



En dehors de leurs propres consommations, les paysan-ne-s vendent leurs productions pour en tirer un revenu monétaire. Ils-elles dépendent de la demande et sont en concurrence sur le marché avec les autres paysan-ne-s offrant des denrées similaires.

La production agricole dépend du contexte écologique, en particulier de la disponibilité en eau, du type de sol, de la température et de l'ensoleillement. Le type de produits cultivés dépend donc d'un territoire. Les quantités produites connaissent des fluctuations saisonnières : l'offre est abondante au moment de la récolte et le produit périssable, les

paysan-ne-s doivent les vendre même à perte. Au contraire, hors saison, les prix remontent.

Les paysan-ne-s se trouvent ainsi dans une situation délicate. Soit ils-elles vendent leurs récoltes et essaient de produire davantage pour récupérer financièrement les gains perdus à l'unité produite - mais cela risque de se traduire par une chute dans la spirale de l'endettement en cas d'incapacité de faire baisser les coûts de production à l'unité, ce qui arrive fréquemment - soit ils-elles essaient d'avoir un meilleur contrôle sur l'amont de la filière agricole pour obtenir des marges plus intéressantes.

Mais comment s'y prendre, en pratique, pour obtenir un meilleur contrôle sur la filière ?

SIX PISTES POUR UN MEILLEUR CONTRÔLE DE LA FILIÈRE

La filière de production peut se schématiser comme suit : production-transport, négoce-commercialisation, transformation, distribution-consommation. Les paysan-ne-s ont plusieurs options pour générer de meilleurs revenus et améliorer le contrôle de l'aval. Les six options sont complémentaires. Elles partent des plus évidentes à réaliser jusqu'aux plus complexes

qui demandent davantage de confiance entre paysan-ne-s, des niveaux d'organisation et de bonnes capacités de gestion financière. Comme le souligne SWISSAID Genève, la mise en place de solutions concertées « demande beaucoup de discussions, l'implantation dans la région par la durée, ainsi qu'une bonne connaissance du contexte local ».

Option 1 : Spécialiser une production dans un contexte écologique particulier. Les paysan·ne·s tendent à privilégier cette voie car ils·elles connaissent leur terre et le climat local. La maîtrise de la production de semences locales permet non seulement de réduire les coûts, mais aussi de mieux s'organiser, ce qui est nécessaire pour peser sur l'aval (voir option 3, 4, 5). Comme l'explique Uniterre «A la différence du grenier qui est un outil de conservation familial, la case de semences est un lieu de stockage communautaire et on y retrouve également les savoir-faire

liés aux variétés ainsi que toute une dynamique autour des cases de semences ». De nombreux projets favorisent donc l'essor de semences locales aux caractéristiques particulières (goût, texture, couleur). Pour autant, cette option court le risque de se limiter à un marché de niche, car la demande circonscrite à un contexte culturel particulier est souvent réduite.

20 à 30 %
des récoltes agricoles
sont perdues par manque
d'infrastructure, de transport
ou de stockage.

Source :  aphlis.net

Option 2 : Semer des variétés qui mûrissent en dehors des pics de production ou initier de nouvelles productions. Cependant, introduire de nouvelles plantations est risqué. En cas d'échec, une grande partie de la production peut être perdue avec des conséquences financières sévères. Les gains exacts sont en général moindres que les estimations de départ. De plus, lorsque la nouvelle culture s'avère économiquement rentable pendant quelques années, les autres paysan·ne·s se lancent à leur tour. Ceci augmente la production globale et déprime les prix. La situation initiale se reproduit avec des prix bas aux pics de production saisonniers.

Option 3 : Partir de la demande et la fidéliser. Il s'agit ici de créer un lien direct avec la demande finale en créant un lien de confiance durable. Le producteur·trice vend plus cher, mais assure en échange un meilleur service à sa clientèle et une meilleure qualité de produits. La formalisation de la qualité dans un label/certification durable peut rassurer en ce sens les acheteurs éloignés des lieux de production. Engendrant des coûts supplémentaires souvent prohibitifs pour les paysan·ne·s, l'intérêt du label doit être évalué prudemment. En fidélisant la demande sur des circuits courts, c'est la personne qui achète qui se rend sur le lieu de production, ce qui résout les problèmes de transports (Voir option 4).

Option 4 : Contrôler le transport vers le consommateur final. Deux grandes variantes sont envisageables. Premièrement, les paysan·ne·s organisent un point de collecte et s'informent sur les prix pratiqués par les détaillants. Le téléphone portable est ici un allié du monde paysan. Le GRAD propose des formations liées aux applications du téléphone portable. Elles permettent aux paysan·ne·s de saisir de l'information, de la faire circuler et de connaître ce qui se pratique ailleurs. En augmentant l'expertise paysanne et la transparence sur la filière et en connaissant le prix de revente et les coûts de transport, ils·elles peuvent

mieux négocier leurs prix. Deuxièmement, les paysan·ne·s louent ou achètent un moyen de transport en fonction des volumes à commercialiser. Ils·elles ne dépendent donc plus du transporteur. En revanche, ceci exige de fédérer assez de petits producteurs pour que les quantités de denrées à transporter soient assez importantes, de connaître les lieux de distribution et de négocier les prix avec les grossistes ou les détaillants. Louer, et plus encore, acheter un camion, engendre des charges souvent prohibitives ; cela nécessite un plan financier pluriannuel qui détaille chaque coût (par exemple les réparations, les assurances, le carburant). Hors production, il faut envisager son utilisation pour d'autres usages (matériaux de construction, bétail, intrants, marchandises).

Option 5 : Stocker les récoltes et les vendre en dehors du pic de production constitue une opportunité pour certains produits comme les graines (céréales, maïs, café, haricots), bulbes (oignons) ou piments. En les séchant et en les conservant dans des abris adaptés, il est possible de les garder plusieurs mois et de les vendre lorsque les prix remontent. Les équipements sont relativement simples avec un séchage au soleil et la mise en silo.

Les paysan·ne·s doivent se tenir informés du marché pour décider ensemble du moment opportun de vente, se répartir équitablement les gains entre eux et conduire un plan d'investissement sur plusieurs années pour les activités communes (par exemple le séchage, les constructions, la mise sur claies, la mise en silo). Ce système peut fonctionner aussi en interne, sur l'exemple de la « Banque de céréales ». Dans ce cas, une organisation (association, coopérative) achète à un meilleur prix la denrée à ses membres lorsque les prix sont bas, puis la revend à ses membres lorsque les prix sont hauts, à un prix moins élevé qui couvre juste le coût de l'organisation. En investissant aussi dans le transport (option 4), les paysan·ne·s gagnent un meilleur contrôle sur la distribution de leurs produits dans l'espace et dans le temps. Si les volumes sont réunis, la mise en place d'une coopérative est à envisager. Comme souligne le GRAD, « elles ont l'avantage d'avoir un accès facilité à la matière première, elles donnent une meilleure valeur ajoutée et elles offrent des emplois dans les zones rurales. Aujourd'hui 90% de la nourriture consommée dans les pays d'Afrique de l'Ouest est achetée. ».

Option 6 : Se lancer dans la transformation. La confection des aliments donne une valeur ajoutée (exemples : confitures, fruits confits, jus de fruits, conserves, etc.). Comme le rappelle le GRAD, « Le secteur de la transformation est créateur d'emplois, en particulier pour les femmes et porteur d'avenir (résilience écologique) en débouchés pour une production agroécologique ». Plusieurs associations couvrent les besoins des paysan·ne·s. Elles forment les producteurs·trices aux techniques de transformation, les épaulent à promouvoir leurs produits auprès des consommateurs pour qu'ils apprécient les aliments locaux (**voir fiche B : Modèles économiques**).

LES AVANTAGES DE LA TRANSPARENCE

La transparence sur les filières agricoles est un allié des paysan-ne-s et les nouvelles technologies la facilitent. Favoriser une collaboration entre acteurs (par filière ou par territoire), travailler avec l'État dans la durée, renforcer les membres de collectifs (plateformes, cadres de concertation...) génère un dialogue constructif. Une meilleure compréhension des contraintes de chacun constitue un préalable pour s'engager en commun sur des thèmes précis. Les organisations paysannes font le choix petit à petit de s'allier avec les autres acteurs hors filière dans une logique de partenariat dans des cadres de concertation. Ces cadres incluent les producteurs, les transformateurs, les commerçants, les services décentralisés de l'État et les institutions financières. Au Sénégal, le Conseil national de concertation et de coopération des ruraux (CNCR) est exemplaire, fruit d'un long et patient travail mené par des leaders paysans visionnaires. Parfois des cadres de concertation naissent grâce à l'appui de structures externes d'accompagnement, dans une dynamique de renforcement de l'ensemble de la chaîne de valeur. Il s'agit de pôles d'entreprises agricoles (PEA), de réseaux d'acteurs, d'interprofessions ou de plateformes d'innovation. Les cadres informels sont aussi importants pour dynamiser l'échange entre les acteurs. Combinés, l'approche filière et ces cadres de concertation sont prometteurs : « Mbolo moy dole : ensemble, tout devient possible ».

LE POSSIBLE RÔLE DE L'ÉTAT

Des marges de manœuvre existent dans le respect des règles de l'OMC comme le montrent plusieurs pays : le Nigéria, la Communauté des États de l'Afrique de l'Est ou encore le Kenya ont fortement augmenté les tarifs douaniers sur les importations de riz ou de lait afin de stimuler la production nationale. L'importation de riz au Burundi analysée par l'IREC montre qu'une politique d'État favorable aux importations peut nuire aux productions locales et aux exploitations paysannes. Cette étude a permis aux organisations paysannes de se mobiliser autour d'une plateforme commune et de négocier avec l'État une diminution de l'acceptation de dons de riz importé.

Au Rwanda, le partenaire de SeCoDév est allié à l'État en participant au comité des acteurs de la chaîne de production de la pomme de terre. L'État rachète une partie des semences aux coopératives du projet pour les redistribuer gratuitement aux plus démunis. Ceci a un double effet positif : les couches les plus vulnérables de la population sont soutenues et les membres des coopératives peuvent compter sur un acheteur sûr.



Association pour le Développement des Aires Protégées (Adap) – Miel

Les apiculteurs du District de Mlele en Tanzanie produisent un miel issu des réserves forestières de la région. Toutefois, sa commercialisation représente un défi en raison de l'enclavement de la région, de la qualité du miel et d'une méconnaissance du fonctionnement du marché par les producteurs.

“ Pour accéder à ce marché, la seule solution c'est de nous protéger, nous les producteurs, de protéger nos marchés et de nous accompagner. Cette protection ne peut venir que des autorités étatiques, des décideurs, ce n'est pas directement de notre ressort. ”

Malick Sow, Sénégal, FONGS.

Le projet mis en œuvre par l'ADAP visait à accompagner le développement d'une filière apicole de qualité afin de permettre une meilleure rémunération des producteurs. Les activités se sont concentrées sur l'amélioration des pratiques comme l'introduction de ruches modernes et l'amélioration du traitement (récolte, filtrage, décantation et conditionnement) par le biais de formations. En outre, un effort a été porté sur le packaging, le marketing et le fonctionnement des marchés.

Depuis 2015, l'association d'apiculteurs d'Inyonga IBA, partenaire de l'ADAP, est devenue l'une des rares organisations à voir son miel certifié par les autorités de certification tanzaniennes, ce qui permet son écoulement sur le marché de détail. Le projet a également soutenu la participation des apiculteurs aux foires commerciales des produits agricoles au niveau national où le miel a été plusieurs fois classé parmi les meilleurs du pays. Les revenus du miel ont augmenté de manière significative, aussi bien au niveau du producteur qu'au niveau de l'association d'apiculteurs.

Genève Tiers-Monde (GeTM) : l'accès aux marchés locaux

GeTM soutient des partenaires locaux qui travaillent dans la promotion de la souveraineté alimentaire, l'égalité de genre, la gestion des ressources naturelles et l'économie sociale et solidaire. Active au Togo depuis plus de 35 ans, ses quatre partenaires locaux visent l'amélioration de cadre de vie des populations paysannes par l'introduction des techniques

agroécologiques respectueuses de l'environnement, adaptées aux changements climatiques et génératrices de revenus. De manière générale, elle accompagne la transformation des organisations paysannes en coopératives simplifiées (OHADA), afin qu'elles deviennent de véritables actrices du développement économique local. Pour cela, une attention particulière est donnée à la participation citoyenne, ainsi qu'aux processus de gouvernance locale décentralisée. La priorité est donnée à l'inclusion des groupements de femmes et de jeunes.

“

Ce qui est intéressant avec l'ESOP c'est le système d'achat de riz par kilogramme et le paiement comptant. J'ai donc décidé de former une coopérative pour adhérer à l'ESOP depuis 2009. Notre coopérative fait partie des tontines de l'ESOP et l'ESOP paie notre production.”

Kouma Tougan, Togo,
Coopérative ASSILASSIME.

Au vu des difficultés d'augmenter la production agricole, GeTM et ses partenaires visent l'amélioration de la qualité de la production et la création d'une valeur ajoutée par la transformation et la commercialisation de la production agricole. La transformation de la production s'avère un excellent moyen pour créer des revenus pour les femmes et les jeunes. Ainsi, dans la région des savanes, les femmes se sont organisées autour de plateformes locales de transformation agricole (fromage de soja, beignets). Ces plateformes fournissent de l'énergie solaire pour faire fonctionner les outils et appareils nécessaires à la fabrication des produits. L'acquisition d'un moto-tricycle leur permet d'être autonomes pour transporter leurs produits en ville afin de les commercialiser dans les marchés hebdomadaires.

Dans la Région centrale, une coopérative de femmes fabrique du jus de mangue et de gingembre. Le jus est commercialisé surtout à Sokodé, dans les restaurants et les divers locaux commerciaux. Une boutique est gérée par les femmes de la coopérative dans l'un des marchés les plus populaires. Le partenaire a également négocié des contrats d'achat-vente avec des organismes publics (hôpitaux, ministères) qui achètent le jus régulièrement ou lors des événements importants (formations, conventions, etc.).



Dans les régions Centrale et de la Kara, une vingtaine de coopératives de producteur-trice-s s'organisent ensemble pour planifier leurs productions et ne pas se faire de concurrence. Il s'agit surtout de travailler sur les différentes chaînes de valeur. Cela permet également à des petits artisans et commerçants urbains de s'impliquer dans le processus, créant ainsi des ponts entre les populations rurales et urbaines. Ces coopératives cherchent un équilibre entre une production accessible à la consommation locale et les cultures de rente, notamment la production de soja bio destinée à l'exportation. Chaque coopérative s'organise comme elle l'entend, mais la tendance est d'avoir, à l'intérieur de chaque coopérative, des groupements spécialisés mais complémentaires sur toute la chaîne de valeur (production de semences, production agricole, transformation, commercialisation).

46 %

des paysans et paysannes en Afrique Sub-saharienne habitent entre

2 et 4 h

d'un centre urbain et 34 % à plus de 5 heures.

Source : FIDA, 2011, Sub-Saharan Africa : The state of smallholders in agriculture

LES ESOP : UNE EXPÉRIENCE TOGOLAISE SOUTENUE PAR GETM

Les entreprises de services et organisations de producteurs-trices (ESOP) sont un mécanisme qui articule et met en relation les deux parties prenantes. Dans la démarche ESOP, les producteurs-trice-s sont organisés-es en groupes économiques de production et de commercialisation appelés les « tontines commerciales » qui sont une forme d'organisation collective permettant de regrouper les productions atomisées pour un meilleur approvisionnement ; solidaires sur les livraisons à fournir à l'ESOP et sur le remboursement des crédits octroyés (intrants).

Une ESOP est une entreprise créée pour rendre des services aux petits et moyens producteurs afin d'augmenter et sécuriser durablement leur revenu. Ces structures permettent à de petits et moyens producteurs d'atteindre des nouveaux marchés exigeants en termes de quantité et de qualité (un petit producteur seul ne peut pas atteindre ces marchés) ainsi que de produire à un coût réduit et donc de dégager des bénéfices intéressants.

Une ESOP est une entreprise qui privilégie le dialogue et la transparence avec les producteurs-trice-s : elle prend des engagements (contrats) et les respecte. Elle donne la possibilité à ceux-celles-ci de devenir actionnaires : ils et elles ne sont pas que de simples fournisseurs de produits agricoles, mais sont aussi, avec les salariés, propriétaires de l'entreprise. Ces personnes ne gèrent pas l'entreprise, mais participent à la définition de son mode de fonctionnement et peuvent imposer à la direction de respecter les principes de dialogue et de transparence.

Grâce à la mise en place des ESOP, quatre entreprises (de soja, riz et viande) se sont développées avec succès et bénéficient déjà à 6'000 nouveaux producteurs, dont 35% de femmes et 50% de jeunes. Plus de 4'500 tonnes de riz et de soja ont été produites et commercialisées en 2019. Ces quatre ESOP s'articulent autour d'un réseau national formé de plus de 60 ESOP de tout le pays. Tant le riz que le soja sont commercialisés au niveau national sous une seule marque, ce qui a permis de faire une place aux produits togolais dans le marché des grandes villes.



DÉFIS ET APPRENTISSAGES

- Consommatrices et consommateurs devraient être mieux informés du travail que fournissent les paysan-ne-s, ainsi que de la qualité et de la diversité des produits agricoles. Les paysan-ne-s devraient aussi mieux connaître les préférences de leur clientèle.
- L'Etat devrait soutenir un développement agricole régionalisé (infrastructure, institutions, formations), promouvoir les productions agroalimentaires locales et mener des politiques tarifaires (taxes sur les importations) afin que les produits locaux puissent concurrencer les produits importés.
- Le défi social est sérieux pour obtenir la confiance mutuelle, l'organisation commune et une bonne gestion entre des paysan-ne-s souvent marginalisés et individualistes. Au niveau local, il implique de longues négociations avec les paysan-ne-s, les autorités administratives et coutumières.
- La mise en place et l'animation de structures (associations, coopératives) engendrent des surcoûts administratifs, une flexibilité moindre et des risques de captation des décisions par quelques administrateurs-trices au détriment des paysan-ne-s.
- L'approche filière est périlleuse pour deux raisons : d'une part, le monde paysan vit éloigné des centres de décisions situés à la capitale, ne connaît pas les rouages politiques et ignore ses droits ; d'autre part, elle tend à privilégier quelques productions agricoles d'exportation hors du territoire, au lieu de favoriser la production et la diffusion de productions territoriales destinées à la consommation locale, plus intéressantes pour les producteurs-trices et l'environnement.

Avec le soutien du partage des savoirs

**FEDERATION
GENEVOISE
DE COOPERATION**
Mettons le monde en mouvement

POUR ALLER PLUS LOIN

- 📖 CFSI, 2019. Les batailles du Consommer local en Afrique de l'Ouest
- Entreprises, Territoires et Développement
- Association pour le Développement des Aires Protégées
- 📖 Nourrir les villes, défi de l'agriculture familiale