. Ainsi, ils collectent et exportent le soja. Quant aux détaillants sur les marchés de céréales, il existe deux types de marchés, au détail sur le lieu de production et sur d'autres localités. Les détaillants sont en général les vendeuses. Les producteurs et les petits collecteurs vendent aux vendeuses pour la vente sur le lieu de production. Par contre, ce sont les collecteurs sur le lieu de production et les grossistes/exportateurs urbains de céréales qui vendent aux vendeuses dans les autres localités.

Les collecteurs de zones de production regroupent des quantités nécessaires en achetant directement auprès des producteurs (groupements), en achetant aux marchés des zones de production ou en demandant aux petits collecteurs. Ces collecteurs regroupent les produits après avoir reçu les commandes par les acheteurs (les exportateurs ou les fabricants des aliments animaux etc.) au lieu de juger eux-mêmes. Ceci montre que le commerce du soja est effectué en fonction de la demande par les acheteurs (demandeurs).

Les grands collecteurs demandent aux petits collecteurs auxquels ils peuvent faire confiance de collecter le soja. De même, quand ils se procurent en soja en visitant les marchés de détail ou les villages, ils achètent directement aux producteurs (vendeurs) auxquels ils font confiance afin d'éviter que les sacs soient d'un poids insuffisant (100 kg en général) ou le mélange avec des impuretés et des petits cailloux.

Les collecteurs sur les zones de production collectent le soja avec les véhicules de transport (ils louent des camions en général) et le conservent dans les petits entrepôts de stockage. Ensuite, ils transportent le soja jusqu'aux acheteurs (de Ouagadougou etc.) avec des camions prêtés par les acheteurs. Bien que les collecteurs de lieu de production soient obligés de payer en liquide, ils sont en général payés par les acheteurs après la livraison à l'exception d'une partie d'acheteurs qui paye à l'avance. Ainsi, l'un des problèmes majeurs chez ces collecteurs est la question des fonds de roulement.

Quant aux prix de transaction, le prix entre l'acheteur et le collecteur est d'abord déterminé suite à des négociations. Ce prix étant utilisé comme prix de base, les collecteurs négocient et déterminent le prix d'achat avec les petits collecteurs, avec les opérateurs des marchés des lieux de production et les producteurs. Les prix d'achat reflètent l'intention des acheteurs. Par exemple, les collecteurs achètent le soja au prix d'environ 220 FCFA/kg aux producteurs (groupements) et le revendent de 260 à 265 FCFA/kg aux fabricants des aliments pour animaux de Ouagadougou, qui étaient les acheteurs selon des entretiens avec les producteurs et collecteurs de la région du Centre-Est.

(5) Transformateurs de soja

Ici, les produits dérivés du soja représentatifs du Burkina Faso et leur valeur ajoutée sont présentés. Ensuite, le diagramme de fabrication et les bénéfices (le coût de production) du soja torréfié comme produit pour animaux de transformation, de l'huile de soja (le tourteau) comme produit industriel et de la brochette de tofu comme aliment transformé sont également détaillés.

1) Produits de transformation dérivés du soja

Les principaux produits à base du soja fabriqués et commercialisés au Burkina Faso sont les suivants.

Produit	Soumbala	Tofu	Brochette	Lait	Huile
Fabricant	Wend Malgda	Soja Santé	DJIGUI ESPOIR	Soja Santé	SIATOL
Photo					
Produit	Yaourt (à boire)	Aliment nutritif pour bébé Misola	Soja torréfié (aliment volaille)	Jus	Tourteau (aliment animal)
Fabricant	Association les Amis de la Nature	Ancienne ESOP de Léo	Ancienne ESOP de Léo	Association les Amis de la Nature	Faso Grain
Photo					

Figure 9.1.10 Produits de transformation à base du soja fabriqués et vendus au Burkina Faso

En plus des produits ci-dessus, le tofu frit (Soja Santé), le tofu dur (DJIGUI ESPOIR), le pain ou le biscuit de soja sont produits. Le tourteau est utilisé pour l'alimentation animale.

2) Activité de mise en valeur des produits de transformation

i) Transformation en produit alimentaire

Le fabricant moderne des produits alimentaires à base de soja, l'entreprise Soja Santé vend aux consommateurs ordinaires et fournit ces produits aux hôtels, aux restaurants et aux supermarchés de Ouagadougou. Les prix de vente en 2013 étaient de 600 FCFA pour le tofu (250g) et 300 FCFA pour le lait de soja (500g). En ce qui concerne les fabricants artisanaux ou les groupements féminins, qui sont représentés la majorité des activités de transformation alimentaire du soja, le prix d'une brochette de tofu (principal produit) était de 50 FCFA. Le prix de gros d'un paquet de Misola (un produit alimentaire nutritif destiné aux petits enfants à base du soja conventionnel) était de 350 FCFA en 2012 (ancienne ESOP de Léo).

ii) Soja torréfié

L'ancienne ESOP de Léo, qui était un torréfacteur, vendait le soja torréfié au prix de 13 750 FCFA/50kg en 2012. Le prix de vente du soja torréfié de la Maison De l'Aviculture (MDA) en août 2013 était de 15 500 FCFA/50kg.

iii) Transformation à l'usage industriel

Le fabricant d'huile de soja basé à Ouagadougou, SIATOL, vend un bidon de 5 litres (récipient en plastique) au prix de 4 500 FCFA aux courtiers et le tourteau du soja au prix de 280 à 325 FCFA/kg aux fabricants des aliments pour animaux. Les groupes des anciennes ESOP vendaient le soja conventionnel à SIATOL au prix de 225 FCFA en 2012.

iv) Aliment bétail composé

Les produits et les prix de vente de l'un des plus grands fabricants des aliments composés pour animaux, Faso Grain (fondé en 2011 et basé à Ouagadougou) sont de 12 500 FCFA/50kg pour les aliments destinés aux poules (œufs), aux coqs et aux poussins, de 13 000 FCFA/50kg pour les volailles de chair (jeunes et adultes)(en date du 6 octobre 2013).

3) Bénéfices apportés par les produits transformés du soja

i) Soja torréfié

Le processus de torréfaction et le coût de production sont les suivants.

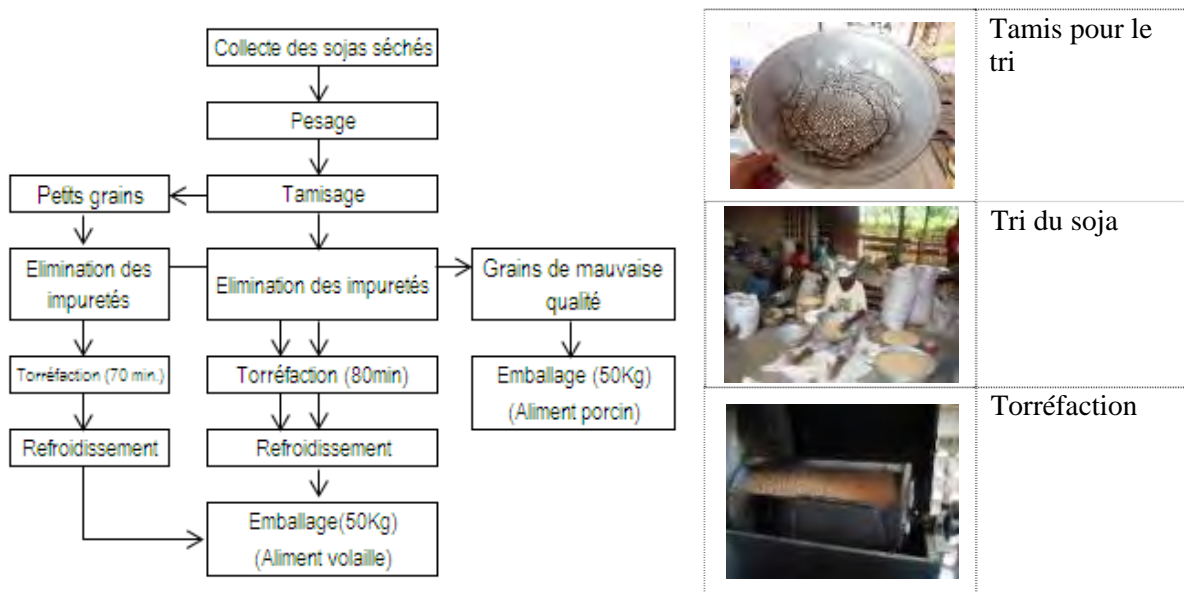


Figure 9.1.11 Schéma de procédé pour la fabrication du soja torréfié

Tableau 9.1.18 Bénéfices du soja torréfié (2012)

Bénéfices	Dépenses*
50 Kg (sac) : 13 750 FCFA	50Kg (sac) : 1 500 à 2 250 FCFA
Bénéfices avec 1 sac de 50 Kg : 11 250 à 12 000 FCFA	

Source : Equipe d'étude

* Il s'agit des matières premières, de l'énergie (gaz et électricité), de la main d'œuvre et des frais fixes (l'amortissement, la communication les sacs en plastiques etc.)

ii) Huile de soja (tourteau)

Les processus de fabrication et le coût de production de l'huile de soja et du tourteau utilisé pour l'extraction d'huile sont les suivants.

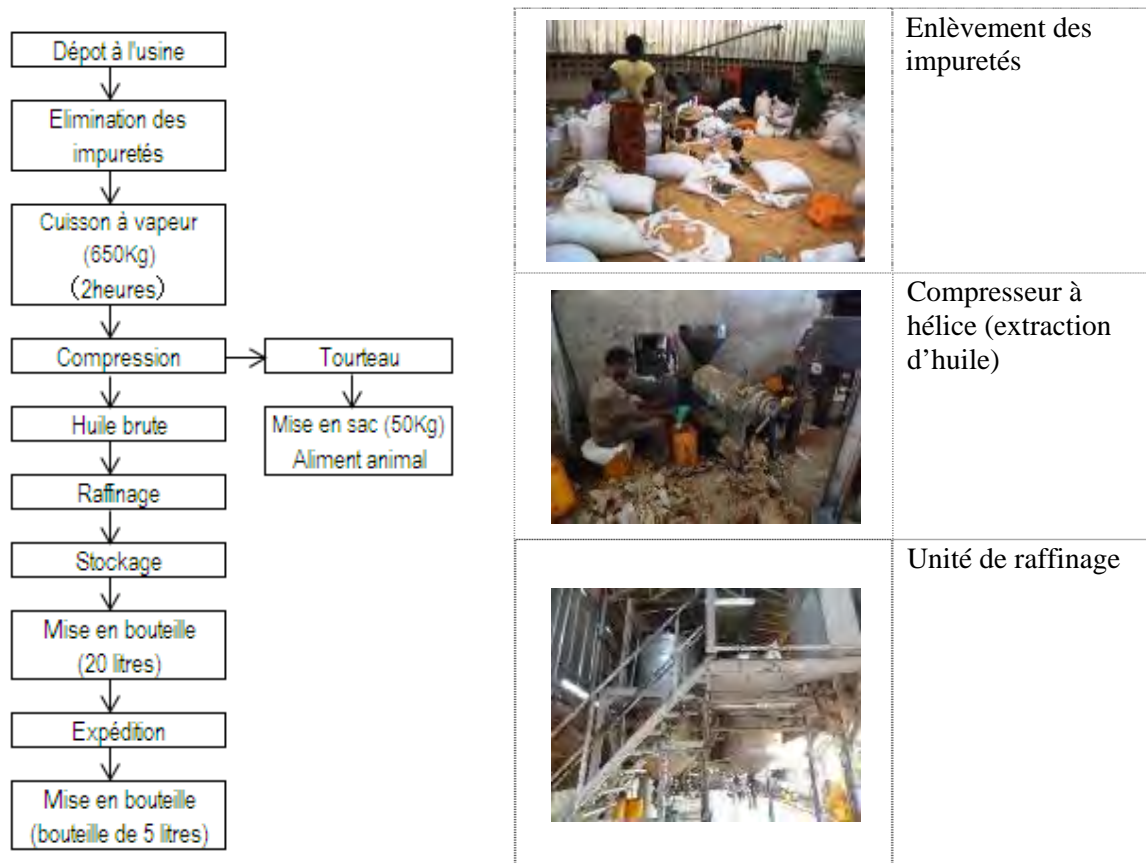


Figure 9.1.12 Schéma de procédé pour la fabrication de l'huile de soja (tourteau)

On obtient 15kg d'huile et 80kg de tourteau pour 100kg de soja. Les 5kg restants sont des impuretés (1 à 2%) et l'eau perdue pendant la torréfaction (3 à 4%). L'amortissement des équipements d'extraction (pour 10 ans) équivaut à 1 FCFA par kg de soja.

Tableau 9.1.19 Coût de production d'huile de soja (2012)
(15 litres d'huile avec 100kg de soja)

Rubrique	Coût
Main d'œuvre féminine pour éliminer les impuretés	7 500 à 8 500 FCFA
Main d'œuvre masculine (opérateur de machine)	
Energies	
Conditionnement	
Raffinage (paiement à GENOL)	75FCFA/L x 15 L (Kg) =6 000 FCFA
Amortissement	1 FCFA/L(Kg) x 15 L (Kg) =15 FCFA
Total du coût de production	8 640 à 9 640 FCFA (pour 15 litres d'huile)

Source : Equipe d'étude

Le coût de production ci-dessus n'inclut ni les matières premières (soja) ou les frais fixes (la communication et les salaires du personnel de gestion). L'huile de soja est vendue au prix de 4 500 FCFA/5 litres dans un récipient en plastique de 5 litres aux courtiers et le tourteau après l'extraction d'huile est vendu au prix de 325 FCFA/kg aux fabricants des aliments pour animaux (en 2013). Par conséquent, les bénéfices obtenus à partir de 100kg de soja en commercialisant 15 litres d'huile de soja et 80kg de tourteau sont de 39 500 FCFA (respectivement 13 500 FCFA et 26 000 FCFA).

iii) Brochette de tofu

Les processus de fabrication et le coût de production des groupements féminins ou des entreprises artisanales sont les suivants.

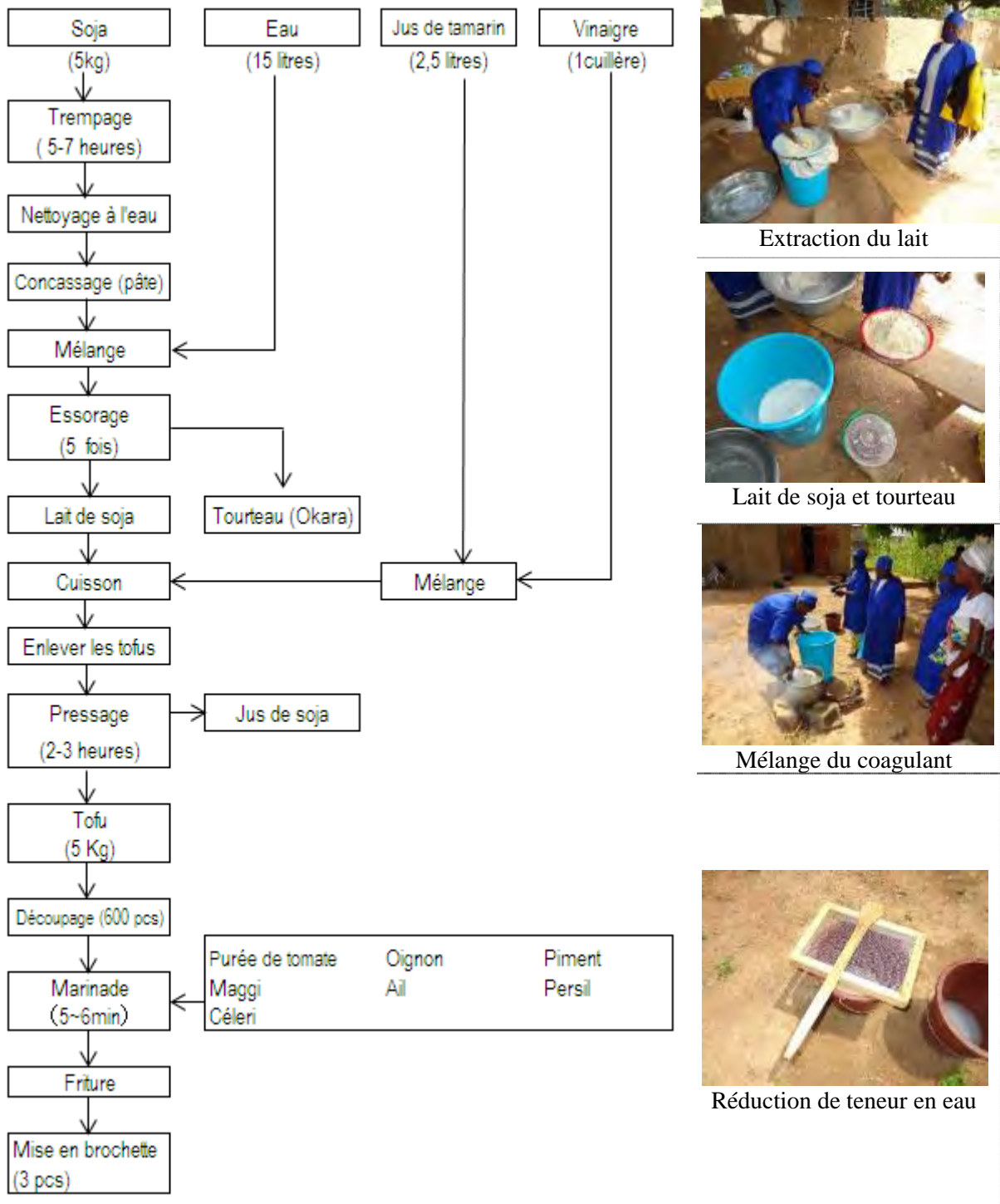


Figure 9.1.13 Schéma de procédé pour la fabrication de brochette de tofu

Tableau 9.1.20 Bénéfices obtenus avec les brochettes de tofu (2012)

Bénéfices	Dépenses
Prix de vente : 5 000 FCFA/5kg * On obtient 5 kg de Tofu par 5kg de soja.	<ul style="list-style-type: none"> • 5kg de soja : 1 500 FCFA • Ecrasement : 500 FCFA • Bois de chauffe : 400 FCFA • Tamarin : 300 FCFA • Main d'œuvre²¹ : 162FCFA x 3 heures x 2 personnes = 972FCFA Total : 2 700 FCFA pour 5kg de tofu
Bénéfice pour 5kg de tofu : 2 300 FCFA (sans compter la main d'œuvre ni le carburant)	



Bénéfices	Dépenses
Prix de vente : 10 000 FCFA * 200 brochettes sont produites à partir de 5kg de tofu (avec 3 petits tofus pour chacune) * Prix d'une brochette : 50 FCFA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 litre d'huile : 1 000FCFA • Purée de tomate : 550 FCFA • Oignon et piment : 400 FCFA • Brochette : 400FCFA • Cube Maggi : 250 FCFA • Ail : 200FCFA • Persil et cèleri : 100FCFA Total coût : 2 900 FCFA (200 brochettes) *Coût pour une brochette : 14,5 FCFA
Bénéfice pour une brochette : 35,5FCFA (sans compter la main d'œuvre ni le carburant)	

Source : Equipe d'étude

9.1.4 Structuration de la filière

Les organisations de producteurs, de commerçants/exportateurs et de transformateurs au niveau national n'existant pas, il n'y a pas d'interprofession de la filière soja. Cependant, il existe un noyau de création de structuration d'organisation. La DGPER a organisé une réunion pour la promotion de la filière soja sur la base du rapport de l'« étude filière soja (2009) » établi par HELVETAS et APME2A en invitant les acteurs concernés en avril 2011. En répondant aux recommandations de cette réunion, un groupe noyau a été formé par 24 organisations représentatives de la filière soja en mai 2012. Les membres de ce groupe noyau sont des transformateurs, des producteurs, des fabricants d'aliments destinés aux animaux et des fabricants d'équipements de transformation. Les objectifs de ce groupe sont la promotion de la filière et la création d'une organisation transversale dans le futur. Toutefois, aucune activité concrète n'a été encore réalisée.

9.1.5 Activités d'appui des autres bailleurs de fonds

Ce sont des ONG internationales qui mènent les principales activités d'appui à la filière soja. Il n'y a cependant pas d'activités spécifiques de l'Etat ou des organismes destinées à la filière soja en ce moment.

(1) BKB France

Breizh Kongred Burkina (BKB) est une association de la région de Bretagne de la France. En collaboration avec BKB Burkina, elle mène les activités suivantes.

- (a) Obtention du certificat Ecocert par l'Association des producteurs de la Sissilli pour l'éco-gestion des ressources naturelles (APSERN) appartenant à BKB Burkina.
- (b) Exportation vers la Bretagne du soja biologique en collaboration.
- (c) Recrutement d'encadreurs pour l'agriculture biologique et encadrement sur place des producteurs.
- (d) Fabrication en essai de compost à partir de résidus de légumes et de céréales, et mise en œuvre d'un essai de fertilisation.

²¹ Le salaire d'un ouvrier agricole est fixé à environ 1 299 FCFA par jour (environ 162 FCFA/heure) par le décret présidentiel No. 2006-655/PRES/PM/MITSS/MFB. Ce prix unitaire est utilisé pour ce calcul.

(e) Essai d'inoculation de rhizobiums en collaboration avec l'INERA.

(2) HELVETAS

HELVETAS a sélectionné le soja pour la rotation culturale avec le coton et a mis en œuvre un essai de culture avec 3 ESOP il y a 3 ans, qui a conduit à la production de 2 tonnes de semences. Comme mentionné ci-avant, HELVETAS a l'intention de produire du soja biologique (en rotation avec le coton biologique), en collaboration avec les ESOP de Diébougou et de Tenkodogo dans le cadre de son activité pilote en 2013 et d'exporter vers la France avec l'entreprise Gebana Afrique. La collecte a commencé, mais le volume d'exportation (en tonnes) n'est pas encore connu.

(3) Lvia (Association de Solidarité et de Coopération Internationale)

Lvia est en train de mettre en œuvre un projet (pour une période de 2 ans à partir de janvier 2013) et a un projet en cours de préparation (en attente de l'approbation du Ministère des Affaires Etrangères italienne). Les deux projets collaborent avec l'ASK de la province de Oubritenga de la région du Plateau Central pour fournir des matières premières (soja biologique etc.) au groupement « Guipomgou » (aidé par une ONG italienne « Medicus Mundi Italia ») produisant le « Misola » basé à Ziniaré.

Projet en cours	Projet prévu
① Fourniture des intrants <ul style="list-style-type: none">• Distribution des semences certifiées (approvisionnées par l'INERA : variété G-197)• Matériels et matériaux pour la fabrication du compost• Engrais (phosphate naturelle)• Matériel agricole (houe, pelle etc.)• Semences des herbes (andreopogon)	① Encadrement des producteurs semenciers (distribution aux producteurs) ② Création de magasins de vente des intrants agricoles ③ Création d'unités de fabrication du compost ④ Introduction du système de warrantage pour le soja
② Mise en œuvre de la formation sur les techniques de culture	
③ Sensibilisation des habitants de la zone (nutrition du soja)	

(4) L'Orange Bleue Afrique

L'Orange Bleue Afrique (une ONG française) a créé une entreprise privée (Soja Santé) dans le cadre de son projet au Burkina Faso. Cette ONG reçoit une aide financière de l'entreprise française Nutrition et Santé (qui est actuellement une filiale d'Otsuka Pharmaceutical, une entreprise pharmaceutique japonaise). Ainsi, du matériel pour la fabrication du tofu, d'écrasement et de séparation ou de conditionnement ainsi qu'une formation par des techniciens français ont été fournis gratuitement à l'entreprise Soja Santé qui a commencé la fabrication et la commercialisation d'aliments à base de soja (tofu etc.) depuis juillet 2008. Soja Santé reçoit encore un appui financier pour les salaires du personnel. L'entreprise a formé une union composée de 400 producteurs dans 9 villages de la province de Kossi de la région de la Boucle du Mouhoun pour cultiver le soja en rotation avec le fonio, ce qui permet d'atteindre une production annuelle de 15 à 20 tonnes de soja. Soja Santé exporte le produit transformé du fonio (en couscous) vers la France et le vend sur place également.

(5) Banque Mondiale- Programme de productivité agricole en Afrique de l'Ouest (PPAAO)

Le Programme de productivité agricole en Afrique de l'Ouest (PPAAO) dont la première phase est en cours de réalisation, qui vise une croissance économique considérable du PIB pour le secteur de l'agriculture afin d'atteindre les objectifs du millénaire avant 2015 au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire et au Nigeria et d'atteindre la sécurité alimentaire/de prendre des mesures contre la pauvreté pour la période de 2011 à 2016. Le montant total du budget du PPAAO alloué au Burkina Faso est de 23,99 millions USD (dont 2 millions USD financés par l'Etat burkinabè et 0,99 millions USD par les bénéficiaires).

Le PPAO est mis en œuvre avec quatre composantes. Le soja est inclus dans l'action 3.3. : Facilitation de l'accès au matériel génétique amélioré de la composante 3 : Financement à la demande de la génération et l'adoption de technologies. Dans le cadre de cette action 3-3, la multiplication des semences (le soja inclus) pour la production des plantes pour aliments pour animaux en vue d'augmenter les poids du cheptel est prévue au Burkina Faso. Le budget alloué est de 4,46 millions USD (1,74 millions USD financés par l'Etat burkinabè et 2,72 millions USD par la Banque Mondiale). Ainsi, le Ministère des Ressources animales a établi l'avant-projet du programme de distribution des semences agréées des plantes fourragères en collaboration avec le MARHASA.

(6) Aides des organisations des Etats-Unis

Un programme mis en œuvre par l'association du soja des Etats-Unis «World Initiative for Soy in Human Health » a organisé deux ateliers sur la valeur nutritive du soja et l'aviculture en invitant les personnes concernées de l'aviculture (les ministères concernés, les organismes et les acteurs concernés) respectivement en juin 2012 et en novembre 2013. US Africa Development Foundation (USADF) réalise un appui financier focalisé sur la production agricole et la transformation pour améliorer la valeur ajoutée afin d'augmenter les revenus de communautés marginales délaissées par les activités de développement (activités incluant le soja). Ainsi, ce programme apporte une aide à la réparation des matériels, pour l'augmentation de la production et d'élaboration de plans d'affaire à DJIGUI ESPOIR²² (une association fabriquant des produits à base du soja), dont le montant s'élève à 116 544 dollars US pour la période de 2013 à 2016.

(7) Autres

Il existe des ONG menant des activités relatives aux produits alimentaires à base de soja dans le cadre de l'appui aux groupements féminins transformateurs. Par exemple, le groupement Wend Malgda du Secteur N°2 de Tenkodogo (créé en 1997 avec 20 membres)²³ de Tenkodogo, qui produit des produits à base de niébé et de soja (lait du soja, brochette) a été créé avec l'appui d'une ONG belge « VECO West Africa » et reçoit un appui technique et financier. Le Réseau de Transformatrices des Céréales de Faso (RTCF), composé de transformatrices artisanales de Ouagadougou, reçoit un appui technique et financier d'une ONG française, « Afrique Verte ». 2 entreprises appartenant au RTCF procèdent à la fabrication de produits à base du soja parmi 20 adhérents au réseau. Il y a aussi des volontaires de Peace Corp qui encadrent des groupements féminins sur la transformation du soja (brochettes, etc.).

9.1.6 Activités des organismes gouvernementaux

(1) MARHASA

Depuis 2008, le MARHASA a choisi le soja comme produit cible pour la sécurité alimentaire, en plus du maïs, sorgho, etc., et a distribué des semences sans contrepartie. En 2014, 3 tonnes de semences ont été distribuées aux communes via les DPARHASA (les volumes dépendent de la taille des provinces)²⁴. De ce fait, les volumes de production augmentent fortement dans les zones de production au niveau national depuis 2008.

(2) Société cotonnière du Gourma (SOCOMA)

Depuis 2012, dans les territoires sous sa juridiction dans l'Est du Burkina Faso (Régions de l'Est et du Centre-Est), la SOCOMA distribue des semences de soja sans contrepartie aux producteurs souhaitant cultiver le soja en rotation avec le coton, et ce à hauteur de 5 à 10kg (G196)²⁵ par producteur. Ainsi

²² Le même groupe appuie des femmes en difficulté, et parmi ses 33 membres, 7 travaillent au sein de la coopérative et sont rémunérées par celle-ci. En dehors du tofu, cette coopérative transforme et commercialise des céréales (farine, couscous). Elle a commencé la transformation en tofu après avoir reçu de l'équipement du gouvernement Taiswanais.

²³ Wend Malgda appartient à l'UPPAB (Union Provinciale des Professionnels Agricoles du Boulgou)

²⁴ Selon l'entretien des DPARHASA de Tenkodogo et de Ouargaye de la région du Centre-Est (le 21 décembre 2014).

²⁵ 30~35Kg de semences sont nécessaires par hectare.

donc en 2013, 100 tonnes ont été distribuées dans le cadre de cette opération. Le but est d'améliorer la fertilité du sol en utilisant le soja en alternance avec la culture du coton.

9.2 Contraintes pour la promotion de la filière et propositions de promotion

9.2.1 Contraintes pour la promotion

La production du soja augmente d'une manière spectaculaire grâce à l'augmentation de la demande en tant que matière première pour une alimentation animale à prix modéré et riche en protéine sur les marchés burkinabè, sous-régional et européen, et à l'augmentation de la consommation des produits transformés grâce à leur valeur nutritive élevée et en tant que produits bon pour la santé. Pour les petits producteurs, le soja est une culture de rente facile à cultiver, dont la valeur ajoutée est importante, qui peut être conservée longtemps et rend le sol plus fertile (prévention de la dégradation des sols), ce qui en lui donne de nombreux avantages. De plus, le soja a été désigné par le gouvernement comme un produit agricole contribuant à la sécurité alimentaire et est considéré comme un produit agricole essentiel. D'autre part, par rapport à d'autres produits agricoles, le soja a des liens forts avec d'autres industries, comme l'alimentation animale (alimentation combinée, soja torréfié), la transformation industrielle (huile, tourteaux), la transformation alimentaire (soubala, lait, produits à base de tofu, produits alimentaires pour enfants en bas-âge), etc., et a donc des effets sur ces industries.

Du point de vue du développement de secteurs nationaux liés à l'extraction des problèmes de promotion et à l'examen des mesures de promotion, les deux chaînes de valeur du marché burkinabè, c'est-à-dire les chaînes de valeurs de la transformation en alimentation animale et de la transformation alimentaire seront les cibles principales des contraintes et mesures de promotion, en excluant la chaîne d'exportation (soja biologique et conventionnel). Pour la première, à travers l'approvisionnement en alimentation animale, cela contribuera au développement du secteur de l'élevage, avec la distribution à bas prix de viande de poulet et d'œufs. Pour la seconde, il est possible que l'emploi des femmes en milieu rural soit favorisé avec la diversification des produits transformés, du traditionnel soubala aux produits comme les produits à base de tofu, l'huile, les gâteaux ou les aliments destinés aux enfants en bas-âge,

Les contraintes et mesures de développement pour les deux chaînes de valeurs citées ci-dessus sont présentées ci-dessous.

(1) Insuffisance de volume de distribution sur le marché burkinabè

Malgré l'augmentation considérable de la demande pour le soja en tant qu'aliment destiné aux animaux pour remplacer la farine de poisson, dont le prix est élevé sur le marché burkinabè, le volume approvisionné du soja reste insuffisant. Cela représente la contrainte pour élargir la chaîne de valeur de l'alimentation animale. La qualité soja burkinabè actuellement distribué n'est pas stable, et le taux d'impuretés atteint 6 à 10% actuellement, ce qui représente également un problème. Afin d'améliorer les volumes de soja distribués sur le marché burkinabè, il faut augmenter l'offre de soja burkinabè.

Les producteurs ont des contraintes liées au manque d'intrants, ce qui limite l'augmentation des surfaces de production, à la coordination de l'utilisation des surfaces de production avec d'autres cultures vivrières ou de rente et de disponibilité de la main d'œuvre. De plus, le soja est un nouveau produit, dont les volumes commercialisés sont faibles, ce qui implique un risque de marché et de commercialisation pour les producteurs et collecteurs, et ce qui entrave donc sa distribution. Il est donc nécessaire de commencer par résoudre les problèmes de la production et de la distribution pour augmenter l'offre de soja sur le marché burkinabè.

Tout d'abord, afin de répondre à l'augmentation rapide de la demande de soja, il est possible de distribuer des semences de soja sans contrepartie (pratiquer la rotation de culture avec le coton) afin d'augmenter la production du soja, comme le font le MARHASA et le SOCOMA. Il est également important de former les producteurs qui le souhaitent pour former des producteurs de semences.

Ensuite, tout en prenant en compte les contraintes des producteurs, afin d'augmenter la production de soja de bonne qualité, il est indispensable de réaliser l'appui conseil technique et de les vulgariser pour améliorer les rendements et la qualité. Parmi les techniques d'amélioration de la productivité, l'introduction de petites quantités d'engrais chimiques, qui ne sont pas utilisés jusqu'à présent pour la culture du soja au Burkina Faso, et l'introduction des variétés à rendement élevé pour améliorer le rendement doivent être examinés. En ce qui concerne le tri des éléments étrangers, les producteurs doivent être sensibilisés et il est nécessaire dans le même temps d'introduire au plus vite des techniques et systèmes de tri des éléments étrangers lors des travaux de post récolte et de collecte.

Afin d'approvisionner de façon stable le marché burkinabé en soja, il est nécessaire de réduire les risques de commercialisation pour les producteurs liés au manque d'information sur les acheteurs et les prix, et les risques de commercialisation pour les collecteurs concernant la collecte et la distribution. Pour cela, il est possible d'effectuer la collecte collectivement avec des groupements de producteurs, de partager les informations entre les collecteurs et producteurs, de définir des points et des périodes de collecte, de construire des entrepôts, ou d'établir des contrats de production avec les transformateurs (fabricants d'alimentation animale, torréfacteurs) et les collecteurs. La principale contrainte pour les collecteurs et pour les contrats de production est le manque de fonds de roulement pour acheter le soja aux producteurs ou sur les marchés locaux.

(2) Activités de petite échelle de fabrication à base du soja insuffisamment développées

Le nombre de groupements féminins ou d'entreprises artisanales fabriquant des produits à base de soja est en augmentation avec la sensibilisation sur les avantages du soja, pour sa valeur nutritive élevée ou en tant que produit bon pour la santé, grâce à l'appui d'ONG et du gouvernement burkinabè. Sur la base d'autres expériences en Afrique de l'Ouest pour augmenter la consommation de soja, il paraît clair qu'au lieu d'introduire le soja dans la cuisine traditionnelle locale (y compris pour les produits transformés) et de vulgariser ces plats, il est plus efficace de transformer et commercialiser le soja via de petites activités de transformation alimentaire afin de vulgariser les produits à base de soja. De plus, les petites activités de transformation alimentaire utilisent des ressources locales (produits agricoles, main d'œuvre, fonds) et créent des sources de revenu et d'emploi, ce qui rend leur impact sur l'économie rurale important.

Toutefois, à l'exception du soubala, la production et la commercialisation de produits à base du soja étant un nouveau domaine, les transformateurs/transformatrices n'ont pas assez de connaissances ni d'expérience, les produits à base de soja ne sont pas bien connus et la consommation du marché burkinabé reste limitée. Dans un tel contexte, il sera nécessaire de développer ces activités et d'augmenter les revenus en améliorant les connaissances et les techniques de transformation en aliments tout en sensibilisant les consommateurs aux avantages des produits transformés à base du soja et en menant des activités d'appui dans les domaines de la réduction des efforts physiques, de l'amélioration de la rentabilité, de l'amélioration de l'hygiène ou de la recherche des débouchés.

(3) Insuffisance de collaboration au sein de l'interprofession de la filière soja

Malgré la création du groupe noyau par les entreprises et les organisations concernées depuis mai 2012, la structuration de la filière n'avance guère. Les acteurs des maillons de la production, de la transformation et de la commercialisation (exportation) n'étant pas organisés, chaque maillon ne peut pas prendre de mesures contre les problèmes à aborder par l'ensemble des acteurs du maillon. Par exemple, les producteurs ne peuvent pas renforcer leurs capacités de commercialisation et de négociation, acquérir des connaissances et des techniques efficaces, améliorer leur rentabilité et l'accès au système de crédit agricole à cause de l'absence d'organisation des producteurs. Par ailleurs, les aviculteurs n'étant pas organisés, n'arrivent pas eux aussi à résoudre le problème des droits de douanes des aliments destinés aux volailles et aux poussins ou encore, le problème des normes de qualité du soja ou de la composition des aliments destinés aux volailles.

De plus, étant donné que le réseau entre les sous-secteurs des acteurs en aval (consommateurs finaux)

que constituent les transformateurs en alimentation animale, les transformateurs en alimentation humaine et les éleveurs (aviculteurs inclus), et les acteurs en amont que sont les producteurs et les collecteurs est faible, il n'y a pas de système de coopération répondant à la forte augmentation récente de la demande de soja au niveau national.

Ainsi, il sera nécessaire d'établir les organisations de la filière soja en appuyant le groupe noyau en conformité avec la loi n° 050-2012/an portant réglementation des organisations interprofessionnelles des filières agricoles, sylvicoles, pastorales, halieutiques et fauniques au Burkina Faso établie en 2012.

(4) Nécessité de développement et vulgarisation de variétés appropriées à différents usages

L'INERA effectue un essai de culture de soja nigérian en vue d'obtenir des variétés à haut rendement avec de gros grains. Comme il n'y a que 4 variétés cultivées actuellement au Burkina Faso, tous les producteurs et les transformateurs utilisent les mêmes variétés. Aussi, le volume de fourniture des variétés certifiées est extrêmement faible. Or, les attentes sont différentes selon les utilisateurs (transformation en aliment humain, animal, l'usage industriel), et les variétés adaptées aux diverses conditions géologiques ou climatiques des zones de production sont aussi différentes. Par exemple, lors d'entretiens menés durant cette étude, de nombreux producteurs souhaitaient des variétés résistant à la sécheresse ou à maturation rapide. Pour les producteurs, en même temps qu'il est indispensable d'augmenter les rendements de variétés fortement demandées par le marché pour augmenter leurs revenus, l'utilisation de bonnes variétés, en dehors de l'augmentation des rendements, permet de raccourcir la période de production et de réduire la main d'œuvre nécessaire, d'éviter les problèmes liés aux mauvaises herbes, d'utiliser moins de pesticides avec des variétés résistantes aux maladies et aux insectes et de réduire les coûts en matériel.

Pour l'appui à moyen et à long terme de l'amélioration de la productivité et de la consommation du soja, Il sera nécessaire de vulgariser les nouvelles variétés qui seront développées en collaboration avec la DGPV et les autres acteurs tout en formant et en encadrant les producteurs des semences.

9.2.2 Mesures de promotion

Les mesures de promotion suivantes ont été déterminées parmi les contraintes ci-dessus pour renforcer les mesures entamées par le gouvernement burkinabè et pour réaliser les actions nécessitant une intervention rapide et pour le développement futur.

(1) Augmentation du volume de distribution à l'intérieur du pays

Il est nécessaire d'augmenter le volume d'approvisionnement du soja burkinabè pour augmenter le volume de distribution sur les marchés nationaux. Il sera alors nécessaire d'aborder les contraintes à la fois par la production et par la distribution.

Il faut d'abord améliorer la productivité/augmenter la production tout en améliorant le circuit de distribution afin d'augmenter la fourniture du soja à l'intérieur du pays. Pour ce faire, les mesures à envisager dans le cadre du plan de projet de promotion du soja, sont celles d'augmentation de la production et d'amélioration de la productivité qui seront combinées.

Pour cela, un appui sera apporté au système de distribution de semences sans contrepartie aux communes mis en œuvre par le MARHASA, tout en appliquant le système de distribution de semences sans contrepartie mis en place par SOCOMA dans l'Est auprès des producteurs de coton à la SOFITEX et à Faso Coton. Parallèlement à cette activité, il est possible d'améliorer simultanément la productivité en réalisant un appui conseil technique et en distribuant les semences à haut rendement.

Pour que le soja soit distribué sur le marché burkinabé sans problème particulier, parmi les mesures à prendre pour réduire les risques de commercialisation pour les producteurs et les coûts de transaction

pour les collecteurs, il est urgent de prendre des mesures pour l'échange d'informations entre les acheteurs, les collecteurs et les producteurs, ainsi que de mettre en place des points et périodes de commercialisation fixes. En mettant en œuvre ensemble la distribution de semences à haut rendement en vue d'améliorer la productivité et d'augmenter la production et l'échange d'information entre producteurs, collecteurs et acheteurs pour améliorer le système de distribution, l'approvisionnement en soja du marché burkinabé sera accru.

(2) Fabrication des produits alimentaires à base du soja à petite échelle

Dans ce domaine, la fabrication des produits alimentaires transformés étant un nouveau challenge pour lequel l'appui du gouvernement et des ONG etc. est encore insuffisant, il faudra appuyer ces activités pour le développement futur de l'industrie de fabrication des produits alimentaires de transformation. Comme mentionné ci-avant, la fabrication des produits à base du soja est principalement destinée à la consommation locale, l'impact sur l'économie rurale est important, car ces activités contribuent à la génération des revenus des femmes rurales et à la création d'emploi. Or, les avantages du soja ne sont pas pleinement exploités faute de connaissance et de techniques des artisans ou des groupements féminins du monde rural. Il sera alors nécessaire d'améliorer les connaissances, les techniques pour diversifier les produits et en augmenter la commercialisation, et d'améliorer l'activité et de favoriser l'augmentation des revenus en réduisant les efforts physiques, en améliorant la rentabilité et l'hygiène et en fidélisant les acheteurs.

(3) Création d'une interprofession de la filière soja

En ce qui concerne la création d'une interprofession de la filière soja, le groupe noyau composé de 24 organisations représentatives de la filière a déjà été créé avec l'appui de la DGPER. Toutefois, il n'est pas capable de traiter les contraintes des sous-secteurs ou entre les sous-secteurs et est encore limité dans sa capacité ou en fonctionnement. Or, cette contrainte demande la réalisation de mesures rapides, car cela impacte le développement des chaînes de valeur des aliments pour animaux (matière première) et des aliments humains. Ainsi, la création d'une interprofession est visée par la structuration des acteurs concernés, en appuyant le renforcement du fonctionnement du groupe noyau et en faisant la promotion de la collaboration et la coopération entre les acteurs de la filière.

Il faut noter que le développement et la vulgarisation des variétés du soja adaptées à divers usages ne sont pas pris en compte dans le cadre de ce plan de promotion étant donné que ces aspects nécessitent un appui à long terme.

9.3 Elaboration de matériels pédagogiques pour l'amélioration des techniques de fabrication de brochettes de tofu

9.3.1 Résumé de l'activité pilote

(1) Contexte et objectifs

Cette activité pilote vise la promotion des brochettes de tofu, qui constituent le produit principal des groupes de femmes et des industries traditionnelles et qui constituent la majeure partie de la commercialisation des produits transformés à base de soja, comme produit cible. Les techniques de transformation du soja en brochettes de tofu seront simplifiées et améliorées non seulement pour réduire la main d'œuvre nécessaire et les coûts de production, pour augmenter la marge bénéficiaire, mais aussi pour essayer de diversifier les produits, d'augmenter le volume des ventes et les bénéfices à travers l'utilisation des produits dérivés obtenus pendant la transformation du soja en brochettes de tofu. De plus, l'activité appuiera la recherche de clients stables, dont le manque constitue un problème majeur en ce qui concerne la commercialisation des produits à base de tofu. Cette approche pourra constituer une bonne pratique qui permettra de générer un revenu stable.

En fonction des résultats de la mise en œuvre de l'activité ci-dessus, une formation sera dispensée aux

groupes de femmes et aux industries traditionnelles. La préparation du matériel d'extension pour l'amélioration des techniques de transformation des brochettes de soja est visée en tant qu'objectif final. En outre, les résultats de cette activité pilote seront publiés et diffusés à l'occasion de participations à des foires agricoles ou par les médias.

(2) Hypothèses à vérifier et mesures de promotion liées

Le « développement d'activités de transformation du soja en produits alimentaires » a été choisi en tant que sujet de développement pour la chaîne de valeur des produits alimentaires issus du soja. Afin « d'augmenter le nombre d'activités de transformation de produits issus du tofu », des mesures portant sur « l'amélioration des connaissances et des capacités techniques sur la transformation des produits alimentaires issus du tofu » et sur « la sensibilisation aux produits issus de la transformation du soja » ont été identifiées. Dans cette activité pilote, l'utilisation des médias et l'organisation des formations auprès de petites unités de transformation alimentaire, « la sensibilisation aux produits alimentaires issus du soja » seront mises en œuvre à petite échelle et en lien avec l'amélioration des connaissances et des capacités techniques sur la transformation des produits alimentaires issus du tofu, pour l'amélioration des techniques de transformation des brochettes de tofu et pour la sécurisation de débouchés stables. Les 5 hypothèses suivantes seront vérifiées :

- En passant de la technique de fabrication du lait de soja en le trempant et le concassant sans cuisson, qui est généralement utilisée par les petites unités de transformation au Burkina Faso, à la technique consistant à cuire le lait de soja après le trempage et le pressage, qui est largement utilisée au niveau international, il y a plus d'éléments nutritionnels dans le lait de soja et le volume de tofu produit augmente ;
- En remplaçant le coagulant généralement utilisé par les petites unités de transformation de soja du Burkina Faso, qui est le tamarin (coagulation acide) par un autre coagulant disponible sur le marché local (en particulier par un coagulant basique), un bon tofu au niveau du goût peut être produit en volumes importants ;
- En remplaçant les techniques de transformation du lait de soja et du tofu, effectuées principalement à la main au Burkina Faso, en introduisant un équipement simple pouvant être produit localement, l'efficacité du travail est améliorée ;
- L'okara, qui est actuellement soit jeté, soit utilisé en tant qu'alimentation animale bon marché, peut être transformé en produit alimentaire adapté aux goûts locaux ;
- En général, les brochettes de tofu sont vendues en bord de route (colportage), mais renforçant les capacités marketing, il est possible de trouver des débouchés stables.

L'équipe d'étude et les japonais en général connaissent bien les produits alimentaires transformés issus du soja, particulièrement pour le tofu, et ont donc plus d'expérience que les autres partenaires techniques et financiers ou que le gouvernement burkinabè, et c'est pour cela que cette activité pilote a été mise en œuvre. En particulier, l'amélioration des techniques de transformation du lait de soja deviendront la base pour les techniques de transformation de tous les produits transformés à base de tofu, et devrait donc fortement contribuer à « l'augmentation des activités de transformation des produits issus du tofu ».

(3) Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur

Le soja a été introduit et vulgarisé au Burkina Faso dans les années 1980 en tant que produit agricole à haute valeur nutritive. Depuis 2000, il est utilisé en tant que matière première pour la transformation en alimentation animale, et depuis 2008, il a été désigné en tant que produit cible pour la sécurité alimentaire par le gouvernement alimentaire, ce qui a engendré une croissance rapide des volumes de production. Le principal marché pour le soja est actuellement l'alimentation pour l'aviculture, et en

général l'alimentation animale, mais il y a également un marché pour la transformation en produit alimentaire. Le soja destiné à l'alimentation animale et celui destiné aux produits alimentaires sont également distribués sur le marché burkinabé, sous-régional et dans l'Union Européenne. La contrainte la plus importante est représentée par le manque de soja distribué par rapport à la demande sur le marché burkinabé. D'un autre côté, dans la chaîne de valeur de transformation en produit alimentaire du soja, les unités de transformations ont des capacités techniques et marketing insuffisantes, et les consommateurs ne connaissent pas bien les produits transformés issus du soja.

L'activité pilote a donc un impact sur les unités de transformations et petits commerçants de la chaîne de valeur de la transformation en produit alimentaire du soja.

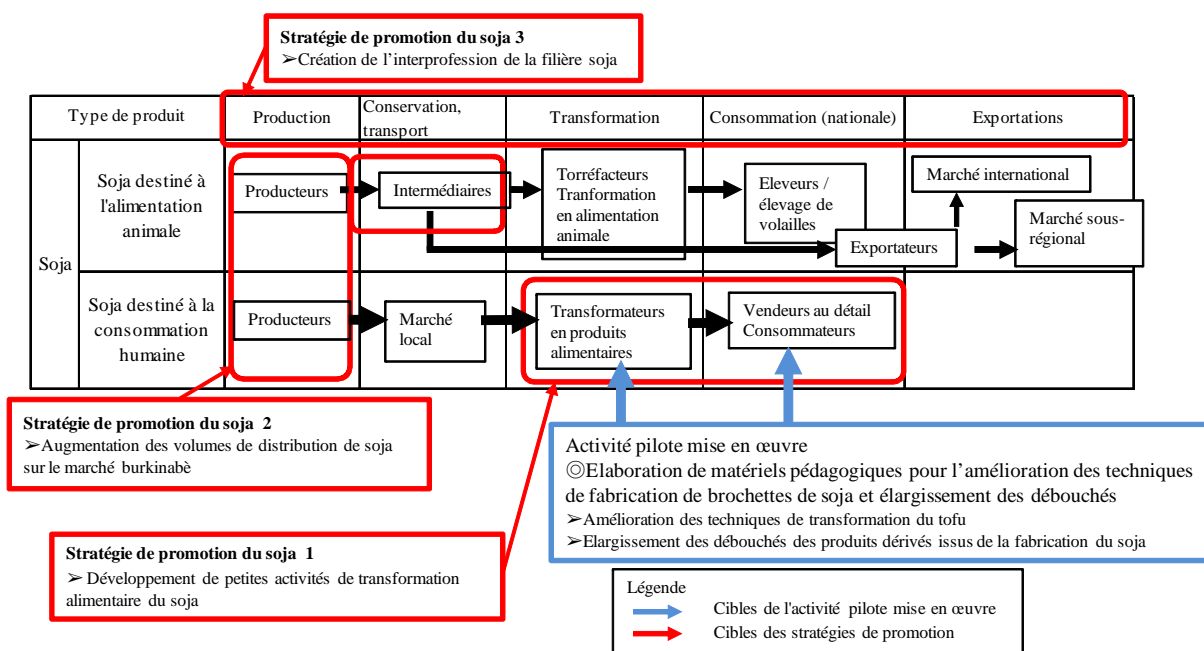


Figure 9.3.1 Influence de l'activité pilote sur la chaîne de valeur du soja

(4) Contenu de l'activité pilote

1) Lieu d'exécution

Communauté de Léo de la province de la Sissili (région du Centre-Ouest)

La province de la Sissili est, parmi les 10 provinces qui ont produit le plus de soja entre 2002 et 2012, 4ème en volume de production. De plus, sa production a évolué de 21 tonnes à 4 250 tonnes annuelles de 2003 à 2012, soit une augmentation de facteur 20. La province du Sissili est la zone de production principale la plus proche de Ouagadougou, qui est la plus grande zone de consommation du soja.

2) Personnes concernées

Association les Amis de la Nature (ASAN)

Léo est célèbre pour sa transformation alimentaire de soja, et de nombreux groupements féminins y pratiquent la transformation. ASAN est un de ces groupes, et a des liens profonds avec une ancienne ESOP en ce qui concerne la production et la transformation de soja. Elle constituera donc une base pour vulgariser de nouvelles connaissances et techniques.

FICHE : ASSOCIATION LES AMIS DE LA NATURE (ASAN)

Nom : Association les amis de la nature (ASAN)

Date de création : 12 novembre 2010 (Leo, province du Sissili)

But : Lutte pour la protection de l'environnement et contre la pauvreté et la sécheresse. Conformément à ce but, l'association a des objectifs suivants :

- Développement d'un réseau de producteurs maraîchers et d'éleveurs
- Mise en place de champs
- Contribution à la gestion des ressources forestières
- Formation et promotion d'activités pour les personnes en situation de faiblesse dans les domaines suivants :
 - * Santé : HIV/SIDA, autres maladies
 - * Education et alphabétisme
 - * Hydraulisme, agriculture, élevage, agroforesterie
- Actions civiques pour l'embellissement de la ville, participation au redéveloppement forestier
- Contribution à l'amélioration de l'hygiène via le recyclage
- Contribution aux mesures contre la pauvreté et participation au développement socio-économique
- Appui à la commercialisation des produits agricoles
 - Contribution aux activités indépendantes des jeunes femmes

Organisation : 25 membres fondateurs. Géré par 5 administrateurs et 2 membres du comité de contrôle choisis lors de l'Assemblée Générale. Le comité d'administration est formé par le président, le secrétaire, le trésorier, la personne chargée de l'organisation et la personne en charge de la communication.

Capital : Cotisations des membres (3 000FCFA/an), dons privés, subventions, legs, aides provenant d'organisations internationales, etc.

Coopérations et liens : Peut coopérer avec d'autres organisations du même type au Burkina Faso, en Afrique ou dans le monde

3) Période d'exécution

Entre mai 2014 et janvier 2015

4) Organismes de mise en œuvre

DGPER et équipe d'étude

5) Contenu de l'activité

Afin d'atteindre les objectifs de l'activité pilote, 1) l'amélioration des techniques de transformation des brochettes de tofu, 2) l'appui à l'obtention d'une source de revenus stable, 3) la diffusion des résultats obtenus et 4) l'élaboration du matériel de vulgarisation des méthodes de transformation améliorées du tofu seront mis en œuvre.

i) Amélioration des techniques de transformation des brochettes de tofu

En améliorant les techniques de transformation des brochettes de tofu actuelles, les unités de transformation de produits issus du tofu seront optimisées.

Tableau 9.3.1 Techniques de transformation de brochette de tofu

Améliorations	Techniques de transformation améliorées
Amélioration du rendement du tofu	Utilisation d'une nouvelle technique (lait du soja cuit) à la place de la technique actuelle (sans cuisson)
	Introduction d'un nouveau coagulant autre que le tamarin (coagulant basique)
Amélioration de la productivité de la main d'œuvre	Introduction de l'extracteur à chaud du lait de soja afin de diminuer les travaux physiques et les dangers liés à la température élevée.
	Introduction de la machine de fabrication du tofu afin de diminuer les travaux physiques et les dangers liés à la température élevée.
Amélioration de la rentabilité	Essayer de diversifier les produits dérivés du tofu en utilisant les sous-produits actuellement rejetés ou vendus en tant qu'alimentation animale bon marché.
	Essayer de commercialiser les produits alimentaires à base d'Okara

ii) Appui à l'obtention d'une source de revenus stable

S'assurer une source de revenus stable est un problème partagé par de nombreuses petites unités de transformation alimentaire de la filière soja. Dans cette activité pilote, afin que l'ASAN trouve des sources de revenus stables, les activités suivantes sont mises en œuvre :

Tableau 9.3.2 Contenu d'appui à l'obtention d'une source de revenus stable

Source de revenu stable	Contenu de l'activité
Approvisionnement de produits à la pension du lycée technique	En coopération avec le Lycée Bérékia (lycée technique) situé à Léo, livraison de produits transformés issus du tofu à la pension
Livraison des produits à l'ONG « Compassion » (intervenant dans l'assistance à l'éducation des enfants)	Accord pour la livraison des produits dérivés du tofu (brochette etc.) aux centres intéressés parmi les cinq que l'ONG possède à Léo
Mise en place d'un kiosque pour les produits dérivés du soja	Mise en place à Léo d'un point de vente fixe pour obtenir un point de vente spécialisé sur les produits alimentaires issus du soja

Activités de l'ONG « Compassion »

- L'ONG possède 5 centres à Léo et 7 en tout dans la province du Sissili. Les infrastructures de tous les centres sont fournies par des églises.
- Programmes de l'ONG : 1) Programme de soutien au développement des enfants (Children Development Support Program), 2) Programme de survie des enfants (Children Survival Program), 3) Programme de développement des capacités en leadership (Leadership Development Program), 4) Programme d'interventions complémentaires (Complementally Interventions Program)
- Le programme de soutien au développement des enfants propose un appui pour le déjeuner, pour les frais de scolarité (école primaire: 1 000 FCFA, collège: 1 500 FCFA), pour le matériel scolaire, etc. De plus, l'ONG lutte contre la maltraitance envers les enfants, propose un appui à la prise en charge de consultations médicales et de médicaments pour les foyers pauvres si nécessaire.

iii) Diffusion des résultats de l'activité pilote

Les résultats de l'activité seront diffusés à travers la participation aux salons/foires d'exposition agricole etc. ou les médias comme les journaux, la radio ou la télévision.

iv) Elaboration du matériel de vulgarisation des méthodes de transformation améliorées du tofu

L'élaboration d'un manuel de vulgarisation des techniques améliorées de fabrication du tofu et la formation d'autres unités de transformations et de groupements féminins sont les objectifs finaux de cette activité pilote.

9.3.2 Etat d'avancement et l'activité pilote et résultats

(1) Amélioration des techniques de transformation des brochettes de tofu

1) Changement de méthode de pressage (de sans à avec cuisson du lait)

Il existe deux méthodes de fabrication du lait de soja : la première consiste à presser le soja trempé et concassé et la deuxième consiste à cuire le lait de soja après le trempage et le pressage. La première méthode est largement utilisée au Burkina Faso en milieu urbain comme en milieu rural par les petites unités de transformation en produits alimentaires du soja (groupements féminins). La seconde méthode, qui consiste à faire chauffer le lait, est introduite dans le cadre de cette activité²⁶.

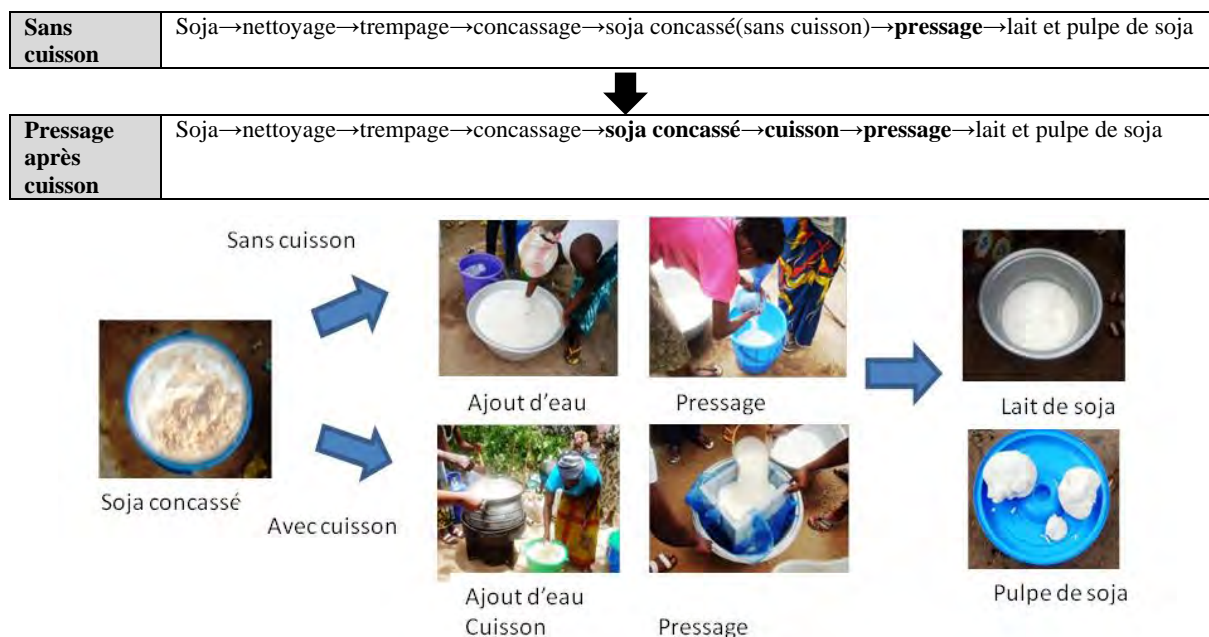


Figure 9.3.2 Méthodes de fabrication du lait de soja (pressage avec cuisson et sans cuisson)

Les mérites de la méthode avec cuisson sont : (1) le taux d'extraction du lait est amélioré grâce à une cuisson effectuée à plus de 60 degrés, (2) l'enzyme « lipoxgénase » provoquant une odeur désagréable ou la protéine « inhibiteur de trypsine », qui empêche le fonctionnement de la protéase peuvent être désactivés.

Il a été procédé à un essai de fabrication de lait de soja en utilisant les deux méthodes ci-avant avec les membres de l'ASAN en utilisant 1kg de soja, qui après avoir été trempé 12 heures, a été concassé puis mélangé à 10 litres d'eau. Ce mélange (gojiru) a ensuite été pressé sans et avec cuisson. Les éléments nutritifs de lait fabriqué par ces deux méthodes ont été analysés à l'IRSAT. Les résultats de l'analyse sont les suivants.

Tableau 9.3.3 Comparaison des éléments nutritifs contenus dans le lait de soja fabriqué selon la méthode

	Protéine	Matière grasse	Glucide	Total
Pressage sans cuisson	1,07%	0,42%	0,79%	2,28%
Pressage après cuisson	1,23%	0,93%	0,84%	3,00%
Taux d'augmentation	115%	221%	106%	132%

Source : IRSAT (13 juin 2014)

²⁶ Selon les informations obtenues, la méthode sans cuisson est largement pratiquée dans les pays de l'Afrique de l'Ouest tels que le Nigéria, le Togo ou le Bénin et la méthode avec la cuisson du lait est utilisée dans les pays de l'Asie, de l'Europe ou de l'Amérique où le tofu est fabriqué.

Un essai comparatif sur le volume de tofu fabriqué par les deux méthodes a été réalisé avec les membres de l'ASAN. Le tableau suivant montre les résultats de cet essai.

Tableau 9.3.4 Comparaison des volumes de production de tofu obtenus selon la méthode

Soja utilisé	Méthode de pressage	Pulpe (Okara)	Coagulant	Tofu obtenu
50kg de soja ont été trempés dans l'eau pendant 10 heures, ensuite concassés et 50 litres d'eau ont été ajoutés	Sans cuisson	11 kg	Jus de tamarin	Environ 7,5kg
	Après cuisson	11 kg		Environ 10kg

Source : ASAN (8 juillet 2014)

Ces essais ont montré que la méthode de pressage après la cuisson a des avantages non seulement du point de vue de l'aspect nutritionnel mais aussi du point de vue du volume de tofu fabriqué. L'adoption de cette nouvelle méthode permettra aux transformatrices d'obtenir un tofu de meilleure qualité nutritive en quantité supérieure.

2) Introduction de nouveaux coagulants

Le tofu est un aliment de transformation obtenu par la coagulation de lait de soja. Il existe deux types de coagulant. La coagulation basique et la coagulation acide. Comme montre le tableau suivant, il existe nombreux coagulants qui ont chacun des caractéristiques différentes. Pour un usage industriel, les coagulants présentant des caractéristiques communes sont combinés.

Tableau 9.3.5 Méthodes de coagulation de tofu et coagulants

Type de coagulation	Mécanisme de coagulation	Exemples de coagulants
Basique	On obtient la coagulation par la formation de gel par la réticulation de l'ion de magnésium (+) ou l'ion de calcium (+) avec le groupe carboxyle qui est la chaîne latérale de la protéine de soja (-).	Chlorure de magnésium (MgCl ₂)
		Sulfate de calcium (CaSO ₄)
		Sulfate de magnésium (MgSO ₄)
		Chlorure de calcium (CaCl ₂)
Acide	La protéine contenue dans le lait de soja est coagulée au point isoélectrique. La conformation des protéines est modifiée par l'acide qui forme le gel.	glucono delta lactone (GDL)
		Acide acétique (exemple : vinaigre)
		Acide citrique (exemple : tamarin, citron, bissap)

Au Burkina Faso, que cela soit en milieu urbain ou rural, les petites unités de transformations (fabricants artisanaux ou groupements féminins de transformation) utilisent en général le jus de tamarin comme coagulant à l'exception d'une petite entreprise (Soja Santé) qui utilise du sulfate de calcium importé de la France. Une entreprise privée, le « Laboratoire Aina », commercialise du sulfate de calcium importé d'Allemagne mais à un prix très élevé de 55 000 FCFA/500g.



Donc, il a été procédé à un essai comparatif des coagulants autre que le tamarin avec l'ASAN. Les coagulants testés sont : (1) le sulfate de calcium, (2) le citron burkinabè, (3) le vinaigre ordinaire, (4) le liquide mélange de la coque d'œuf et du vinaigre (base)²⁷ et (4) le jus de bissap.

²⁷ En ajoutant le vinaigre au coque d'œuf (carbonate de calcium), on obtient l'acétate de calcium par la réaction chimique suivante : $\text{CaCO}_3 + 2\text{CH}_3\text{COOH} \rightarrow \text{Ca}(\text{CH}_3\text{COO})_2 + \text{CO}_2 + \text{H}_2\text{O}$

Fabrication de coagulants

		
Bissap	Liquide mélangé de coque d'œuf et de vinaigre	Citron local

L'essai comparatif consistait à fabriquer du tofu avec la méthode sans cuisson avec ces différents coagulants, lesquels ont été évalués selon les quatre critères suivants : volume de production, goût, douceur de surface et fermeté. Le tableau suivant montre le résultat d'évaluation par les membres de l'ASAN.

Coagulant	Sulfate de calcium (solution de 3,5g dans un litre de lait de soja)	Citron burkinabè (jus de deux citrons dans un litre de lait de soja)
Volume de soja	27 litres de mélange du lait et de soja concassé (liquide avant le pressage) produits à partir de 3kg de soja et divisé en trois.	
Mode de pressage	Sans cuisson	Sans cuisson
Lait de soja	9 litres	9 litres
Tofu obtenu	Environ 1 400g	Environ 1 380g
Goût	Goût de tofu ordinaire	Goût un peu acide (de citron)
Surface	Lisse	Poreuse
Dureté	Tendre	Dure
Photos (du 26 juin 2014)		
Commentaires	7 membres de l'ASAN ont préféré le tofu avec le citron contrairement à 4 qui lui ont préféré le tofu avec le sulfate de calcium. Toutefois, tous les membres ont préféré le tofu avec le sulfate de calcium pour la fabrication de brochettes.	




Coagulant	Vinaigre (165 ml/9 litres)	Liquide mélangé de coque d'œuf et de vinaigre (600 ml/9 litres)	Jus de bissap (quantité modérée)
Volume de soja	50 litres de mélange du lait et de soja concassé (liquide avant le pressage) produits à partir de 5kg de soja.		
Mode de pressage	Sans cuisson	Sans cuisson	Sans cuisson
Lait de soja	9 litres	9 litres	14,5 litres
Tofu obtenu	Env. 1 850g	Env. 1 900g	Env. 1 850 g
Goût	Sans goût	Goût de tofu ordinaire	
Surface	Lisse (mais poreuse)	Lisse	Rude (très poreuse) et noir
Dureté	Dure	Tendre	Très dure
Photos (du 1 ^{er} juillet 2014)			
Commentaires	La plupart des membres de l'ASAN a préféré le tofu produit avec le liquide mélangé de coque d'œuf et de vinaigre. Le tofu avec le jus de bissap n'a pas été apprécié.		

Figure 9.3.3 Evaluation des membres de l'ASAN sur les nouveaux coagulants

Les constats obtenus avec cet essai comparatif sont les suivants. Il n’y a pas beaucoup de différences dans l’ensemble. Le goût du tofu obtenu avec le citron devient acide, le tofu avec le jus de bissap noircit, la préparation du liquide mélangeant la coque d’œuf et du vinaigre et le sulfate de calcium donne du tofu ordinaire. En tenant compte du prix, du temps et du travail nécessaire pour préparer le coagulant ou et le produit fini (brochette), le jus de tamarin qui est utilisé actuellement est le coagulant le plus adapté aux petits transformateurs (entreprise artisanale ou groupement féminin)²⁸.

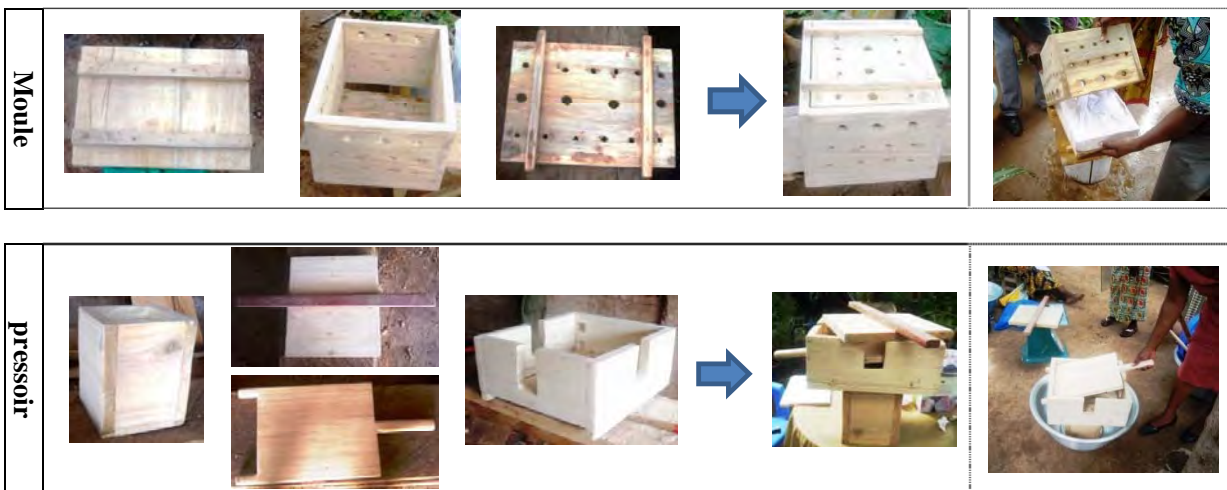
3) Introduction d’un presseur de lait à chaud et d’une machine de fabrication de tofu

Les petits fabricants de tofu (entreprise artisanale ou groupement féminin) fabriquent généralement le tofu (pressage et fabrication) de façon manuelle comme le montre le schéma suivant.



Il a été décidé de fabriquer des moules et un presseur faciles à confectionner permettant de diminuer les efforts physiques et le temps de travail, ainsi que de prévenir les risques de brûlure pour permettre le changement du mode de fabrication (du pressage à froid à chaud). Le gaspillage de tofu lors de fabrication des brochettes pourra être évité en utilisant les moules qui donnent les formes rectangulaires.

Ainsi, des prototypes de moule et de presseur ont été confectionnés pour que les membres de l’ASAN puissent les tester en vue de les modifier. Les appareils définitifs ont été finalisés sur la base des commentaires émis par les membres. Leur fabrication a été confiée à un charpentier de Léo en tenant compte de la durabilité et de la vulgarisation.



4) Utilisation de sous-produits (okara)

La pulpe de soja (okara) est une pulpe constituée de résidus insolubles de soja qui, malgré sa forte

²⁸ Le processus de coagulation de lait de soja est l’étape la plus importante et la plus difficile de la fabrication de tofu étant donné que divers facteurs impactent la coagulation de tofu. Ces facteurs sont entre autres, (1) le type de soja et les éléments contenus, (2) la température de lait pendant la cuisson, (3) le volume de lait, la fermeté et le pH, (4) le type et volume de coagulant, (5) la dose du coagulant, (6) le mode de mélange de coagulant ou (7) le temps de coagulation.

teneur en nutriments, est actuellement utilisée pour de l'alimentation animale²⁹ bon marché (sans transformation) ou simplement jetée. Il y a plusieurs moyens d'utiliser l'okara en augmentant sa valeur ajoutée, parmi ceux-ci, le séchage au soleil (pour la pulpe cuite), la farine alimentaire (pour la cuisine), le beignet ou le gâteau ont été testés.



Etant donné que l'okara n'a jamais été utilisée pour l'alimentation humaine au Burkina Faso, il n'existe pas de recette l'utilisant. Ainsi, les recettes ne nécessitant qu'un matériel de cuisine simple, pour lesquelles les ingrédients peuvent être achetés au Burkina Faso, susceptibles d'intéresser les consommateurs et faciles à préparer ont fait l'objet de recherches sur internet et testées. Des beignets d'okara sont actuellement vendus à 50 FCFA pour 3 beignets au kiosque.

(2) Appui à l'obtention d'une source de revenus stable

1) Approvisionnement de produits à la pension du lycée technique

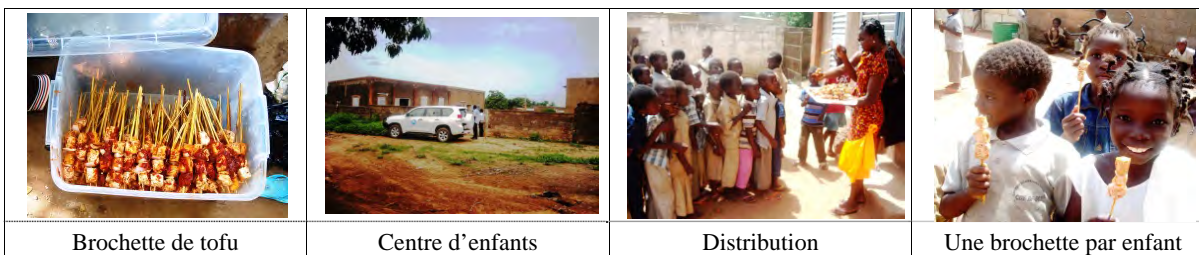
Il n'a pas été possible d'obtenir l'accord final du lycée technique (lycée Bérékia) de Léo pendant la période de mise en œuvre de l'activité pilote. Il n'a donc pas été possible de l'approvisionner en produits issus du soja.



2) Livraison des produits aux centres de l'ONG "Compassion"

L'ASAN a conclu une convention avec le centre d'enfant de l'ONG « Compassion » ci-dessous, pour la fourniture des brochettes de soja une fois par semaine (chaque jeudi) depuis le 10 juillet 2014.

<p>Nom : Centre de Développement d'enfant (CDE. BF503) Propriétaire : Le temple EL-Shaddai (église) prête les infrastructures au centre Activités du centre : le centre garde 252 enfants de 3 à 5 ans vivant à proximité du centre dans un rayon de 3km, tous les jeudis de 7h00 à 15h00. Les enfants bénéficient de l'éducation (religieuse, sport et santé, esthétique et sociale) ainsi que d'un repas à midi et d'un goûter³⁰. Le personnel de ce centre est en principe composé de bénévoles Produits livrés : brochettes pour l'en-cas à 10 heures Raison de la sélection : il s'agit d'un aliment sain dont la valeur nutritive est élevée, et surtout apprécié par les enfants. Le sandwich, le biscuit ou le bonbon étaient utilisés avant. Volumes : 300 brochettes (50 FCFA/brochette)</p>
--



²⁹ Un traitement à chaud est indispensable pour enlever la trypsine contenu dans le soja et qui empêche la digestion. C'est-à-dire que la pulpe de soja obtenue par la transformation à froid du tofu doit être chauffée.

³⁰ Les jours de congés hebdomadaires des écoles maternelles/crèches ou primaires sont jeudi et dimanche. Cette ONG s'occupe des enfants le jeudi au niveau des centres.

Jusqu'à présent, l'ASAN fournit aux trois des cinq centres situés dans la ville de Léo, 200 à 650 brochettes de tofu ou yaourts chaque fois d'une manière irrégulière. Les membres de l'ASAN ne connaissent pas depuis longtemps le personnel de chaque centre, ce qui ne facilite pas l'obtention de nouvelles commandes ou le recouvrement des commandes, qui nécessitent une relation individuelle. Ce genre de relation humaine a une importance capitale pour la recherche de nouveaux clients.

L'ASAN commercialise aussi les produits dans son atelier. Les bénéfices obtenus entre le 9 octobre et le 27 décembre 2014 sont comme suit. Les bénéfices obtenus grâce à la commercialisation dans les centres de l'ONG Compassion sont inclus.

Tableau 9.3.6 Recettes et bénéfices de l'ASAN (entre octobre et décembre 2014)

Unité : FCFA	Octobre	Novembre	Décembre	Total
Recettes	91 100	118 250	53 450	262 800
Dépenses	48 425	92 275	18 650	159 350
Bénéfices	42 675	25 975	34 800	103 450

Source : cahier de compte de l'ASAN

Les produits vendus à l'atelier et les rubriques de dépenses suivants sont inclus.

Recettes	Fabrication de farine, glace, brochette, tofu, yaourt du lait de soja, okara, eau, soja (haricot), bissap, jus de soja etc.
Dépenses	Matières premières, gaz, frais de déplacement, condiment, salaire, bois, frais de réparation, cahier etc.

3) Mise en place d'un kiosque pour la commercialisation de produits dérivés du soja

La mairie de la communauté de Léo a donné son autorisation pour la mise en place d'un kiosque pour la vente des produits de l'ASAN le 26 août 2014 et celui-ci a commencé ses activités en octobre 2014. Le kiosque de l'ASAN se situe sur le long d'une route principale.

<Heure d'ouverture> : 07h00 à 20h00 du lundi au samedi

<Produits vendus> : yaourt de soja, brochette de soja (produit principal), jus de soja, sandwich de tofu, gâteau d'okara, eau, café et thé

<Système de vente > : kiosque est tenu par deux femmes (une travaille dans la matinée l'autre travaille dans l'après-midi)



Kiosque

Le tableau suivant montre les bénéfices obtenus par le kiosque durant la période entre le 20 octobre et le 31 décembre 2014.

Tableau 9.3.7 Recettes et bénéfices du kiosque (entre octobre et décembre 2014)

Unité : FCFA	Octobre	Novembre	Décembre	Total
Recettes	23 100	55 350	62 550	141 000
Dépenses	15 450	46 050	28 431	89 931
Bénéfices	7 650	9 300	34 119	51 069

Source : cahier de compte de l'ASAN

On peut souligner l'existence des problèmes tels que la méconnaissance du kiosque par la population ou la faiblesse de vente ambulante (visiter les bureaux etc. pour vendre).

(3) Diffusion des résultats de l'activité pilote

En ce qui concerne la diffusion des résultats de l'activité pilote, il a été prévu participer à la foire


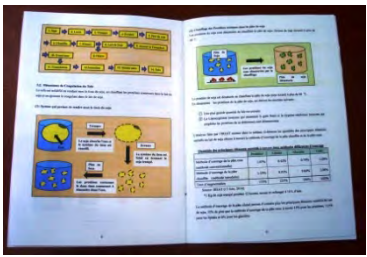
alimentaire lors du Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (organisé tous les deux ans). Or, ce salon a été annulé en 2014 avec la propagation du virus Ebola dans les autres pays de l'Afrique de l'Ouest. Par ailleurs, il n'a pas été possible de diffuser les informations à travers les foires des produits agricoles à cause de la transition politique au Burkina Faso.

La formation sur les techniques améliorées de transformation du tofu a été organisée à Léo le 14 janvier 2015. 24 transformatrices y ont participé pour apprendre les techniques améliorées de transformation du tofu etc.

(4) Elaboration du matériel de vulgarisation des méthodes de transformation améliorées du tofu

1) Manuel d'amélioration pour un meilleur rendement de l'entreprise du tofu

Le matériel de vulgarisation (le manuel) a été rédigé selon la table des matières suivante comme suit.

<p>Manuel d'amélioration pour un meilleur rendement de l'entreprise du tofu</p> <p><u>Table des matières</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction 2. Eléments constitutants et bénéfiques <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Eléments constitutants d'haricot de soja 2.2. Avantage du tofu 3. Comment fabriquer le tofu <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Matériels nécessaires et processus 3.2. Mécanisme de coagulation de tofu 3.3. Types de coagulation 4. Processus de fabrication de tofu <p>Annexes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Photographies de l'équipement de pressage à chaud et de l'équipement de moulage de tofu - Avantages de pulpe de soja et recettes à base de pulpe de soja - Nouveaux coagulants 	
	

2) Organisation d'une formation sur les techniques améliorées de transformation en tofu

Comme mentionné précédemment, une formation sur « les techniques améliorées de transformation en tofu » destinée aux 24 transformatrices fabriquant les brochettes de tofu dans la ville de Léo (dont 3 sont en dehors de la ville) a été réalisée le 14 janvier 2015 entre 10h00 et 14h00. Le « Manuel d'amélioration pour un meilleur rendement de l'entreprise du tofu » avec lequel la formation est réalisée a été distribué aux participantes. Après l'explication de l'ensemble, chaque étape a été expliquée et réalisée sur place. Les transformatrices participantes ont participé à cette démonstration (fabrication réelle). Cette formation n'a pas été conduite en français mais en Mooré³¹.



³¹ Le Mooré et le Gourounsi sont parlés à Léo. La formation a été réalisée en Mooré car le formateur parlait cette langue.

Le manuel étant rédigé en français, il existe des transformatrices qui n'arrivent pas à bien comprendre le contenu. Il sera alors nécessaire de le traduire en langue locale tout en l'utilisant comme outil guide de formation pour les formateurs.

9.3.3 Leçons apprises et problèmes à résoudre

(1) En modifiant la méthode de transformation du lait de soja, un tofu à haute valeur nutritive peut être produit

Actuellement, les petites unités de transformation de soja au Burkina Faso (unités traditionnelles ou groupements féminins) produisent le lait de soja en trempant puis concassant le soja, et en le pressant à froid. Dans cette activité pilote, le soja, après avoir été trempé et concassé, a été d'abord chauffé avant d'être pressé (introduction d'un pressage à chaud).

Les valeurs nutritives du tofu produit avec chaque méthode ont été analysées par l'IRSAT puis comparées. Le pressage à chaud permet d'obtenir 15% de protéines, 121% de lipides, 6% de glucides supplémentaires par rapport au pressage à froid. De plus, les volumes de tofu produit avec 5kg de soja ont été comparés pour les deux méthodes par l'ASAN. Avec le pressage à chaud, le volume de tofu produit est de 10kg. Avec le pressage à froid, celui-ci est de 7,5kg.

Il est donc clair qu'en changeant de méthode de transformation pour le soja, en passant du pressage à froid au pressage à chaud, les petits transformateurs alimentaires de soja peuvent produire un tofu plus nutritif et en plus grande quantité pour la même quantité de matière première.

De plus, en utilisant le chauffage à chaud, l'okara, dérivé de la production du tofu, est déjà chauffé et est donc différent de l'okara produit lors du pressage à froid. Il n'est donc plus nécessaire de le chauffer une nouvelle fois pour éliminer la trypsine (enzyme empêchant la digestion).

(2) Le jus de tamarin, disponible localement, est le coagulant le plus adapté pour la production du tofu

Les petits transformateurs de soja en produits alimentaires utilisent une méthode de coagulation acide pour la production du tofu, il s'agit du jus de tamarin (acide citrique). Dans cette activité pilote, en plus du jus de tamarin, (1) le sulfate de calcium (coagulation basique), (2) le citron burkinabè (coagulation acide), (3) le vinaigre ordinaire (coagulation acide), (4) le liquide mélange de la coque d'œuf et du vinaigre (coagulation basique) et (5) le jus de bissap (coagulation basique) ont été utilisés et du tofu a été produit avec un pressage à froid.

Le tofu produit a été évalué selon les quatre critères suivants : volume de production, goût, douceur de surface et fermeté par l'ASAN. Les résultats de l'évaluation de l'ASAN peuvent être synthétisés comme suit :

Jus de tamarin \approx sulfate de calcium > mélange de la coque d'œuf et du vinaigre > citron > vinaigre, bissap

Enfin, en prenant en considération les critères comme le prix du coagulant, le travail nécessaire pour préparer le coagulant et la forme du produit final (brochettes), le jus de tamarin, utilisé actuellement par les petits transformateurs de soja, a été identifié comme le coagulant le plus adapté.

En outre, contrairement aux autres coagulants, le liquide issu de l'utilisation du jus de tamarin comme coagulant peut être commercialisé comme jus de soja après l'avoir assaisonné.

(3) Amélioration de l'efficacité du travail avec l'introduction d'un presseur et de moules pour le tofu

Les petits transformateurs du Burkina Faso transforment en général le tofu (pressage, moule) à la main.

Dans le cadre de cette activité pilote, afin de réduire les coûts liés au travail et les heures de travail ainsi que de réduire les risques de brûlure, un presseur et des moules simples à construire et bon marchés ont été développés.

D'abord le processus de transformation du tofu a été analysé, puis un prototype de presseur et de moule a été développé. Ensuite, les groupements féminins (membres de l'ASAN), qui utiliseront réellement ces outils, ont donné leur avis, et le prototype a été amélioré par un menuisier de Léo. Les membres de l'ASAN estiment que les deux outils ont permis d'améliorer l'efficacité de leur travail.

L'utilisation de moules pour former le tofu a également permis d'obtenir des morceaux de tofu carrés, ce qui permet lors de la transformation en brochettes de ne pas gâcher de tofu.

(4) Promotion de l'utilisation de l'okara, nécessité de trouver une méthode augmentant la valeur ajoutée

L'okara, produit dérivé de la transformation du tofu, a une valeur nutritive élevée, mais n'a été utilisé jusqu'à maintenant que comme aliment pour l'élevage sans être transformé, et commercialisé à bon marché, ou jeté. Dans cette activité pilote, la promotion de l'utilisation de l'okara et des méthodes de transformation permettant de le valoriser, comme le séchage naturel (pressage à chaud), la poudre d'okara sèche pour la cuisine, les beignets ou les biscuits ont été testés.



Biscuits d'okara

Actuellement, des biscuits d'okara sont en vente au kiosque (3 biscuits pour 50 FCFA), et les ventes augmentent. A l'avenir, il est souhaitable que l'ASAN ainsi que d'autres petits transformateurs du soja en produits alimentaires testent et développent des produits à base d'okara correspondant aux goûts des consommateurs burkinabè. Cependant, étant donné qu'un important volume d'okara est produit lors de la transformation du lait de soja, une partie importante ne peut pas être transformée et n'est donc pas consommée. Il est donc nécessaire de trouver une façon d'utiliser l'okara en dehors de la transformation en produit alimentaire, comme élément de l'alimentation animale ou en tant qu'engrais, afin d'améliorer sa valeur ajoutée.

(5) La diversification des débouchés est liée à l'obtention de sources de revenus stables

En général, les brochettes de tofu sont commercialisées en bord de route ou sur commande, mais dans cette activité pilote, la diversification de la commercialisation a été appuyée à travers la livraison de brochettes à une ONG ou à la mise en place d'un kiosque.

La diversification des débouchés mène à agrandir le nombre et les couches de consommateurs de produits alimentaires à base de tofu, mais pour cela, il est nécessaire de sensibiliser les consommateurs aux bienfaits des produits transformés du soja. De plus, en diversifiant les débouchés, le nombre d'acheteurs et les volumes commercialisés augmentent, ce qui rend nécessaire un renforcement des capacités des groupements féminins (comptabilité, structure de transformation, organisation, etc.). Aussi, des connaissances sur le marketing seront nécessaires. Surtout, lorsque les membres sont des étudiantes ou les femmes au foyer, l'ajustement de leur planning et la compréhension des membres de leur famille seront indispensables. Par ailleurs, le fait de diversifier les débouchés signifie l'augmentation des consommateurs des produits alimentaires à base du soja. Pour cela, la sensibilisation des divers consommateurs sur les avantages de ces produits alimentaires sera nécessaire.

9.3.4 Feedback pour le projet de promotion

Dans cette activité pilote, à travers l'amélioration des techniques de transformation du tofu, la transformation de produits dérivés en produits alimentaires (okara), ainsi que la diversification des débouchés, il a été montré qu'il était possible d'améliorer les activités de transformation alimentaire

du tofu et leur rentabilité. Un manuel de vulgarisation des méthodes de transformation améliorées du tofu a été rédigé dans le cadre de l'activité pilote. Cela a été mis en œuvre en anticipation de l'action « Renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu » de la composante « Augmentation du nombre d'activités de transformation de produits alimentaires issus du tofu », et ce manuel pourra être utilisé pour vulgariser les résultats de l'activité pilote. Il est possible d'espérer que cela contribue à l'augmentation du nombre d'activité de transformation alimentaire du tofu. En particulier, les nouvelles techniques de transformation du lait de soja introduites sont au cœur de la transformation des produits alimentaires du tofu, et peuvent donc être largement mises à profit pour ceux-ci.

De plus, l'expérience et les connaissances des groupement féminins ayant utilisé le manuel et ayant été formées, pourront être utilisées pour mettre en œuvre cette action.

9.4 Projet de promotion du soja

9.4.1 Cadre du projet de promotion du soja

(1) Principes d'élaboration

Lors de l'élaboration du projet de promotion du soja, afin de développer les secteurs en relation avec la production de soja au niveau national, les 3 piliers suivants ont été choisis : le développement de la chaîne de valeur de la transformation alimentaire animale sur le marché burkinabé, le développement de la chaîne de valeur de la transformation alimentaire (humaine) ainsi que l'appui à la structuration des acteurs de la filière soja qui pourra apporter le soutien organisationnel et structurel à ces deux chaînes de valeurs, ce qui contribuera à leur développement.

En ce qui concerne la chaîne de valeur de la transformation en alimentation animale, les mesures ont été élaborées en fonction des consommateurs finaux, c'est-à-dire les transformateurs en alimentation animale et les éleveurs (les aviculteurs inclus), pour qu'ils puissent se fournir facilement en soja sur le marché burkinabè. Au lieu de produire le soja et puis de le vendre, il s'agit de changer de paradigme et de produire le soja pour le vendre.

D'un autre côté, en ce qui concerne la chaîne de valeur des produits alimentaires transformés issus du soja, des mesures seront prises pour augmenter la valeur ajoutée du soja produit en tant que produit pour la sécurité alimentaire. De ce fait, les activités de transformation/fabrication des produits alimentaires relatifs au tofu seront promues en améliorant les connaissances et les techniques tout en sensibilisant aux avantages des produits à base du soja.

Enfin, en ce qui concerne l'organisation des parties prenantes de la filière soja, la création d'une organisation non pas juste pour regrouper les personnes concernées, mais pour faire face aux problèmes communs des parties prenantes sera promue.

(2) Période couverte

La période du plan est de cinq ans à compter du démarrage des activités.

(3) Zones ciblées

Les régions de l'Est, du Centre-Est, du Centre-Ouest, du Centre-Sud, des Hauts Bassins, du Sud-Ouest, des Cascades et du Centre, dans lesquelles le volume de production du soja est important, seront ciblées par ce projet. En effet, ces six régions occupent environ 96% de la production totale entre 2002 et 2013.

(4) Vision

Dans ce projet, afin de développer les industries burkinabè liées à la production de soja, 3 mesures de

développement ont été fixées. En faisant la promotion des actions pour faire face à ces mesures de développement, la distribution de soja sur le marché burkinabè sera élargie pour faire face à l'augmentation de la consommation, les petites activités de transformation, sources d'emplois et de revenus, seront développées et les parties prenantes de la filière capables de prendre des mesures face aux contraintes de la filière seront structurés. En conséquence, en développant les industries liées au soja que sont les entreprises d'alimentation animale, les éleveurs (les aviculteurs inclus) et les petites activités de transformation alimentaire, le volume consommé de soja par les consommateurs en général augmentera, ce qui poussera les producteurs à augmenter leur production de soja. C'est pourquoi la vision de ce projet est « l'élévation des revenus des producteurs de soja grâce au développement des industries liées au soja ».

De plus, 2 chaînes de valeurs au niveau national sont visées dans ce projet, mais en augmentant l'approvisionnement en soja sur le marché burkinabè, il est également possible d'espérer le développement des exportations vers les pays de sous-région. Dans ce cas aussi, la production de soja augmentera, ce qui permettra aux producteurs de soja d'augmenter leurs bénéfices.

(5) Objectifs

En mettant en œuvre ce projet, les industries en lien avec le soja au niveau national se développeront, et la consommation annuelle de soja par personne de soja au Burkina Faso augmentera. Ainsi, l'augmentation du volume de production sera l'objectif visé et l'indicateur utilisé pour évaluer la réalisation de la vision montrée dans ce plan de promotion.

En supposant que tout le soja produit au Burkina Faso est consommé dans le pays, la consommation (production) annuelle par personne au Burkina Faso est de 1,39kg par an³².

La consommation mondiale et en Afrique par personne de soja est présentée ci-dessous.

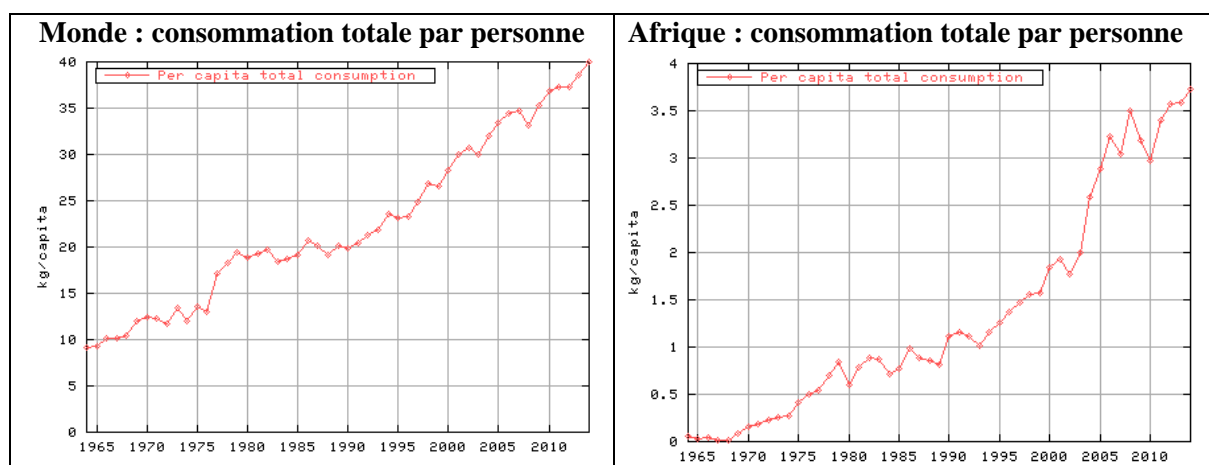


Figure 9.4.1 consommation mondiale et africaine par personne de soja

Source: Data Sources: USDA: [PS&D Online](#) Décembre 2014; USBC: [International Data Base](#), Août 2006

En 2010, la consommation par personne en Afrique représentait 8% de la consommation mondiale de soja, et la consommation par personne au Burkina Faso en 2012 représentait environ 46% de la consommation de soja en Afrique.

Ce projet de promotion sera mis en œuvre jusqu'en 2020 et en supposant que la consommation moyenne de soja par personne augmente jusqu'à 2kg, une production d'environ environ 44 000 tonnes

³² La population burkinabè en 2012 était de 17 482 000 personnes (Rapport sur le développement humain 2013, PNUD), et la production de soja était de 24 305 000kg (FAOSTAT)

sera nécessaire³³.

Le rendement unitaire moyen du Burkina Faso des 5 dernières années (2009 à 2013) était de 1,21 tonne par hectare (FAOSTAT). Il faudrait donc 36 363 hectares de culture pour produire 44 000 tonnes de soja. En 2012, la surface de production était de 22 198 hectares (calculée avec les données de FAOSTAT) et environ 14 168 hectares supplémentaires sont donc nécessaires. La production étant d'environ 24 000 tonnes en 2012 (FAOSTAT), la production doit augmenter de 20 000 tonnes environ d'ici à 2020. Dans ce projet, l'objectif est donc d'augmenter la production par 1,8 et les surfaces de culture par 1,6 fois.

9.4.2 Stratégies de promotion et composantes

Il s'agit de mettre en œuvre les composantes correspondant à chaque stratégie de promotion examinée au point 8.1.8 précédent pour réaliser la vision ci-dessus sont les suivantes.

(1) Augmentation de volume de soja mis sur le marché burkinabé (stratégie de promotion 1)

1) Stratégie de promotion

La demande de soja pour l'alimentation animale au Burkina Faso augmente rapidement, mais les volumes de soja distribués sur le marché burkinabé sont insuffisants. A l'avenir, il est probable qu'avec la prise de conscience de l'industrie de l'élevage des mérites du soja comme son faible prix et ses fortes valeurs en protéines, la demande augmente encore. C'est la contrainte de la chaîne de valeur de la transformation en alimentation animale.

Pour répondre à l'augmentation rapide de la demande pour le soja destiné à l'alimentation animale, il est nécessaire d'augmenter les volumes de soja distribués sur le marché burkinabè. Pour cela, il est nécessaire d'augmenter l'offre sur le marché burkinabè.

Pour cela, tout en prenant en compte les causes des contraintes de producteurs et collecteurs de soja, il est nécessaire de réfléchir aux mesures à prendre pour augmenter les volumes de soja mis sur le marché sur le marché burkinabè. Cependant, les producteurs de soja sont limités dans l'augmentation de leur surface de culture à cause du manque d'intrants agricoles, de l'utilisation des terres pour d'autres cultures vivrières ou de rente, et de la répartition de la main d'œuvre. De plus, le soja est un nouveau produit agricole qui est peu commercialisé, ce qui implique des risques de marché et de commercialisation qui gênent sa bonne distribution.

Pour augmenter les volumes produits par les producteurs, il est nécessaire de réaliser l'appui conseil technique et l'introduction des variétés à haut rendement pour augmenter les rendements produits (l'amélioration de la productivité) et de vulgariser les techniques enseignées. Etant donné qu'il est urgent de répondre à la demande en rapide augmentation du soja destiné à l'alimentation animale, des semences seront distribuées sans contreparties pour augmenter la production (introduire les variétés à haut rendement et introduire les techniques afin d'améliorer la productivité) pour pratiquer la rotation de culture avec le coton, comme le font le MARHASA et la SOCOMA actuellement. Ensuite, il est nécessaire de renforcer le système de distribution du soja produit sur le marché burkinabè pour qu'il soit commercialisé facilement. Pour cela, les risques liés à la commercialisation, comme le manque d'information sur les acheteurs ou les prix pour les producteurs devront être réduits, et les coûts liés à la collecte et à la distribution devront être également diminués pour les collecteurs. En combinant l'amélioration de la productivité/augmentation de la production et le renforcement du système de distribution, les volumes demandés par les consommateurs seront mis sur le marché burkinabè.

³³ En 2020, la population du Burkina Faso devrait atteindre 22 000 000 de personnes selon les Nations Unies.

2) Composante

Cette composante vise l'« Augmentation des volumes de soja mis sur le marché burkinabè ». En mettant en œuvre les activités ci-dessous, cette composante permettra d'augmenter le volume de soja disponible sur le marché burkinabè. Cependant, afin d'améliorer les synergies, les deux actions seront mises en œuvre dans les mêmes zones. Tout d'abord, pendant la première phase de 2 ans, une province parmi les zones gérées par chaque société cotonnière (zone de production du soja) sera choisie et un projet pilote sera mis en œuvre pour collecter les leçons apprises et les contraintes. Ensuite, dans la seconde phase, la composante, dans laquelle auront été reflétées les leçons apprises et les contraintes, sera mise en œuvre.

i) Amélioration de la productivité du soja/augmentation de la production

Les producteurs de soja sont limités dans l'augmentation de leur surface de culture à cause du manque d'intrants agricoles, de l'utilisation des terres pour d'autres cultures vivrières ou de rente, et de la répartition de la main d'œuvre, mais en distribuant sans contrepartie des semences et en introduisant une culture du soja en alternance avec le coton, il est possible de réduire ces contraintes et d'obtenir la surface de culture du soja. Tout en appuyant le système de distribution sans contrepartie dans chaque commune mis en place par les DPARHASA, le système de distribution sans contrepartie mis en place auprès des producteurs de coton par la SOCOMA dans l'Est sera appliqué à la SOFITEX et à Faso Coton. Améliorer la productivité et augmenter la production en introduisant les variétés à haut rendement dans le cadre de la distribution gratuite des semences.

Une base de données des zones et des producteurs (organisations) ayant reçu des semences sans contrepartie de la part de la DGPV, des DPARHASA, de la SOCOMA, de SOFITEX ou de Faso Coton sera mise en place. Cette base de données sera utilisée pour l'amélioration du système de distribution.

Pour l'obtention de semences améliorées auprès de l'INERA, les producteurs pourront éventuellement passer par la DPARHASA ou les entreprises cotonnières, qui pourront peut-être utiliser les fonds de contrepartie mis en place dans le cadre de l'aide alimentaire (KR1) et l'aide à l'augmentation de la production alimentaire (KR2) mis en place par le gouvernement japonais, à hauteur de 100% pour la DPARHASA, et peut être dans une certaine mesure pour les entreprises.

ii) Amélioration du système de distribution

Pour faire parvenir facilement le soja sur le marché burkinabè, il est nécessaire de réduire le risque commercial (débouchés, prix) pour les producteurs et de réduire les coûts de transaction pour les collecteurs. Pour les réduire, les mesures à prendre rapidement sont les échanges d'informations entre collecteurs et producteurs et la mise en place de points fixes de collecte ainsi que de périodes de vente.

Pour cela, les DPARHASA seront au centre des activités dans les principales zones de production, et avec la participation des producteurs (organisations), des collecteurs et d'autres consommateurs s'ils le souhaitent, organiseront une réunion de matching pour partager des informations sur les volumes de production des producteurs (organisations), les volumes d'achat des collecteurs, les prix, les zones, méthodes et périodes de collecte, avant la récolte.

Pour ces réunions, la base de données des producteurs et des zones ayant reçu des semences sans contreparties de la DPARHASA, de la SOCOMA, de SOFITEX ou de Faso Coton sera mise à profit. De plus, il est également nécessaire de mettre en place une base de données des fabricants d'alimentation animale, des éleveurs, des aviculteurs, des transformateurs en produits alimentaires, des collecteurs et des collecteurs principaux dans chaque région/province. La création de ces bases de données, le partage et la diffusion de ces informations peuvent être mis à

profit dans les activités de la composante d'appui à l'organisation des parties prenantes de la filière soja. En particulier, la confiance entre les participants des réunions de matching sera importante. C'est pourquoi les DPARHASA devront faire particulièrement attention au choix des participants à ces réunions.

(2) Promotion de petites activités de transformation alimentaire du soja (stratégie de promotion 2)

1) Stratégie de promotion

De nombreuses petites activités de transformation et de commercialisation du soja ont été créées avec la reconnaissance de la haute valeur nutritive et des qualités bonnes pour la santé du soja. En pratique, en observant d'autres exemples en Afrique de l'Ouest, il apparaît clair que pour que la consommation de produits à base de soja augmente, la transformation et la commercialisation de produits alimentaires par de petites activités est plus adaptée. De plus, les petites activités de transformation alimentaire utilisent des ressources locales (produits agricoles, ressources humaines, fonds) et sont une source de revenus et d'emploi, et contribuent donc fortement à l'économie rurale.

Cependant, la transformation de produits à base de soja est un nouveau secteur et l'appui du gouvernement ou des ONG est insuffisant, ce qui explique le faible niveau de connaissance et de technique des unités traditionnelles de transformation et des groupements féminin en milieu rural, à l'exception de la transformation en soumbala. Le nombre de produits alimentaires issus du soja reste donc limité, et les avantages du soja ne sont pas suffisamment bien exploités. De plus, les consommateurs ne connaissent pas bien le soja et la consommation nationale reste encore limitée.

En se concentrant sur les produits issus du tofu, qui sont le principal produit des petites unités de transformation alimentaire du soja en zone rurale, les connaissances et les techniques de transformation seront renforcées et une sensibilisation sur les produits transformés issus du soja sera mise en œuvre, afin d'appuyer l'élargissement des activités de transformation en produits alimentaires issus du tofu.

2) Composante

Cette composante vise le «développement de petites activités de transformation alimentaire du soja». En mettant en œuvre les activités ci-dessous, le nombre d'activités de transformation de produits alimentaires issus du tofu augmentera.

i) Sensibilisation aux produits transformés issus du soja

Au Burkina Faso, la culture du soja n'a commencé que depuis peu, l'appui des ONG et du gouvernement est insuffisant et la transformation du soja en produits alimentaires est un nouveau secteur, ce qui explique que les consommateurs connaissent mal les produits transformés issus du soja. C'est pour cela que la consommation de produits transformés issus du soja reste encore limitée au Burkina Faso. De fait, sur la base des leçons apprises lors de l'activité pilote, dans le cas où les petites unités de transformation du soja souhaitent diversifier leurs débouchés, la connaissance des consommateurs des produits devient primordiale. C'est pour cela que les consommateurs seront sensibilisés sur sa valeur nutritive élevée et sur les avantages du soja en tant qu'aliment diététique à travers les journaux, la télévision, la radio, l'éducation scolaire, la formation sur la vulgarisation agricole, la participation aux salons/foires ou l'organisation d'une foire du soja. Cette action devra être mise en œuvre avec l'appui au groupe noyau du soja traité ci-après.

ii) Renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu

Les unités de transformation traditionnelles et les groupements féminins en milieu rural n'ont, à l'exception de la transformation en soubala, que peu de connaissance et de capacités techniques concernant la transformation en produit alimentaire du soja. Il n'y a donc qu'une gamme limitée de produits transformés et les avantages du soja ne pas assez bien exploités.

En se concentrant sur les produits issus du tofu, qui sont le principal produit des petites unités de transformation alimentaire du soja, et en renforçant les connaissances et les capacités techniques, les mesures prises permettront la diversification et l'augmentation de la vente des produits de transformation, la réduction des efforts physiques, l'amélioration de la rentabilité, la présence d'acheteurs stables ou l'amélioration de l'hygiène. Un matériel de vulgarisation simple sera rédigé pour permettre l'augmentation des revenus et l'amélioration des activités de transformation en produits alimentaires issus du tofu, en incluant l'introduction de nouveaux produits.

En utilisant ce matériel, (1) l'appui à la création de nouvelles activités liées au tofu, (2) l'appui aux fabricants de produits alimentaires à base de soja, pour l'introduction du tofu et de ses produits dérivés, et (3) l'encadrement des acteurs pour l'amélioration des activités de transformation en produits alimentaires issus du tofu et l'élévation de leurs revenus, seront mis en œuvre. En parallèle, la structuration des parties prenantes de la filière sera promue en établissant un réseau de ces acteurs.

(3) Renforcement des capacités des acteurs de la filière soja (stratégie de promotion 3)

1) Stratégie de promotion

Comme mentionné précédemment, le groupe noyau du soja a été formé par 24 organisations de la filière soja (fabricants de produits alimentaires à base du soja, producteurs, exportateurs, fabricants d'alimentation animale et fabricants de matériel/équipement etc.) en mai 2012. Or, aucune activité réelle n'a été réalisée jusqu'à présent. Par ailleurs, l'appui de la DGPER et de la DOPAIR pour la structuration de la filière consistant à un appui au niveau de la création des organisations de base, ces structures n'appuient pas la création de structures faïtières ou la coordination entre les acteurs. Par conséquent, le fonctionnement et la coordination entre les parties prenantes de la filière est faible, et il n'y a pas de système permettant de coopérer pour prendre des mesures spécifiques pour les problèmes à l'intérieur ou entre chaque sous-secteur. Cette stratégie de promotion vise à soutenir le développement des chaînes de valeur de la transformation du soja pour l'alimentation animale et de la transformation alimentaire par les aspects organisationnel et structurel, qui sont des sujets devant être traités au plus vite.

Ainsi, conformément à la loi 050-2012/AN portant réglementation des organisations interprofessionnelles des filières agro-sylvo-pastorales, halieutiques et fauniques, les capacités du groupe noyau seront renforcées, et dans le même temps, la coordination et coopération entre les parties prenantes de la filière seront renforcées, et en cherchant des solutions aux contraintes à l'intérieur et entre les sous-secteurs, l'organisation des parties prenantes sera renforcée. A cette occasion, cette stratégie a pour objectif d'appuyer la structuration et le renforcement des acteurs tels que les producteurs, les transformateurs et les exportateurs/commerçants aux niveaux communal, départemental, provincial et régional et la création par la suite de l'organisation interprofessionnelle au niveau national sur la base de la Note conceptuelle établie par la DGPER en 2010.

2) Composante

Cette composante vise la « création de l'interprofession de la filière soja ». En mettant en œuvre les activités ci-dessous, les parties prenantes de la filière se structureront.

i) Renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau

Le groupe noyau du soja a été formé par 24 organisations de la filière soja en 2012 avec l'appui de la DGPER, mais ne met en œuvre presque aucune activité.

En appuyant l'activité de la DGPER, il s'agira de réactiver le groupe noyau, puis de rédiger un plan d'activités pour la promotion de la filière soja. Ensuite, sur la base de ce plan, les activités, le suivi et l'évaluation seront mis en œuvre et le plan d'activité sera révisé. La mise en place d'une base de données des fabricants d'alimentation animale, des éleveurs, des aviculteurs, des transformateurs en produits alimentaires, des collecteurs et des collecteurs principaux dans chaque région/province sera incluse dans ce plan d'activité. Cette base de données sera rendue accessible sur un site internet et la mise en réseau des acteurs sera appuyée. De plus, le groupe noyau sera le principal responsable de la mise en œuvre de la sensibilisation aux produits transformés issus du soja détaillée plus haut. A travers ces activités, le groupe noyau verra ses capacités et ses fonctions renforcées.

ii) Organisation des acteurs, structuration de la filière et amélioration de la collaboration

Le soja étant un produit agricole récent au Burkina Faso, le volume de production n'est pas très élevé. La structuration des acteurs ne progresse donc pas. Bien que le gouvernement appuie la structuration des parties prenantes de la filière soja, cet appui est insuffisant et se limite à un soutien à la création d'organisations spécifiques, sans parvenir à la création d'une organisation faitière ou à une coordination entre les parties prenantes.

Le système du gouvernement sera appuyé et dans le même temps, en synergie avec le renforcement des activités du groupe noyau, les parties prenantes de la filière soja seront structurés. En appuyant la révision des politiques, systèmes, etc. posant des problèmes communs aux parties prenantes de la filière, les capacités et la coopération des acteurs des sous-secteurs seront renforcées, et la coordination entre les parties prenantes de chaque sous-secteur sera améliorée, ce qui permettra de mettre en place une structure de discussion pour les parties prenantes. Par exemple, les capacités de négociation des organisations de producteurs, l'efficacité des techniques et l'obtention d'informations, la baisse des droits de douane sur l'alimentation animale et les poussins, les normes de qualité du soja, les normes pour l'alimentation animale, etc. sont des sujets communs aux parties prenantes de la filière.

Entre les producteurs et les collecteurs, le tri des éléments étrangers dans le soja est l'un des problèmes. Le fait de procéder à la discussion entre ces deux acteurs et l'enlèvement des éléments étrangers nécessitent la sensibilisation des producteurs. L'introduction de machine de tri au niveau des producteurs est difficile du point de vue de recherche du financement et d'augmentation du coût de production.

9.4.3 Actions

(1) Augmentation du volume mis sur le marché burkinabè

Cette composante «Augmentation de l'offre de soja sur le marché burkinabè » visant à augmenter le volume de mise sur le marché du soja grâce à l'amélioration de la productivité, les deux actions d'augmentation de la production/amélioration de la productivité et de distribution devront être réalisées simultanément dans la même zone au lieu de les réaliser séparément. Pour ce faire, cette composante sera mise en œuvre progressivement en deux phases (phase 1 : mise en œuvre expérimentale, phase 2 : mise en œuvre réelle).

<Phase 1 : phase pilote >**1) Contexte et objectif**

Avec l'augmentation rapide de la demande pour le soja destiné à l'alimentation animale, il est nécessaire d'augmenter rapidement les volumes de soja disponibles sur le marché burkinabè, tout en prenant en compte les contraintes des producteurs et des collecteurs de soja. Pour cela, en plus de distribuer des semences de soja sans contrepartie pour améliorer la productivité et augmenter la production, en réduisant les risques de commercialisation pour les producteurs et en réduisant les coûts des échanges pour les collecteurs, le système de distribution sera amélioré. Pendant la première phase, une province où le soja est produit parmi les zones gérées par SOCOMA, SOFITEX et Faso Coton sera choisie et les deux actions seront mises en œuvre en tant que pilote pendant deux ans. Réaliser l'appui conseil des producteurs des semences pendant la phase pilote en vue de préparer la phase 2. Ensuite, après avoir extrait les leçons apprises et contraintes des résultats de la mise en œuvre, ceux-ci seront reflétés dans la seconde phase de mise en œuvre.

2) Zones ciblées

1 province productrice de soja parmi les zones gérées par SOCOMA, SOFITEX et Faso Coton

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Organisations concernées : DGPER, DGPV, DRARHASA, DPARHASA, SOCOMA, SOFITEX, Faso Coton, INERA, etc.

Personnes ciblées : producteurs de soja de 3 provinces, collecteurs locaux, etc.

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 9.4.1 Activités d'augmentation du volume mis sur le marché burkinabè (phase pilote) et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Sélection des provinces ciblées	DGPER, DGPV, DRARHASA, DPARHASA, SOCOMA, SOFITEX, Faso Coton	Sélection d'une province productrice de soja parmi les zones gérées par SOCOMA, SOFITEX et Faso Coton
2. Recensement des participants		Recensement des parties prenantes (producteurs, producteurs de coton, collecteurs, etc.) de chaque province. Rédaction d'une liste de consommateurs le souhaitant.
3. Distribution des semences		Approvisionnement de semences auprès de l'INERA via la DRARHASA / DPARHASA de chaque province, SOCOMA, SOFITEX ou Faso Coton pour les producteurs participants. Rédaction d'une liste de participants ayant reçu les semences.
4. Mise en œuvre d'une formation sur le la culture du soja et appui conseil aux producteurs de semences		Formation technique par la DRARHASA / DPARHASA des producteurs le souhaitant (distribution d'un guide technique de culture)
5. Organisation d'une réunion de matching des parties prenantes		Dans les 3 provinces, la DRARHASA/DPARHASA réunira les parties prenantes pour partager les informations,
6. Evaluation des résultats dans chaque province		Les leçons apprises et contraintes seront synthétisées pour les refléter dans la seconde phase

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 9.4.2 Calendrier des activités d'augmentation du volume mis sur le marché burkinabè (phase pilote)

Activités	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année
1. Sélection des provinces ciblées	DGPER, DGPV, DRARHASA, DPARHASA, SOCOMA, SFITEX, Faso Coton,	■	
2. Recensement des participants		■ ■ ■	■
3. Distribution des semences		■ ■ ■	■ ■ ■
4. Mise en œuvre d'une formation sur la culture du soja et appui conseil aux producteurs de semences		■ ■ ■	■ ■ ■
5. Organisation d'une réunion de matching des parties prenantes		■ ■ ■	■ ■ ■
6. Evaluation des résultats dans chaque province		■ ■ ■	■ ■ ■

6) Effet escompté

Les informations sur les contraintes ou les leçons sur le mode de distribution des semences, les techniques de culture/traitement post-récolte, les producteurs du soja (les groupements), les collecteurs, les utilisateurs (les fabricants des aliments pour animaux des zones urbaines etc.) des provinces gérées par la SOCOMA, SOFITEX et Faso coton (1 province de chaque) sont collectées grâce à la mise en œuvre de la phase 1.

<Phase 2 : Mise en œuvre >

1) Contexte et objectif

Lors de la seconde phase, les provinces productrices de soja contrôlées par SOCOMA, SOFITEX et Faso Coton seront visées, et sur la base des leçons apprises et des contraintes identifiées lors de la première phase, l'action sera mise en œuvre sur 3 ans. Le but est de répondre à la demande nationale en soja pour l'alimentation animale qui est en rapide augmentation, par l'augmentation de l'offre sur le marché burkinabè.

2) Zones ciblées

Les principales provinces productrices des 6 régions visées par le projet de promotion du soja : l'Est, le Centre-Est, le Centre-Ouest, le Centre-Sud, les Hauts Bassins et le Sud-Ouest

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Organisations concernées : DGPER, DGPV, DRARHASA, DPARHASA, SOCOMA, SOFITEX, Faso Coton, INERA, etc.

Personnes ciblées : producteurs de soja de 3 provinces, collecteurs locaux, consommateurs, etc.

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 9.4.3 Activités d'augmentation du volume mis sur le marché burkinabè (phase projet) et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Sélection des provinces ciblées	DGPV, DRARHASA, DPARHASA, SOCOMA, SOFITEX, Faso Coton	Sélection de provinces productrices de soja parmi les zones gérées par SOCOMA, SOFITEX et Faso Coton
2. Recensement des participants		Recensement des parties prenantes (producteurs, producteurs de coton, collecteurs, etc.) de chaque province. Mise à jour de la liste de consommateurs rédigée pendant l'action pilote.
3. Distribution des semences		Approvisionnement de semences auprès de l'INERA via la DRARHASA / DPARHASA de chaque province, SOCOMA, SOFITEX ou Faso Coton pour les producteurs participants. Rédaction d'une liste de participants ayant reçu les semences.
4. Mise en œuvre d'une formation sur la culture du soja et appui conseil		Formation technique par la DRARHASA / DPARHASA des producteurs le souhaitant (distribution d'un guide technique de culture)
5. Organisation d'une réunion de matching des parties prenantes		Dans chaque province, la DRARHASA/DPARHASA réunira les parties prenantes pour partager les informations,

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 9.4.4 Calendrier des activités d'augmentation du volume mis sur le marché burkinabè (phase projet)

Activités	Mise en œuvre	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Sélection des provinces ciblées	DGPV, DRARHASA, DPARHASA, SOCOMA, SOFITEX, Faso Coton	■		
2. Recensement des participants		■	■	■
3. Distribution des semences		■	■	■
4. Mise en œuvre d'une formation sur la culture du soja et appui conseil		■	■	■
5. Organisation d'une réunion de matching des parties prenantes		■	■	■

6) Effet escompté

Le volume de production des producteurs (groupements) dans les provinces productrices du soja (environ 12 provinces) gérées par la SOCOMA, la SOFITEX et Faso coton augmente et le soja est fourni de façon stable aux utilisateurs grâce au matching préalablement organisé par la mise en œuvre de la phase 2 de cette composante. La base de données sur les producteurs (groupements), les collecteurs et les utilisateurs (les fabricants des aliments pour animaux de la zone urbaine etc.) ainsi que le réseau de ces acteurs sont créés dans ces 12 provinces.

(2) Sensibilisation aux produits transformés issus du soja

1) Contexte et objectif

Les consommateurs connaissent encore mal les produits transformés issus du soja au Burkina Faso, c'est pourquoi la consommation de produits transformés issus du soja reste encore limitée dans le pays. L'objectif est de sensibiliser les consommateurs ordinaires sur les avantages des produits alimentaires transformés issus du soja afin de stimuler la consommation à l'intérieur du pays des produits transformés issus du tofu et de créer des conditions favorables à l'extension des affaires de transformation du soja en produit alimentaire.

Les actions suivantes sont incluses dans l'action de renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyaux, et celui-ci sera donc principalement en charge de sa mise en œuvre.

2) Zones ciblées

La zone ciblée par ce projet est l'ensemble du pays. Toutefois, les villes de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso seront les principales zones pour la sensibilisation.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER et groupe noyau du soja

Personnes ciblées : consommateurs ordinaires du Burkina Faso

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 9.4.5 Activités de sensibilisation aux produits transformés issus du soja et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Elaboration du plan de sensibilisation	DGPER et groupe noyau du soja	Un plan de sensibilisation de 2 ans durant la période du projet sera établi.
2. Etablissement du matériel de sensibilisation par média		Les matériels de sensibilisation appropriés aux divers médias tels que les journaux, la radio, la télévision, les revues, l'éducation scolaire ou pour les agents de vulgarisation seront établis.
3. Mise en œuvre du plan de sensibilisation		Les activités par média et améliorer le contenu des activités sur la base du résultat de l'évaluation seront mises en œuvre.
4. Participation aux salons/foires		La participation à divers salons et foires organisés dans le pays afin d'effectuer une campagne publicitaire des produits alimentaires transformés du soja sera organisée.
5. Organisation de la foire du soja		Une foire pour la promotion des produits alimentaires transformés du soja à Ouagadougou sera organisée une fois par an.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 9.4.6 Calendrier pour la sensibilisation aux produits transformés issus du soja

Activités principales	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année
1. Elaboration du plan de sensibilisation	DGPER et groupe noyau du soja	■	
2. Etablissement du matériel de sensibilisation par média		■	
3. Mise en œuvre du plan de sensibilisation		■	■
4. Participation aux salons/foires		■	■
5. Organisation de la foire du soja		■	■

6) Effet escompté

Les diverses classes sociales du pays sont sensibilisées aux valeurs nutritives élevées du soja et au fait que le soja est un aliment bon pour la santé, ce qui améliore la propension de la population à acheter du soja et provoque l'émergence d'entreprises de petites tailles de fabrication des produits alimentaires à base du soja (groupements) partout dans le pays. Par ailleurs, l'organisation de salons d'exposition des produits dérivés du soja ou la participation aux divers salons contribuent à la présentation et à la vulgarisation des produits à base de soja ou au partage d'informations entre les acteurs de transformation. Aussi, en planifiant et mettant en œuvre les activités de cette action par le groupe noyau, les capacités et le fonctionnement du groupe noyau sont renforcés.

(3) Renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu

1) Contexte et objectif

Les unités de transformation traditionnelles n'ont que peu de connaissances et de capacités techniques concernant la transformation en produit alimentaire du soja. Il n'y a donc qu'une gamme limitée de produits transformés et les avantages du soja ne pas exploités. Afin que l'utilisation du soja augmente en tant que produit alimentaire, les connaissances et les capacités techniques seront renforcées en se concentrant sur les produits issus du tofu, qui sont le principal produit des petites unités de transformation alimentaire du soja. Cette action a pour objectif d'établir du matériel de vulgarisation du tofu et de ses produits dérivés (l'introduction de nouveaux produits dérivés du tofu) en vue d'appuyer l'extension des activités de transformation du tofu et des produits dérivés. Par ailleurs, les normes sur la qualité du soja à utiliser, les additifs comme les coagulants, les méthodes de fabrication ou de conservation seront déterminés.

Les résultats des études portant sur les activités de transformation en produits alimentaires du tofu mises en œuvre seront rendus disponibles sur le site internet détaillé ci-après, et seront exploités comme un outil de mise en réseau pour les exploitants d'activités de transformation en produits alimentaires du tofu.

2) Zones ciblées

Les zones ciblées sont celles dans lesquelles les fabricants du tofu et de ses produits dérivés sont nombreux, c'est-à-dire dans les 6 régions ciblées par le plan de promotion.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DTAN et DPEFA de la DGPER, DRARHASA, DPARHASA, groupe noyau du soja, ABNORM

Personnes ciblées : 1) entreprises souhaitant commencer une activité nouvelle de transformation en tofu ou d'un produit dérivé, 2) entreprises souhaitant introduire de nouveaux produits issus du tofu, 3) entreprises transformant déjà le soja en tofu ou en produit dérivé du tofu

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 9.4.7 Activités du renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Fabrication des prototypes et mise sur le marché de nouveaux produits dérivés du tofu, introduction de nouvelles connaissances et techniques	DGPER, DRARHASA, DPARHASA, ABNORM, groupe noyau groupements féminins, entreprises de transformation traditionnelles	De nouveaux produits dérivés du tofu accueillis favorablement par les consommateurs burkinabè seront développés et introduits.
2. Etablissement des normes pour le soja et ses produits dérivés		Etablir les normes sur la qualité du soja à utiliser, les additifs comme les coagulants, les méthodes de fabrication ou de conservation.
3. Etablissement de matériel pédagogique pour les produits du tofu et ses produits dérivés		Les matériels pédagogiques sur le tofu et ses produits dérivés à travers l'atelier etc. auquel les fabricants de ces produits participeront seront établis.
4. Etude sur la situation réelle des fabricants du tofu et de ses produits dérivés dans chaque zone		La base de données sera établie à travers l'étude sur la situation réelle des fabricants du tofu et de ses produits dérivés des zones concernées.
5. Détermination du plan de vulgarisation du tofu et de ses produits dérivés dans chaque zone		Le plan de vulgarisation du tofu et de ses produits dérivés sera établi sur la base du résultat de l'étude sur la situation réelle pour chaque zone.
6. Mise en œuvre du plan de vulgarisation		Les activités de vulgarisation seront mises en œuvre à travers l'organisation des ateliers etc. dans les zones pour lesquelles l'étude sur la situation réelle est effectuée.
7. Accompagnement de chaque fabricant		Les entreprises participant aux ateliers seront visitées afin de les encadrer une par une.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 9.4.8 Calendrier des activités du renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu

Activités principales	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année	
1. Fabrication des prototypes et mise sur le marché de nouveaux produits dérivés du tofu, introduction de nouvelles connaissances et techniques	DGPER, DRARHASA, DPARHASA, groupements féminins, entreprises de transformation traditionnelles	██					
2. Etablissement des normes pour le soja et ses produits dérivés		██████████					
3. Etablissement de matériel pédagogique pour les produits du tofu et ses produits dérivés		██					
4. Etude sur la situation réelle des fabricants du tofu et de ses produits dérivés dans chaque zone		████████████████					
5. Détermination du plan de vulgarisation du tofu et de ses produits dérivés dans chaque zone		████████████████					
6. Mise en œuvre du plan de vulgarisation			██				
7. Accompagnement de chaque fabricant				██			

6) Effet escompté

Cette action contribue à la diversification des produits à base du soja et à l'augmentation du volume de commercialisation en développant et vulgarisant les produits dérivés du tofu qui correspondent aux goûts des consommateurs burkinabè. Les affaires des entreprises de fabrication des produits dérivés du tofu (groupements) et leur rentabilité s'améliorent. Ainsi, le nombre d'employés dans ces entreprises et leurs revenus augmentent.

(4) Renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau

1) Contexte et objectif

Le groupe noyau du soja a été formé par 24 organisations de la filière soja en 2012 avec l'appui de la DGPER, mais ne met en œuvre presque aucune activité.

En appuyant le système de la DGPER, il s'agira de réactiver le groupe noyau, puis de rédiger un plan d'activités pour la promotion de la filière soja et de le mettre en œuvre, pour renforcer les capacités et fonctions du groupe noyau. Le groupe noyau sera le principal responsable de la mise en œuvre de la sensibilisation sur les produits transformés à base de soja.

2) Zones ciblées

La zone ciblée sera la capitale Ouagadougou où les membres du groupe noyau se réunissent.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, DOPAIR, Ministère des Ressources Animales et Halieutiques, etc.

Personnes concernées : membres du groupe noyau du soja

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 9.4.9 Activités du renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Elaboration d'un plan d'activités sur deux ans	Groupe noyau	Le plan d'activités sur deux ans contribuant à la promotion de la filière soja sera élaboré.
2. Mise en œuvre du plan d'activités et suivi		Mettre en œuvre les activités, le suivi et évaluation ainsi que la modification du plan sur la base du plan établi par le point 1. La formation pour le renforcement des capacités du groupe noyau sera mise en œuvre si nécessaire

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 9.4.10 Calendrier des activités du renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau

Activités principales	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année
1. Elaboration d'un plan d'activités sur deux ans	Groupe noyau	■	
2. Mise en œuvre du plan d'activités et suivi		■	■

6) Effet escompté

La groupe noyau acquiert des capacités et fonctionne, ce qui permet d'établir une interprofession dans le futur. Par ailleurs, la participation aux autres activités peut accélérer la formation du réseau entre les acteurs de la filière.

(5) Organisation des acteurs, structuration de la filière et amélioration de la collaboration

1) Contexte et objectif

Bien que le gouvernement appuie la structuration des parties prenantes de la filière soja, cet appui est insuffisant et se limite à un soutien à la création d'organisations spécifiques, sans parvenir à la

création d'une organisation faitière ou à une coordination entre les parties prenantes.

Le système du gouvernement sera appuyé et dans le même temps, en synergie avec l'action ci-dessus de renforcement des activités du groupe noyau, les parties prenantes de la filière soja seront structurés. Cette action a pour objectif de renforcer le fonctionnement et la collaboration entre les acteurs des différents maillons (sous-secteurs) dans un cadre interprofessionnel, de favoriser la coordination entre les maillons et d'établir un système de discussion des acteurs de la filière en appuyant les activités d'appui du gouvernement burkinabè, en soutenant la mise en œuvre du projet de promotion par l'aspect organisationnel et en appuyant la révision des politiques, des régimes ou des structures communs aux acteurs concernés. Les thèmes communs à envisager dans le cadre de la présente action devront être déterminés par suite aux discussions au sein de chaque maillon ou entre les maillons. Par exemple, le problème des éléments étrangers lors d'expédition des produits est un problème à discuter entre les producteurs et les collecteurs. La présente action a pour but d'établir la structure de discussion entre les acteurs de la filière en favorisant le renforcement de fonctionnement et la collaboration des acteurs des différents maillons (sous-secteurs) ainsi que la coopération entre les divers maillons.

2) Zones ciblées

La zone ciblée par ce projet est l'ensemble du pays. Toutefois les 6 régions ciblées par le présent plan de promotion sont principalement visées.

3) Acteurs concernés et personnes ciblées

Acteurs concernés : DGPER, DOPAIR, DRARHASA, DPARHASA, Chambres d'Agriculture, Chambre de Commerce et d'Industrie, groupe noyau du soja etc.

Personnes concernées : producteurs de soja, utilisateurs (fabricants des produits alimentaires transformés, fabricants des aliments pour animaux, transformateurs industriels etc.), éleveurs, aviculteurs, etc.

4) Activités et mise en œuvre

Tableau 9.4.11 Activités d'organisation des acteurs, structuration de la filière et amélioration de la collaboration et metteurs en œuvre de ces activités

Activités	Réalisée par	Contenu d'activité
1. Organisation des acteurs de la filière	DGPER, DOPAIR,	Accélérer la structuration des acteurs de la filière soja en collaboration avec le groupe noyau
2. Elaboration d'un plan d'activités	DRARHASA, DPARHASA,	Elaborer les plans d'activités des divers acteurs
3. Mise en œuvre du plan d'activités et suivi	Chambres d'Agriculture, Chambre de Commerce et d'Industrie, groupe noyau du soja	Mettre en œuvre les activités, le suivi et évaluation ainsi que la modification du plan sur la base du plan établi par le point 1. La formation pour le renforcement des capacités du groupe noyau sera mise en œuvre si nécessaire.

5) Mise en œuvre et calendrier d'exécution

Tableau 9.4.12 Calendrier des activités d'organisation des acteurs, structuration de la filière et amélioration de la collaboration

Activités principales	Mise en œuvre	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Organisation des acteurs de la filière	DGPER, DOPAIR, Chambres d'Agriculture, Chambre de Commerce et d'Industrie, groupe noyau du soja					
2. Elaboration d'un plan d'activités						
3. Mise en œuvre du plan d'activités et suivi						

6) Effet escompté

Les contraintes des sous-secteurs, les contraintes communes à plusieurs sous-secteurs et celles de l'ensemble du secteur sont résolues par les parties prenantes de la filière soja. La structuration et le fonctionnement des parties prenantes sont renforcés et peuvent aboutir à la création du réseau pour la mise en place future de l'interprofession de la filière soja. Par ailleurs, une structure de discussion entre les parties prenantes sous l'initiative du groupe noyau est créée.

9.4.4 Plan de mise en œuvre du projet de promotion

(1) Structure de mise en œuvre

La DGPER aura à la fois un rôle de coordination pour les 3 composantes pour le projet de promotion du soja, et sera également responsable de la mise en œuvre et de la gestion du plan en général. La DGPER organisera régulièrement des réunions de coordination réunissant les structures de mise en œuvre et les structures concernées, pour assurer la coordination/planning, la liaison, résoudre les problèmes, etc.

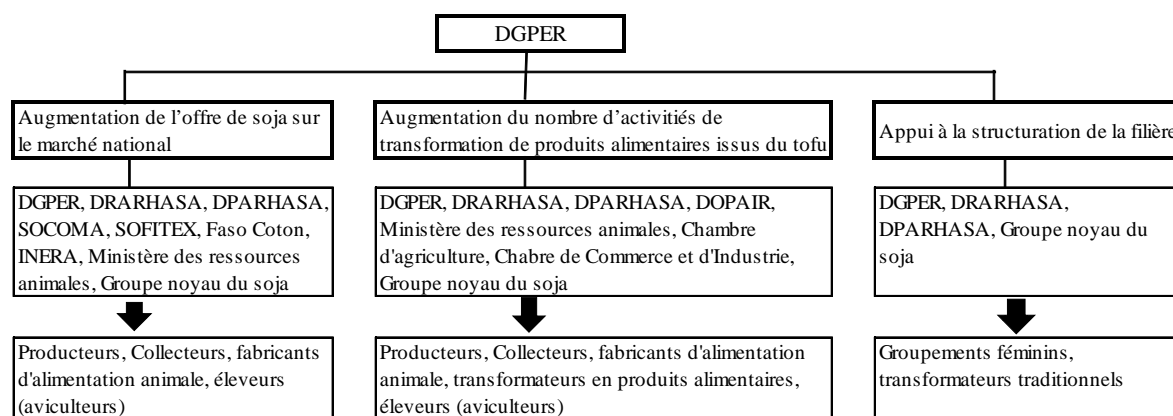


Figure 9.4.2 Structure de mise en œuvre du projet de promotion du soja

1) Augmentation de l'offre de soja sur le marché burkinabé

Les principales structures de mise en œuvre sont la DGPER, les DRARHASA et DPARHASA, la SOCOMA, la SOFITEX, Faso Coton, l'INERA, le Ministère des ressources animales et le groupe noyau du soja.

Dans les provinces productrices de soja gérées par SOCOMA, SOFITEX et Faso Coton, ces

entreprises distribueront des semences de soja aux producteurs (groupes) de coton et établiront une liste des producteurs les ayant reçues.

La DPARHASA devra élargir la distribution de semences, et conseiller les producteurs sur les techniques de cultures si nécessaire. La DPARHASA, avec la DRARHASA, élaborera une base de données des producteurs et collecteurs de soja. De plus, une réunion de matching sera organisée avec les parties prenantes avant la récolte. Le Ministère des ressources animales appuiera l'élaboration d'une base de données des entreprises de transformation en alimentation animale et d'éleveurs (aviculteurs inclus). Le groupe noyau du soja appuiera l'élaboration des bases des données et les mettre en ligne sur un site internet. L'INERA augmentera le nombre de semences améliorées à la demande de la DGPER.

2) Augmentation du nombre d'activités de transformation de produits alimentaires issus du tofu

Les principales structures de mise en œuvre sont la DGPER, les DRARHASA et DPARHASA et le groupe noyau du soja.

La DGPER mettra en œuvre cette composante en coopération avec les DRARHASA et DPARHASA. D'autre part, le groupe noyau du soja, tout en étant le principal responsable de la sensibilisation sur les produits alimentaires transformés du soja, mettra à disposition sur son site internet les résultats des études sur la situation des fabricants de produits dérivés du soja.

3) Appui à la structuration de la filière

Les principales structures de mise en œuvre sont la DGPER, les DRARHASA et DPARHASA, la DOPAIR, le Ministère des ressources animales, les chambres d'agriculture, la chambre de commerce et d'industrie, le groupe noyau du soja.

La DGPER, les DRARHASA et DPARHASA, la DOPAIR, les chambres d'agriculture, la chambre de commerce et d'industrie, conformément à la loi 050-2012/AN portant réglementation des organisations interprofessionnelles des filières agro-sylvo-pastorales, halieutiques et fauniques, et sur la base de la note conceptuelle sur la structuration des filières agricoles, organiseront les producteurs, transformateurs, commerçants et exportateurs, etc., dans chaque commune, département, province, région, etc. Le Ministère des ressources animales appuiera l'organisation des acteurs de la transformation en alimentation animale ainsi que des éleveurs (aviculteurs inclus), tout en discutant avec ces acteurs sur leurs contraintes communes. Le groupe noyau de la filière soja appuiera la structuration des parties prenantes de la filière et organisera des réunions de concertation.

(2) Planning et plan de mise en œuvre

Ce projet de promotion est divisé en 3 composantes et 6 actions. Le planning de mise en œuvre de chaque action est détaillé ci-dessous :

Tableau 9.4.13 Calendrier de mise en œuvre du projet de promotion du soja

Composantes	Actions	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
1. Augmentation de l'offre de soja mis sur le marché burkinabé	1. Augmentation de la production du soja et amélioration de la productivité					
	2. Amélioration du système de distribution					
2. Augmentation du nombre d'activités de transformation de produits alimentaires issus du tofu	3. Sensibilisation aux produits transformés issus du soja					
	4. Renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu					
3. Appui à la structuration de la filière	5. Renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau					
	6. Organisation des acteurs et structuration de la filière soja et promotion de la collaboration					

Comme mentionné ci-avant, « l'augmentation de la production du soja et amélioration de la productivité » et « l'amélioration du système de distribution » seront mis en œuvre en parallèle, et leur exécution sera divisée en deux phases. En particulier, il est essentiel que le taux d'appui apporté à la distribution de semences par les entreprises cotonnières et l'augmentation du nombre de semences améliorées par l'INERA soient discutées par les acteurs y compris la DGPER et la DGPV et qu'un accord commun soit trouvé. L'appui conseil et la formation des producteurs de semences seront envisagés pendant deux ans de la première phase pour préparer la mise en œuvre réelle de la phase 2.

En ce qui concerne la « sensibilisation aux produits transformés issus du soja », les moyens de sensibilisation que sont les médias ont été mentionnés ci-avant, mais il est nécessaire de faire attention aux couches visées par la sensibilisation (par exemple : femmes au foyer, étudiants, bébés, etc.). De plus, le « renforcement des connaissances et capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu » ne se limitera aux produits transformés issus du tofu, mais permettre de réfléchir à l'introduction de produits adaptés aux goûts des burkinabè, comme la viande de soja. Lors de la fabrication des produits à base du tofu, la conformité aux normes ainsi fixées sera exigée.

En ce qui concerne le « renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau », le groupe noyau sera la structure principale de mise en œuvre de la « sensibilisation aux produits transformés issus du soja ». De plus, le groupe noyau appuiera l'élaboration de la base de données de la composante d'augmentation de l'offre de soja sur le marché burkinabé. D'autre part, pour partager les résultats des études sur les activités des petits transformateurs de produits issus du soja, mise en œuvre dans chaque zone, le groupe noyau les mettra à disposition sur un site internet. Le groupe noyau coopérera également à l'activité « Organisation des acteurs et structuration de la filière et amélioration de la collaboration ». Pour l'activité « Organisation des acteurs et structuration de la filière et amélioration de la collaboration », l'activité de structuration des producteurs et transformateurs actuellement mise en œuvre par le gouvernement (DGPER) sera appuyée, et la base de données élaborée sera partagée sur un site internet.

(3) Budget

Le budget approximatif de ce projet de promotion est détaillé ci-dessous.

Tableau 9.4.14 Coût approximatif du projet de promotion du soja

Projets d'activités	Budget	
	Phase 1 : 3 provinces 89 784 000 FCFA	Phase 2 : 14 provinces 653 256 000 FCFA
1. Augmentation de la production du soja et amélioration de la productivité		
2. Amélioration du système de distribution		
3. Sensibilisation aux produits transformés issus du soja	59 460 000 FCFA	
4. Renforcement des connaissances et des capacités techniques sur les produits transformés issus du tofu	291 090 000 FCFA	
5. Renforcement des capacités et des fonctions du groupe noyau	67 020 000 FCFA	
6. Organisation des acteurs et structuration des acteurs de la filière soja et promotion de la collaboration	341 568 000 FCFA	
Total	1 502 178 000 FCFA	

Les salaires du personnel du MARHASA et d'organismes extérieurs ne sont pas inclus. Toutefois, leurs perdiemes et les frais d'hébergement sont inclus.

9.4.5 Actions prioritaires

Etant donné qu'il est urgent de répondre à l'augmentation rapide de la demande pour le soja destiné à l'alimentation animale, l'action prioritaire du projet de promotion sélectionnée est la phase 1 de la composante d'augmentation de l'offre de soja sur le marché burkinabé. Ces dernières années, les prix du soja burkinabè ont brutalement augmenté, il sera donc nécessaire d'aménager la structure pour augmenter la production et pour la distribution du soja à l'intérieur du pays.

9.4.6 Conclusions

- (a) Même si la culture du soja est difficile dans les zones qui ont un climat sahélien (dont la pluviométrie annuelle moyenne est de 300 à 600mm), elle est praticable dans les zones où la pluviométrie en est supérieure. Les principaux lieux de production du soja peuvent être divisés en deux grandes zones : la zone traditionnelle de culture (régions de l'Est et du Centre-Est) et la zone de culture cotonnière où la rotation de culture avec le coton est possible.
- (b) La variété la plus cultivée au Burkina Faso est la variété G197, d'origine sénégalaise dont le rendement par plante est élevé, à hauteur de 1 000 grains (ce qui correspond à 120g) et dont la teneur en matière grasse est aussi élevée, à hauteur de 23%. Tous les transformateurs burkinabè utilisent la variété G197 pour tous les usages. Les producteurs cultivent cette variété et n'ont pas quelconque intention d'utiliser des variétés spécifiques adaptées à divers usages. Le gouvernement burkinabè effectue actuellement un essai de culture de 20 variétés d'origine nigérianes et le développement de variétés adaptées à différents usages, qui pourraient également avoir un rendement élevé est attendu.
- (c) Le soja est cultivé une fois par an par les petits producteurs en monoculture et en culture associée avec les autres spéculations en saison pluvieuse. Or cette culture dépendant de l'eau de pluie, le rendement est influencé par la période de culture ou les conditions climatiques. Les producteurs du soja ont des problèmes, entre autres l'insuffisance des intrants/matériels agricoles, des contraintes pour l'élargissement des superficies de culture, la concurrence avec les autres produits vivriers ou de rente pour les terrains de culture ou la répartition de la main d'œuvre. Par ailleurs, les producteurs sont souvent obligés d'utiliser des semences non-certifiées produites par eux-mêmes, achetées sur les marchés ou à d'autres producteurs faute de distribution ou à cause du prix élevé des semences certifiées.
- (d) Pour les petits producteurs, le soja est un produit simple à cultiver à forte valeur ajoutée, qu'il est

possible de conserver longtemps, qui favorise la fertilité du sol en le protégeant, ce qui lui confère de nombreux avantages. De plus, étant donné qu'il possède de hautes valeurs nutritives, celui-ci a été choisi par le gouvernement burkinabè en tant que produit cible pour la sécurité alimentaire. Dans le même temps, le soja est un produit qui du point de vue de la diversité des utilisations, à des effets très positifs sur de nombreux secteurs liés, et participe au développement de l'élevage via l'approvisionnement en matière première du secteur de l'alimentation animale, ou encore contribue au développement du secteur de la transformation à travers ses nombreux produits dérivés. La transformation alimentaire a en particulier un fort impact sur les sources de revenus et les opportunités d'emploi des groupements féminins ruraux.

- (e) Ainsi, la production du soja au Burkina Faso est en augmentation considérable avec l'augmentation de la demande en tant qu'aliment animal riche en protéine pas cher et aussi avec l'augmentation de la consommation des produits transformés grâce à la valeur nutritionnelle élevée. En effet, la production du soja a augmenté de 9,6 fois en 11 ans, de 2002 à 2012 (de 533 tonnes à 24 305 tonnes). Par ailleurs, de nombreuses entreprises de fabrication de produits alimentaires à base du soja de petite taille ou de fabrication des aliments pour animaux (les torréfacteurs de soja inclus) ont été créées ces dernières années. Plus les éleveurs connaîtront les avantages du soja, riche en protéine et bon marché, plus la demande devrait augmenter.
- (f) La consommation du soja est en augmentation considérable dans le monde entier et l'augmentation de la demande en soja dans le monde sera inévitable avec la croissance économique, et le changement de la vie alimentaire impliquant une plus grande consommation de viande, de produits laitiers et d'œufs. Or, il sera difficile d'exporter le soja burkinabè sur les marchés internationaux du point de vue du prix et de la qualité³⁴. Par conséquent, les marchés visés par le soja burkinabè seront essentiellement le marché burkinabé, dont la demande est en augmentation considérable, ceux des pays de la sous-région en soja conventionnel, et ceux des pays de l'Europe de l'Ouest en soja biologique non OGM.
- (g) Les industries connexes au soja se développeront si les producteurs peuvent répondre à la demande nationale croissante en soja et le volume du commerce en augmentation du soja contribuera à l'augmentation de la production en conséquence. Ainsi, un cycle positif du développement des industries connexes et de l'augmentation de la production du soja par les producteurs sera formé et les revenus des producteurs augmenteront.

³⁴ Le prix international (prix annuel moyen) en 2014 du soja était 46,5 cents/kg. Avec 1 USD = 0,84 euros et 1 euro = 655 FCFA, le prix au kilo est d'environ 256 FCFA. Or, au Burkina Faso, le prix d'achat du soja par les collecteurs était d'environ 260 FCFA au kilo et celui de détail à Ouagadougou d'environ 300 FCFA/kg (décembre 2014).

Chapitre 10 Structure de mise en œuvre

10.1 Structure de mise en œuvre

Pour la mise en œuvre du schéma directeur, il est proposé la création d'une « unité de mise en œuvre des projets » au sein du MARHASA pour opérationnaliser les projets du schéma directeur. La DGPER en assurera la tutelle technique.

Composition et missions de l'unité de mise en œuvre

Composition

L'unité de mise en œuvre sera composée d'un chef de projet et du personnel détaché.

Chef de l'unité : cadre supérieur du MARHASA, disposant de solides connaissances dans le domaine de l'économie agricole. Il a rang de Chef de projet

Personnel : personnel détaché par les directions générales ou les directions régionales du MARHASA (voir la Figure 1 suivante).

Principales missions :

- i) Rendre régulièrement compte au DGPER et au service de la promotion d'une agriculture orientée vers le marché
- ii) Fixer les priorités entre les projets de promotion des 4 filières proposés par le schéma directeur et demande de budget
- iii) Etablir un plan détaillé de mise en œuvre des composantes et des sous-composantes jugées prioritaires par le point ii) ci-dessus
- iv) Mettre en œuvre, suivre et gérer les projets conformément au plan détaillé de mise en œuvre du point iii) ci-dessus
- v) Faire la capitalisation des résultats obtenus

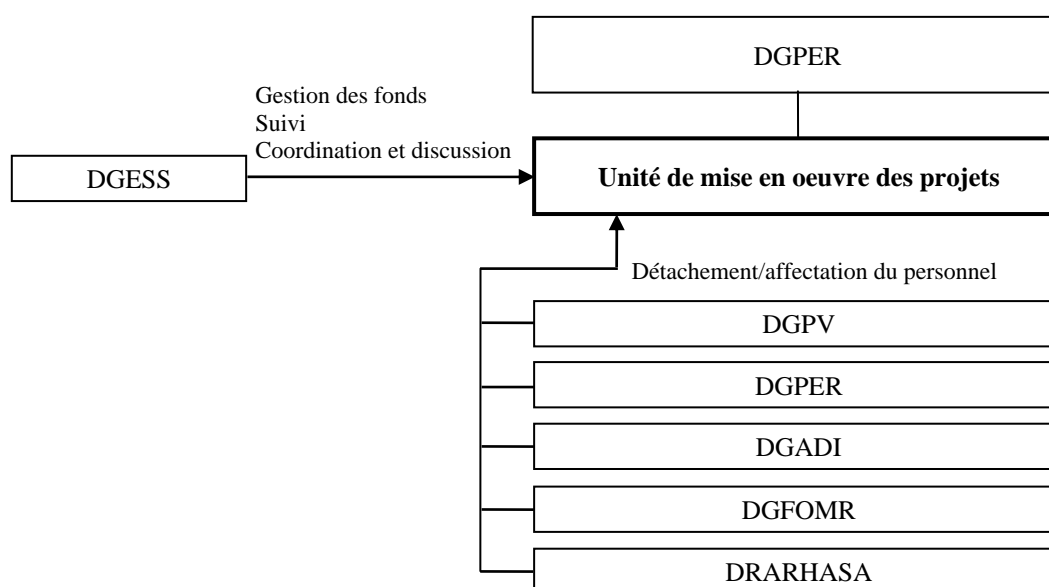


Figure 10.1.1 Structure de mise en œuvre (proposition)

Chapitre 11 Recommandations

11.1 Recommandations

11.1.1 Recommandations pour la mangue

- (a) Les mangues séchées ont des débouchés stables vers les boutiques de commerce équitable et commercialisant des produits biologiques. Cependant, en inspectant les infrastructures de séchage de mangues, nombre d'entre elles ne sont pas adaptées à la transformation alimentaire. Afin de ne pas perdre de débouchés et pour élargir ceux-ci dans les pays industrialisés, il est recommandé d'améliorer l'hygiène et d'assurer la sécurité alimentaire dans les infrastructures de séchage.
- (b) Le projet d'appui à la commercialisation de mangue séchée et de noix de cajou transformée, mis en œuvre par le CIR et SNV depuis juillet 2014, qui a une composante d'approvisionnement en petit équipement et matériel sur financement du gouvernement burkinabè est prévu, et après avoir reçu l'appel à candidatures de l'UNO/CIR, la PTRAMAB a postulé en janvier 2015 pour le matériel reçu lors de l'activité pilote mise en œuvre par le PAPAOM, utilisé pour l'amélioration des séchoirs. Un appui à la rénovation de 10 unités de séchage est également prévu. Ce projet se concentre sur les formations et des formations sur les techniques de transformation, sur l'amélioration de la gestion de l'hygiène et de la qualité sont prévues.
Il y a donc plusieurs activités qui se superposent avec ce projet de promotion. De plus, ce projet a une certaine flexibilité dans son budget. Il est donc proposé que ce projet mette en œuvre une partie de ce projet de promotion ou qu'il inclue une partie des activités dans son plan d'activités.
- (c) Les exportateurs ont un rôle important dans les chaînes de valeur de la mangue fraîche et séchée, du point de vue de la prise en charge de frais financiers ou de l'amélioration de la qualité. Les exportateurs, lorsqu'ils essaient d'augmenter leurs exportations, rencontrent des difficultés pour mobiliser des fonds. La maison de l'entreprise (MEBF) a mis en place une subvention pour le développement du potentiel exportable (SUBEX), qui était financée par la Banque Mondiale, mais les fonds ont été épuisés en janvier 2013 et il n'y n'existe plus, actuellement, de fonds dédiés à la promotion des exportations. Pour les exportateurs, la résolution de la contrainte financière a un impact important sur la promotion des exportations et bien que cela soit du ressort de MICA, il est souhaitable qu'un fonds d'appui à l'exportation soit mis en place rapidement.

11.1.2 Recommandations pour la fraise

- (a) Bien que la fraise soit un produit dont la culture ait continué en tant que produit spécial du Burkina Faso, il n'y a pas de capitalisation des informations sur sa culture. Pour faire de la fraise une spécialité du Burkina Faso, l'INERA et la DGPV devraient collecter des informations et connaissances sur les variétés de fraises et la culture et donner des recommandations et conseils sur les techniques de culture.
- (b) Il est souhaitable que l'INERA conserve des plants de variétés adaptées, et que l'achat de plants au Burkina Faso devienne possible. Cependant, dans le cas où de nouveaux plants et de nouvelles variétés sont achetés à des entreprises les commercialisant en Europe, il est difficile pour les producteurs de les acheter, et il est nécessaire d'appuyer les producteurs avec les fonds et les procédures nécessaires à l'achat.
- (c) Il est difficile de trouver des débouchés d'exportation vers de nouveaux pays pour une entreprise ou des producteurs seuls. La DGPER devrait collecter et accumuler des informations régulièrement auprès des ambassades burkinabè et des chambres de commerce des pays visés et les partager si nécessaire.
- (d) La DGPER devrait, en se servant de son expérience dans l'élargissement de débouchés pour la

fraise, dans le cadre de la diversification de produits agricoles tournés vers le marché, promouvoir la prospection de marchés de niche pour les fruits et légumes frais.

11.1.3 Recommandations pour l'oignon

- (a) Ces dernières années les volumes d'oignons importés ont augmenté. Avec la croissance démographique et l'amélioration des revenus, il est attendu que les importations continuent à augmenter. Il faut donc mettre en œuvre rapidement, ce projet afin de promouvoir la filière oignon et augmenter les volumes d'oignons disponibles pendant la période creuse. De plus, il est souhaitable d'être position de force en étant précurseur et en occupant les marchés de la sous-région en période creuse par rapport aux autres pays producteurs.
- (b) En ce qui concerne la production d'hivernage, à travers l'activité pilote, Les attentes des producteurs sont élevées mais la mise en place de techniques et leur vulgarisation nécessite du temps. C'est pour cette raison qu'il faut lancer rapidement l'action.
- (c) En ce qui concerne la production d'hivernage, les semenciers possèdent des informations basiques sur les techniques de production et ont déjà conseillé techniquement les producteurs. Etant donné que ces semenciers peuvent contribuer pour l'amélioration des techniques de production de l'oignon d'hivernage et leur vulgarisation, leur intervention est nécessaire.
- (d) Pour l'appui à la construction d'entrepôts, un budget important est requis, ce qui nécessite une prévision budgétaire appropriée. Il est nécessaire d'examiner l'utilisation du fonds de contrepartie national, ainsi que des fonds apportés par des partenaires techniques et financiers.
- (e) En ce qui concerne les techniques de production et de conservation, les techniques pouvant être utilisées à actuellement doivent être vulgarisées, tout en poursuivant la recherche pour leurs améliorations. En ce qui concerne la diversification des périodes de production, on peut citer en exemple des études sur les variétés adaptées ou la production à partir du bulbe. Pour les techniques de conservation, on peut de citer la réduction des coûts de construction des entrepôts en tant que sujet de recherche.
- (f) Pour promouvoir la filière, il est nécessaire de poursuivre les actions en prenant en compte l'ensemble des acteurs de la recherche, de la production, de la distribution et de la commercialisation. C'est pour cela que plusieurs structures, comme la DDGER, la DGPV, les DRARHASA, l'INERA sont concernées par la mise en œuvre. Il est important que celles-ci soient bien conscientes de l'importance de leur bonne collaboration afin de permettre une mise en œuvre harmonieuse des activités du projet. DGPER organisera des réunions des parties prenantes afin de renforcer la collaboration des structures de mise en œuvre du projet.
- (g) Ce projet a pour objectif la promotion de l'oignon, mais il servira de référence pour d'autres produits visant les marchés nationaux et sous-régionaux. Pour d'autres produits agricoles, il est également nécessaire à travers l'analyser la chaîne de valeur, d'identifier les contraintes à la promotion, des mesures de promotions et de rédiger un plan de promotion.
- (h) Ce projet inclut entre autres les régions du nord où la pluviométrie est relativement faible avec de producteurs relativement pauvres. Des mesures doivent être prises pour une mise œuvre diligente du projet afin d'introduire une nouvelle culture de rente dans ces régions.

11.1.4 Recommandations pour le soja

- (a) Le soja étant un produit nouveau pour le Burkina Faso, les données sur les maillons de la filière à l'exception de la production (distribution/commercialisation/exportation/importation) et celles relatives à la production des pays ou les volumes de distribution/commerce des pays voisins ne sont pas disponibles. Aussi, les données sur les demandeurs réels tels que les aviculteurs, le

nombre de volailles (pour viande ou pour œuf), le volume de consommation des aliments animaux ou les volumes d'importation de poulet d'élevage, d'œuf, de poussin et aliment volaille ne sont pas suffisantes. Par conséquent, la collecte des données statistiques de base et le partage de ces données entre les parties prenantes seront nécessaires pour la promotion de la filière.

- (b) Du point de vue à long terme, l'amélioration du rendement par unité de surface (productivité), le développement des techniques pour l'amélioration de la qualité ainsi que leur vulgarisation sont indispensables pour augmenter la production du soja de bonne qualité. Il sera aussi nécessaire de développer les variétés répondant aux besoins des divers producteurs dans le pays ou des utilisateurs. Surtout, l'amélioration de la productivité (rendement unitaire) des variétés appréciées sur le marché apportent l'augmentation des revenus des producteurs.
- (c) Le soja étant un nouveau produit agricole dont la production augmente considérablement, les règlements et les normes relatifs aux produits issus du soja par le gouvernement ne sont pas encore aménagés. Par exemple, la norme de qualité pour la commercialisation ou la norme de qualité de l'aliment assorti ou du soja torréfié ne sont pas encore déterminées. Il sera donc nécessaire de déterminer ces normes et standards.
- (d) Le problème des organisations des producteurs et des distributeurs/transformateurs est le manque du fonds de fonctionnement. Le soja étant un produit très sollicité, il est une source de revenu en argent liquide sûr. Or, le fait de ne pas pouvoir préparer le fonds en argent liquide pour l'achat du soja freine le développement de leurs activités. L'introduction du système de warrantage pratiqué dans la culture du niébé devra être examinée pour la filière soja.
- (e) En ce qui concerne l'aviculture, qui est un secteur lié au soja, aussi bien au Ghana qu'en Côte d'Ivoire, de la viande bon marché est importée des Etats-Unis et du Brésil, et il n'y a presque pas de poulets produits pour la viande au niveau national. Le soja est donc utilisé pour l'alimentation des poules pondeuses. Au Burkina Faso également, si les prix du soja continuent à augmenter fortement, les prix de la viande de poulet et des œufs vont continuer à augmenter, et cela pourrait mener à l'importation de viande et d'œufs à bas prix des Etats-Unis et du Brésil via la Côte d'Ivoire. Aussi, la possibilité d'exporter par les pays de la sous-région et les marchés internationaux du soja ou la farine de soja est élevée. Par conséquent, la promotion des chaînes de valeur de la fabrication des aliments pour animaux et de la fabrication des produits alimentaires transformés du Burkina Faso rapide sera indispensable tout en favorisant la collaboration et la coopération entre les acteurs s'évaluant dans la filière soja.
- (f) Les mesures aidant la promotion de la filière soja d'une manière intégrée en traitant les divers maillons de la filière (de la production jusqu'à la commercialisation) et la formation/promotion des industries connexes comme intégrées seront nécessaires. Pour ce faire, la collaboration et la coopération des ministères et les organismes concernés tels que le MARHASA, le Ministère des Ressources Animales ou le MICA pour la formation et la promotion de ces industries auront une importance capitale.

11.2 Recommandations générales

Au Burkina Faso, les importations, en particulier celles des produits industriels et alimentaires, sont en augmentation depuis les années 2000 avec l'accroissement de la population. Par contre, les principaux produits d'exportation que sont actuellement l'or et le coton occupent 90% du montant total des exportations. Malgré l'augmentation spectaculaire du montant d'exportation de l'or depuis 2007, la balance commerciale est restée déficitaire.

Le montant d'exportation des produits agricoles tels que le sésame ou la noix de cajou étant en augmentation, et il y a une tendance à la diversification des produits d'exportation et à l'augmentation du montant d'exportation ces dernières années. Toutefois, le pourcentage du commerce des produits agricoles burkinabè sur les marchés d'exportation et les marchés à l'intérieur du pays reste faible.

L'agriculture étant toujours l'industrie de base du pays, le Burkina Faso a la possibilité d'améliorer sa croissance économique et sa balance commerciale en favorisant le commerce des produits agricoles sur les marchés internationaux, sous-régionaux et nationaux. Pour la promotion du commerce extérieur et intérieur des produits agricoles, la revitalisation des activités du secteur privé et l'aménagement des conditions stables de l'aspect juridique par l'Etat sont indispensables.

(1) Prise en compte de tous les acteurs intervenant dans les chaînes de valeur

Des mesures diverses sont nécessaires pour augmenter les exportations et/ou améliorer la compétitivité des produits agricoles burkinabè par rapport aux produits importés. Le fait d'améliorer la productivité à travers le renforcement du maillon de la production est une bonne chose mais doit répondre à l'attente des marchés (les acheteurs ou les consommateurs) pour réaliser l'augmentation du volume commercialisé. Il est important que la chaîne de valeur soit établie à travers le renforcement des acteurs intervenant dans le processus, de la production jusqu'à la consommation tout en répondant aux besoins des marchés. Les mécanismes de renforcement des acteurs de la chaîne de valeur de chaque produit ciblé ont été proposés dans les plans de promotion du présent projet en exploitant les expériences acquises lors des activités pilotes.

- (a) Il a été prouvé que la culture de l'oignon d'hivernage est possible, que le circuit de commercialisation d'oignons de la saison sèche peut être utilisé pour les oignons d'hivernage et que ces oignons d'hivernage peuvent être vendus à des prix similaires aux oignons importés. Il est fortement souhaitable que la production d'oignons d'hivernage augmente pour remplacer d'une part les oignons importés et d'autre part, pour être exportés vers les marchés des pays de la sous-région en réalisant les activités similaires aux activités pilotes dans les autres zones de production sur la base des expériences vécues.
- (b) Bien que la fraise soit l'une des spécialités du pays, la recherche des nouveaux débouchés était une contrainte majeure pour elle. Il a été possible d'obtenir de nouveaux acheteurs (supermarchés d'Abidjan) dans une grande ville de la sous-région grâce à la collaboration entre les producteurs et les exportateurs. Abidjan et Accra représentent des marchés dont la croissance est considérable, et la demande des supermarchés en produits agricoles frais en plus de la fraise (la tomate, la salade, le haricot vert, le chou ou l'oignon) est bien diversifiée. La demande des supermarchés burkinabè étant la même, le commerce des produits agricoles frais en plus des exportations des fraises devraient augmenter.
- (c) Les informations sur les exigences des acheteurs japonais ont été collectées pour fournir les produits répondant à ces exigences à travers l'amélioration des techniques de fabrication dans le cadre des activités pilotes. Ainsi, les exportateurs ont tenté de développer le commerce avec des importateurs japonais. Cette expérience pourrait être dupliquée pour la recherche de marchés internationaux des produits de niche de haut de gamme en plus de la commercialisation des mangues séchées avec de la valeur ajoutée.

Les trois mesures ci-dessus consistaient à renforcer les capacités des producteurs d'oignon, les producteurs et les exportateurs de fraise, et les transformateurs de mangue séchée dans chaque chaîne de valeur respective. Les acteurs concernés par le renforcement des capacités dans une chaîne de valeur diffèrent selon les produits agricoles et le niveau de structuration des chaînes. Dans la plupart des cas, les producteurs sont limités dans les domaines de l'accès aux sources de financement, l'information sur les marchés ou sur les techniques. Il serait donc important de tenir compte de la situation de chaque acteur pour le développement d'une chaîne de valeur.

(2) Considérations du point de vue du développement des industries

Diverses utilisations, pour l'alimentation animale, la matière première pour la transformation alimentaire ou l'extraction d'huile étant possibles pour le soja, il apparaît opportun de contribuer à l'émergence et à la promotion d'industries connexes comme la fabrication d'aliments, pour l'élevage

et la transformation à petite échelle par les femmes. Il est donc souhaitable que la chaîne de valeur du soja soit développée sous l'initiative du MARHASA en positionnant le soja comme produit stratégique pour le développement industriel.

Il a été prouvé que le soja est un produit agricole prometteur pour la création de valeur ajoutée par la promotion ou l'émergence des industries par les acteurs concernés grâce à l'analyse de la chaîne de valeur (depuis la production jusqu'à la consommation). Bien qu'il soit un produit nouveau au Burkina Faso, les chaînes de valeur du soja sont bien variées et diverses même si le secteur est à petite échelle. Entre autres, il s'agit de la chaîne de valeur des produits alimentaires pour animaux (la transformation en alimentation animale pour l'élevage) et de celle des produits alimentaires (les aliments nutritifs pour les petits enfants et les produits dérivés du tofu). (1) L'appui au développement de la chaîne de valeur des aliments animaux et (2) l'appui au développement de la chaîne de valeur de la fabrication des produits alimentaires de transformation de petite échelle tenant compte du point de vue de l'appui à l'entrepreneuriat féminin sont souhaitables étant donné que ces appuis peuvent contribuer au développement de l'économie rurale et des industries connexes du soja.

Il y a des produits agricoles d'exportation dont la valeur ajoutée est essentiellement réalisée dans les pays importateurs sans que les produits ne soient transformés au Burkina Faso (c'est-à-dire, presque pas de processus de la mise en valeur comme la transformation). Il sera important d'intégrer le développement industriel du pays en plus du montant de commerce des produits agricoles pour leur promotion.

(3) Considérations concernant les marchés sous-régionaux dont la croissance économique est en vue

La croissance des marchés des produits agricoles et des produits alimentaires avec de la valeur ajoutée est attendue dans les pays de la CEDEAO (y compris le Burkina Faso) grâce à la croissance démographique, à l'urbanisation, l'augmentation de la classe moyenne et à l'accroissement des revenus. Or, il y a des pays où la structure de consommation commence à changer avec la croissance économique et des pays essentiellement importateurs où l'économie dépend des céréales (type traditionnel). Il sera indispensable de tenir compte de la structure de consommation de chaque pays de la CEDEAO même si les droits de douanes sont exonérés entre les pays membres de la CEDEAO.

(4) Considérations concernant les marchés de niche

Au Burkina Faso, c'est le coton destiné à l'exportation qui jouait jusqu'à présent, un rôle moteur pour la croissance économique du pays. Or, la diversification des produits agricoles suivant l'exemple du coton est indispensable pour la croissance économique future. Malgré l'augmentation des exportations du sésame de ces dernières années, il faut considérer que l'apparition d'un produit d'exportation de masse d'envergure est extrêmement difficile. Un changement structurel de consommation sur les marchés internationaux matures, sur les marchés des pays émergents et sur les marchés de la sous-région étant observés dans un tel contexte, divers marchés de niches ont commencé à se former. Il sera important d'entrer sur ces divers marchés de niche autant que possible.

(5) Promotion d'une agriculture orientée vers le marché

L'approche adoptée dans le cadre de ce projet est la production de produits agricoles ou transformés satisfaisant la demande (les besoins) des marchés visés tout en considérant l'agriculture comme une activité économique profitable. Il est important d'aider les petits producteurs pour qu'ils puissent pratiquer une agriculture orientée vers le marché dans les chaînes de valeur respectives, étant donné que ce groupe d'acteurs économiques est majoritaire dans l'agriculture du Burkina Faso.

Ce projet sera mis en œuvre par le MARHASA, en tant que structure d'exécution. Les nombreux partenaires au développement (les bailleurs de fonds et les ONG etc.) mènent des activités d'appui similaires. Aussi, il est-il souhaitable qu'une commission gouvernementale transversale capable de

promouvoir l'agriculture orientée vers le marché, avec le MARHASA comme leader soit créée.

(6) Difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du présent Projet

Deux difficultés majeures ont été constatées au cours de la mise en œuvre du projet.

La première difficulté porte sur le temps mis pour obtenir la collaboration des structures impliquées : en effet, le présent projet a été mis en œuvre en créant un groupe de travail au sein de la DGPER. La collaboration avec les autres directions générales ou des directions régionales/provinciales était indispensable. La lourdeur administrative a conduit à consacrer beaucoup de temps dans les procédures pour demander leur collaboration.

La deuxième difficulté est relative à l'insuffisance de données en particulier en ce qui concerne le soja, sur les aspects relatifs à la distribution, à la transformation, à la commercialisation et aux exportations et importations. Seules les données sur la production étaient disponibles.

DOCUMENTS JOINTS

1. Détails des coûts des projets de promotion 389
2. Compte-rendus des comités de pilotage 396

1. Détails des coûts des projets de promotion
Projet de promotion de la mangue : Détails des coûts des activités

(1) Exportation de mangue fraîche

1) Coûts des activités de type projet (appui technique et financier)

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total	
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant		
Appui aux activités de collecte d'informations sur marketing pour les exportations de l'APEMAB	1 Elaboration d'une liste préliminaire Collecte d'informations sur marketing d'exportation (dans le pays)	Coût de réunion (10 repr't d'entreprises, 2 fois)	5,000 FCFA/personne*fois	20 personne*fois	100,000									100,000	
		Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	250,000										250,000
		Coût de service de l'APEMAB	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000										100,000
	2 Elaboration d'une courte liste de pays	Coût de réunion (10 repr't d'entreprises, 2 fois)	5,000 FCFA/personne*fois	20 personne*fois	100,000										100,000
		Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	250,000										250,000
		Coût de service de l'APEMAB	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000										100,000
	3 Collecte d'informations phytosanitaires	Frais de voyage vers les pays de moyen et proche orient	2,500,000 FCFA/personne	2 personnes	5,000,000										5,000,000
		Coût de réunion (10 repr't d'entreprises, 2 fois)	5,000 FCFA/personne*fois	20 personne*fois	100,000										100,000
	4 Identification des pays cibles	Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	250,000										250,000
		Sous-total			6,250,000										6,250,000
Appui à la création des sources financières pour les activités de l'association des exportateurs de mangues	1 Mise en place d'un comité de réflexion au sein de l'APEMAB pour étudier la faisabilité du système, information aux membres et obtention de leur accord Examen de la possibilité par le comité ※ 2mois	Coût de réunion (10 repr't d'entreprises, 2 fois)	5,000 FCFA/personne*fois	20 personne*fois	100,000									100,000	
		Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	250,000										250,000
		Coût de service de l'APEMAB	100,000 FCFA/jeu	2 jeu	200,000										200,000
		Coût de réunion (10 repr't d'entreprises, 4 fois)	5,000 FCFA/personne*fois	40 personne*fois	200,000										200,000
		Rémunération des experts extérieurs (2 personnes, 4 fois)	100,000 FCFA/personne*jour	8 personne*jour	800,000										800,000
		Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	16 personne*jour	400,000										400,000
		Coût de service de l'APEMAB	100,000 FCFA/mois	2 mois	200,000										200,000
	Rédaction de rapport	* mission du Ministère de l'Agriculture			0										0
	Impression du rapport	5,000 FCFA/exemplaire	50 exemplaire	250,000											250,000
	2 Mise en place du comité de conception de règlements	Mise en place du bureau (matériels de bureau etc.)	1,500,000 FCFA/jeu	1 jeu	1,500,000										1,500,000
		Coût de service de l'APEMAB	100,000 FCFA/mois	2 mois	200,000										200,000
	3 Conception de règlements	1 employé du bureau ^(*)	750,000 FCFA/mois	6 mois	4,500,000	9 mois	6,750,000								11,250,000
		1 consultant (15 jours par mois)	1,500,000 x 50% FCFA/mois	6 mois	4,500,000	9 mois	6,750,000								11,250,000
	4 Compte rendu et discussion avec les membres de l'association	Rémunération des experts extérieurs (1 fois par mois)	100,000 FCFA/personne*jour	6 personne*jour	600,000	9 personne*jour	900,000								1,500,000
		Coût de service	100,000 FCFA/mois	6 mois	600,000	9 mois	900,000								1,500,000
	5 Préparation pour la mise en service du règlement ※15 mois	Coût de réunion (10 personnes, 1fois)	5,000 FCFA/personne*fois	60 personne*fois	300,000	90 personne*fois	450,000								750,000
		Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	24 personne*jour	600,000	36 personne*jour	900,000								1,500,000
		Etablissement des cahiers etc. matériels de bureau	1,500,000 FCFA/jeu	1 jeu	1,500,000										1,500,000
	6 Mise en service	1 employé du bureau ^(*)	750,000 FCFA/mois	3 mois	2,250,000										2,250,000
		1 comptable	1,500,000 FCFA/mois	3 x 50% mois	2,250,000										2,250,000
7 Suivi, modification et amélioration ※suivi: pendant 3 mois (avril - juin)	Rémunération des experts extérieurs (1 fois par mois)	100,000 FCFA/personne*jour	3 personne*jour	300,000										300,000	
	Coût de service	100,000 FCFA/mois	3 mois	300,000										300,000	
	Coût de réunion (10 personnes, 1fois)	5,000 FCFA/personne*fois	120 personne*fois	600,000										600,000	
	Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour	48 personne*jour	1,200,000										1,200,000	
Sous-total				15,200,000		18,150,000		6,900,000		6,900,000			40,250,000		
Total				6,250,000		15,200,000		18,150,000		6,900,000			46,500,000		

(*)1 Le bailleur de fonds prend en charge de salaire de l'employé du bureau pendant la période de conception de règlement et celle de mise en service jusqu'à la fin du suivi. Les perdiemes de participants aux réunions seront payés uniquement à ceux avec l'hébergement. Les réunions auront lieu à Bobo-Dioulasso.

2) Coûts des activités d'appui (appui financier)

Domaines, activités et actions visées	Personnes ciblées	Coût par activité (*)1	Nombre d'activités d'appui	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant			
Développement d'activités de prospection de débouchés														
Participation aux foires d'exposition dans les pays ciblés identifiés et établissement de matériels de promotion de vente	Exportateurs	1,500,000	25	0 cas	0	7 cas	10,500,000	6 cas	9,000,000	6 cas	9,000,000	6 cas	9,000,000	37,500,000
Invitation des acheteurs des pays ciblés	Exportateurs	1,000,000	5	0 cas	0	2 cas	2,000,000	2 cas	2,000,000	1 cas	1,000,000	0 cas	0	5,000,000
Augmentation de la production par les producteurs (petite et moyenne taille)								cas						
Structuration des producteurs, encadrement sur les techniques de culture pour l'exportation, production et achat des plantes pépinières	Exportateurs	1,250,000	5	2 cas	2,500,000	3 cas	3,750,000	0 cas	0	0 cas	0	0 cas	0	6,250,000
Introduction nouvelle de certification Global GAP (obtention du certificat)	Exportateurs	1,250,000	5	2 cas	2,500,000	3 cas	3,750,000	0 cas	0	0 cas	0	0 cas	0	6,250,000
Mise en place d'infrastructures de tri et de conditionnement à petite échelle														
Aménagement des petites installations de conditionnement et de chambres froides	Exportateurs ayant commencé les exportations vers les pays ciblés	15,000,000	5	0 cas	0	1 cas	15,000,000	2 cas	30,000,000	2 cas	30,000,000	0 cas	0	75,000,000
Total					5,000,000		35,000,000		41,000,000		40,000,000		9,000,000	130,000,000

(*)1 Prise en charge de bénéficiaire de 50% (supposition). Aucun frais relatif à l'approvisionnement du financement pour l'appui ou au service n'est inclus.

(2) Exportation des mangues séchées

1) Coûts des activités de type projet (appui technique et financier)

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	
Amélioration de l'hygiène alimentaire aux exigences d'hygiène alimentaire des règlements de l'UE	1 Explication du contenu d'activités et identification des installations candidates													
	1) Etablissement de la liste des candidats	Coût de service de l'APEMAB	50,000 FCFA/jeu	1 jeu	50,000									50,000
	2) Séance d'explication du contenu d'activités	Coût de réunion Perdieme pour les participants	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour	50 personnes*fois 15 personnes*jour	250,000 375,000									250,000 375,000
	3) Etude sur l'état actuel des installations candidates	Coût d'impression des documents Perdiemes pour les enquêteurs (3 personnes, 2) Coût de service de l'APEMAB	1,000 FCFA/exemplaire 25,000 FCFA/personne*jour 50,000 FCFA/jeu	50 42 personnes*jour 1 jeu	50,000 1,050,000 50,000									50,000 1,050,000 50,000
	2 Compréhension sur les règlements de base d'hygiène alimentaire de l'UE				0									0
	1) Formation sur les règlements de l'UE	Etablissement des documents	*réaliser par les membres du projet		0									0
	2) Visite des bons exemples d'unité de transformation (*)	Coût de réunion (25 personnes, 2 fois) Perdieme pour les participants Coût d'impression des documents Coût de service de l'APEMAB	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour 3,000 FCFA/exemplaire 50,000 FCFA/jeu	50 personnes*fois 10 personnes*jour 70 exemplaires 1 jeu	250,000 250,000 210,000 50,000									250,000 250,000 210,000 50,000
	3 Amélioration des unités/installations				0									0
	1) Explication sur l'appui aux travaux d'amélioration, détermination des installations ciblées	Coût de réunion Perdieme pour les participants	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour	30 personnes*fois 5 personnes*jour	150,000 125,000									150,000 125,000
	2) Etablissement du plan de mise en oeuvre pour l'ensemble Notification aux personnes ciblées et confirmation de consensus	Coût de service de l'APEMAB	*réaliser par les membres du projet 50,000 FCFA/jeu	1 jeu	50,000									50,000
	3) Etablissement de documents pour le calcul du coût des travaux d'amélioration etc.		*réaliser par les membres du projet		0									0
	4) Coût des travaux	Coût des travaux	2,000,000 FCFA/installation	8 installations	16,000,000	9 installations	18,000,000	8 installations	16,000,000					50,000,000
	5) Vérification de la situation pendant la période du service		*réaliser par les membres du projet		0		0		0					0
	6) Travaux supplémentaires	Coût des travaux supplémentaires	100,000 FCFA/installation	8 installations	800,000	9 installations	900,000	8 installations	800,000					2,500,000
	4 Renforcement des mesures de prévention de pollution pendant la transformation													
	1) Formation sur les mesures de prévention de pollution (*)	Coût d'organisation de la formation	0		0									0
	2) Introduction des mesures de prévention de pollution	Echantillons pour distribution	20,000 FCFA/exemplaire	45 exemplaires	900,000									900,000
	3) Suivi et encadrement sur place		*réaliser par les membres du projet		0									0
	5 Amélioration de méthode de gestion d'hygiène													
	1) Création du groupe de travail pour l'amélioration de la gestion d'hygiène	Coût de service de l'APEMAB	50,000 FCFA/jeu	1 jeu	50,000									50,000
	2) Etablissement du programme d'exécution de la formation	Perdiemes pour le groupe de travail (5 personnes x 3 jours)	25,000 FCFA/personne*jour	15 personnes*jour	375,000									375,000
	3) Etablissement de matériels didactiques pour les formations et pour l'éducation du personnel	Perdiemes pour le groupe de travail (5 personnes x 10 jours)	25,000 FCFA/personne*jour	50 personnes*jour	1,250,000									1,250,000
	4) Etablissement du manuel pour l'encadrement du personnel	Perdiemes pour le groupe de travail (5 personnes x 4 jours)	25,000 FCFA/personne*jour	20 personnes*jour	500,000									500,000
	5) Impression du manuel	Coût d'impression	6,000 FCFA/exemplaire	70 exemplaires	420,000									420,000
	6) Formation	Coût de réunion (25 personnes, 2 fois) Perdieme pour les participants	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour	50 personnes*fois 10 personnes*jour	250,000 250,000									250,000 250,000
	7) Etablissement de la procédure standard		* à réaliser par les sécheurs		0									0
	8) Encadrement du personnel		* à réaliser par les sécheurs		0									0
	9) Mise en oeuvre de la gestion des risques basée sur la théorie de HACCP		* à réaliser par les sécheurs		0									0
	10) Suivi et encadrement sur place		*réaliser par les membres du projet		0									0
	6 Communs													
	1) Recrutement des experts et ingénieurs locaux	1 consultant HACCP 1 ingénieur architecte (vivant à Bobo-Dioulasso) 2 assistants ingénieur architecte (uniquement pendant la période des travaux (9 mois par an))	3,000,000 FCFA/mois 1,000,000 FCFA/mois 750,000 FCFA/mois	6 mois 6 mois 18 mois	18,000,000 6,000,000 13,500,000	3 mois 12 mois 18 mois	9,000,000 12,000,000 13,500,000	3 mois 12 mois 18 mois	9,000,000 12,000,000 13,500,000					36,000,000 30,000,000 40,500,000
	2) Recrutement de consultant étranger	1 consultant hygiène alimentaire	10,000,000 FCFA/mois	8 mois	80,000,000	4 mois	40,000,000	4 mois	40,000,000					160,000,000
3) Réunion de compte rendu sur l'état d'avancement * 1 fois par an, 15 personnes, a lieu à Ouagadougou	Coût de réunion Perdieme pour les participants Coût d'impression des documents	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour 1,000 FCFA/exemplaire	30 personnes*fois 30 personnes*jour 30 exemplaires	150,000 750,000 30,000	30 personnes*fois 30 personnes*jour 30 exemplaires	150,000 750,000 30,000	30 personnes*fois 30 personnes*jour 30 exemplaires	150,000 750,000 30,000					450,000 2,250,000 90,000	
Sous-total				142,135,000		94,330,000		92,230,000					328,695,000	
Développement et vulgarisation de techniques d'amélioration du séchoir ATESTA	1 Vérification de l'évaluation des utilisateurs par rapport aux techniques d'amélioration testées par les activités pilotes	Coût de service de l'APEMAB Coût de réunion Perdieme pour les participants	50,000 FCFA/jeu 5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour	1 jeu 30 personnes*fois 5 personnes*jour	50,000 150,000 125,000								50,000 150,000 125,000	
	2 Exécution du test d'amélioration en utilisant le ventilateur de fabrication chinoise * à améliorer 2 séchoirs (2 unités x 1 séchoir)	Coût de matériels et matériaux, rémunération d'artisans Matériels pour l'essai et gaz	1,000,000 FCFA/séchoir 40,000 FCFA/fois*séchoir	2 séchoirs 6 fois*séchoirs	2,000,000 240,000									2,000,000 240,000
	3 Examen de pays d'origine des matériels et matériaux		* à réaliser par le consultant étranger		0									0
	4 Détermination des techniques d'amélioration à vulgariser	Coût de réunion Perdieme pour les participants Etablissement des documents	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour 2,000 FCFA/exemplaire	20 personnes*fois 5 personnes*jour 60 exemplaires	100,000 125,000 120,000									100,000 125,000 120,000
	5 Détermination de quantité de matériels et matériaux	Coût de service de l'APEMAB	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000									100,000
	6 Approvisionnement de matériels et matériaux étrangers (*)	pour 380 thermomètre (380x2x2) pour 300 ventilateurs (300x2) pour étagères pour 200 séchoirs (200x20x2) Coût de transport maritime et terrestre Manutention*transport*dédouanement: Japon Manutention*transport*dédouanement: Bobo- Approvisionnement des matériels et matériaux au Japon et commission pour l'exportation Location de dépôt (magasin) au Japon Prise en charge des bénéficiaires	9,300 FCFA/séchoir 56,000 FCFA/séchoir 10,000 FCFA/étagère 2,370,000 FCFA/conteneur 3,650,000 FCFA/jeu 650,000 FCFA/conteneur 10,000,000 FCFA/jeu 1,500,000 FCFA/jeu 10% du coût de matériels et matériaux (coût du transport exclu)	1,520 séchoirs 600 séchoirs 8,000 étagères 11 conteneur 1 jeu 11 conteneur 1 jeu 1 jeu	14,136,000 33,600,000 80,000,000 26,070,000 3,650,000 7,150,000 10,000,000 1,500,000 -12,774,000								14,136,000 33,600,000 80,000,000 26,070,000 3,650,000 7,150,000 10,000,000 1,500,000 -12,774,000	
	7 Formation sur les méthodes d'amélioration, don de matériels et matériaux	Coût de réunion (25 personnes, 2 fois) Perdieme pour les participants Etablissement des documents	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour 3,000 FCFA/exemplaire	50 personnes*fois 10 personnes*jour 70 exemplaires	250,000 250,000 210,000									250,000 250,000 210,000
	8 Mise en oeuvre de l'amélioration du séchoir ATESTA		* à réaliser par les sécheurs		0									0
	9 Suivi		*réaliser par les membres du projet		0									0
	10 Communs													
	1) Recrutement du consultant étranger	1 personne pour amélioration du séchoir/approvisionnement des matériels et matériaux	10,000,000 FCFA/mois	3 mois	30,000,000									30,000,000
	2) Recrutement d'un ouvrier qualifié	1 ouvrier qualifié électricité et charpentier	750,000 FCFA/mois	2 mois	1,500,000									1,500,000
	3) Réunion de compte rendu sur l'état d'avancement * 1 fois par an, 15 personnes, a lieu à Ouagadougou	Coût de réunion Perdieme pour les participants Impression de documents	5,000 FCFA/personne*fois 25,000 FCFA/personne*jour 1,000 FCFA/exemplaire	30 personnes*fois 30 personnes*jour 30 exemplaires	150,000 750,000 30,000	30 personnes*fois 30 personnes*jour 30 exemplaires	150,000 750,000 30,000							300,000 1,500,000 60,000
	Sous-total				198,772,000		1,640,000							200,412,000

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total	
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant		
Introduction de petits séchoirs	1 Identification du petit séchoir à introduire														
	1) Collecte d'informations des pays d'origine, obtention de devis estimatifs		* à réaliser par le consultant étranger			0	0						0	0	
	2) Création du groupe de travail	Coût de service de l'APEMAB	50,000 jeu			1 jeu	50,000						0	50,000	
	3) Sélection du séchoir	Coût de réunion (10 personnes, 2 fois)	5,000 FCFA/personne*fois			20 personnes*fois	100,000							0	100,000
		Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour			6 personnes*jour	150,000							0	150,000
	4) Importation du séchoir	Etablissement des documents	2,000 FCFA/exemplaire			30 exemplaires	60,000							0	60,000
		Coût du matériel et transport d'importation	5,000,000 FCFA/séchoir			2 séchoirs	10,000,000							0	10,000,000
	5) Installation et essai de service du séchoir expérimental	Travaux d'installation	250,000 FCFA/séchoir			2 séchoirs	500,000							0	500,000
		Matériels pour l'essai et gaz	40,000 FCFA/fois*séchoir			6 fois*séchoir	240,000							0	240,000
	6) Détermination du séchoir à introduire	Présence à l'essai et coût de réunion	5,000 FCFA/personne*fois			20 personnes*fois	100,000							0	100,000
		Présence à l'essai et perdieme	25,000 FCFA/personne*jour			6 personnes*jour	150,000							0	150,000
	2 Introduction de petits séchoirs														
	1) Sélection des personnes ciblées	Coût de service de l'APEMAB	50,000 jeu			1 jeu	50,000							0	50,000
		Organisation de la séance d'explication	3,000 FCFA/personne*fois			50 personnes*fois	150,000							0	150,000
	2) Approvisionnement de séchoir (importation) * Importation avec exonération	Distribution de documents pour la sélection	50,000 FCFA/jeu			1 jeu	50,000							0	50,000
		30 séchoirs	2,500,000 FCFA/séchoir						10 séchoirs	25,000,000	10 séchoirs	25,000,000	10 séchoirs	25,000,000	75,000,000
	* Importation avec exonération	Frais de transport pour 10 séchoirs/2 FCL/an	2,000,000 FCFA/conteneur						2 conteneurs	4,000,000	2 conteneurs	4,000,000	2 conteneurs	4,000,000	12,000,000
		Manutention/dédouanement: lieu d'embarquement	350,000 FCFA/conteneur						2 conteneurs	700,000	2 conteneurs	700,000	2 conteneurs	700,000	2,100,000
	Dédouanement*stockage temporaire*transport:Bobo-Dioulasso		750,000 FCFA/conteneur						2 conteneurs	1,500,000	2 conteneurs	1,500,000	2 conteneurs	1,500,000	4,500,000
3) Préparation et installation du séchoir			* à réaliser par les sécheurs						0				0	0	
4) Mise en service du séchoir			* à réaliser par les sécheurs						0				0	0	
5) Suivi			*réaliser par les membres du projet						0				0	0	
3 Communs															
1) Recrutement du consultant étranger	Approvisionnement de séchoirs	10,000,000 FCFA/mois			2 mois	20,000,000		1 mois	10,000,000	mois		mois		30,000,000	
2) Recrutement d'un ouvrier qualifié local	Ouvrier qualifié électricité et charpentier	750,000 FCFA/mois			2 mois	1,500,000		1 mois	750,000	mois		mois		2,250,000	
3) Réunion de compte rendu sur l'état d'avancement	Coût de réunion	5,000 FCFA/personne*fois			15 personnes*fois	75,000		15 personnes*fois	75,000	15 personnes*fo	75,000	15 personnes*fois	75,000	300,000	
	Perdieme pour les participants	25,000 FCFA/personne*jour			15 personnes*jour	375,000		15 personnes*jour	375,000	15 personnes*jo	375,000	15 personnes*jour	375,000	1,500,000	
* 1 fois par an, 15 personnes, a lieu à Ouagadougou	Impression de documents	1,000 FCFA/exemplaire			15 exemplaires	15,000		15 exemplaires	15,000	15 exemplaires	15,000	15 exemplaires	15,000	60,000	
Sous-total						33,565,000			42,415,000		31,665,000		31,665,000	139,310,000	
Total						340,907,000			129,535,000		134,645,000		31,665,000	668,417,000	

(*1) Visite d'une journée dans le pays et frais sont à la charge des participants (pas de frais)

(*2) A réaliser avec la formation sur les règlements de l'UE.

(*3) Examiner l'approvisionnement des matériels et matériaux européens mais les prix et le coût de transport des ceux japonais approvisionnés dans le cadre de l'activité pilote pour l'estimation du coût. Les perdiemes pour les participants aux réunions et à la formation seront payées uniquement à ceux nécessitant l'hébergement. Les réunions et la formation auront lieu à Bobo-Dioulasso.

2) Coûts des activités d'appui (appui financier)

Domaines, activités et actions visées	Personnes ciblées	Coût par activité (*1)	Nombre d'activités d'appui	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	
Promotion de l'obtention de la certification HACCP														
Obtention de la certification HACCP	Sécheurs satisfaisant les conditions de règlements d'hygiène alimentaire de l'UE	1,500,000	5	1 cas	1,500,000	1 cas	1,500,000	1 cas	1,500,000	1 cas	1,500,000	1 cas	1,500,000	7,500,000
Promotion de l'utilisation des sous-produits de la mangue														
Développement des produits pendant la fabrication des produits transformés utilisant la chair autour du noyau	Sécheurs. Uniquement en cas de partenaire d'affaire tels que le commerce équitable de l'Europe etc.	2,500,000	3	0 cas	0	1 cas	2,500,000	1 cas	2,500,000	1 cas	2,500,000	0 cas	0	7,500,000
Fabrication d'installation pour la fabrication du bio-gaz	Sécheurs. Uniquement ceux ayant appris les techniques dans le cadre de la formation de la SNV.	750,000	20	4 cas	3,000,000	4 cas	3,000,000	4 cas	3,000,000	4 cas	3,000,000	4 cas	3,000,000	15,000,000
Elargissement du système d'approvisionnement en matière première														
Structurer les producteurs nouvellement pour obtenir la certification bio	Exportateurs	1,250,000	8	4 cas	5,000,000	2 cas	2,500,000	2 cas	2,500,000	0 cas	0	0 cas	0	10,000,000
Introduction de séchoirs sud-africains														
Approvisionnement des séchoirs sud-africains	Sécheurs dont la quantité de production actuelle annuelle de plus de 15 tonnes et capables d'élargir les installations avec propre fonds.	12,500,000	5	1 cas	12,500,000	1 cas	12,500,000	1 cas	12,500,000	1 cas	12,500,000	1 cas	12,500,000	62,500,000
Promotion des activités de prospection des exportateurs														
Participation aux foires/négociations organisés en dehors du pays, établissement des matériels pour la promotion de vente	Exportateurs	1,500,000	20	4 cas	6,000,000	4 cas	6,000,000	4 cas	6,000,000	4 cas	6,000,000	4 cas	6,000,000	30,000,000
Invitation des acheteurs étrangers	Exportateurs	1,000,000	10	2 cas	2,000,000	2 cas	2,000,000	2 cas	2,000,000	2 cas	2,000,000	2 cas	2,000,000	10,000,000
Total					30,000,000		30,000,000		30,000,000		27,500,000		25,000,000	142,500,000

(*1) Prise en charge de bénéficiaire de 50% (supposition). Aucun frais relatif à l'approvisionnement du financement pour l'appui ou au service n'est inclus.

Note pour le coût d'activité de type projet (commune pour mangues fraîche et séchée):

- La mise en oeuvre du projet par le financement d'un bailleur de fonds est supposé. Les modes de financement ou de gestion du projet étant différent d'un bailleur à l'autre, les frais des experts (national ou étranger) autres que ceux d'expert et ingénieur ci-dessus, les frais relatifs à l'approvisionnement et à l'utilisation des véhiculles, les frais de gestion du bureau (frais du personnel local inclus) ne sont pas calculés.
- Les frais du personnel appartenant aux organismes gouvernementaux du Burkina Faso ne sont pas inclus.
- Les prix unitaires des experts étrangers ci-dessus n'incluent pas les frais de voyage jusqu'au Burkina Faso.

Projet de promotion de la fraise : Détails des coûts des activités

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	
Renforcement des capacités marketing pour le marché sous-régional	1. Analyse des particularités de la production à la consommation de fraises	Lieu d'atelier	500,000 FCFA/jour	1 jour	500,000	1 jour	500,000							1,000,000
		Perdieme	15,000 FCFA/personne*jour	15 personnes*jour	225,000	15 personnes*jour	225,000							450,000
		Frais de transport	100 FCFA/personne*jour	2,200 km	220,000	2,200 km	220,000							440,000
		Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour	15 personnes*jour	75,000	15 personnes*jour	75,000							150,000
	2. Identification des besoins des marchés (étude)	Billet d'avion (Accra)	400,000 FCFA/personne	5 personnes	2,000,000	5 personnes	2,000,000							4,000,000
		Billet d'avion (Abidjan)	400,000 FCFA/personne	5 personnes	2,000,000	5 personnes	2,000,000							4,000,000
		Perdieme pour l'étude à l'étranger (hébergement)	55,000 FCFA/personne*jour	40 personnes*jour	2,200,000	40 personnes*jour	2,200,000							4,400,000
		Coût d'étude à l'étranger	550,000 FCFA/fois	2 fois	1,100,000	2 fois	1,100,000							2,200,000
		Lieu d'atelier	200,000 FCFA/jour	1 jour	200,000	1 jour	200,000							400,000
		Perdieme	15,000 FCFA/personne*jour	10 personnes*jour	150,000	10 personnes*jour	150,000							300,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	1,250 km	125,000	1,250 km	125,000							250,000
	3. Elaboration d'une stratégie marketing	Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour	10 personnes*jour	50,000	10 personnes*jour	50,000							100,000
		Lieu d'atelier	500,000 FCFA/jour	2 jours	1,000,000	2 jours	1,000,000							2,000,000
		Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour	30 personnes*jour	150,000	30 personnes*jour	150,000							300,000
		Frais de transport	15,000 FCFA/personne*jour	30 personnes*jour	450,000	30 personnes*jour	450,000							900,000
	4. Amélioration des méthodes de conditionnement, de collecte et d'expédition	Coût d'organisation	100 FCFA/km	1,000 km	100,000	1,000 km	100,000							200,000
		Matériaux d'emballage	500,000 FCFA/jeu	1 jeu	500,000	1 jeu	500,000							1,000,000
		Echantillons de produits	350,000 FCFA/jeu	1 jeu	350,000	1 jeu	350,000							700,000
		Matériaux d'emballage	300,000 FCFA/jeu	1 jeu	300,000	1 jeu	300,000							600,000
		Coût du transport	400,000 FCFA/jeu	1 jeu	400,000	1 jeu	400,000							800,000
5. Suivi et synthèse	Frais de transport	100 FCFA/km	1,500 km	150,000	1,500 km	150,000							300,000	
	Frais divers	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000	1 jeu	100,000							200,000	
	Sous-total			12,495,000		12,495,000							24,990,000	
Commercialisation à valeur ajoutée sur le marché national	1. Discussion avec les acteurs de commercialisation	Lieu d'atelier	500,000 FCFA/jour	2 jours	1,000,000	2 jours	1,000,000							2,000,000
		Perdieme	15,000 FCFA/personne*jour	20 /personne*jour	300,000	60 /personne*jour	900,000							1,200,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	1,000 km	100,000	2,500 km	250,000							350,000
		Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour	20 personne*jour	100,000	60 personne*jour	300,000							400,000
	2. Activité de promotion de commercialisation	Frais de transport	100 FCFA/km	1,500 km	150,000	1,500 km	150,000							300,000
		Echantillons de produits	250,000 FCFA/jeu	1 jeu	250,000	1 jeu	250,000							500,000
		Matériaux d'emballage	200,000 FCFA/jeu	1 jeu	200,000	1 jeu	200,000							400,000
	3. Suivi et capitalisation	Frais de communication	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000	1 jeu	100,000							200,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	1,000 km	100,000	1,500 km	150,000							250,000
		Frais divers	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000	1 jeu	100,000							200,000
Sous-total			2,400,000		3,400,000								5,800,000	
Renouvellement et introduction de variétés adaptées	1. Etude des caractéristiques des variétés possibles	Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour	4 personne*jour	20,000									20,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	140 km	14,000									14,000
	2. Test de culture pour vérifier l'adaptabilité	Frais de communication	50,000 FCFA/jeu	1 jeu	50,000									50,000
		Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour	10 /personne*jour	50,000									50,000
	3. Mise en oeuvre de l'essai d'adaptabilité de culture	Frais de transport	100 FCFA/km	200 km	20,000									20,000
		Plants de fraisier	300 FCFA/plants	10,000 plants	3,000,000	7,000 plants	2,100,000							5,100,000
		Engrais	100,000 FCFA/personne	6 personnes*jour	600,000	4 personnes*jour	400,000	4 personnes*jour	400,000	4 personnes*jour	400,000			1,800,000
		Produits phytosanitaires	50,000 FCFA/personne	6 personnes*jour	300,000	4 personnes*jour	200,000	4 personnes*jour	200,000	4 personnes*jour	200,000			900,000
		Carburant pour la pompe d'irrigation	750 FCFA/ℓ	1,500 ℓ	1,125,000	1,000 ℓ	750,000	1,000 ℓ	750,000	1,000 ℓ	750,000			3,375,000
		Matériaux pour la culture	20,000 FCFA/personne	6 personnes*jour	120,000	4 personnes*jour	80,000	4 personnes*jour	80,000	4 personnes*jour	80,000			360,000
		Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour	15 personne*jour	75,000	50 personne*jour	250,000	50 personne*jour	250,000	50 personne*jour	250,000			825,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	500 km	50,000	2,000 km	200,000	2,000 km	200,000	2,000 km	200,000			650,000
		Impression de la liste des variétés	1,800 FCFA/exemplaire									120 exemplaires	216,000	216,000
		4. Certification officielle	Plants de fraisier	300 FCFA/plants			3,000 plants	900,000						
	Engrais		100,000 FCFA/jeu			1 jeu	100,000	1 jeu	100,000	1 jeu	100,000	1 jeu	100,000	400,000
	Produits phytosanitaires		50,000 FCFA/jeu			1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	200,000
	Matériaux pour la culture		50,000 FCFA/jeu			1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	200,000
	Perdieme		5,000 FCFA/personne*jour			30 personne*jour	150,000	30 personne*jour	150,000	30 personne*jour	150,000	30 personne*jour	150,000	600,000
	Frais de transport		100 FCFA/km			1,200 km	120,000	1,200 km	120,000	1,200 km	120,000	1,200 km	120,000	480,000
	Carburant pour la pompe d'irrigation		750 FCFA/ℓ			650 ℓ	487,500	650 ℓ	487,500	650 ℓ	487,500	650 ℓ	487,500	1,950,000
Procédure administrative	250,000 FCFA/jeu										1 jeu	250,000	250,000	
5. Elaboration d'itinéraires techniques	Impression des directives de la culture	2,200 FCFA/exemplaire									500 exemplaires	1,100,000	1,100,000	
	Frais divers	100,000 FCFA/jeu									1 jeu	100,000	100,000	
Sous-total			5,424,000		5,837,500		2,837,500		2,837,500		2,823,500		19,560,000	

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	
Introduction de la culture accélérée	1. Formation sur la culture accélérée de la fraise	Lieu d'atelier	200,000 FCFA/jour	1 jour	200,000	1 jour	200,000							400,000
		Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	250,000	10 personne*jour	250,000							500,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	500 km	50,000	500 km	50,000							100,000
		Coût d'organisation	5,000 FCFA/jour	10 personne*jour	50,000	10 personne*jour	50,000							100,000
	2. Sélection des producteurs collaborateurs	Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour	4 personne*jour	20,000	4 personne*jour	20,000							40,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	200 km	20,000	200 km	20,000							40,000
	3. Introduction en essai de techniques de culture accélérée	Engrais	300,000 FCFA/jeu	1 jeu	300,000	1 jeu	300,000							600,000
		Produits phytosanitaires	200,000 FCFA/jeu	1 jeu	200,000	1 jeu	200,000							400,000
		Carburant pour la pompe d'irrigation	750 FCFA/ℓ	1,200 ℓ	900,000	1,200 ℓ	900,000							1,800,000
		Matériaux pour l'essai	45,000 FCFA/jeu	1 jeu	45,000	1 jeu	45,000							90,000
	4. Suivi et conseils	Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour	30 personne*jour	150,000	30 personne*jour	150,000							300,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	2,000 km	200,000	2,000 km	200,000							400,000
	5. Analyse des résultats et capitalisation	Lieu d'atelier	500,000 FCFA/jour			1 jour	500,000							500,000
		Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour			50 personne*jour	1,250,000							1,250,000
		Frais de transport	5,000 FCFA/personne*jour			50 personne*jour	250,000							250,000
Coût d'organisation		5,000 FCFA/personne*jour			50 personne*jour	250,000							250,000	
Frais divers		100,000 FCFA/jeu			1 jeu	100,000							100,000	
Sous-total					2,385,000		4,735,000						7,120,000	
Formation de nouvelles zones de production	1. Sélection des producteurs	Perdieme	2,500 FCFA/personne*jour	4 personne*jour	10,000									10,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	1,000 km	100,000									100,000
	2. Identification des plants de variétés adaptées, du matériel et distribution	Plants de fraisier	300 FCFA/plants	10,000 plants	3,000,000									3,000,000
		Engrais	200,000 FCFA/jeu	1 jeu	200,000	1 jeu	200,000							400,000
		Produits phytosanitaires	100,000 FCFA/jeu	1 jeu	100,000	1 jeu	100,000							200,000
		Matériaux pour la culture	50,000 FCFA/jeu	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000							100,000
		Carburant pour la pompe d'irrigation	750 FCFA/ℓ	1,200 ℓ	900,000	1,200 ℓ	900,000							1,800,000
	3. Formation sur les particularités du marché de la fraise	Lieu d'atelier	500,000 FCFA/jour	1 jour	500,000									500,000
		Perdieme	15,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	150,000									150,000
		Frais de transport	100 FCFA/km	1,000 km	100,000									100,000
		Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour	10 personne*jour	50,000									50,000
	4. Echange d'opinions avec les producteurs de Ouagadougou	Location de mini-bus	200,000 FCFA/véhicule*jour			3 véhicules*jour	600,000							600,000
		Carburant	700 FCFA/ℓ			1,000 ℓ	700,000							700,000
		Lieu d'atelier	500,000 FCFA/jour			1 jour	500,000							500,000
		Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour			20 personne*jour	500,000							500,000
Frais de transport		5,000 FCFA/personne*jour			20 personne*jour	100,000							100,000	
4. Suivi et capitalisation	Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour			50 personne*jour	250,000							250,000	
	Frais de transport	100 FCFA/km	1,200 km	120,000	3,000 km	300,000	3,000 km	300,000					720,000	
	Frais divers	50,000 FCFA/jeu	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000	1 jeu	50,000					150,000	
Sous-total					5,330,000		4,250,000		350,000				9,930,000	
Total général					28,034,000		30,717,500		3,187,500		2,837,500		2,623,500	67,400,000

Projet de promotion de l'oignon : Détails des coûts des activités

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total	
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant		
Amélioration des techniques de culture d'hivernage de l'oignon	1. Examen des zones appropriées à la culture et identification des fermes pour l'essai de culture	Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour	18 personnes*jour	450,000									450,000	
		Frais de transport	110 FCFA/km	2,000 km	220,000										220,000
	2. Mise en œuvre de l'essai de culture (0.5ha*2 sites*3 régions)	Semence	220,000 FCFA/ha			3 ha	660,000	3 ha	660,000	3 ha	660,000	3 ha	660,000		1,980,000
		Composte	280,000 FCFA/ha			3 ha	840,000	3 ha	840,000	3 ha	840,000	3 ha	840,000		2,520,000
		Produit phytosanitaire	120,000 FCFA/ha			3 ha	360,000	3 ha	360,000	3 ha	360,000	3 ha	360,000		1,080,000
		Engrais chimique	317,000 FCFA/ha			3 ha	951,000	3 ha	951,000	3 ha	951,000	3 ha	951,000		2,853,000
		Carburant pour pompe	247,000 FCFA/ha			3 ha	741,000	3 ha	741,000	3 ha	741,000	3 ha	741,000		2,223,000
		Huile pour pompe	27,000 FCFA/ha			3 ha	81,000	3 ha	81,000	3 ha	81,000	3 ha	81,000		243,000
		Ouvrier	90,000 FCFA/ha			3 ha	270,000	3 ha	270,000	3 ha	270,000	3 ha	270,000		810,000
		Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour			12 personnes*jour	300,000	12 personnes*jour	300,000	12 personnes*jour	300,000	12 personnes*jour	300,000		900,000
	Frais de transport	110 FCFA/km			3,600 km	396,000	3,600 km	396,000	3,600 km	396,000	3,600 km	396,000		1,188,000	
	3. Examen de possibilité de commercialisation	Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour			6 personnes*jour	150,000	6 personnes*jour	150,000	6 personnes*jour	150,000	6 personnes*jour	150,000		450,000
		Frais de transport	110 FCFA/km			1,800 km	198,000	1,800 km	198,000	1,800 km	198,000	1,800 km	198,000		594,000
4. Elaboration des itinéraires pour la culture	Impression	100 FCFA/exemplaire							15,000 exemplaires	1,500,000			1,500,000		
Sous-total					670,000		4,947,000		4,947,000		6,447,000		17,011,000		
Vulgarisation de la culture d'oignon d'hivernage	1. Organisation de formation destinée aux agents de vulgarisation	Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour							252 personnes*jour	1,260,000	504 personnes*jour	2,520,000	3,780,000	
		Perdieme des participants	25,000 FCFA/personne*jour							240 personnes*jour	6,000,000	480 personnes*jour	12,000,000	18,000,000	
		Frais de transport des participants	110 FCFA/km							48,000 km	5,280,000	96,000 km	10,560,000	15,840,000	
		Rémunération de formateurs	5,000 FCFA/personne*jour							12 personnes*jour	60,000	12 personnes*jour	60,000	120,000	
		Impression du manuel	250 FCFA/personne							120 personnes	30,000	240 personnes	60,000	90,000	
	2. Mise en œuvre de la culture de démonstration (1ha/province)	Semence	220,000 FCFA/ha	18 ha	3,960,000	18 ha	3,960,000	18 ha	3,960,000	36 ha	7,920,000	18 ha	3,960,000	23,760,000	
		Composte	280,000 FCFA/ha	18 ha	5,040,000	18 ha	5,040,000	18 ha	5,040,000	36 ha	10,080,000	18 ha	5,040,000	30,240,000	
		Produit phytosanitaire	120,000 FCFA/ha	18 ha	2,160,000	18 ha	2,160,000	18 ha	2,160,000	36 ha	4,320,000	18 ha	2,160,000	12,960,000	
		Engrais chimique	317,000 FCFA/ha	18 ha	5,706,000	18 ha	5,706,000	18 ha	5,706,000	36 ha	11,412,000	18 ha	5,706,000	34,236,000	
		Carburant pour pompe	247,000 FCFA/ha	18 ha	4,446,000	18 ha	4,446,000	18 ha	4,446,000	36 ha	8,892,000	18 ha	4,446,000	26,676,000	
		Huile pour pompe	27,000 FCFA/ha	18 ha	486,000	18 ha	486,000	18 ha	486,000	36 ha	972,000	18 ha	486,000	2,916,000	
		Ouvrier	90,000 FCFA/ha	18 ha	1,620,000	18 ha	1,620,000	18 ha	1,620,000	36 ha	3,240,000	18 ha	1,620,000	9,720,000	
		Organisation d'une journée sur le champ	2,500 FCFA/personne	1,440 personnes	3,600,000	1,440 personnes	3,600,000	1,440 personnes	3,600,000	2,880 personnes	7,200,000	1,440 personnes	3,600,000	21,600,000	
		Frais d'encadrement technique privé	50,000 FCFA/personne*jour	504 personnes*jour	25,200,000	504 personnes*jour	25,200,000	504 personnes*jour	25,200,000						75,600,000
		Perdieme pour les agents de vulgarisation	5,000 FCFA/personne*jour								1,008 personnes*jour	5,040,000	504 personnes*jour	2,520,000	7,560,000
	Frais de transport	110 FCFA/km	50,400 km	5,544,000	50,400 km	5,544,000	50,400 km	5,544,000	100,800 km	11,088,000	50,400 km	5,544,000	33,264,000		
	3. Appui technique aux producteurs	Frais d'encadrement technique privé	50,000 FCFA/personne*jour			252 personnes*jour	12,600,000	252 personnes*jour	12,600,000					25,200,000	
		Frais de transport	110 FCFA/km			12,600 km	1,386,000	12,600 km	1,386,000	25,200 km	2,772,000	25,200 km	2,772,000	8,316,000	
	Sous-total					57,762,000		71,748,000		71,748,000		85,566,000		63,054,000	349,878,000
Appui à la construction de magasins de stockage des oignons	1. Vérification de la spécification standard des magasins de stockage	Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour	24 personnes*jour	600,000									600,000	
		Frais de transport	110 FCFA/km	2,000 km	220,000										220,000
	2. Sélection des personnes ciblées	Perdieme	5,000 FCFA/personne*jour			144 personnes*jour	720,000	144 personnes*jour	720,000	144 personnes*jour	720,000	144 personnes*jour	720,000	2,880,000	
		Frais de transport	110 FCFA/km			14,400 km	1,584,000	14,400 km	1,584,000	14,400 km	1,584,000	14,400 km	1,584,000	6,336,000	
	3. Construction de magasins de stockage	Coût de construction	6,000,000 FCFA/bâtiment			144 bâtiments	864,000,000	144 bâtiments	864,000,000	144 bâtiments	864,000,000	144 bâtiments	864,000,000	3,456,000,000	
Sous-total					820,000		866,304,000		866,304,000		866,304,000		866,304,000	3,466,036,000	
Vulgarisation des techniques de conservation des oignons	1. Elaboration des itinéraires pour la conservation des oignons	Perdieme	25,000 FCFA/personne*jour	12 personnes*jour	300,000									300,000	
		Frais de transport	110 FCFA/km	1,300 km	143,000										143,000
		Impression	100 FCFA/exemplaire	1,000 exemplaires	100,000										100,000
	2. Organisation de formation destinée aux agents de vulgarisation	Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour			228 personnes*jour	1,140,000	228 personnes*jour	1,140,000						2,280,000
		Perdieme des participants	25,000 FCFA/personne*jour			221 personnes*jour	5,525,000	221 personnes*jour	5,525,000						11,050,000
		Frais de transport des participants	110 FCFA/km			44,200 km	4,862,000	44,200 km	4,862,000						9,724,000
		Rémunération de formateurs	5,000 FCFA/personne*jour			7 personnes*jour	35,000	7 personnes*jour	35,000						70,000
	3. Organisation de formation destinée aux producteurs	Impression du manuel	250 FCFA/exemplaire			221 exemplaires	55,250	221 exemplaires	55,250						110,500
		Coût d'organisation	5,000 FCFA/personne*jour			264 personnes*jour	1,320,000	264 personnes*jour	1,320,000	264 personnes*jour	1,320,000	264 personnes*jour	1,320,000		5,280,000
		Perdieme des participants	10,000 FCFA/personne*jour			240 personnes*jour	2,400,000	240 personnes*jour	2,400,000	240 personnes*jour	2,400,000	240 personnes*jour	2,400,000		9,600,000
		Frais de transport des participants	110 FCFA/km			24,000 km	2,640,000	24,000 km	2,640,000	24,000 km	2,640,000	24,000 km	2,640,000		10,560,000
		Rémunération de formateurs	5,000 FCFA/personne*jour			24 personnes*jour	120,000	24 personnes*jour	120,000	24 personnes*jour	120,000	24 personnes*jour	120,000		480,000
	Sous-total					543,000		18,097,250		18,097,250		6,480,000		6,480,000	49,697,500
Total général					59,795,000		961,096,250		961,096,250		964,797,000		935,838,000	3,882,622,500	

Projet de promotion du soja : Détails des coûts des activités

Action	Activité	Rubriques	Prix unitaire	1ère année		2ème année		3ème année		4ème année		5ème année		Total	
				Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant	Quantité	Montant		
Augmentation du volume mis sur le marché burkinabé	1. Coût pour l'achat de semences de soja (prix unitaire d'achat de bonne semence : 350FCFA/Kg avec la prise en charge des sociétés cotonnières de 50%)	Volume de distribution (société cotonnière)(40 000kg/province/an) (Ce prix unitaire n'inclut pas la partie prise en charge par les sociétés cotonnières)	7,000,000 FCFA/province	3 provinces	21,000,000	3 provinces	21,000,000	14 provinces	98,000,000	14 provinces	98,000,000	14 provinces	98,000,000	336,000,000	
		Volume de distribution (DPARHASA) (10 000kg/province/an)	3,500,000 FCFA/province	3 provinces	10,500,000	3 provinces	10,500,000	14 provinces	49,000,000	14 provinces	49,000,000	14 provinces	49,000,000	168,000,000	
	2. Coût de transport des semences de soja (Location de camion : 500 000 FCFA/camion, 1 camion par province pendant 2 jours)	Prix de location (1 camion pendant 2 jours, les frais de carburant etc. inclus)	1,000,000 FCFA/province	3 provinces	3,000,000	3 provinces	3,000,000	14 provinces	14,000,000	14 provinces	14,000,000	14 provinces	14,000,000	48,000,000	
		3. Réunion de discussion (1 fois par an dans chaque province)	Frais d'organisation des réunions (les perdiemes, les frais de transport, la location du lieu de réunion, les frais de réunions etc. sont inclus)	700,000 FCFA/fois*province	3 provinces	2,100,000	3 provinces	2,100,000	14 provinces	9,800,000	14 provinces	9,800,000	14 provinces	9,800,000	33,600,000
	4. Réunion de mise en rencontre (1 fois par an dans chaque province)	Frais d'organisation des réunions (les perdiemes, les frais de transport, la location du lieu de réunion, les frais de réunions etc. sont inclus)	700,000 FCFA/fois*province	3 provinces	2,100,000	3 provinces	2,100,000	14 provinces	9,800,000	14 provinces	9,800,000	14 provinces	9,800,000	33,600,000	
	5. Frais de gestion et imprévus	L'allocation prioritaire sera appliquée en prenant comme base de calcul 20% de ci-dessus.			6,192,000		6,192,000		37,152,000		37,152,000		37,152,000	123,840,000	
Sous-total				44,892,000		44,892,000		217,752,000		217,752,000		217,752,000	743,040,000		
Sensibilisation les vertus des produits transformés issus du soja	1. Etablissement du plan de mise en oeuvre de sensibilisation	Perdiemes des acteurs pour la participation aux réunions (30 participants/fois, 15 fois par an)	25,000 FCFA/personne*fois	600 personnes*fois	15,000,000	300 personnes*fois	7,500,000							22,500,000	
		Frais de transport des acteurs pour la participation aux réunions (parmi les participants, 15 viennent de l'intérieur)	5,000 FCFA/personne*fois	300 personnes*fois	1,500,000	150 personnes*fois	750,000								2,250,000
		Frais de gestion et imprévus (L'allocation prioritaire sera appliquée en prenant comme base de calcul 20% de ci-dessus.)			2,475,000		2,475,000								4,950,000
	2. Etablissement des matériels de sensibilisation par média et leur mise en oeuvre	Etablissement des émissions télévision et radio	250,000 FCFA/fois	14 fois	3,500,000	10 fois	2,500,000								6,000,000
		Publication aux journaux	200,000 FCFA/fois	10 fois	2,000,000	6 fois	1,200,000								3,200,000
		Etablissement des matériels didactiques et de vulgarisation	1,600 FCFA/exemplaire	4,000 exemplaires	6,400,000	2,000 exemplaires	3,200,000								9,600,000
		Frais de gestion et imprévus (L'allocation prioritaire sera appliquée en prenant comme base de calcul 20% de ci-dessus.)			1,880,000		1,880,000								3,760,000
	3. Participation aux foires ordinaires	Frais de participation (les perdiemes ou les frais de transport des personnes concernées sont inclus)	800,000 FCFA/fois	2 fois	1,600,000	2 fois	1,600,000								3,200,000
	4. Organisation d'une foire du soja (Ouagadougou)	Frais d'organisation (l'ensemble du coût nécessaire pour l'organisation)	2,000,000 FCFA/fois	1 fois	2,000,000	1 fois	2,000,000								4,000,000
Sous-total				36,355,000		23,105,000								59,460,000	
Renforcement des capacités techniques des transformateurs sur les produits transformés issus du tofu	1. Fabrication expérimentale des produits relatifs au tofu et leur commercialisation	Coût d'introduction et de développement (coût d'ensemble pour l'introduction des produits alimentaires et de développement)	1,000,000 FCFA/jeu	10 jeux	10,000,000	10 jeux	10,000,000	10 jeux	10,000,000					30,000,000	
		2. Etablissement des normes et standards pour le soja et les produits dérivés	Coût de sous-traitance (frais pour la sous-traitance à l'ABNORM)	15,586,000 FCFA/jeu		14,903,000		683,000							15,586,000
	3. Etablissement des matériels didactiques pour la vulgarisation des produits alimentaires relatifs au tofu	Etablissement de matériels pour la vulgarisation	500,000 FCFA/type	5 types	2,500,000	5 types	2,500,000	5 types	2,500,000						7,500,000
		Coût d'impression (pour 5 types)	1,500 FCFA/exemplaire	15,000 exemplaires	22,500,000	15,000 exemplaires	22,500,000	15,000 exemplaires	22,500,000						67,500,000
		Rémunérations des enquêteurs	50,000 FCFA/personne*fois	250 personnes*fois	12,500,000	375 personnes*fois	18,750,000								31,250,000
	4. Etude de la situation réelle des fabricants des produits issus du tofu (5 zones à étudier)	Perdiemes et hébergement des enquêteurs	25,000 FCFA/personne*fois	250 personnes*fois	6,250,000	250 personnes*fois	6,250,000								12,500,000
		Location de véhicule	25,000 FCFA/véhicule*jour	100 véhicule*jour	2,500,000	100 véhicule*jour	2,500,000								5,000,000
		Coût de carburant	750 FCFA/km	25,000 km	18,750,000	25,000 km	18,750,000								37,500,000
		Coût d'établissement de rapport et d'impression	20,000 FCFA/exemplaire			500 exemplaires	10,000,000	500 exemplaires	10,000,000						20,000,000
	5. Etablissement du plan de vulgarisation des produits alimentaires relatifs au tofu (mêmes zones d'étude que ci-dessus)	Perdiemes des personnes concernées	25,000 FCFA/personne*jour			100 personnes*jour	2,500,000	300 personnes*jour	7,500,000						10,000,000
		Frais de transport des personnes concernées	5,000 FCFA/personne*jour			59 personnes*jour	295,000	150 personnes*jour	750,000						1,045,000
Frais de gestion et imprévus (L'allocation prioritaire sera appliquée en prenant comme base de calcul 20% de ci-dessus.)					773,150		1,435,850							2,209,000	
6. Mise en oeuvre du plan de vulgarisation des produits alimentaires relatifs au tofu (mêmes zones d'étude que ci-dessus)	Coût d'organisation de l'atelier (l'ensemble du coût nécessaire pour l'organisation)	700,000 FCFA/fois					10 fois	7,000,000	32 fois	22,400,000	18 fois	12,600,000		42,000,000	
	Perdieme* frais de transport (frais relatifs à l'encadrement sur place de chaque fabricant)	30,000 FCFA/personne*jour					50 personnes*jour	1,500,000	120 personnes*jour	3,600,000	130 personnes*jour	3,900,000		9,000,000	
Sous-total				89,903,000		95,501,150		63,185,850		26,000,000		16,500,000		291,090,000	
Renforcement des capacités du groupe noyau	1. Etablissement du plan d'activités pour 2 ans (Ouagadougou)	Perdiemes des personnes concernées pour la participation aux réunions	25,000 FCFA/personne*jour	350 personnes*jour	8,750,000	150 personnes*jour	3,750,000							12,500,000	
		Frais de transport des personnes concernées pour la participation aux réunions	5,000 FCFA/personne*jour	100 personnes*jour	500,000	100 personnes*jour	500,000								1,000,000
		Frais de gestion et imprévus (L'allocation prioritaire sera appliquée en prenant comme base de calcul 20% de ci-dessus.)			1,850,000		850,000								2,700,000
	2. Mise en oeuvre d'activités et suivi	Coût du suivi (frais de voyage du personnel de la DGPER)	30,000 FCFA/personne*jour	180 personnes*jour	5,400,000	180 personnes*jour	5,400,000								10,800,000
		Approvisionnement des ordinateurs	275,000 FCFA/unité	2 unités	550,000										550,000
		Etablissement de la page web etc. (publier la base de données des acteurs)	100,000 FCFA/jeu	2 jeux	200,000										200,000
		Mise en oeuvre de la formation	700,000 FCFA/fois	4 fois	2,800,000	4 fois	2,800,000								5,600,000
		Organisation de l'atelier (vulgarisation sur les aliments transformés à base de soja)	700,000 FCFA/fois	18 fois	12,600,000	18 fois	12,600,000								25,200,000
Sous-total				36,960,000		30,060,000								67,020,000	
Accélération de la filière et de leur collaboration	1. Structuration des acteurs	Organisation de l'atelier (2 fois dans chaque province/an, pendant 2 ans)	700,000 FCFA/fois			48 fois	33,600,000	48 fois	33,600,000					67,200,000	
		Frais de voyage du personnel du Ministère de l'Agriculture (3 personnes/fois, 3jours/fois)	30,000 FCFA/personne*jour			432 personnes*jour	12,960,000	432 personnes*jour	12,960,000						25,920,000
	2. Etablissement du plan d'activités	Organisation de l'atelier (2 fois dans chaque province/an)	700,000 FCFA/fois				48 fois	33,600,000							33,600,000
		Frais de voyage du personnel du Ministère de l'Agriculture (3 personnes/fois, 3jours/fois)	30,000 FCFA/personne*jour				432 personnes*jour	12,960,000							12,960,000
	3. Mise en oeuvre d'activités et suivi	Suivi (frais de voyage du personnel du Ministère de l'Agriculture) (3 personnes/fois, 2 jours/fois, 6 fois/an/province)	30,000 FCFA/personne*jour				864 personnes*jour	25,920,000	864 personnes*jour	25,920,000	864 personnes*jour	25,920,000	864 personnes*jour	25,920,000	77,760,000
4. Frais de gestion et imprévus	20% de ci-dessus sera attribué au 3 ans restants							22,771,200		22,771,200			11,385,600	56,928,000	
Sous-total						46,560,000		141,811,200		82,291,200		70,905,600		341,568,000	
Total général					208,110,000		240,118,150		422,749,050		328,043,200		305,157,600	1,502,178,000	

Le plan d'activités réalisé dans le cadre du "Renforcement des capacités du groupe noyau" vise essentiellement le projet de "Sensibilisation les vertus des produits transformés issus du soja". De ce fait, le coût de mise en oeuvre du plan d'activités est inclus au projet de "Sensibilisation les vertus des produits transformés issus du soja".

Le coût d'activités du "Renforcement des capacités techniques des transformateurs sur les produits transformés issus du tofu" n'inclut pas de frais de mise en oeuvre des activités établies dans le cadre du projet.

2. Compte-rendus des comités de pilotage

MINISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA
SECURITE ALIMENTAIRE

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DE LA PROMOTION
DE L'ECONOMIE RURALE

PROJET D'APPUI A L'ELABORATION D'UN
SCHEMA DIRECTEUR POUR LA PROMOTION
D'UNE AGRICULTURE ORIENTEE VERS LE
MARCHE

BURKINA FASO
Unité – Progrès - Justice

**RAPPORT DE LA 1^{ère} REUNION DU COMITE DE PILOTAGE DU
PROJET D'APPUI A L'ELABORATION D'UN SCHEMA DIRECTEUR
POUR LA PROMOTION D'UNE AGRICULTURE ORIENTEE VERS LE
MARCHE (PAPAOM)**

Junin 2013



Introduction

Le mercredi 12 Juin 2013, s'est tenue dans la salle de conférence du Ministère de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire (MASA) la première réunion du comité de pilotage du Projet d'appui à l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion d'une agriculture orientée vers le marché (PAPAOM). Etaient présents à la rencontre les membres statutaires et les membres observateurs (cf. liste de présence en annexe).

L'objectif de cette réunion était de présenter le projet et son niveau actuel de mise en œuvre ainsi que les attributions du comité de pilotage et aux membres du dit comité.

1. Ouverture des travaux

La réunion a débuté à 9 heures avec les mots de remerciements de Monsieur le Secrétaire Général du Ministère de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire, président du Comité de Pilotage. Dans son allocution, il a rappelé la cohérence des objectifs du projet avec la vision du gouvernement déclinée dans la SCADD et le PNSR. Par la suite la parole a été donnée au représentant résident de la JICA au Burkina Faso. Il a fait observer que l'agriculture est un domaine prioritaire des interventions de la JICA. Cela se traduit par l'accompagnement dans le processus d'élaboration et de mise en œuvre du PNSR. Le président du Comité de Pilotage a ensuite déclaré ouverte la réunion.

Le président du comité de pilotage a ensuite vérifié le quorum de participation avant la poursuite des travaux selon l'ordre du jour suivant.

- Présentation du projet, incluant la présentation de la sélection primaire des produits agricoles
- Présentation des attributions du Comité de Pilotage
- Echanges et recommandations

2. Déroulement des travaux

Le Dr Amadou SIDIBE, Directeur du Développement des Marchés des Produits Agricoles, homologue du chef de l'équipe des experts de la JICA, a présenté le projet et les attributions du Comité de Pilotage.

2.1 Présentation du projet

L'exposé s'est articulé autour des points suivants :

- **Le contexte de l'étude**

Malgré une agriculture occupant le premier plan dans l'économie du pays (86% de la population employée et contribuant à plus de 25% au PIB), le revenu moyen des producteurs reste toujours faible et 46,5% de la population vit en dessous du taux de pauvreté. D'où la nécessité de la mise en place d'une stratégie agricole mieux orientée vers le marché.

- **L'objectif du projet**

- Elaborer un schéma directeur et les plans d'actions pour trois à quatre produits agricoles avec du potentiel;
- Elaborer une stratégie de promotion à l'exportation et/ou de réduction à l'importation pour ces trois à quatre produits agricoles.

- **Le mécanisme du projet**

- Sélection initiale de produits agricoles, considérés comme prioritaires par la Stratégie Nationale pour l'Exportation et par la Stratégie Nationale de Développement des Filières Agricoles, ainsi que de produits avec un potentiel de développement futur.

- Sélection primaire des produits agricoles potentiels, effectuée sur la base de sept critères définis par le groupe de travail. Deux à trois produits sont sélectionnés par marché cible (Marché international, sous-régional, national, produits à potentiel). La sélection primaire a été effectuée sur la base des sept critères suivants :

- o Positionnement en tant que produit prioritaire
- o Existence et importance de la demande internationale
- o Existence et importance des exportations par le Burkina Faso
- o Existence et importance des importations par le Burkina Faso, et possibilités de les remplacer par la production nationale
- o Taux de rentabilité des exploitations
- o Evolution de la production sur les dix dernières années
- o Conditions de culture

Les onze produits suivants ont été sélectionnés par marché cible :

- o Marché international : Mangue, sésame et noix de cajou
 - o Marché sous-régional : niébé et tomate
 - o Marché national : riz et oignon
 - o Produits à potentiel futur : fraise, soja, piment et souchet
- Sélection secondaire des produits agricoles potentiels, devant aboutir au choix de trois à quatre produits sur la base de plusieurs critères, définis par le groupe de travail, ainsi que sur les résultats de l'analyse préliminaire des chaînes de valeur des produits sélectionnés lors de la sélection primaire
 - Analyse de la chaîne de valeur des produits sélectionnés
 - Développement et mise en œuvre des activités pilotes
 - Proposition de projet d'investissement

- **La mise en œuvre du projet**

Elle sera assurée par :

- La DGPER
- L'équipe des experts de la JICA

L'équipe des experts de la JICA et les homologues de la DGPER constituent le groupe de travail du projet.

Les détails concernant les conditions de rapportage ainsi que le calendrier d'exécution du projet ont également été explicités lors de la présentation.

2.2 Présentation des attributions du comité du pilotage

Cette présentation s'est attardée sur les attributions et le fonctionnement du comité de pilotage.

Le Comité de Pilotage a un rôle de consultation dans la mise en œuvre du projet.

A ce titre, il est chargé :

- d'approuver le plan de travail annuel du projet ;
- d'examiner les progrès d'ensemble et les réalisations du projet ;
- d'examiner des questions majeures découlant de la mise en œuvre du projet ;
- d'élaborer les modifications des activités au besoin ;
- discuter de toute autre question pertinente pour la bonne exécution du projet.

2.3 Les échanges

A l'issue des présentations, les membres du comité de pilotage ont fait part de leurs remarques, en particulier sur les points suivants :

1. Produits sélectionnés et critères de sélection

Les participants ont demandé des précisions concernant la base de sélection des vingt-trois produits agricoles. Des intervenants ont également demandé des éclaircissements sur la correspondance entre les niveaux évoqués dans les critères de sélection (de « faible » à « important ») et les données. Les membres du comité ont également rappelé l'importance de considérer chaque maillon de la chaîne de valeur, en prenant bien en compte des aspects tels que les intrants ou la qualité des produits.

Le chef de l'équipe d'étude a apporté des précisions concernant ces préoccupations. La base de sélection initiale de produits agricoles a été identifiée en fonction des produits considérés comme prioritaires par la Stratégie Nationale pour l'Exportation (trois produits dans le champ de l'étude) et par la Stratégie Nationale de Développement des Filières Agricoles (quatorze produits), et complétée avec des produits présentant un potentiel de développement futur (six produits). La logique de sélection est également expliquée dans le rapport préliminaire ainsi que dans le plan de travail.

Les niveaux évoqués, de « faible » à « important », correspondent à un classement de données quantitatives, en particulier pour le niveau de la demande internationale, pour les exportations et les importations. Le taux de rentabilité ainsi que les conditions de culture ont été évalués selon des critères qualitatifs (facilité de production, besoins en eau et en technologies, etc.).

Enfin, le chef de l'équipe d'étude a expliqué au Comité de Pilotage que l'ensemble de la chaîne de valeur de chaque produit sélectionné ferait l'objet d'une analyse (analyse préliminaire pour les produits retenus dans la sélection primaire, et analyse approfondie pour les produits retenus lors de la sélection secondaire).

2. Collaboration avec d'autres services, projets et partenaires techniques et financiers

Les membres du Comité de Pilotage ont fait part de leurs interrogations sur les mécanismes de collaboration avec les projets et programmes actuellement mis en œuvre par le gouvernement et les partenaires techniques et financiers. De la même façon, ceux-ci ont insisté sur l'importance de prendre en compte les travaux réalisés par d'autres structures. Enfin, l'implication d'autres structures au sein du groupe de travail a également été proposée.

Le chef de l'équipe d'étude a expliqué au Comité de Pilotage que le groupe de travail rencontrait certains Partenaires Techniques et Financiers, projets et programmes impliqués dans les mêmes filières et prenait en compte leurs expériences. Après le processus de sélection secondaire, il faudra déterminer si les filières choisies font déjà l'objet d'un

programme, et éventuellement déterminer les possibilités de synergies. Le groupe de travail appellera, lorsque nécessaire, les structures qui sont susceptibles d'apporter leur expérience et d'appuyer le projet.

Le Dr. Sidibe, homologue du chef d'équipe, a également expliqué qu'il est prévu dans l'exécution du projet la mise en place de réunions des parties prenantes. Les parties prenantes sont composées de tous les acteurs (organisations professionnelles, partenaires techniques et financiers, etc.) intervenant dans les filières concernées. Les parties prenantes se réuniront plusieurs fois pendant le projet, dans l'objectif de partager les expériences pour la bonne conduite du projet.

3. Durée et champ du projet, commentaires sur le rapport préliminaire

Les membres du Comité de Pilotage ont demandé des précisions sur la durée et le budget du projet ainsi que sur son champ d'application.

Le chef de l'équipe d'étude a demandé au Comité de Pilotage de se référer au Rapport Préliminaire, dans lequel sont détaillés le calendrier d'exécution ainsi que le budget.

3. Conclusion

Le Comité de Pilotage a donné son accord pour la sélection primaire des produits effectuée par le groupe de travail du projet. Il a également consenti au rapport préliminaire et au plan de travail, présentés lors de cette session.

Les principales recommandations de la réunion sont :

- Mieux explorer les travaux existants ;
- Trouver un mécanisme de collaboration avec les projets et programmes en cours d'exécution pour éviter les chevauchements ou parvenir à une synergie ;

La rencontre a pris fin aux environs de 12h avec les mots d'encouragement du Président du comité de pilotage.

Ont signé :

Le Président du Comité de Pilotage

Moussa KABOR



Le Rapporteur

Dr Amadou SIDIBE



MINISTERE DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SECURITE ALIMENTAIRE

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DE LA
PROMOTION DE L'ECONOMIE RURALE

PROJET D'APPUI A L'ELABORATION D'UN
SCHEMA DIRECTEUR POUR LA PROMOTION
D'UNE AGRICULTURE ORIENTEE VERS LE MARCHÉ

BURKINA FASO

Unité – Progrès - Justice

Compte rendu

**3^{ème} session du Comité de pilotage du Projet d'appui
à l'élaboration d'un schéma directeur pour la
promotion d'une agriculture orientée vers le marché
(PAPAOM)**

Juillet 2014

I. Introduction

L'an deux mil quatorze et le vingt quatre juin, s'est tenue dans la salle de conférence de la Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER), la 3^{ème} session du Comité de pilotage (COFIL) du Projet d'appui à l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion d'une agriculture orientée vers le marché (PAPAOM). Les points qui étaient inscrits à l'ordre du jour de cette session sont (i) l'adoption du rapport de la 2^{ème} session du COFIL, (ii) la présentation du bilan des activités réalisées depuis la dernière session du COFIL, (iii) la présentation du rapport intermédiaire, (iv) l'examen et l'adoption du Plan de travail et de budget annuel 2014 du projet et (v) les divers.

La session a été présidée par Monsieur Alain TAGNAN, Conseiller technique, représentant Monsieur le Secrétaire général. Il avait à ces côtés, Monsieur le Directeur général de la promotion de l'économie rurale et Monsieur le représentant résident de l'Agence de coopération internationale japonaise (JICA).

I. Déroulement de la session

1. Ouverture de la session

La cérémonie d'ouverture a été marquée par trois interventions :

Dans son mot de bienvenue, Monsieur le Directeur général de la promotion de l'économie rurale a tout d'abord souhaité la bienvenue à tous les participants et situé l'importance du projet pour le Burkina Faso. Par la suite, il a rappelé les quatre filières qui ont été adoptées lors de la 2^{ème} session du COFIL. Pour terminer, Monsieur le Directeur général de la promotion de l'économie rurale a souhaité des échanges constructifs au tour des points inscrits à l'ordre du jour.

Dans son mot, Monsieur le représentant résident de la JICA a d'abord rappelé la problématique traitée par le projet (comment produire pour le marché, quelles sont les conditions de marché pour les différents produits, etc.). Ensuite, il a rappelé les résultats attendus du Schéma directeur et situé l'intérêt des activités pilotes. Il a en outre invité les intervenants dans la mise en œuvre du projet à travailler dans un esprit de collaboration et de communication. Enfin, il a invité les membres du COFIL à des orientations constructives.

Le discours d'ouverture a été prononcé par Monsieur le Conseiller technique. Il a rappelé que le secteur agricole, malgré les conditions difficiles, enregistre des performances intéressantes. La production agricole connaît un accroissement ces dernières années. Cependant, les débouchés sont insuffisants pour absorber les surplus de production. D'où le besoin d'accompagnement de l'Etat et les partenaires au développement. Il a donc remercié la Coopération japonaise pour son appui aussi bien dans le cadre de ce projet que pour les autres interventions dans le domaine de

l'agriculture. Il a terminé en rappelant l'ordre du jour de la session et en remerciant les participants pour leur présence.

2. Vérification des présences

Après la cérémonie d'ouverture a suivi la vérification du quorum. A ce niveau, il a été noté l'absence de deux membres : le représentant de l'APEX-Burkina et le Conseiller JICA auprès du Secrétariat général du MASA. Le président a donc jugé que la session pouvait se tenir au regard du fait que le quorum était atteint.

3. Présentation et adoption du rapport de la 2ème session

A l'issue de la présentation, en plus des observations de formes, les amendements ont porté sur :

- ✓ l'absence de la liste de présence ;
- ✓ l'harmonisation des citations des titres des personnes dans le rapport ;
- ✓ l'absence des recommandations et du point de leur mise en œuvre.

4. Présentation du bilan des activités réalisées

Cette partie a été présentée pour informer les membres du COPIL des activités réalisées entre la 2^{ème} et la 3^{ème} session.

Les observations formulées à la suite de la présentation ont porté sur :

- ✓ le canevas de présentation du bilan : Il a été jugé que le canevas utilisé ne permet pas une bonne compréhension. Il a été proposé de prendre attache avec la DGESS pour disposer d'un canevas type ;
- ✓ le bilan quantitatif : ce bilan devrait se faire par activité réalisée ;
- ✓ la formulation des activités : des verbes d'actions devraient être utilisés ;
- ✓ la non participation de l'oignon au forum international Investir en Côte d'Ivoire (ICI 2014) ;
- ✓ le non déblocage, jusqu'à présent, des ressources financières (contrepartie nationale) ; ressources entrant dans le cadre de la mise en œuvre du présent projet.

5. Présentation du rapport intermédiaire

A ce niveau encore, il s'agissait de porter la substance du rapport aux membres du COPIL et de recueillir leurs observations. Ainsi, à l'issue de la présentation, plusieurs observations ont été formulées et se résument comme suit :

- ✓ consacrer un paragraphe sur les opportunités de marchés et les menaces ;
- ✓ s'inspirer des tentatives d'exportation de la fraise par l'UCOBAM. A ce niveau, envisager la possibilité d'exploiter les infrastructures de stockage à l'actif de la SOBFEL ;
- ✓ voir s'il n'y a pas de concurrence entre la culture de l'oignon en hivernage et les autres cultures en termes de terres utilisées. Il a été suggéré de mettre l'accent sur la conservation ;

- ✓ prendre en compte la région du Centre Est parmi les régions productrices d'oignon ;
- ✓ revoir la méthode de calcul des parts de marché dans le document. Il faudra faire la différence entre population et part de marché ;
- ✓ proposer des activités de promotion de la production de la mangue ;
- ✓ proposer des stratégies de mise en relation entre les zones déficitaires et les zones de production ;
- ✓ tirer les leçons des projets et programmes antérieurs et en cours ;
- ✓ définir une stratégie intégrée de promotion dans le schéma directeur ;
- ✓ définir le rôle du secteur privé dans le schéma directeur.

6. Présentation et adoption du PTBA

A ce niveau, le PTBA qui a été présenté a fait seulement cas des activités pilotes à mener jusqu'en février 2015, date de clôture du projet. A la fin de la présentation les observations ont portés sur :

- ✓ la notion de PTBA : il a été demandé de proposer un PTBA global du projet prenant en compte les autres rubriques autres que les activités pilotes ;
- ✓ la période couverte par le PTBA : a ce niveau, il a été demandé de se conformer à l'année budgétaire du Burkina Faso ;
- ✓ la formulation des activités : les participants ont suggéré d'harmoniser les intitulés, de formuler des résultats quantitatifs attendus et de définir les responsabilités dans la mise en œuvre.

Sous réserve des amendements, le PTBA 2014 du projet a été adopté.

II. Conclusion

A la fin des travaux, deux recommandations ont été formulées. Il s'agit :

- ✓ améliorer le taux d'exécution financière du projet ;
- ✓ suivre pour accélérer le processus de déblocage de la contrepartie nationale du projet.

Ont signé :

Représentant du président du
comité de pilotage



M. TAGNAN Alain

Le rapporteur



DIAWARA B. Ali

Ministère de l'agriculture, des ressources
hydrauliques, de l'assainissement et de la
sécurité alimentaire

=====

Secrétariat général

=====

Direction générale de la promotion de
l'économie rurale

=====

Projet d'appui à l'élaboration d'un schéma
directeur pour la promotion d'une
agriculture orientée vers le marché

BURKINA FASO



Unité – Progrès - Justice

COMPTE RENDU

**4^{ème} session du Comité de pilotage du Projet d'appui à
l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion
d'une agriculture orientée vers le marché (PAPAOM)**

Avril 2015

I. Introduction

Le 21 avril de l'année 2015 s'est tenue dans la salle de conférence de la Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER), la quatrième session du Comité de pilotage (COPIL) du projet d'appui à l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion d'une agriculture orientée vers le marché (PAPAOM).

La présente session était placée sous la présidence de Monsieur NONGUIERMA P. André, Chargé de mission au Ministère de l'agriculture, des ressources hydrauliques, de l'assainissement et de la sécurité alimentaire, représentant Monsieur le Secrétaire général dudit ministère. Il était assisté de Monsieur Denis OUEDRAOGO, Directeur général de la promotion de l'économie rurale et de Monsieur Morishita Hironichi de l'Agence japonaise de coopération internationale (JICA-Burkina Faso).

Les points inscrits à l'ordre du jour de la 4^{ème} session du COPIL étaient :

- présentation du rapport final provisoire ;
- bilan de la mise en œuvre du projet
- adoption du rapport de la 3^{ème} session du COPIL et
- divers.

II. Ephéméride de la session

2.1. La cérémonie d'ouverture

La cérémonie d'ouverture de la quatrième session du COPIL a été marquée successivement par les mots du Directeur général de la promotion de l'économie rurale, du représentant de JICA-Burkina Faso et le discours d'ouverture du président de séance.

❖ Le mot du Directeur général de la promotion de l'économie rurale

Dans son mot introductif Monsieur Denis OUEDRAOGO a tout d'abord, souhaité la bienvenue à l'ensemble des participants pour avoir effectué le déplacement pour prendre part à la session. Il a ensuite situé le contexte de la tenue de cette quatrième session du COPIL. En effet, le Projet d'appui à l'élaboration d'un schéma directeur pour la promotion d'une agriculture orientée vers le marché (PAPAOM), qui a été initié par le Gouvernement burkinabè avec l'appui technique et financier du Japon

pour une durée de 2 ans, tire à sa fin. Ainsi, il est plus que nécessaire pour les parties prenantes, à la suite de la troisième session, de se retrouver dans l'optique de faire le bilan du projet depuis sa mise en œuvre et de donner les grandes orientations sur le rapport définitif provisoire issu des travaux de l'équipe du projet en vue de la préparation de l'atelier national de validation du schéma directeur. Le Directeur général dans son discours, a tenu à remercier également les organisateurs de la session, de même que les membres du groupe de travail pour le travail qui a abouti à cette journée et pour les nombreux efforts consentis pour la bonne marche du projet. Enfin, Monsieur Denis OUEDRAOGO a exhorté les participants à des contributions sans complaisance, mais constructives, pour l'amélioration du schéma directeur.

❖ Discours du représentant de la JICA-Burkina Faso

Monsieur Morishita dans son discours a tenu à remercier l'ensemble des participants et en particulier le président de séance, le DGPER et les membres du groupe de travail DGPER-PAPAOM pour les efforts consentis pour aboutir de la quatrième session du COPIL. Il a, par la suite, fait cas de la situation économique du Burkina Faso marquée par une importation massive de produits alimentaires et/ou agroalimentaires. Le projet PAPAOM s'inscrit dans la perspective d'accroître la production agricole nationale burkinabè en vue d'améliorer la balance commerciale par la baisse des importations en produits alimentaires. En outre, il vise à réduire le niveau de pauvreté par l'amélioration du revenu agricole des producteurs et la hausse du niveau des exportations du pays. Il a également relevé les défis auxquels le Burkina Faso fait face en matière de développement agricole : défis en termes d'amélioration de la productivité, de transformation, de commerce et de paquets technologiques pour la production. Le schéma directeur se veut être un document de référence en matière de promotion d'une agriculture orientée vers le marché au Burkina Faso. Cela traduit tout l'enjeu lié à son élaboration et sa compréhension par les parties prenantes. A la fin de son discours, il a réitéré la disponibilité du Gouvernement japonais à toujours soutenir les activités de développement surtout dans le domaine agricole au Burkina Faso.

❖ Discours du président de séance

Le président de séance, représentant Monsieur le Secrétaire général du Ministère de l'Agriculture, des ressources hydrauliques, de l'assainissement et de la sécurité alimentaire, dans son discours d'ouverture, a tout d'abord souhaité la bienvenue à l'ensemble des participants à la 4^{ème} session du COPIL du PAPAOM. Il a, par la suite, situé le contexte de la mise en œuvre de ce projet qui est marqué par des difficultés de transformation et d'écoulement des produits agricoles. C'est ainsi que le Gouvernement burkinabè avec l'appui technique et financier de celui du Japon a initié cette étude en vue d'accompagner les acteurs du monde rural dans l'émergence de leurs activités de production, de transformation et de commercialisation. Il a également rappelé les objectifs du projet, les processus ayant conduit aux choix des quatre filières d'intervention du projet (mangue, fraise, oignon et soja) ainsi que des plans d'actions proposés par l'équipe d'experts. En outre, Monsieur le président de séance a présenté les points inscrits à l'ordre du jour de la session. Avant de terminer son discours, il a invité les participants à se pencher sans complaisance sur le document pour relever tous les amendements nécessaires afin de lui conférer son nom de schéma directeur pour la promotion d'une agriculture tournée vers le marché. Avant de déclarer ouverte la 4^{ème} session du COPIL du PAPAOM, il a tenu à remercier l'équipe d'experts de la JICA pour le travail abattu.

2.2. La vérification du quorum

A la suite de la cérémonie d'ouverture Monsieur David K. TIEMTORE a procédé à la vérification des présences en appelant les noms des structures membres du COPIL. Il a été noté une absence (la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso) et un retardataire qui s'est signalé (le Ministère de l'Economie et des finances). Le quorum étant atteint, le président a autorisé la poursuite de la session en déroulant les points inscrits à l'ordre du jour.

Mais avant le début des présentations un tour de table a permis aux participants de se présenter.

2.3. Présentation des termes de référence

Les TDR sont constitués de six points dont le contexte et la justification, l'ordre du jour, les résultats attendus, la date et le lieu de la session, la prise en charge des membres du COPIL et l'agenda de la session. Après présentation des points à l'ordre du jour (cités ci-dessus) et des résultats attendus de la session par Monsieur Hypolite Z. KABA, les membres du COPIL ont adoptés à l'unanimité les TDR.

2.4. Présentation du rapport final provisoire

Le plan de présentation du rapport final provisoire du schéma directeur est composé de neuf (09) points. Les huit (08) premiers points ont été présentés par Monsieur David K. TIEMTORE, Directeur du développement des marchés des produits agricoles (DDMPA) et le dernier point a été présenté par Monsieur Shigeru TAKAGI, Chef du projet.

❖ Présentation du rapport provisoire

La présentation de Monsieur TIEMTORE s'est articulée autour de deux grands points : les généralités sur le schéma directeur et l'économie du Burkina Faso et les plans de promotion des quatre filières sélectionnées dans le cadre du projet.

Les généralités sur le schéma directeur et l'économie burkinabè ont concerné :

- le positionnement du schéma directeur qui s'inscrit dans le cadre du programme national du secteur rural (PNSR) et dans la stratégie de développement des filières agricoles (SDFA) ;
- l'objectif du schéma directeur qui est l'augmentation des revenus des acteurs du monde rural par la promotion et la diversification des débouchés des produits agricoles burkinabè à travers l'approche chaîne de valeur ;
- l'approche de base du schéma directeur qui est de fournir des produits répondant aux exigences de marché de consommateurs par la collecte d'information ;
- l'approche de promotion des produits par type de marché (marché international, marché sous-régional et marché national) et
- le rappel des quatre filières sélectionnées (Mangue, fraise, soja et oignon) avec leurs débouchés potentiels.

Les 4 derniers points de la présentation ont porté sur les plans de promotion des 4 filières. Pour chaque filière, il a été procédé à une revue du contexte de commercialisation, des objectifs poursuivis, de l'approche de promotion et du planning des activités durant la période de mise en œuvre du projet.

❖ **Présentation des recommandations**

Les recommandations du projet ont été présentées par Monsieur Shigeru TAKAGI. Les points ayant fait l'objet de présentation sont : l'unité de mise en œuvre du projet qui serait la DGPER qui devrait procéder à la création d'un service de promotion d'une agriculture orientée vers marché en son sein ; les activités prioritaires par filières et les remarques d'ordre général.

2.5. Présentation du bilan de mise en œuvre du projet.

Cette présentation qui a été faite par Monsieur Hypolite Z. KABA a concerné le bilan financier de mise en œuvre du projet durant les deux années. Elle a fait le point du bilan financier annuel (montant et taux de réalisation) et le bilan financier global. En effet, le projet connaît une réalisation de l'ordre de 73.70% depuis sa mise en œuvre. Le taux de réalisation émanant de la partie japonaise est de 82.67% tandis que celui du Burkina Faso est de 10.85%.

2.6. Les échanges

A l'issue des différentes présentations, les membres du COPIL ont formulé des observations et à poser des questions d'éclaircissement. Au nombre des observations on peut retenir :

A propos du rapport du schéma directeur :

- l'importance du volume du rapport du schéma directeur ;
- l'absence de résumé exécutif du rapport pour donner un aperçu général de son contenu ;
- la durée de planification des activités de promotion : il a été demandé de recadrer les activités sur une période de cinq ans comme tel est le cas de la plupart des activités des projets s'exécutant au Burkina Faso. En outre, la durée pourrait s'aligner sur celle de la deuxième phase du PNSR (2016-2020) ;

- les fautes dans le document : il a été noté qu'il y a beaucoup de coquilles dans le document qui doivent être corrigées pour faciliter sa lecture ;
- l'absence d'une bibliographie et des sources des données utilisées ;
- la prise en compte insuffisante des aspects liés à la qualité dans le document ;
- l'encrage institutionnel de mise en œuvre du projet : la proposition de création d'un service spécifique n'a pas été acceptée du fait de l'existence d'un service à la DGPER qui a cette mission ;
- le niveau d'organisation des acteurs directs des filières agricoles : il a été demandé de s'assurer des capacités en terme de gouvernance, des organisations des acteurs impliquées dans la mise en œuvre des plans de promotion proposés ;
- la notion d'accroissement de la production : à ce niveau, il a été demandé de ne pas parler d'augmentation des superficies, mais de mettre l'accent sur l'amélioration de la productivité à travers l'intensification ;
- la non prise en compte du Japon comme marché cible des produits à promouvoir : il a été demandé de considérer le Japon comme marché potentiel de la mangue ;
- l'insuffisance des mesures pour promouvoir la consommation nationale des produits burkinabé ;

A propos du bilan financier :

- la rubrique formation au Japon : les membres du comité ont demandé des explications sur la non utilisation de cette rubrique ;
- la rubrique interprétariat : les membres constatent qu'elle est en dépassement ;
- le taux d'exécution financière de la contre partie nationale : les membres du COPIL ont jugé le taux très faible, après deux ans de mise en œuvre.

A ces observations s'ajoutent des questions d'éclaircissement auxquelles la partie japonaise et leurs homologues de la DGPER ont apporté des éléments de réponse. Il s'agit notamment des questions sur la prise en compte de la lutte contre la mouche de fruit, l'introduction des séchoirs tunnels, les variétés de la fraise, les marchés cibles de l'oignon.

Les échanges se sont achevés sur les recommandations suivantes :

- organiser la relecture du schéma directeur en vue de corriger les fautes, les incohérences et de reformuler les parties qui doivent l'être avant l'atelier national de validation ;
- faire un résumé exécutif du schéma directeur en une dizaine de page ;
- Mettre l'accent sur l'amélioration de la productivité des cultures au lieu de l'accroissement superficies de production ;
- prendre en compte la DGPV dans les activités liées à la production (l'identification des variétés) ;
- poursuivre les démarches pour le déblocage du budget correspondant à la contrepartie nationale ;
- développer d'avantage les perspectives et les conclusions du rapport ;
- évoquer les difficultés rencontrées au cours de l'élaboration du schéma directeur.

A ces recommandations, le groupe de travail DGPER-PAPAOM a rassuré les participants que des mesures seront prises dans le sens d'améliorer le contenu du document en intégrant tous les amendements qui ont été portés.

2.7. Présentation et adoption du compte rendu de la troisième session du COPIL

Le compte rendu de la 3^{ème} session du COPIL s'articule autour de trois grands points. Il s'agit de :

- l'introduction ;
- le déroulement de la 3^{ème} session qui est composé de six sous-points ;
- la conclusion

Ces trois points ont été abordés tour à tour par les participants qui ont apporté les différents amendements. A l'issue de cet exercice, le rapport de la 3^{ème} session a été adopté.

3. DIVERS

En divers, le DGPER Le invité les participants à prendre part à la JNP prévue du 23 au 25 avril 2015 à Dédougou dans la région de la boucle du Mou houn.

Conclusion

La 4^{ème} session du COPIL a été riche en contributions pour l'amélioration du document final. Avant de prendre rendez-vous pour l'atelier de validation, le président de séance a réitéré les remerciements de Monsieur le Secrétaire général du MARHASA, Président du comité de pilotage, à l'endroit de tous les participants et a insisté auprès des membres du groupe de travail à se pencher sérieusement sur la relecture du rapport avant soumission à l'atelier national de validation. A la partie japonaise, il leur a réitéré ses remerciements pour la bonne coopération durant la réalisation de l'étude.

Ont signé :

Le président de séance



NONGUIERMA André P.

Le rapporteur



TIEMTORE K. David