



Formation de la qualité dans la filière oignon en Afrique de l'Ouest



RADHORT







Formation de la qualité dans la filière oignon en Afrique de l'Ouest

Olivier DAVID, CIRAD-FLHOR, BP 5035, 34032 Montpellier cedex 01, France
 Paule MOUSTIER, CIRAD-FLHOR, BP 5035, 34032 Montpellier cedex 01, France

RESUME

D'après une analyse de la filière des oignons entre le Niger, le Bénin, le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire, effectuée d'avril 1994 à juillet 1995, les acteurs de cette filière ont des critères de qualité différents, voire contradictoires, selon leurs objectifs et intérêts: les producteurs cherchent à produire de gros bulbes, tandis que les commerçants recherchent plutôt de petits oignons qui souffriront moins du stockage et du transport. Les consommateurs réclament des oignons aux goûts piquants alors que les opérations spéculatives des commerçants conduisent, après stockage prolongé, à des oignons plus doux dans lesquels les sucres se sont développés. En fait, chaque acteur peut agir sur certains critères de qualité et possède ainsi, un pouvoir de négociation au sein de la filière. Rapports socio-économiques se conjuguent donc avec relations 'socio-qualitatives'. Cependant, le pouvoir reste jusqu'à présent détenu par quelques grands commerçants organisés en oligopsonie. La qualité apparaît alors comme un concept propre à un certain ordre culturel.

INTRODUCTION: CADRE ET OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Les oignons en provenance du Niger occupent une place prépondérante sur le marché abidjanais; ils devancent les oignons importés du Mali, du Burkina Faso ou d'Europe. Pour comprendre ce phénomène, une meilleure connaissance des critères de compétitivité de ces différentes filières apparaît nécessaire (GRIFFON, 1990). Une recherche a été entreprise afin de mettre en évidence le rôle joué par l'organisation des agents économiques dans la compétitivité de la filière de l'oignon nigérien, au-delà des seules règles d'équilibre régies par l'offre et la demande (DAVID, 1993).

La qualité étant définie de prime abord comme l'ensemble des caractéristiques du produit auquel l'utilisateur est sensible, elle s'avère tenir une place importante parmi les différents facteurs explicatifs de la compétitivité des oignons nigériens.

En conséquence, nous avons cherché à répondre aux questions suivantes:

- Comment sont choisis les critères dominants de qualité au sein de la filière nigérienne ?
- Qui peut agir sur ces critères de qualité ?
- Comment se régulent les divergences des agents autour de ces critères ?

Après une présentation du rôle joué par le Niger dans l'approvisionnement en oignons d'Abidjan, nous avons mis en évidence les principaux critères de qualité appliqués à ce produit par les acteurs (producteurs, commerçants et consommateurs) de la filière. Différents conflits d'intérêt mis en évidence ont été analysés, ainsi que diverses formes de régulation de la qualité gérant ces conflits. L'étude aboutit à quelques propositions permettant d'améliorer le fonctionnement de la filière.





OIGNON NIGERIEEN DANS LE COMMERCE REGIONAL DE L'AFRIQUE DE L'OUEST

Le Niger, qui produit environ 200.000 t/an d'oignons, est le premier pays producteur de la zone sahélienne. A titre de comparaison, le Burkina Faso et le Mali ne produisent pas plus de 50.000 t chacun. Les oignons du Niger s'exportent tout au long de l'année vers les pays voisins et plus particulièrement vers les pays de la côte: Nigéria, Bénin, Togo, Ghana, et surtout Côte d'Ivoire dont le niveau de vie et les pratiques alimentaires font de ce pays le premier consommateur de la zone (plus de 50.000 t).

En juin, période de production au Niger, Abidjan est approvisionné à 75 % par les oignons de ce pays¹. Les parts de marché restantes reviennent au Mali et au Burkina Faso, qui produisent et exportent de mars à juin (figure 1). La Hollande intervient

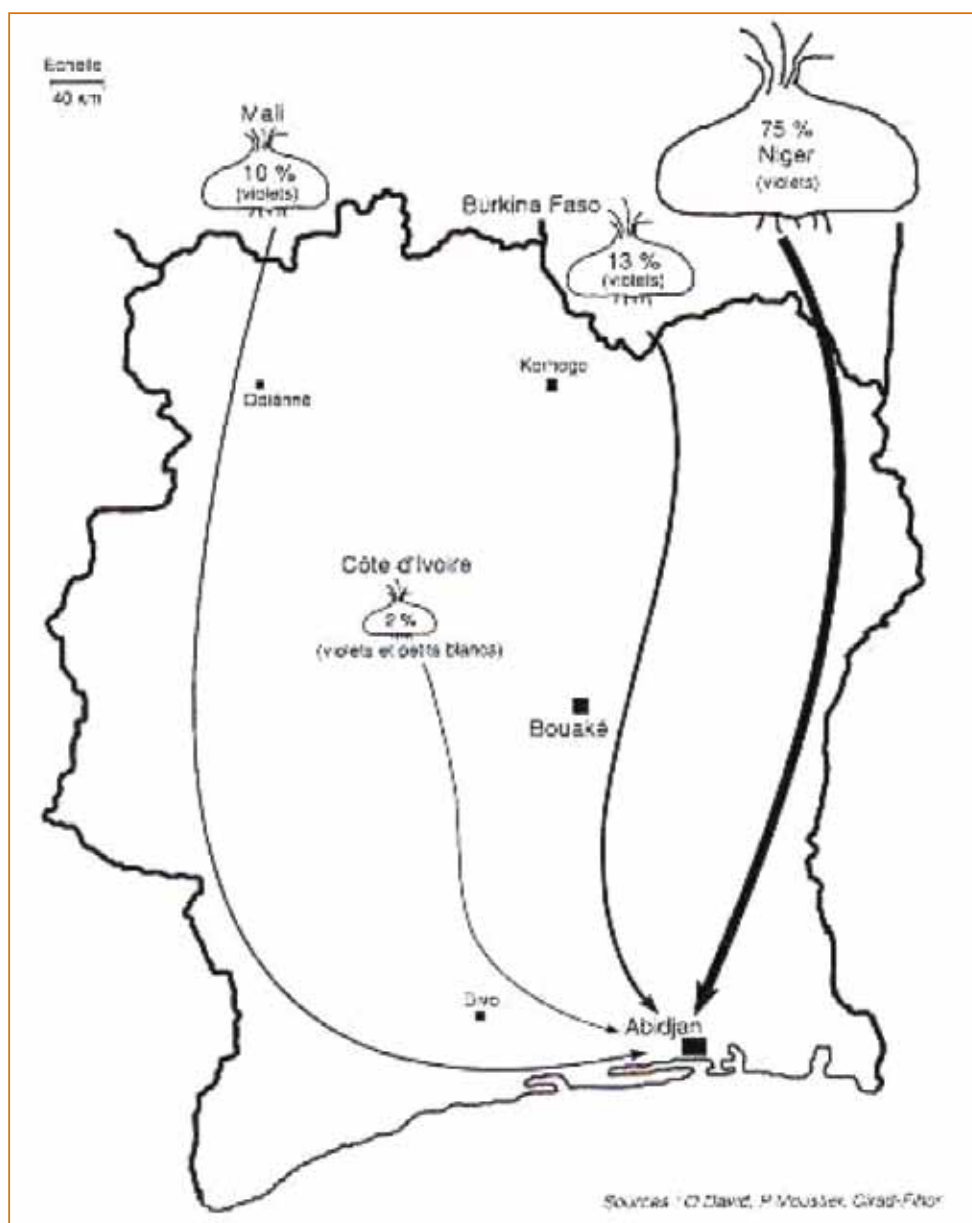


Figure 1 - L'approvisionnement d'Abidjan en oignons en juin 1994. Pourcentage des volumes commercialisés par les détaillants de six marchés d'Abidjan.

¹ Travaux d'enquêtes menés auprès des détaillants d'Abidjan en juin 1994.



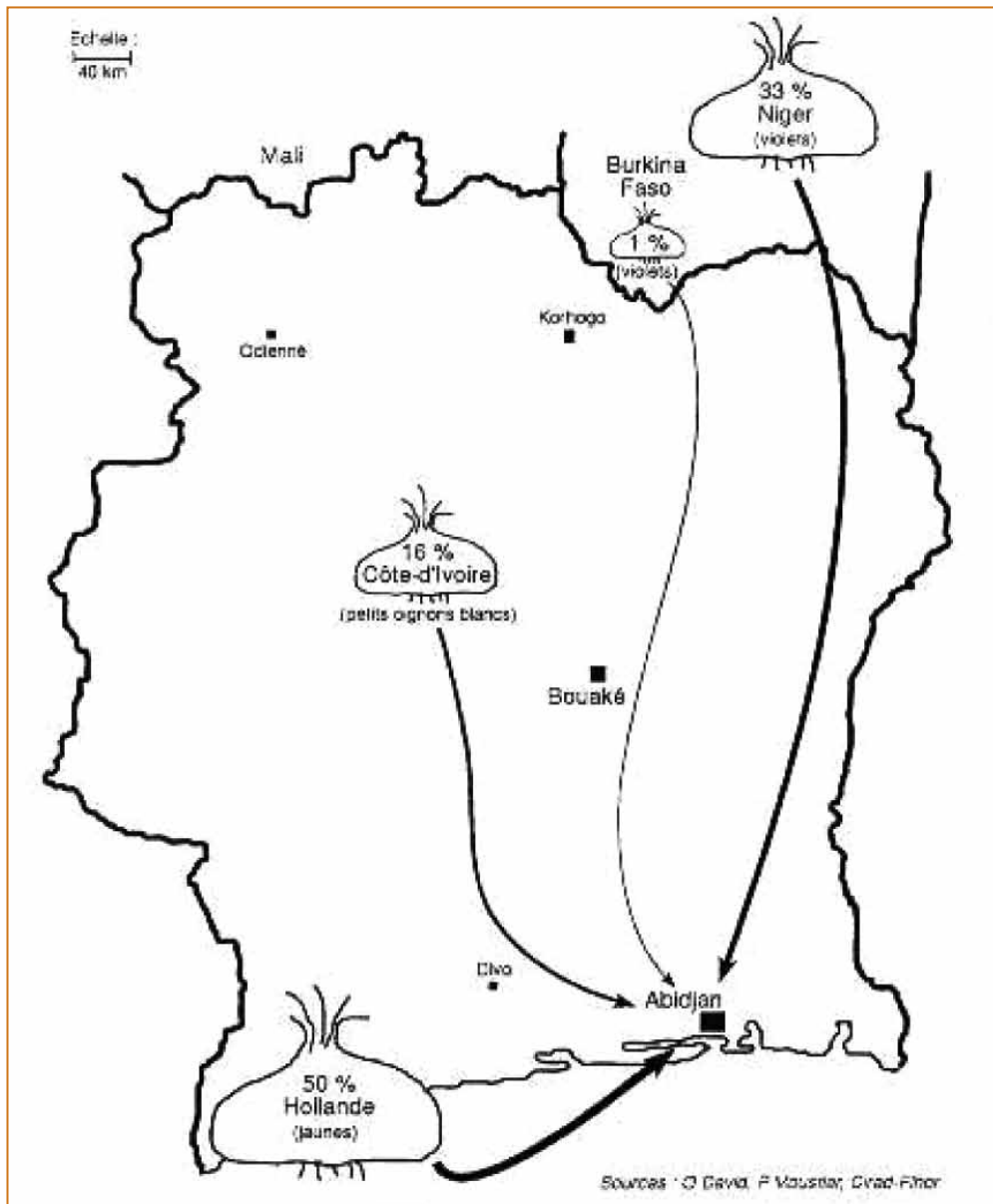


Figure 2 - L'approvisionnement d'Abidjan en oignons en novembre-décembre 1994.
Pourcentage des volumes commercialisés par les détaillants de six marchés d'Abidjan.

d'octobre à décembre, lors des périodes de pénuries pour la production de l'oignon africain. Mais là encore, le Niger, où se pratique le stockage des oignons, occupe le tiers du marché abidjanaise (figure 2).

La principale zone de production au Niger est localisée dans un triangle formé par les trois villes de Tahoua, Birni n'Konni et Madaoua, toutes trois situées dans le département de Tahoua, entre le massif de l'Ader et la frontière du Nigéria.

Les habitants de cette région, les Haoussas, pratiquent traditionnellement l'exode temporaire de saison sèche vers les villes des pays côtiers pour y trouver du travail (Nicolas, 1972). C'est à la suite de ces échanges et mouvements migratoires que la filière nigérienne d'exportation de l'oignon s'est mise en place, au détriment des circuits de commercialisation plus anciens animés par des Dioulas, d'origine malienne. Les Haoussas contrôlent cette filière depuis maintenant une trentaine d'années sur plus de 2.500 km, depuis la production au Niger jusqu'au commerce de demi-gros, en aval de la filière.





Il s'ensuit une homogénéité linguistique, culturelle et religieuse des intervenants, qui facilite la définition de la qualité ou le règlement de litiges au sein du réseau marchand. Il demeure que la position sociale et le rôle économique de certains acteurs leur confèrent une autorité sur certains autres, moins influents. En effet, le réseau est particulièrement hiérarchisé: les grossistes importateurs (figure 3), qui réceptionnent l'ensemble des

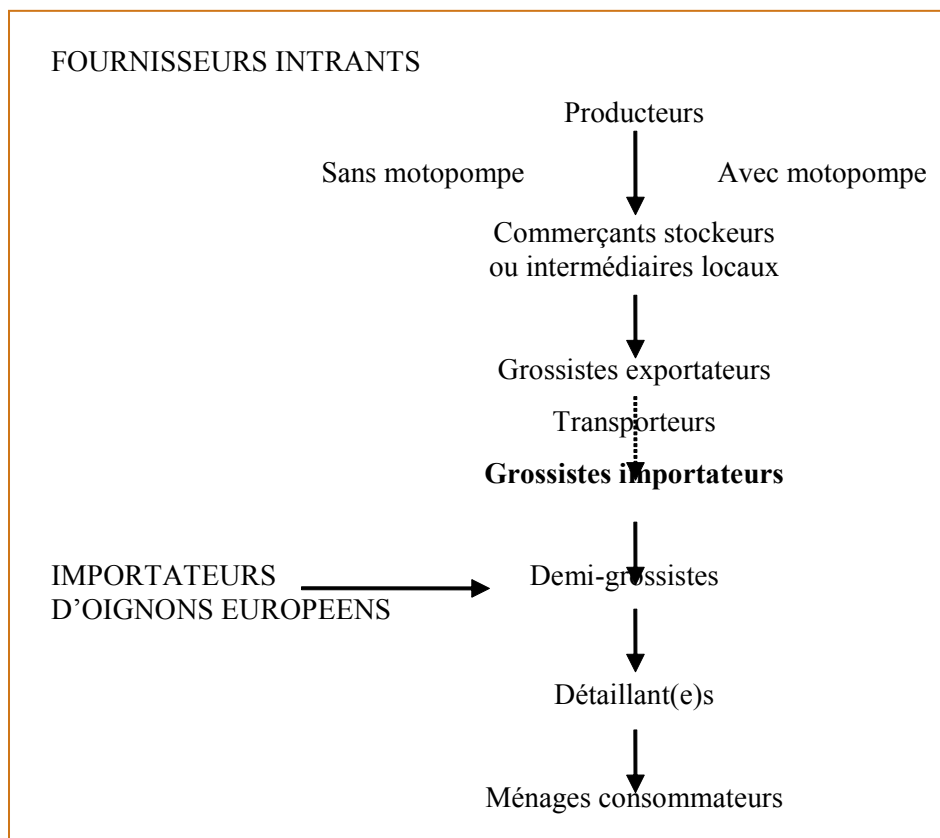


Figure 3 - Les acteurs de la filière nigérienne approvisionnant Abidjan en oignons.

oignons exportés par le Niger et qui en contrôlent la distribution à Abidjan et dans les autres grandes villes du sud du pays, forment un oligopsonne et concentrent, du fait de leur fonction, l'essentiel du pouvoir.

QUELS CRITÈRES DE QUALITÉ ?

La qualité de l'oignon nigérien est, avant tout, définie à partir des exigences des consommateurs et des commerçants responsables du transport.

Selon les consommateurs abidjanais, l'oignon nigérien répond à certaines fonctions et se distingue en cela des oignons importés d'Europe. Un 'bon' oignon se conserve longtemps à domicile; cuisiné, il doit avoir un parfum suffisamment affirmé pour dominer les odeurs de viande ou de poisson; son goût doit être piquant et il doit permettre d'épaissir la sauce de certains plats. Par suite, sur le marché, l'acheteur choisit l'oignon à partir de sa dureté, qui permet d'estimer son aptitude au stockage, de son parfum et de sa couleur. Les oignons produits au Niger sont proches de ceux de la variété 'violet de Galmi', du nom d'un village nigérien du département de Tahoua. Cette variété est connue des consommateurs pour fournir un produit qui se conserve bien, qui possède un fort parfum et un goût piquant, ainsi qu'une faculté d'épaississeur. Son succès explique que beaucoup de pays voisins du Niger (Burkina Faso, Bénin et même Côte d'Ivoire) encouragent sa production, parfois effectuée sous des dénominations différentes (violet de Koudougou, violet de Korhogo, etc.). Cette



évolution pourrait laisser présager de l'influence effective du goût des consommateurs sur le type d'oignon produit et commercialisé: 'Quality is a subjective concept since it is dependent on the perceptions, needs, and goal of the individual consumer' (Steenkamp, 1989). Un raisonnement en marketing doit toutefois être nuancé au regard des faits et de l'organisation de la filière.

Les commerçants prennent en compte des caractéristiques intrinsèques à l'oignon, des critères d'aptitude à la conservation et au transport, ainsi que des éléments relatifs au conditionnement. Ils recherchent un oignon de petite taille (20 cm de circonférence), de forme légèrement aplatie et doté, au minimum, d'une tunique de protection sèche. Dans la filière haoussa, cet oignon porte un nom: le 'tassa'. La taille joue un rôle important dans la conservation. Un gros oignon chargé d'eau sera propice à un pourrissement rapide au cours du transport ou du stockage, chez les commerçants comme chez les consommateurs. Pour limiter les pertes intervenant au cours du circuit de commercialisation, le grossiste refuse également les bulbes blessés ou déjà fleuris, car la hampe florale offre un passage trop large apte à la pénétration de l'eau et des insectes.

Cependant, si certains acteurs de la filière, consommateurs ou commerçants, sont en mesure de définir, de façon précise, les critères de qualité qu'ils recherchent à partir des risques pris ou des goûts désirés, ils n'ont pas toujours les moyens d'agir directement sur le produit pour le rendre plus conforme à leur attente.

QUELS ACTEURS JOUENT SUR QUELS CRITERES ?

Rôle des producteurs

Les producteurs sont les principaux acteurs de la formation de la qualité du produit qui sera commercialisé.

Ils interviennent, tout d'abord, à l'occasion de la production de leurs semences: l'utilisation de graines sélectionnées garantira l'obtention d'oignons de qualité, aptes à fleurir correctement en seconde année. En effet, en l'absence de sélection, les variétés tropicales auraient tendance à donner des fleurs dès la première année, ce qui est préjudiciable au bulbe, car la durée de sa conservation est alors limitée et son goût modifié (Currah et Proctor, 1992).

Par ailleurs, certaines pratiques culturelles contribuent à la formation de la qualité. Un choix judicieux pour la date des semis, qui permet d'éviter les effets de la saison des pluies, ou l'utilisation de techniques visant à protéger les plantules des dernières pluies de l'hivernage sont des éléments déterminants de la qualité du produit final, car ils permettent d'améliorer l'aptitude au stockage des bulbes.

Les producteurs peuvent aussi intervenir sur la teneur en eau des bulbes, à partir de la fréquence et de la durée des arrosages, de l'emploi d'engrais ou de la densité des repiquages. Un petit oignon se conserve toujours mieux qu'un plus gros, chargé en eau (De Bon, 1993). La culture sur sol sableux permet d'éviter les blessures faites aux bulbes lors de leur récolte. Le ressuyage et le séchage des oignons favorisent leur bonne conservation ultérieure et certaines précautions prises lors de leur manipulation au moment de la récolte et du stockage permettent de maintenir les tuniques sèches.

La méthode de fabrication et d'entretien des greniers constitue une autre façon de garantir un 'bon' oignon, tel que le recherchent les commerçants; l'étanchéité de la porte d'accès et l'emplacement de cette ouverture, qui doit se trouver dos aux pluies, doivent être particulièrement étudiés.

Rôle des commerçants

Malgré le rôle prépondérant du producteur sur la formation de la qualité des oignons produits, les commerçants et les transporteurs disposent de quelques moyens qui permettent de compléter l'action entreprise en amont. Il s'agit des techniques de





conditionnement de la production – l'utilisation de sacs en toile est préconisée – ou de transport – une remorque bien aménagée, avec des palettes au sol et des doubles cloisons en tiges de mil pour assurer une bonne aération, constitue un gage de bonne qualité du chargement. Les commerçants doivent, par ailleurs, assurer le transport de cette production le plus rapidement possible, en 3 à 5 jours.

Rôle de certains agents de l'Etat

Quelques agents de l'Etat agissent, d'une certaine façon, sur la qualité finale du produit. Ainsi, les douaniers, gendarmes, policiers et agents des eaux et forêts dressent des barrages pour contrôler les convois d'oignons et ralentissent la progression des camions. Ces interventions peuvent faire durer un voyage deux fois plus longtemps que les 3 à 5 jours préconisés et interfèrent, en cela, sur la qualité du chargement réceptionné en fin de chaîne de commercialisation.

Il y a 20 ans, les chargements d'oignons provenant du Niger pouvaient supporter, sans trop de pertes, les 15 jours de trajet nécessaires pour joindre la côte ivoirienne: à cette époque, les camions étaient moins puissants, les routes de l'axe Bouaké - Maradi n'étaient que localement bitumées et le fleuve était traversé sur un bac au niveau de Niamey, au lieu du pont actuel. Aujourd'hui, ces mêmes cargaisons supportent très difficilement plus de 7 jours de trajet et 28 % des chargements rendus sur Abidjan entre 1994 et 1995 ont subi 14 % de pertes en moyenne.

Il y a donc une baisse globale de l'aptitude de l'oignon à la conservation et au transport, que nous expliquons de la façon suivante: le producteur ne cultive plus l'oignon comme il y a 20 ans. La généralisation des forages et de l'emploi des motopompes, due principalement à la réalisation de projets de développement, a permis d'irriguer en abondance et sans peine des surfaces jusqu'à présent non propices à cette culture; cela a abouti à une production d'oignons gorgés d'eau et donc moins aptes au stockage et au transport. D'autre part, les producteurs ne cherchent pas systématiquement à adapter la qualité de leur production aux critères définis par les commerçants. En effet, leurs propres intérêts divergent, parfois, de ceux des commerçants et transporteurs.

QUELQUES INCOMPATIBILITES D'INTERETS AUTOUR DES NOTIONS DE 'QUALITE'

Si les commerçants recherchent des bulbes qui se conservent, les producteurs sont davantage intéressés par la récolte de gros oignons, que nous avons montrés moins aptes à la conservation de longue durée. Par ailleurs, certains riches commerçants et producteurs stockent durablement leurs oignons dans le cadre d'opérations de spéculation, alors que, au-delà de cinq mois de conservation, l'oignon évolue de telle sorte qu'il ne correspond plus au goût des consommateurs. De tels types de conflits d'intérêts entre producteurs, commerçants et consommateurs sont nombreux au long de la filière haoussa (tableau 1). Nous avons analysé certains d'entre eux.



TABLEAU 1

Incompatibilités des critères de qualité de l'oignon nigérien respectivement recherché par les producteurs, les commerçants et les consommateurs

Producteurs	Grossistes et transporteurs	Détaillant(e)s	Consommateurs
Gros bulbes car vente par sac	Bulbes moyens à petits car ils se conservent mieux et ils se vendent et s'achètent plus facilement		
Récolte avant terme car besoin de trésorerie	Récolte à terme car ils se conservent mieux et supportent mieux le transport		
Oignons sans tunique car tri durant le stockage	Oignons avec tuniques car résistance au transport		
Oignons sucrés et mous* car évolution du bulbe après 5 mois de stockage (spéculations)			Oignons piquants et durs car oignons = condiments
Une seule variété d'oignons (le violet de Galmi) car oignon dominant, car unité des lieux de production, car pas de risques de croisements		Diversité des tailles et des couleurs car proposition de prix variés, car désir d'un approvisionnement toute l'année	
Oignons fleuris car signe de vigueur	Oignons sans fleurs car meilleure conservation		Oignons sans fleurs car meilleur goût

* Ce n'est pas un critère de qualité mais une conséquence du stockage

Incompatibilités entre le producteur et le commerçant

Taille du bulbe et date de récolte

Les producteurs ont intérêt à récolter de gros bulbes, car les oignons sont vendus par sac et non au poids. En conséquence, plus le bulbe sera gros, moins il faudra en mettre dans ces sacs.

Les producteurs ont, par ailleurs, également intérêt à produire le plus rapidement possible, afin d'arriver parmi les premiers sur le marché et ainsi de vendre au meilleur prix. Cet objectif les conduit à débiter les semis le plus tôt possible, au risque d'être surpris par les pluies. S'ils ont un besoin urgent d'argent, ils récolteront le bulbe avant sa totale maturité. Pour les producteurs, cette pratique offre l'avantage, par ailleurs, de récupérer les feuilles encore vertes de la plante pour les vendre séparément.

Ces diverses pratiques, qui servent les intérêts du cultivateur, interfèrent sur la capacité des oignons à se conserver et vont donc à l'encontre des souhaits du commerçant.

Importance de la tunique

Les cultivateurs amenés à stocker leur production doivent trier leurs oignons entreposés dans les greniers, car, les commerçants choisissant eux-mêmes les bulbes qu'ils achètent, c'est le producteur qui supporte la totalité des pertes enregistrées à la fin de cette phase de conservation (15 à 20 % de pertes en moyenne pour 3 à 4 mois de stockage). Les manipulations répétées qui s'ensuivent font que les oignons stockés perdent leur tunique; or, celle-ci constitue une protection efficace des bulbes mis en sac et, sans elle, les pertes liées au transport, alors à la charge des commerçants sont accrues.

Incompatibilités entre les producteurs, les détaillants et les consommateurs

Les détaillants et les consommateurs ne sont pas intéressés, non plus, par de gros bulbes qui se conservent mal. Pour le commerçant, les petits bulbes sont plus faciles à écouler, la vente au détail se faisant au tas ou à la pièce. A Abidjan, il y a des périodes où l'oignon manque à ce point que les détaillants le vendent par morceaux, voire par tranche. A ces moments plus qu'à tout autre, ils souhaiteraient être fournis en petits bulbes plutôt qu'en gros. Les consommateurs, pour leur part, cherchent des oignons qui puissent se conserver dans la cuisine, ce qui n'est pas dans les préoccupations des producteurs.





Autres types d'incompatibilité

Les arguments économiques ne sont pas les seules sources de divergence entre les producteurs et les autres intervenants de la filière. Ainsi, pour les cultivateurs, la floraison dès la première année est un signe de vigueur de leur variété. Si la plupart d'entre eux éliminent les hampes dès qu'elles apparaissent, certains autres sont tentés de laisser quelques bulbes fleurir dans leur champ. Or, si un bulbe qui a fleuri ne se conserve pas, il y a, surtout, un gros risque que les parcelles semencières se trouvant à proximité des cultures soit fécondées, ce qui perturbe alors les efforts d'amélioration variétale.

Le consommateur subit, d'une certaine façon, les conséquences du stockage spéculatif effectué par le producteur. En effet, il est acquis que l'oignon cultivé en Afrique, même s'il est réputé pour son aptitude à la conservation, évolue après sa récolte pour donner, après 5 ou 6 mois de stockage, un oignon plus sucré et plus fondant. Le consommateur abidjanais, qui recherche toute l'année des oignons piquants, fermes et parfumés, délaissera donc ce produit, pour se tourner vers l'oignon importé d'Europe, qui, malgré la dévaluation du franc CFA, est encore présent sur le marché abidjanais à l'époque où les oignons nigériens sont rares et chers (d'octobre à décembre).

Existe-t-il, en réponse à ces contradictions, des formes de régulations internes à la filière ?

LES COMMERÇANTS PEUVENT FAIRE PRESSION SUR LA DEFINITION DES CRITERES DE QUALITE

Si les producteurs ont le pouvoir d'agir sur les principaux critères de qualité recherchés par les commerçants et les consommateurs, ce sont les commerçants qui influent sur le choix des critères. La qualité, source d'incertitude et de répartition inégale de l'information, oblige à la mise en place d'institutions collectives et de liens privilégiés entre certains acteurs (EYMARD-DUVERNAY, 1995). Et l'arbitrage relatif au choix des normes de qualité tout au long de cette filière de plus de 2.500 km s'effectue en fait par le marché, le crédit et les relations sociales.

Dans le cas de la filière de l'oignon nigérien commercialisé à Abidjan, les importateurs localisés en bout de chaîne contrôlent l'écoulement des marchandises et possèdent véritablement le pouvoir. Ces commerçants haoussas sont les plus anciennement installés dans la filière. Ils ont tissé autour de leur activité un réseau de 'dépendants', détaillants, demi-grossistes, chauffeurs de camions et grossistes, chargés d'aller s'approvisionner au Niger. Leur pouvoir est renforcé par le fait qu'ils constituent un puissant oligopsonne, passage obligé pour vendre en Côte d'Ivoire où la redistribution vers les marchés régionaux s'effectue à partir d'Abidjan. De ce fait, les producteurs nigériens orientés vers cette distribution doivent se plier aux prix décidés à Abidjan.

Les prix étant fixés par les commerçants, ceux-ci s'en servent pour inciter les producteurs à produire les oignons qu'ils réclament. Ainsi, en avril 1995, alors que le prix particulièrement élevé du sac d'oignons dépassait les 4.000 FCFA, un sac composé uniquement de gros bulbes pouvait se vendre 3.000 FCFA. La qualité du produit influence donc les négociations marchandes. Elle illustre, par ailleurs, la position de force dont jouissent les commerçants dans ces marchés où l'incitation des producteurs ne porte pas sur le prix payé pour une récolte de qualité, mais sur la sanction encourue lorsqu'une production ne satisfait pas les critères définis par la distribution.

Par ailleurs, de très nombreux producteurs, ayant contracté des crédits auprès des commerçants pour mettre en place leurs parcelles d'oignons ou pour s'approvisionner en céréales, en médicaments ou en autres produits, sont contraints de se plier à leurs exigences. Ces commerçants, dont certains sont également de grands producteurs d'oignons, peuvent avoir d'autres activités autour du négoce de céréales, d'intrants (engrais, carburant, en provenance du Nigéria) et de matériels d'équipement (motopompe ou



autres également à partir du Nigéria). Ce sont donc les notables de ces régions où la culture de l'oignon occupe un rôle économique vital, et ils usent de leur pouvoir social pour profiter de cette rente.

Le cumul du poids économique et du rôle social occupés par les commerçants explique qu'ils parviennent à modifier, parfois, certaines pratiques des producteurs. Par exemple, bon nombre de ces derniers ont cessé de manipuler les bulbes mis en grenier et font, maintenant, des contrôles par l'odeur. De cette façon, les bulbes sains ne perdent pas leur tunique, ce qui va dans le sens des souhaits des commerçants. Si cette technique de contrôle olfactif venait à se généraliser progressivement, il est probable qu'à terme les producteurs réviseraient leurs pratiques culturelles pour ne mettre en grenier que les oignons les plus sains possibles et les moins chargés en eau. Avec l'adoption de telles précautions, les pertes qu'ils auraient alors à supporter seraient minimales.

La qualité de l'oignon dans la filière haoussa résulte donc d'un consensus dicté par les commerçants, mais la mise en oeuvre de ce consensus relève à la fois de l'évolution des relations sociales entre les agents et des modifications du contexte économique dans lequel ils s'insèrent.

QUELQUES PROPOSITIONS

Valoriser les oignons refusés

Il importe aux producteurs de valoriser au mieux leur récolte, sans que cela se traduise par une hausse des prix qui leur ferait perdre des points de compétitivité sur le marché d'Abidjan et pénaliserait l'ensemble de la filière. Dans ce contexte, la possibilité de convertir les bulbes abîmés ou refusés par le marché régional en un autre produit, oignon séché ou oignon en poudre, serait à envisager. Une première proposition consisterait à organiser autour d'une telle fonction de petites unités rurales de transformation, gérées au niveau des coopératives de production, de producteurs individuels ou de commerçants locaux. Une unité d'ensachage pourrait permettre de conditionner ces produits afin de les proposer à des marchés éloignés où l'oignon pousse peu et où les importations de bulbes lourds coûtent cher (Gabon, Congo, etc.). Même si ce débouché ne constitue qu'une activité secondaire pour le producteur auquel le consommateur demande avant tout des bulbes frais, certains commerçants de la zone de Galmi (Niger) seraient prêts à s'investir dans un tel projet afin de mieux contrôler les volumes et les prix de l'oignon bulbe.

Diversifier les variétés commercialisées

Faut-il ne s'intéresser qu'aux oignons du département de Tahoua, au Niger, et à son 'violet de Galmi' ?

Si 76 % des consommateurs abidjanais apprécient et recherchent ce produit, ils connaissent aussi les oignons jaunes importés de Hollande, les petits oignons blancs (dits 'échalotes') de la Côte d'Ivoire et du Mali, ainsi que les oignons rouges du Nigéria ou du Niger. Toutes ces variétés se complètent par le simple fait qu'elles interviennent à des périodes différentes de l'année sur le marché abidjanais. Une meilleure gestion de cette diversité par les commerçants aboutirait à une plus grande satisfaction des consommateurs durant toute l'année.

Pour renforcer cette dynamique de complémentarité, il serait souhaitable d'encourager l'oignon précoce, récoltable dès fin novembre, à partir de la mise en oeuvre de différentes actions:

- faciliter les contacts entre les commerçants haoussas et les producteurs du Niger, du Nigéria ou du Bénin,
- promouvoir cet oignon qui arrive sur les marchés urbains de la Côte d'Ivoire dès le début du mois de décembre et qui pourrait encore gagner en précocité, en faisant valoir son caractère d'oignon primeur.





Pourquoi ne pas imaginer une foire de l'oignon 'primeur' à Gaya (côté nigérien) ou à Malanville (côté béninois) ?

Améliorer le conditionnement

Avant d'investir dans des opérations de valorisation ou de diversification des produits, un effort pourrait être entrepris pour améliorer le conditionnement des récoltes d'oignons. Pour cela, il serait utile d'introduire, dès les zones de collecte, des sacs de 25 kg à mailles larges, permettant une meilleure aération, donc une meilleure conservation, des bulbes durant le transport. Or, ces sacs ne sont actuellement utilisés que pour le reconditionnement des lots, à leur arrivée à Abidjan. Ce problème d'emballage est d'autant plus crucial que les sacs en toile, adoptés jusqu'à présent pour l'oignon, proviennent d'une réutilisation du conditionnement des céréales et, ceux-ci étant remplacés progressivement par des sacs en polyéthylène inutilisables pour un produit frais, ils deviennent de plus en plus rares.

Aider financièrement les acteurs de la filière

Quelques tentatives menées par la FAO ou par l'USAID ont montré qu'il était difficile de mettre en place des systèmes de crédit permettant aux producteurs de s'affranchir de pratiques usuraires des commerçants, tant ces derniers s'imposent dans le tissu social des zones de production au Niger.

En revanche, il est un secteur de la filière où le soutien par le crédit pourrait être envisagé: le transport. Certaines initiatives, appuyées par des organismes de développement, permettraient de réduire les pertes ou simplement l'échauffement des bulbes durant le transport:

- remplacement d'un ancien camion de 30 tonnes par un véhicule d'occasion plus récent;
- offre d'un crédit permettant d'améliorer les conditions de transport du camion, en échangeant les parois métalliques par des parois en bois, tout en gardant la possibilité, selon la cargaison du camionneur, de mettre alternativement l'une ou l'autre de ces parois.

CONCLUSION

Les critères de qualité de l'oignon nigérien, bien que variés, peuvent se cristalliser autour de la double caractéristique de la couleur (violet) et de l'origine (département de Tahoua, Niger). De ce fait, le choix de ce type d'oignon se rapproche d'un cas de 'labélisation' informelle, sa couleur violet clair synthétisant l'ensemble des critères mentionnés (goûts, parfum, réputation, etc.).

Toutefois, le nombre important d'opérateurs de la filière, qui revendiquent des critères spécifiques à leurs intérêts, oblige à des rapports de forces qui, pour l'instant, privilégient les commerçants par rapport aux producteurs ou aux consommateurs. Ces relations illustrent bien les processus de la formation sociale de la qualité. La gestion du critère 'taille du bulbe' est, à ce sujet, significative. 'La qualité n'est donc pas qu'une commodité de langage pour désigner la coïncidence des pratiques et des représentations sur le juste rôle des agents économiques' (Gomez, 1994).

Cette gestion draconienne de la qualité effectuée par les commerçants à l'aide des prix imposés, du crédit ou des obligations sociales s'explique d'autant plus que la situation du marché de l'oignon à Abidjan n'évolue pas vraiment en faveur de la filière haoussa, depuis la dévaluation du franc CFA. Les pays comme le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire, qui jouent la carte du 'violet de Galmi', deviennent des concurrents de plus en plus sérieux.

Par ailleurs, cette variété 'violet de Galmi' a montré ses limites aux consommateurs qui savent qu'un tel oignon qui arrive sur le marché en novembre et début décembre,



après 6 mois de stockage, n'est plus en mesure de leur apporter ce qu'ils en attendent. L'oignon venu d'Europe, par sa fraîcheur et son aptitude à la conservation qui n'a pas encore été éprouvée, peut alors lui être préféré. Ce phénomène continue à s'observer même depuis la dévaluation du franc CFA et le doublement du prix des oignons importés d'Europe !

Pour toutes ces raisons, la filière commercialisation de l'oignon nigérien doit évoluer par l'adoption de nouvelles techniques de production, de stockage, de transport et d'étalement des récoltes, ainsi que par l'élargissement de la gamme de variétés cultivées.

NOTE

Les résultats présentés dans cet article sont issus des travaux de recherche qui ont été menés sur l'approvisionnement d'Abidjan en oignons, dans le cadre d'une thèse réalisée au CIRAD-FLHOR.

BIBLIOGRAPHIE

- CURRAH, L.; PROCTOR, F. J., 1990. *Onions in tropical region*. UK, Natural Resources Institute, Bull. n° 35, 232 p.
- DAVID, O., 1993. *Les circuits de l'oignon en Afrique de l'Ouest*. Paris, France, Université Paris-VII, CIRAD, DEA de géographie 'Connaissance des tiers mondes', 66 p.
- DE BON, H., 1993. *Commercialisation, culture et multiplication de l'oignon en Afrique soudano-sahélienne*. FAO-GCP/RAF/244 /BEL, 88 p.
- EYMARD-DUVERNAY, 1995. *La négociation de la qualité*. In: *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris, France, Nicolas F, Valceschini E (Eds), INRA, Economica, 39-50 p.
- GOMEZ, P. Y., 1994. *Qualité et théorie des conventions*. Paris, France, Economica, 270 p.
- GRIFFON, M., 1990. *Economie des filières en régions chaudes: formation des prix et échanges agricoles*. In: *Actes du X^e séminaire d'économie et de sociologie*. Montpellier, France, CIRAD, 887 p.
- NICOLAS, G., 1972. *Processus d'approvisionnement vivrier d'une ville de savane: Maradi (Niger)*. In: *Dix études sur l'approvisionnement des villes*. Bordeaux, France, Vennetier P, Ceget, CNRS, Travaux et documents de géographie tropicale n° 7, p 163-190 .
- STEENKAMP, J. B., 1989. *Product quality*. Assen/Maastricht, the Netherlands, Van Gorcum, 273 p.

Article extrait de « *Fruits* », 1996, vol. 51, p 347-358

©Elsevier, Paris





RADHORT