

**Assistance technique pour la mise en œuvre d'activités
de diversification de l'agriculture et d'accès au financement rural
dans le cadre du Projet de Développement Agricole (AD-10)**

Étude de marché de l'oignon produit dans la vallée du Sourou

Version finale

Décembre 2010



Sommaire

Résumé	5
Objectif de l'étude	7
1. Le marché national du produit	8
1.1. L'offre et la demande au niveau nationale	8
1.1.1. L'offre d'oignon bulbe au niveau national	8
1.1.2. La demande de l'oignon bulbe au niveau national	8
1.2. Les importations et exportations	9
1.2.1. Les importations	9
1.2.2. Les exportations	11
1.3. Les perspectives de marché nationales, régionales et internationales	13
2. La production d'oignon dans la vallée du Sourou (zones d'intervention du Projet AD10)	15
2.1. Les quantités produites	15
2.1.1. Les quantités annuelles produites au Sourou	15
2.1.2. Les quantités produites dans d'autres régions du Burkina Faso	16
2.2. Les surfaces affectées	17
2.3. Les surfaces moyennes exploitées par producteur.	19
2.4. La démarche qualité par les producteurs	19
2.5. Le cout de revient du producteur, les rendements (fourchette)	22
2.6. Les variétés et les avantages comparatifs	25
2.7. Les contraintes au niveau des producteurs	25
2.8. Les perspectives en terme d'amélioration des quantités produites dans le cadre de AD 10	27
2.9. Conclusions	28
3. L'autoconsommation, le stockage et la transformation de l'oignon aux Sourou	29
3.1. L'importance de l'autoconsommation chez les producteurs	29
3.2. Le stockage post récolte et la qualité de la conservation dans la vallée du Sourou	29
3.3. L'importance de la transformation locale de l'oignon au Sourou par les femmes	32
3.4. Le type de relation entre producteur et transformateurs	33
3.5. Les infrastructures et les équipements de transformation	33
3.6. Les contraintes dans le stockage et dans la transformation	33
3.7. Les perspectives en termes d'amélioration de la qualité du stockage et de la transformation dans le cadre de AD 10	33
4. L'écoulement de l'oignon vers les principaux marchés	35
4.1. Les catégories d'acheteurs à partir de la vallée du Sourou	35
4.2. L'offre commerciale	36
4.3. Les types de logistique utilisée pour la commercialisation de l'oignon bulbe	36
4.4. Les systèmes de collecte pratiqués par les acheteurs	36
4.5. Les volumes écoulés	37
4.6. Les Circuits de distribution	39
4.7. Les commerçants concernés et les volumes	40
4.8. Les prix d'achat et de vente	40
4.9. La relations Qualité / Prix	41
4.10. Les contraintes dans l'écoulement de la production	43
4.11. Les perspectives en termes d'amélioration de la qualité et des volumes dans l'écoulement du produit dans le cadre de AD-10	43
5. Les pratiques commerciales	44
5.1. Termes de vente et paiement communs	44
5.2. Les relations sociales entre les maillons de la chaine	44
5.3. Le système d'information commerciale pratique	45
5.4. Le contrôle financier et l'influence économique des commerçants sur les producteurs	45

5.5.	Les barrières diverses à l'entrée de nouveaux fournisseurs	45
5.6.	Les contraintes	46
5.7.	Les perspectives et les mesures d'accompagnement en vue de l'amélioration des pratiques par le projet AD 10	46
6.	<i>La logistique de la distribution par les Intermédiaires et le transport de l'oignon</i>	47
6.1.	L'accès au transport	47
6.2.	Les frais de transport	47
6.3.	Tracasseries, impôts, taxes, permis	50
6.4.	Le type de conditionnement offert	51
6.5.	Les pertes dues au transport	51
6.6.	Les contraintes	51
6.7.	Les perspectives en terme d'organisation du transport	52
7.	<i>Transformation / Conditionnement hors Zone de Production</i>	53
8.	<i>La commercialisation Finale</i>	53
8.1.	Les principaux débouchés nationaux et régionaux	53
8.2.	Les volumes commercialisés par type de débouché	53
8.3.	La part de marché des principaux fournisseurs	54
8.4.	Les mercuriales de prix et la saisonnalité	55
8.5.	Les aspects qualité des produits commercialisés	56
8.6.	Aspects règlementaires	56
8.7.	Les contraintes	62
8.8.	Les perspectives en termes de commercialisation finale	63
9.	<i>Conclusions et Synthèse</i>	64
9.1.	Les forces, faiblesses, opportunités, menaces	64
9.2.	Composition de la chaîne de valeur	67
9.3.	Estimations de l'évolution future du marché du produit	68
9.4.	Impact sur le marché des volumes supplémentaires provenant des zones d'intervention	68
10.	<i>Recommandations</i>	69
10.1.	Axes de Stratégie de Commercialisation à mettre en œuvre	69
10.2.	Mesures d'accompagnement pour les bonnes pratiques de production, de stockage, de distribution	70
10.3.	Mesures d'accompagnement requises pour le système de commercialisation proposé	70
	<i>Annexe 1 : liste des commerçants enquêtés</i>	71
	<i>Annexe 2 : document de transport de l'oignon dans la zone UEMOA (ORO/AOC)</i>	73
	<i>Annexe 3 : listes des principaux grossistes au Burkina</i>	75
	<i>Annexe 4 : Liste des commerçants d'oignon intervenants en cote d'ivoire par zone</i>	77
	<i>Annexe 5 : liste des responsables des organisations de commerçants grossistes d'oignon au Ghana</i>	78
	<i>Annexe 6 : Liste des commerçants importateurs responsables des principaux marché d'oignon du Togo (Lomé)</i>	79

Tableaux

Tableau 1: périodicité des approvisionnements en oignon par pays de provenance pour satisfaire la demande intérieure (enquêtes auprès des 4 principaux grossistes de Ouagadougou)	9
Tableau 2: Exportations de l'oignon du Burkina Faso par les principaux membres d'AEFOB entre novembre 2009 et juin 2010	12
Tableau 3: les besoins de consommation de la Côte d'Ivoire, du Ghana et du Benin en 2008	14
Tableau 4: Taux de récolte par période	15
Tableau 5: Les types d'organisations paysannes évoluant sur les périmètres aménagés de la vallée	18
Tableau 6: normes de qualité de l'oignon bulbe	20
Tableau 7: Taux de perte de la récolte (au cas où la récolte et la commercialisation sont directes avec absence de stockage)	22
Tableau 8 : Compte d'exploitation prévisionnel pour la production d'un hectare d'oignon selon AMVS	23
Tableau 9 : Compte d'exploitation pour 1 ha d'oignon d'un producteur moyen (M. NIAPA Oumar, Campagne 2009/2010 Sourou)	24
Tableau 10 : Evolution des approvisionnements du Sourou vers la Côte d'Ivoire et le Ghana 2009/2010	37
Tableau 11: Evolution des approvisionnements de Koudougou vers la Côte d'Ivoire 2009/2010	38
Tableau 12 : Evolution des approvisionnements de Béguédo vers le Ghana 2009/2010	38
Tableau 13: les zones d'approvisionnement de quelques commerçants	40
Tableau 14: les facteurs d'influence du comportement des acheteurs	41
Tableau 14: Les Coûts d'approche de la zone de Sourou à Ouagadougou	47
Tableau 16 : Coût d'approche du commerçant grossiste à travers la voie ferroviaire de l'oignon du Sourou (Nature des sacs : sacs d'oignon de 120 Kg conditionnés en sacs en jute et sacs d'oignon de 25 Kg conditionnés en filet).	49
Tableau 17 : Coûts d'approche pour les marchés ivoirien et ghanéen	50
Tableau 18: Estimation de l'offre d'oignon pendant la campagne 2007/2008 de 14 coopératives de production	55
Tableau 19 : Forces et faiblesses de la commercialisation de l'oignon du Sourou	64
Tableau 20: Opportunités et menaces de la commercialisation de l'oignon du Sourou	66

Figures

Figure 1: Carte des provinces de forte production d'oignon au Burkina Faso	8
Figure 2: Part des zones de forte production d'oignon bulbe dans la production totale provenant de ces zones	16
Figure 3: Circuit de distribution de l'oignon	39
Figure 4 : Composition de la chaîne de valeur	67

Graphiques

Graphique 1: tendance des exportations par les acteurs nationaux 2005-2009	12
Graphique 2: Volumes de la production d'oignon bulbe de 2005 à 2009 dans la vallée du Sourou	15
Graphique 3: Evolution du taux d'utilisation des aménagements de 2005 à 2009	27
Graphique 4: Evolution des exportations de l'oignon (en tonnes) de la vallée du Sourou vers le Ghana	54
Graphique 5 : Evolution du prix moyen des sacs de 100 kg en provenance du Sourou	55

Résumé

- Le Burkina Faso occupe une place de choix dans l'exportation de l'oignon à travers son offre qui croît de façon continue au cours de ces dernières années ; l'offre domestique d'oignon bulbe est passée de 29 586 tonnes d'oignon bulbe en 2001/2002 à 54 959 tonnes en 2004/2005 et de 75 000 tonnes en 2007/2008 ;
- L'offre d'oignon du Burkina Faso est essentiellement concentrée dans les zones de forte production que sont les provinces du Sourou, du Sanguié, du Yatenga, du Passoré, du Bam, et du Boulgou ;
- Dans le contexte de la vallée du Sourou, la plaine aménagée compte 3 818 ha et est en grande partie utilisée pour la production de l'oignon bulbe soit 42% des superficies. L'une des principales sources de motivation pour la production de cette culture, est qu'elle procure une marge commerciale beaucoup plus importante aux producteurs que la culture du riz ;
- Cette production souffre de difficultés majeures : des problèmes liés à la qualité des semences et de qualité de la production, de stockage post récolte, de commercialisation ;
- L'importance de la production de l'oignon bulbe s'est accrue au cours des dernières années dans la vallée du Sourou. On peut noter que de 2006 à 2008, les coopératives et groupements de producteurs ont évolué en nombre dans la vallée du Sourou passant de quatre (4) coopératives en 2006 à quatorze (14) coopératives et groupements en 2008. De même, la production s'est accrue de 2 000 tonnes à 16 220 tonnes seulement en l'espace de deux campagnes (2006/2007 et 2007/2008) ;
- Mais cette tendance est à la baisse depuis 2009 compte tenu du niveau insuffisant des financements de la production ;
- La demande de l'oignon est constituée de la demande intérieure (consommation des ménages) et de la demande étrangère venant essentiellement des pays de la sous-région que sont le Ghana, la Côte d'Ivoire, le Togo et le Bénin. En 2002 le Burkina Faso a enregistré un déficit intérieur de 785 tonnes mais depuis lors la situation s'est améliorée avec un accroissement de l'offre de 54 959 tonnes en 2005/2006 et de 75 000 tonnes en 2007/2008 ;
- Le marché burkinabè d'oignon est caractérisé par la présence de trois (3) types d'agents économiques que sont les grossistes, les semi-grossistes détaillants et les collecteurs. Les grossistes assurent l'approvisionnement des grands centres urbains et l'exportation dans la sous région, les semi-grossistes détaillants assurent l'approvisionnement du marché intérieur et les collecteurs qui sont liés aux grossistes assurent la collecte de l'oignon à travers les principaux marchés suivants : le marché de regroupement de Réo ; les marchés de regroupement de Ouahigouya, de Yako et de la vallée du Sourou et les marchés de regroupement de Kongoussi et de Béguédo ;
- Malgré la forte capacité de production du Burkina Faso, le pays est obligé à certaines périodes de l'année (Mai à Décembre) de compléter ses besoins à travers des importations en provenance de certains pays comme le Niger, la Hollande et l'Égypte ;
- Malgré l'accroissement de la demande, le maillon transformation de l'oignon est quasi inexistant, bien que de nombreux acteurs manifestent leur volonté de prendre en compte ce volet.

- L'offre et la demande de l'oignon sont fonction de plusieurs facteurs tels que la qualité de l'oignon à la récolte, la variété, la taille, la période de récolte, la distance géographique et l'accessibilité des zones de production, la qualité de la conservation et la concurrence des autres pays producteurs ;
- On note une faiblesse au niveau des acteurs en matière de prise en compte d'une démarche qualité qui partirait du stade de la production de semence jusqu'au stade de la commercialisation du produit final. Les approches actuelles et les tentatives d'amélioration de la notion de qualité dans la chaîne de valeur de l'oignon restent limitées.
- L'oignon bulbe produite au Sourou rencontre quelques problèmes de commercialisation mais aussi de nombreuses opportunités auxquelles des stratégies de mise en marché d'une production supplémentaire de qualité dans la vallée du Sourou ont été proposées et ainsi que des axes stratégiques.

Objectif de l'étude

La présente étude rentre dans le cadre du mandat accordé par AECOM au cabinet Yirvouya pour la conduite d'une étude de marché de l'oignon bulbe variété « violet de Galmi » centrée sur la production de la province du Sourou. Cette étude vise à vérifier l'opportunité d'une mise en marché de la production supplémentaire d'oignon bulbe dans les zones de production, prévu dans le Plan Stratégique du Projet AD-10.

Les objectifs de l'étude sont :

- Définir le contexte général du marché national de l'oignon, y compris l'offre, la demande, les importations et les exportations,
- Préciser le contexte actuel de l'offre de l'oignon provenant des zones d'intervention du projet, ainsi que les circuits de collecte et de distribution au niveau national et régional,
- Connaître les acheteurs directs, leurs modes d'approvisionnement et leurs capacités d'achat et de stockage,
- Définir les principaux déterminants du marché pour l'achat de l'oignon (qualité, périodes, modalités des achats, la qualité recommandée),
- Étudier les relations commerciales entre les différents acteurs de la chaîne de valeur et leur évolution sur les marchés,
- Évaluer les tendances du marché et la demande potentielle à quantifier, ainsi que les aspects de la qualité
- Identifier les axes de la stratégie de mise en marché de la production supplémentaire de l'oignon dans la vallée du Sourou.

Le présent rapport se centre sur les suivants aspects du marché de l'oignon bulbe:

- Le marché national de l'oignon bulbe
- La production dans la zone d'Intervention du projet AD10
- L'autoconsommation, le stockage et la transformation aux sites de production
- L'écoulement des produits vers les marchés principaux
- Les pratiques commerciales aux marchés
- La logistique de la distribution par les intermédiaires
- La transformation / conditionnement hors zone de production
- La commercialisation finale
- Les conclusions et synthèse sur l'opportunité de mise en marché d'une production supplémentaire émanant des zones d'Intervention
- Les recommandations pour la mise en œuvre d'une stratégie de commercialisation des volumes supplémentaires.

Les études sont élaborées suivant l'approche de chaînes de valeur, méthode d'analyse qui considère tous les différents facteurs et acteurs qui participent à la production d'un produit particulier et qui permet d'identifier des goulots d'étranglement qui contraignent le développement de la filière. En fonction de son analyse, l'approche permet d'identifier avec précision les interventions les plus efficaces pour une mise en marché à la fois profitable et soutenable pour les différents intervenants de la chaîne, y compris les producteurs.

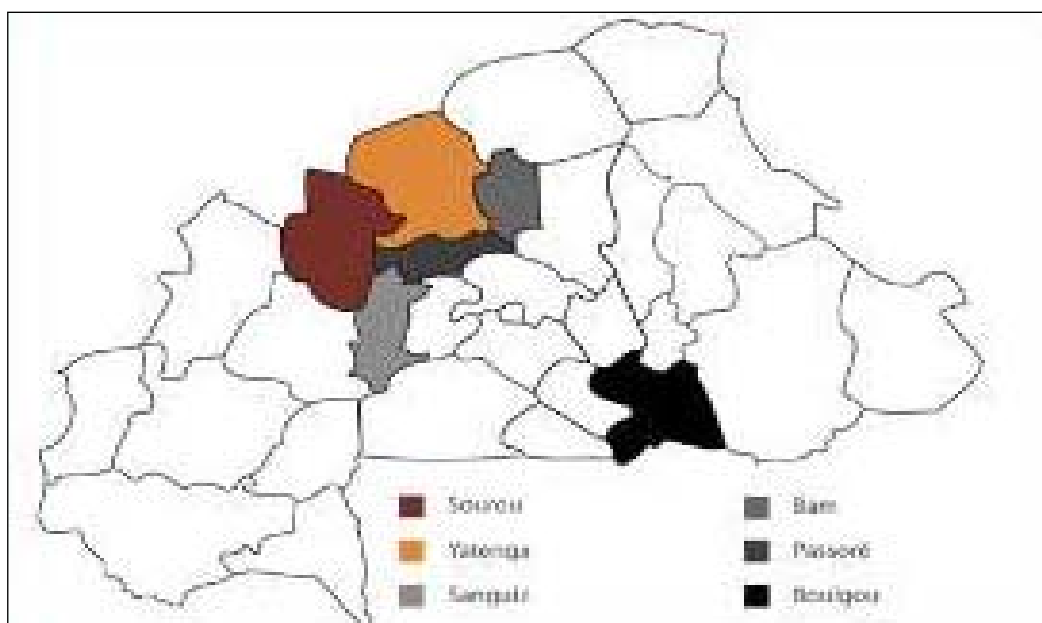
1. Le marché national du produit

1.1. L'offre et la demande au niveau nationale

1.1.1. L'offre d'oignon bulbe au niveau national

L'offre d'oignon bulbe Burkinabè a évolué et s'est accrue au cours des dernières années et le Burkina Faso occupe de plus en plus une place importante parmi les pays d'exportation de la sous-région. Selon les sources statistiques de la DGSA (Direction Générale des Statistiques Agricoles), l'offre domestique d'oignon est passée de 29 586 tonnes d'oignon bulbe en 2001/2002 à 54 959 tonnes en 2004/2005. Les principales variétés offertes sur les marchés de consommation sont le «violet de Galmi » et le «Rouge de Galmi ». Toutes les zones agricoles produisent de l'oignon à des échelles différentes, mais on peut considérer les provinces du Sourou, du Sanguié, du Yatenga, du Passoré, du Bam et du Boulgou comme étant les zones de forte production selon une étude menée par ATP/USAID (ATP/USAID décembre 2008). La carte ci-après présente les provinces de forte production d'oignon au Burkina Faso.

Figure 1: Carte des provinces de forte production d'oignon au Burkina Faso



Sources : ATP/USAID, décembre 2008

1.1.2. La demande de l'oignon bulbe au niveau national

L'oignon est essentiellement consommé à travers la préparation des mets. Les principaux consommateurs finaux sont principalement les ménages et les restaurants des centres urbains et de façon marginale des zones rurales. Le marché national des produits maraichers est en partie alimenté par la production locale qui se concentre en général pendant la saison sèche (de décembre à juin) et aussi par les importations en provenance d'autres pays producteurs (Niger, Hollande, Egypte etc.) sur la période de juin à décembre.

Selon les études du projet Agribusiness and Trade Promotion (ATP/USAID, 2010), la part de la consommation nationale sur l'ensemble de la production burkinabè représente environ 10%, et le reste étant destiné à l'exportation. Mais cette part de consommation est beaucoup plus importante

selon de nombreux commerçants spécialisés dans la distribution de l'oignon. L'encadré ci-après illustre la situation d'un gros distributeur d'oignon dans la ville de Ouagadougou et donne la part de ces approvisionnements destinés au marché intérieur.

Encadré 1: part de l'oignon vendu au niveau national. Cas de Mme Zoma Hélène présidente de l'AEFOB (Association des Exportateurs de la Filière Oignon du Burkina Faso)

Je m'approvisionne en oignon en période de forte vente dans des camions dont la capacité varie entre 350 sacs et 400 sacs. Ca peut valoir 5 à 6 camions par mois et le nombre de sacs destinés à la vente intérieure est d'environ 100 sacs par camion. Alors qu'en période de faible vente, je m'approvisionne entre 350 et 400 sacs par mois, je ne vends qu'en moyenne 50 sacs sur le marché intérieur.

Source : Enquête Yirvouya, juillet 2010

L'encadré 1 indique qu'elle vend en moyenne 28% de ses approvisionnements en oignon bulbe sur le marché intérieur pendant les périodes de fortes demandes, et 14 % en moyenne pendant les périodes de faibles demandes. Ce qui indique que la capacité du marché intérieur reste importante mais reste inférieur au marché d'exportation.

1.2. Les importations et exportations

1.2.1. Les importations

Malgré la capacité de production du Burkina Faso, ces dernières années, la consommation nationale doit compléter ses besoins à travers des importations en provenance de certains pays dont principalement le Niger, la Hollande et l'Égypte. La période d'importation se situe entre juin et décembre de chaque année. Le tableau 1 ci-après illustre la périodicité des approvisionnements et les pays de provenance de l'oignon pour satisfaire la demande intérieure pour quatre principaux gros acheteurs d'oignon : Mme Hélène Zoma (marché d'oignon de Laarlé), Sana Ablassé (marché d'oignon de la cité an III), Kouama Thérèse (marché de Laarlé) et Sana Souleymane (marché d'oignon de an II).

Tableau 1: périodicité des approvisionnements en oignon par pays de provenance pour satisfaire la demande intérieure (enquêtes auprès des 4 principaux grossistes de Ouagadougou)

	Janv	Fev	Mars	Avr	Mai	juin	juillet	Aout	Sept	Oct	Nov	Déc
Burkina Faso												
Niger												
Hollande												
Egypte												

Source: Yirvouya, juillet 2010.

Le tableau 1 indique l'existence de quatre (4) grandes sources d'approvisionnement en oignon des commerçants burkinabè à savoir : les zones de production intérieure, le Niger, la Hollande et de l'Égypte. Au cours des enquêtes, il ressort que la production domestique pour le marché intérieur va de décembre à juin, ce qui entraîne des importations complémentaires pour les autres périodes de l'année de la part des grossistes. Ces importations sont destinées à satisfaire les demandes complémentaires du marché national. Mais il convient de noter qu'une partie des importations en provenance du Niger est réexportée vers la Côte d'Ivoire.

L'encadré 2 ci-après illustre les conditions de recherche des sources d'approvisionnement par les grossistes d'oignon du Burkina Faso.

Encadré 2: sources d'approvisionnement d'un exportateur (Extrait de l'entretien réalisé avec Madame Hélène Zoma/juillet 2010)

Je collecte mes oignons à partir de la Hollande, du Niger, d'Egypte et du Burkina Faso. Au Burkina Faso, je m'approvisionne à partir du Sourou, de Ouahigouya, de Koudougou, de Tenado, de Kongoussi, de Yalgo, de Manga et de Kaya. En cas de rareté je m'approvisionne pendant la période de septembre à décembre à partir de la Hollande et du Niger. Mais l'oignon est plus cher au Niger. Au Burkina Faso l'approvisionnement se fait du début décembre jusqu'en juin. Je reprends encore l'approvisionnement à partir du Niger de juin à Août.

Les importations en provenance de la Hollande pour le marché intérieur

Les statistiques commerciales d'Eurostat (Eurostat 2009) indiquent que l'évolution des importations de l'oignon bulbe en provenance de la Hollande augmente de manière croissante. Soit 8 tonnes d'oignon en 2007 ; 71 tonnes en 2008 et 397 tonnes en 2009. Le taux d'accroissement des importations est de 459,15 % en 2009 par rapport à 2008.

On peut noter que la part de l'oignon de la Hollande dans la consommation intérieure du Burkina Faso prend de plus en plus de l'importance entraînant une dépendance de plus en plus accrue par rapport aux sources d'approvisionnement extérieures surtout durant la période allant de septembre à décembre.

Les importations en provenance du Niger et de l'Égypte pour le marché intérieur

- **Par rapport au Niger : Les opérateurs burkinabè** importent l'oignon du Niger et une grande partie est réexportée sur la Côte d'Ivoire et le Ghana pendant la période où l'offre intérieure devient très faible. Selon les principaux grossistes d'oignon burkinabè, cette période va de juin à décembre. Malgré les quantités importantes importées, l'absence de données statistiques précises ne permet pas d'illustrer les tendances actuelles.
- **Par rapport à l'Égypte : Selon plusieurs opérateurs** économiques, l'importation de l'oignon égyptien est très récente (début 2007), et transite par la Côte d'Ivoire avant de parvenir au Burkina Faso. Les périodes d'importation vont de septembre à décembre.

De façon générale, les importations d'oignon sur le marché intérieur burkinabè interviennent entre les mois de juin à décembre et coïncident avec les périodes où la production intérieure est quasi inexistante. Sur le plan économique, le manque à gagner est énorme pour la chaîne de valeur au plan intérieur et pose le défi de l'introduction de la production de l'oignon au Burkina Faso au cours de ces périodes.

- Sur le plan macro économique, ce que le Burkina Faso enregistre en termes de gains à travers ses exportations est en partie annulé à travers ces importations,
- Sur le plan local (dans les régions et provinces), les zones de production d'oignon deviennent au cours de ces périodes, des marchés de consommation de l'oignon importé,
- Et sur le plan micro économique, seuls les grossistes profitent de ces opportunités commerciales et les consommateurs cultivent la tendance à porter de manière structurelle leur choix sur l'oignon importé qui est le plus souvent de meilleure qualité.

1.2.2. Les exportations

Les principaux pays destinataires des exportations de l'oignon sont la Côte d'Ivoire, le Togo, le Ghana et le Bénin. Tout comme au Burkina Faso, dans tous ces pays (Côte d'Ivoire, Togo, Benin et Ghana), une grande partie de l'oignon est consommée à travers la préparation des mets par les ménages, les restaurants et autres structures de préparations alimentaires. Une infime partie rentre dans la transformation agroalimentaire. Les produits de substitution à l'oignon bulbe sont l'oignon séché et l'oignon feuille qui remplacent la consommation de l'oignon bulbe pendant les périodes de rareté.

Le profil du marché ivoirien

La Côte d'Ivoire dispose d'une production nationale qui était estimée à plus de 25 000 tonnes en 2002/2003 (ANADER, 2003) alors que sa consommation nationale est de l'ordre de 56 000 tonnes (FAO, 2002). Le déficit, qui était de l'ordre de 31 000 tonnes était comblé par les importations en provenance des pays de l'Afrique de l'Ouest (Niger et Burkina Faso principalement), de l'Afrique du Nord (l'Egypte) et des pays de l'Union Européenne (Hollande, Belgique et France), etc. En somme, le total des importations ivoiriennes s'élevait à plus de 41 532 tonnes en 2000 (Bulletin Statistique de L'UEMOA et de la FAO, 2000).

Le marché est caractérisé par l'existence de nombreux acteurs commerciaux dont les plus importants sont les sociétés d'importation, les coopératives des femmes commerçantes d'oignon (COCO-OIGNON, COCO-VICO et COCO-PROVI installés à Adjamé / Abidjan) et de nombreux petits commerçants détaillants. La plupart d'entre eux dispose de moyens de stockage, de transport et de distribution. Ils sont beaucoup plus professionnalisés dans le secteur du commerce de l'oignon. La contribution du Burkina Faso et du Niger dans la demande ivoirienne était estimée à 21 762 tonnes en 2000 et cette contribution n'a cessé de croître au fil des années.

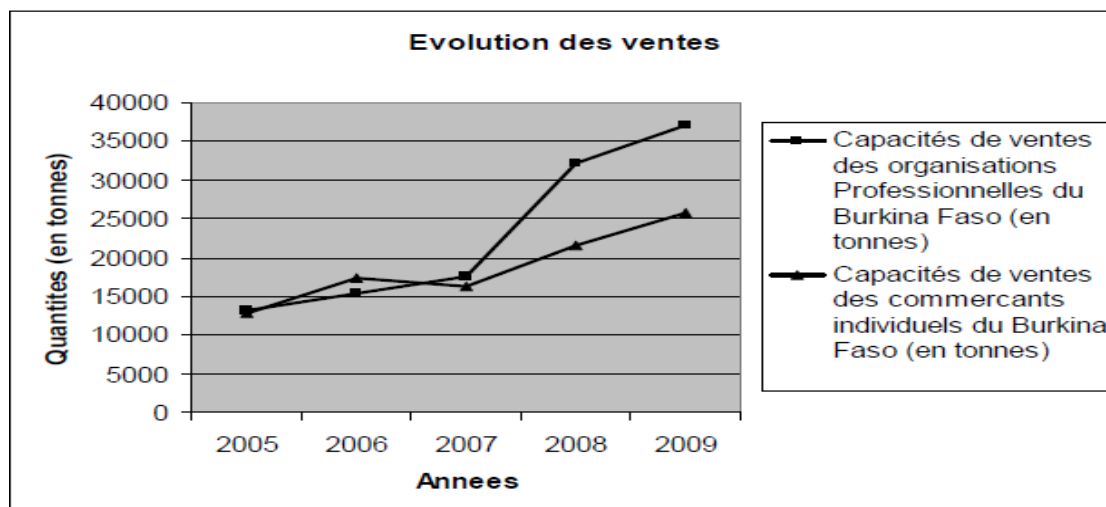
Le profil du marché ghanéen

Le Ghana disposait d'une production intérieure estimée à environ 29 300 tonnes en 2003 (Bulletin Statistique FAO, 2003). Pour combler sa demande intérieure, elle assure des importations complémentaires auprès du Niger, du Mali, du Burkina Faso, du Nigeria et des pays européens tel que la Hollande. Le marché ghanéen est caractérisé par l'existence de nombreux acteurs commerciaux importateurs dont les plus importants sont les sociétés d'importation, les coopératives de commercialisation d'oignon telles que la « ONION Sellers Coopératives Societies (AOSCS) » à Accra et le « Ghana Agricultural Producers and Trade Organization (GAPTO) » à Accra et à Kumasi, ainsi que de nombreux commerçants individuels.

La consommation intérieure était de l'ordre de 37 773 tonnes 2002 pour un besoin d'importation d'environ 10 473 tonnes pour la même période. Ses besoins d'importation n'ont cessé d'évoluer de manière croissante et depuis 2006, les importateurs ghanéens assurent de plus en plus leur approvisionnement auprès des producteurs burkinabè. Il faudrait noter que cette opportunité a été créée et encouragée par l'Office National du Commerce Extérieur (ONAC) du Burkina Faso qui a suscité la mise en relations commerciales entre producteurs burkinabè notamment de la vallée du Sourou (SOCAMAD, GPTONI, SOGCAM) et importateurs ghanéens en 2006.

Le graphique 1 ci après présente l'évolution générale des exportations des commerçants burkinabè sur le marché de la sous région.

Graphique 1: tendance des exportations par les acteurs nationaux 2005-2009



Sources : Yirvouya, 2008.

On note un dynamisme dans les exportations qui se traduit par une croissance importante et régulière des ventes depuis 2007.

Dans le cadre de la présente étude, on peut noter que cette tendance se confirme au vue de l'importance des volumes exportés en 2009/2010 par les membres de l'AEFOB (Association des Exportateurs de la Filière Oignon du Burkina Faso). Le tableau 2 ci-après présente les quantités d'oignon exportées par 18 gros commerçants membres de l'AEFOB.

Tableau 2: Exportations de l'oignon du Burkina Faso par les principaux membres d'AEFOB entre novembre 2009 et juin 2010

Nom et Prénoms	Nombre de sacs vendus	Poids des sacs en kilo	Poids total en tonnes
DAMIBA Hélène	37 733	120	4 527,96
SANA Souleymane	28 915	120	3 469,8
BELEM Carine	18990	120	2 278,8
NANA Fati	19500	120	2 340
GUELA Habibou	12350	120	1 482
OUEDRAOGO Rasmata	5350	120	642
OUEDRAOGO Fati	8900	120	1 068
SANNE Ablassé	4500	120	540
OUEDROGO Kassoum	29150	120	3 498
KANAZOE Mahamadi	5300	120	636
KOAMA Thérèse	10253	120	1 230,36
NANA Bibata	25251	120	3 030,12
BONKOUNGOU Bintou	2000	120	240
NANA Awa	3440	120	412,8
OUEDRAOGO Salamata	3240	120	388,8
TIENDREBEOGO Honorine	500	120	60

ZOUNDI Zenabo	6350	120	762
ZAMPALIGRE Kadi	19343	120	2 321,16
TOTAL	241 065		28 927,8

Sources: Yirvouya, juillet 2010

On peut noter que le volume total des exportations réalisées par les 18 principaux grossistes est d'environ 28 928 tonnes. La moyenne est de 1 607 tonnes par grossiste avec des pics se situant entre 2 000 à 4 500 tonnes pour certains gros exportateurs.

Le Burkina présente un paradoxe dans la production de l'oignon du fait qu'il est excédentaire et en même temps déficitaire sur la même période de l'année. Ceci indique que les gains obtenus à travers les exportations sont annulés par les importations. Cela pose le problème de choix en matière d'orientation et on devrait pouvoir clairement définir est ce que le Burkina devra produire en priorité pour la consommation intérieure auquel cas des dispositions sont prises pour assurer une production locale en toute période de l'année destinée à la consommation et à la transformation, ou bien le Burkina doit produire pour exporter vers les autres pays ce qui implique aussi une autosuffisance sur le marché intérieur de manière à limiter les besoins d'importation afin de protéger les gains obtenus à travers les exportations. Toutefois, au regard de l'importance des importations par rapport aux exportations, on peut dire que le potentiel de consommation existe sur le marché intérieur et aussi sur le marché des pays de la sous région.

1.3. Les perspectives de marché nationales et régionales

Le recours aux importations d'oignon en provenance de la Hollande, du Niger et de l'Egypte sur une grande partie de l'année (Juin à Décembre) pour couvrir les besoins de consommation du marché intérieur indique le fait que toute la production est concentrée sur une période assez courte (Janvier Mai). Cela pourrait constituer une perspective d'accroissement et d'étalement de la production locale. La promotion de la production locale sur le marché intérieur et à certaines périodes de l'année pourrait permettre de limiter les importations qui ne cessent de prendre de l'ampleur. A titre d'exemple, en 2009 les importations d'oignon en provenance de la Hollande s'élevaient à 71 tonnes en 2008 et à 397 tonnes en 2009, ce qui indique une évolution croissante des importations d'oignon en provenance de ce pays. Tout surplus de production bénéficie d'un marché potentiel au niveau des pays d'importations où les volumes commercialisés sont de plus en plus importants.

Les principaux pays d'exportation pour le Burkina Faso sont : la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Togo et le Bénin. Selon une étude du projet Agrobusiness and Trade Promotion (ATP/USAID, évaluation sous régionale de la chaîne de valeur oignon/échalote en Afrique de l'Ouest, déc. 2008), le Niger et le Burkina Faso constituent les principaux pays exportateurs de l'oignon vers les pays de la sous région. Ainsi, les importations desdits pays de la sous-région constituent une demande potentielle pour les pays exportateurs. Le tableau 3 ci-après donne l'évaluation des besoins de consommation de la Côte d'Ivoire, du Ghana et du Bénin en 2008.

Tableau 3: les besoins de consommation de la Côte d'Ivoire, du Ghana et du Benin en 2008

Pays	Consommation par habitant (gramme/habitant/jour)	Consommation annuelle en tonnes	Production annuelle en tonnes	Variations (Production annuelle – consommation annuelle) en tonne
Côte d'Ivoire	2,74	30 071	N/A	N/A
Ghana	5,48	53 663	38 500	(-) 15 163
Benin	5,48	17 089	17 987	898
Total	-	100 823	-	-

Sources: FAO, STAT 2008

Bien que les données statistiques pour la Côte d'Ivoire fassent défaut en terme de production et de potentielle d'importation, ce pays reste tributaire des importations en provenance des pays excédentaires tels que le Burkina Faso. Pour le Ghana, les besoins d'importations sont estimés en 2008 à environ 15 163 tonnes. Le Benin reste faiblement excédentaire de 898 tonnes d'oignon, mais cet excédent ne garantit pas une autosuffisance de la consommation en toute saison.

Sur le plan des importations en provenance de la Hollande, en 2009, les données commerciales de Eurostat (David Uvanovic, Hub Rural, rapport sur les exportations d'oignon hollandais vers l'Afrique de l'ouest, 2009), donnait les indications suivantes :

- Les importations d'oignon par la Côte d'Ivoire en provenance de la Hollande : 40 291 tonnes en 2005 ; 24 878 tonnes en 2006 ; 26 387 tonnes en 2007 ; 34 428 tonnes en 2008 ; 64 369 tonnes en 2009. Ce qui a entraîné un taux d'accroissement annuel des importations de l'oignon hollandais de l'ordre de 12% en moyenne et de 60% par rapport à l'année 2005,
- Les importations d'oignon par le Ghana en provenance de la Hollande : 217 tonnes en 2005 ; 218 tonnes en 2006 ; 218 tonnes en 2007, 219 tonnes en 2008 ; 437 tonnes en 2009. Ce qui a entraîné un taux d'accroissement annuel des importations de l'ordre de 19% en moyenne et de 101% par rapport à 2005.

Selon une étude de l'USAID (USAID/Ghana, Market Assessment Of Select Horticultural Commodities, mars 2010), la part de la demande d'importation de l'oignon en provenance du Burkina Faso et du Niger représente 60% du total des importations ghanéenne avec une valeur monétaire d'environ 23 millions de dollars américains. Cela indique la place de plus en plus importante du Burkina Faso et du Niger dans les échanges sous régionaux du secteur de l'oignon.

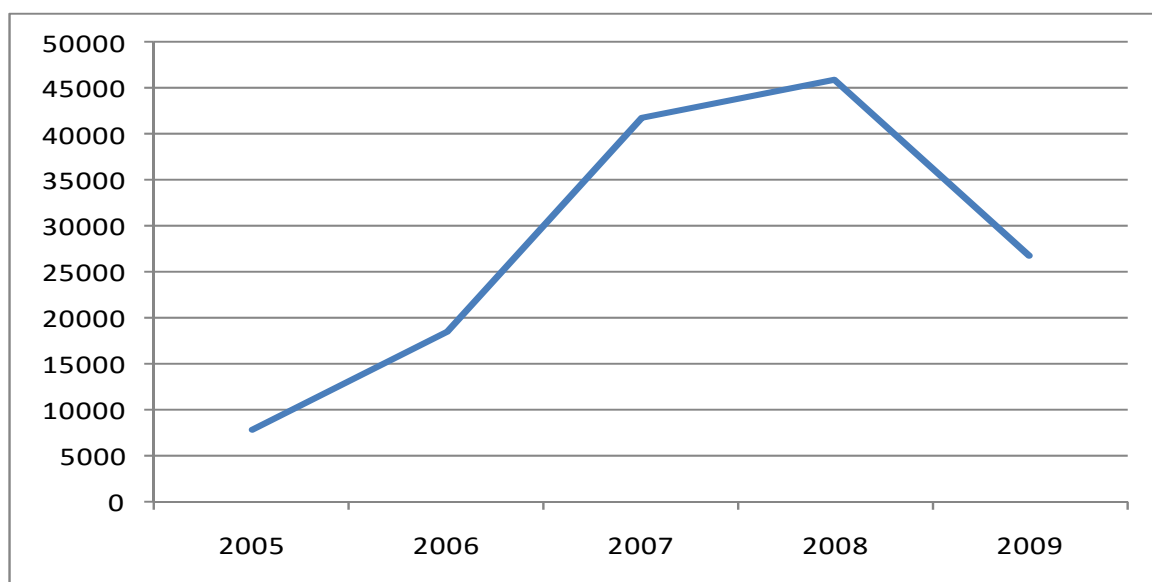
2. La production d'oignon dans la vallée du Sourou (zones d'intervention du Projet AD10)

2.1. Les quantités produites

2.1.1. Les quantités annuelles produites au Sourou

La plaine aménagée de la vallée du Sourou dispose de 3 818 ha aménagés et une grande partie des surfaces est utilisée pour la production de l'oignon bulbe. Environ 16 organisations de producteurs regroupées au sein de l'Union des Producteurs Maraichers (UPROMA) assurent la production depuis 2004 et leur principale motivation est l'accroissement du revenu des membres. Le graphique ci-après indique l'évolution de la production de l'oignon bulbe dans la vallée du Sourou.

Graphique 2: Volumes de la production d'oignon bulbe de 2005 à 2009 dans la vallée du Sourou



Le graphique 2 indique que les années 2006 et 2007 ont connu un niveau d'accroissement très élevé de la production d'oignon dans la vallée du Sourou. Cependant, cette tendance a été marquée par un ralentissement de la production au cours de l'année 2008 et elle est due à l'insuffisance des financements bancaires et aux problèmes de commercialisation. De même, la tendance à la baisse s'est poursuivie en 2009.

La mesure en termes de quantités récoltées par période donne les indications suivantes selon le tableau ci après :

Tableau 4: Taux de récolte par période

Taux de récolte de décembre à mi février de l'année	Taux de récolte mis février à mi avril de l'année	Taux de récolte de mi avril à mai
taux de récolte : 15 à 20%	taux de récolte : 60% à 70%	Taux de récolte : 15 à 20%

Sources : Yirvouya , entretien avec les responsables de SOGCAM – Sourou, juillet 2010

Le taux de récolte par rapport à la production totale est relativement faible entre la période de décembre à mi février parce que cela ne concerne que les producteurs qui ont pu engager de façon précoce la production de l'oignon. Ce sont en général ceux-là qui ont débuté le repiquage entre septembre, octobre et novembre. Ils sont peu nombreux compte tenu des activités des périodes de récoltes des céréales (maïs) qui occupent bon nombre d'entre eux et des difficultés d'accès aux financements. La majorité des producteurs assurent le repiquage de l'oignon entre décembre et janvier et les grandes récoltes se passent entre fin février à mai. La période de fin avril à mai reste également une période de faible récolte compte tenu des conditions de chaleur qui ne sont pas favorables à la production.

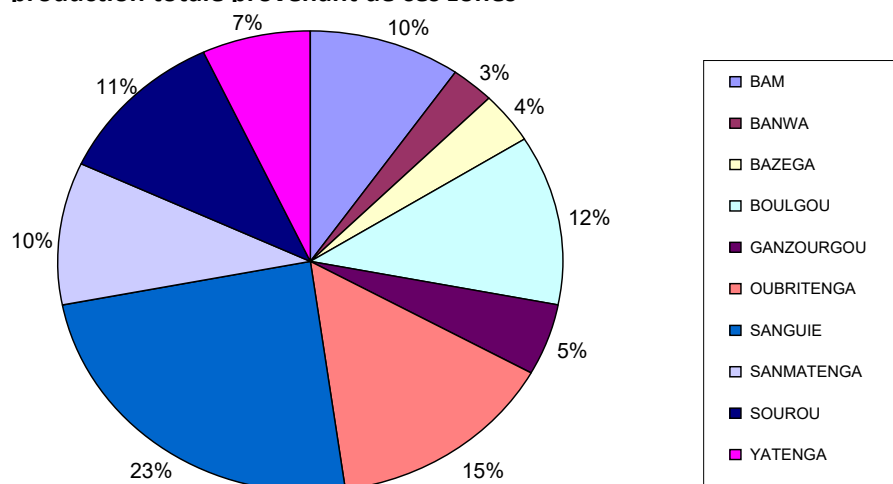
2.1.2. Les quantités produites dans d'autres régions du Burkina Faso

Dans toutes les provinces, l'oignon bulbe est produit principalement en saison sèche. Toutefois, sur l'ensemble des zones de production, il existe des zones de faibles production et des zones de fortes production.

Les zones de forte production

En considérant le seuil de production 1000 tonnes/an comme base minimale à partir de laquelle on peut considérer une zone donnée comme zone de forte production, il ressort des statistiques nationales de 2005 que seulement dix zones sur l'ensemble des quarante cinq zones sont des zones de forte production. Ils assurent 81,42% de la production moyenne nationale. Le graphique ci-dessous illustre la répartition de la production entre les zones de fortes productions.

Figure 2: Part des zones de forte production d'oignon bulbe dans la production totale provenant de ces zones



A travers ce graphique, la part des différentes zones de forte production d'oignon bulbe dans la production totale provenant de ces zones est la suivante : Sanguie (23%), Oubritenga (15%), Boulgou (12%), Sourou (11%), Sanmatenga (10%), Bam (10%), Yatenga (7%), Ganzourgou (5%), Bazega (4%) et Banwa (3%). La zone du Sanguie est leader en termes de production d'oignon bulbes au Burkina. La zone du Sourou arrive en quatrième position après celle d'Oubritenga et du Boulgou. Parmi les principales zones de production, la zone du Banwa occupe la dernière place.

Les zones de faible production

Les trente cinq (35) autres provinces restantes constituent les zones de faibles productions. Leur production annuelle moyenne est inférieure à 1000 tonnes. Elles se répartissent 18,58% de la production nationale soient une moyenne infime par zone de 1%, excepté les provinces du Loroum et du Kadiogo qui se démarquent avec des productions voisines de celle du Banwa (2%).

La promotion de la filière oignon à travers les programmes nationaux

Dans le cadre des choix nationaux des politiques de développement, le gouvernement du Burkina Faso développe des programmes en vue de promouvoir la filière oignon notamment à travers le Programme d'appui aux Filières Agro-Sylvo-Pastoral (PAFASP) et le Projet d'Appui aux Filières Agricoles (PROFIL). Les points de concentration de ces appuis sont entre autres, la zone de production du Sourou. En 2010, une étude diligentée par le Ministère du Commerce, de la Promotion de l'Entreprise et de l'Artisanat a permis d'inscrire la filière oignon comme axe prioritaire dans la stratégie nationale de promotion des exportations du Burkina Faso (Etudes sur la stratégie Nationale de Promotion des Exportations ; MCPEA, 2010). Cette étude indique toute l'importance et la place de la production de l'oignon dans l'économie burkinabè.

2.2. Les surfaces affectées

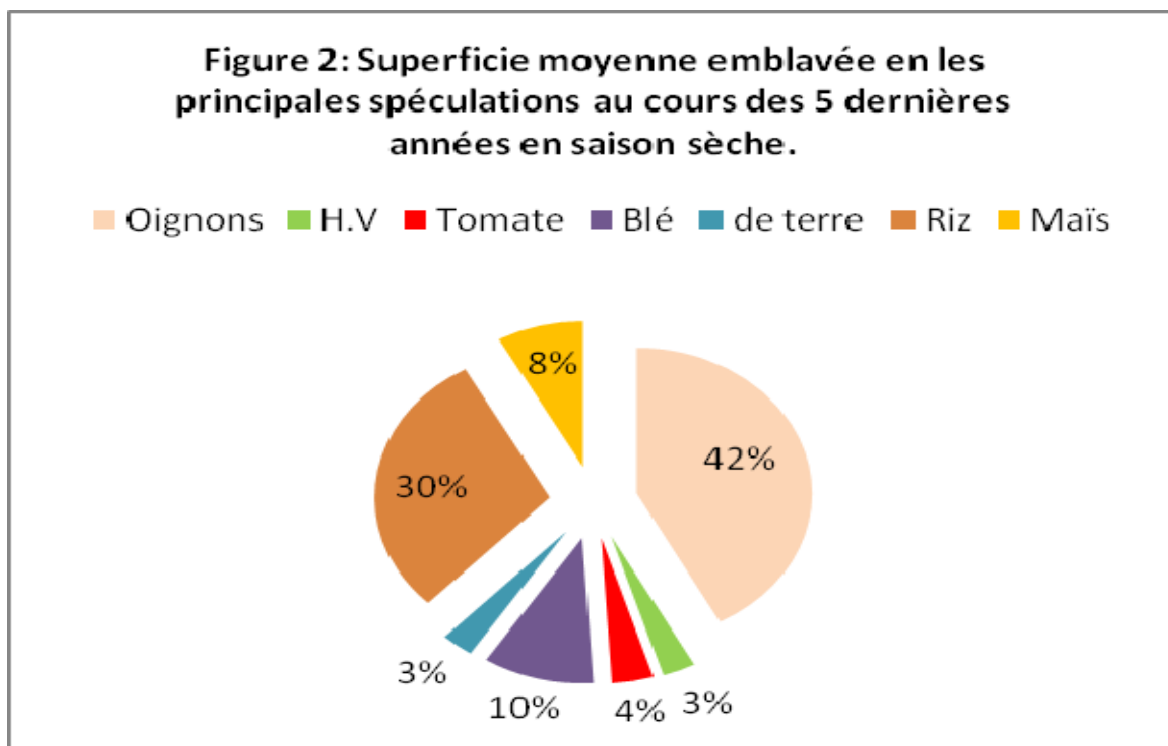
En 2009, l'AMVS dénombrait dans la vallée, onze (11) coopératives agricoles, quatre (04) groupements pré coopératifs, deux (2) unions et trois (3) comités de gestion regroupant 402 exploitants privés aux fortunes diverses (AMVS, rapport 2009). Les surfaces affectées aux producteurs sont destinées à la polyculture. Elles sont destinées à la production du riz, du maïs et au maraichage.

Tableau 5: Les types d'organisations paysannes évoluant sur les périmètres aménagés de la vallée

Nom du périmètre (ha)	Type d' OP	Nombre d'exploitants			Observations
		Hommes	Femmes	Total	
70 Ouest	CAPSO	31	0	31	polyculture (riz, maïs, maraîchage)
70 Est	Privés	78	4	82	polyculture (riz, maïs, maraîchage)
500	CANI	272	0	272	polyculture (riz, maïs, maraîchage)
200	Privés	201	4	205	polyculture (maïs, maraîchage)
475	CAD	404	0	404	polyculture (riz, maïs, maraîchage)
910	SOCAMAD	203	1	204	polyculture (maïs, maraîchage)
	SOGCAM	248	2	250	polyculture (maïs, maraîchage)
	GPCD	19	1	20	polyculture (maïs, maraîchage)
	Privés	105	10	115	polyculture (maïs, maraîchage)
300	COPROMAG	499	1	500	polyculture (maïs, maraîchage)
134/610	FASO KADI	259	2	261	polyculture (riz, maïs, maraîchage)
203/610	O.E.S. Gouran	11	1	12	polyculture (maïs, maraîchage)
206/610	sababouyouma	455	15	470	polyculture (riz, maïs, maraîchage)
3818		3086	41	3127	

Source: AMVS, 2009

De manière générale, selon l'AMVS (AMVS, rapport 2009), la production de l'oignon occupe 42% de l'ensemble des surfaces exploitées (Illustration par la figure 2 ci après). Les autres spéculations à savoir le riz (30%), la tomate (4%), le haricot vert (3%), la pomme de terre (3%), le blé (10%) et le maïs (8%) sont relativement moins importantes en termes de surfaces occupées.



Sources : AMVS 2009

2.3. Les surfaces moyennes exploitées par producteur

Sur les périmètres aménagés de la vallée du Sourou, évoluent deux catégories d'exploitants, à savoir : les exploitants familiaux et les exploitants privés.

Les exploitants familiaux sont organisés au sein des coopératives et les superficies exploitées par famille est de l'ordre de 0.5 ha étant entendu qu'une famille comporte en moyenne cinq (5) actifs. Ce sont des petites exploitations et leur nombre avoisinait en 2009 3 112 petits producteurs.

Les exploitants privés sont ceux là qui sont engagés dans l'entrepreneuriat agricole. Ils représentent 13% des exploitants et pratiquent l'agrobusiness et dans ce cadre, ils réalisent de gros investissements et exploitent des superficies plus importantes soit en moyenne 10 à 50 ha par exploitant. Leur nombre en 2009 était de l'ordre de 115 (AMVS rapport 2009).

Les femmes sont très faiblement représentées (1.3%) et cela s'explique par le fait que l'exploitant ici est une famille et celles qui y sont exploitantes de périmètres sont chef de ménage.

2.4. La démarche qualité par les producteurs

- La situation de référence de la qualité de l'oignon au Burkina

La qualité de l'oignon dans un pays est soumise aux normes en vigueur dans ce pays. Selon la CTA (cf : guide d'exportation de l'oignon en Afrique de l'ouest et du centre /CTA) les normes en vigueur dans les principaux pays de consommation sont :

- La Norme Burkinabè sur oignon : NBF0000 : 2004
- La Norme Nigérienne : NN 01-05-001 spécifications oignon mars 2004
- La Norme Ivoirienne : NI 01.03.002 oignons spécifications, juin 1989
- La Norme Sénégalaise : NS 03- 041 Oignons, octobre 1994

De façon générale, le guide du CTA (centre technique de coopération agricole et rurale) stipule que les normes de qualité de l'oignon peuvent être classées en trois catégories (tableau 16):

Tableau 6: normes de qualité de l'oignon bulbe

Qualité commerciale des oignons

Selon la qualité commerciale, l'oignon récolté peut être classé dans l'une des 3 catégories suivantes:

• **Catégorie I**

Sont de cette catégorie, l'oignon dit de qualité supérieure qui remplit les conditions suivantes :

- Être bien nettoyés ;
- Être Physiologiquement bien mûrs ;
- Être non germés ;
- Être dépourvus de crevasses nettes sur la pellicule extérieure du bulbe ;
- Présenter la coloration typique de la variété ;
- Être exempts de tout défaut et de toute déformation ;
- Admettre une tolérance de calibre en nombre et en poids d'au maximum 10%.

• **Catégorie II**

Sont de cette catégorie, les oignons dits de bonne qualité qui remplissent les conditions suivantes :

- Être bien développés et présenter la coloration typique de la variété ;
- Avoir une bonne présentation ;
- Admettre de légers défauts de coloration non typique de la variété, de forme sans que le cumul n'affecte sensiblement ni l'aspect général, ni la conservation, ni la comestibilité ;
- Admettre une tolérance de calibre en nombre et en poids d'au maximum 10%.

• **Catégorie III**

Sont de cette catégorie les oignons dits de qualité moyenne qui remplissent les conditions suivantes :

- Etre bien développés et présenter la coloration typique de la variété ;
- Avoir une bonne présentation ;
- Admettre de légers défauts de coloration non typique de la variété, de forme sans que le cumul n'affecte sensiblement ni l'aspect général, ni la conservation, ni la comestibilité ;
- Début de germination ;
- Des marques légères n'excédant pas la tunique externe ;
- Petites crevasses cicatrisées et légères meurtrissures cicatrisées dues aux outils de récolte ;
- Admettre une tolérance de calibre en nombre et en poids d'au maximum 10%.

L'observation de la qualité de l'oignon consommé au Burkina Faso correspond à la catégorie III selon les normes retenues. Ce qui indique que l'oignon comporte un seul segment dominant sur le marché de consommation qui est composé des ménages urbains et ruraux, des restaurants populaires et des restaurants modernes qui sont focalisés une seule norme de qualité dans la consommation. Le marché burkinabè de l'oignon n'est pas exigeant en matière de qualité commercialisée et répond à un critère de consommation de masse. Toute chose qui n'oblige pas les producteurs à produire plus d'efforts pour se conformer aux exigences d'une qualité supérieure.

- ***facteurs d'optimisation de la qualité de l'oignon produit***

Au Burkina Faso, où la culture est saisonnière, on utilise des cultivars qui produisent des bulbes qui, une fois séchés, peuvent se conserver.

Maturité de récolte : Lorsque les bulbes formés par les bases des oignons sont parfaitement formés, les tiges vertes commencent à jaunir et finissent par retomber en un point situé un peu au-dessus du sommet du bulbe, ne laissant plus qu'un col court et rigide. Lorsque les tiges retombent ainsi, les bulbes sont bons à arracher. Comme tous les oignons ne mûrissent pas en même temps, les gros producteurs les récoltent lorsqu'à peu près la moitié des tiges sont retombées. Les petits producteurs peuvent, s'ils le souhaitent, les récolter progressivement à mesure que les tiges retombent, surtout s'ils ont l'intention d'entreposer les oignons secs pour la vente ou pour une utilisation ultérieure.

Récolte : les bulbes se forment normalement à la surface du sol, aussi est-il parfois possible, dans les terres sableuses, de les arracher à la main. Lorsque ce n'est pas possible, et dans le cas de l'ail dont les bulbes sont enterrés, on ameublir le sol avec la fourche-bêche ou la houe avant de soulever.

Par temps sec et ensoleillé, la récolte est laissée à ressuyer quelques jours au sol, en rangées, jusqu'à ce que les tiges soient sèches. Lorsque les bulbes sont exposés à une forte intensité solaire (par exemple en haute altitude, sous les tropiques), les rangs devront être faits de telle sorte que les tiges vertes recouvrent les bulbes pour les protéger de la brûlure du soleil.

- ***La situation de la démarche qualité des producteurs du Sourou***

La qualité des produits est un critère très déterminant pour le choix de la source d'approvisionnement. Les commerçants préfèrent avoir des oignons qui se conservent longtemps. De plus les bulbes doivent être de taille moyenne, surtout pas très grosse, facilement commercialisable à prix raisonnable en période de rareté. Ces qualités selon les commerçants se trouvent aisément en premier lieu, au Niger et en second lieu dans d'autres régions de production ci-dessus citée, mais difficilement au Sourou. Ce qui explique en partie la faible fréquentation de la vallée du Sourou par les importateurs d'oignon du Niger.

Selon certains intervenants, les producteurs du Sourou n'ont pas encore une bonne maîtrise de la production des oignons. Ils produisent donc des oignons à taux de pourrissement très élevé. L'image ci-dessous présente le type d'oignon préféré par les commerçants.



Oignon de qualité

Selon les coopérateurs, il n'y pas de démarche qualité qui prennent en compte la maîtrise des facteurs liés à une production de qualité. A savoir, la disponibilité de semence de qualité, la maîtrise

des itinéraires techniques, la maîtrise des techniques de conservations et la disponibilité des infrastructures de stockage post récolte.

On peut noter que les actions menées en vue d'améliorer le niveau de la qualité reste sporadique et ne touche pas tous les maillons de la chaîne de démarche qualité. Soit ce sont des appuis sur le volet conservation et stockage, soit se sont des appuis sur le volet formation en technique de maîtrise des itinéraire technique. De manière générale, le tableau ci après présente les taux de pertes post récolté pour les producteurs.

Tableau 7: Taux de perte de la récolte (au cas où la récolte et la commercialisation sont directes avec absence de stockage)

Quantités récoltés		Quantités destinées à la commercialisation conventionnelle		Quantité destinées à la transformation par les femmes	
Toute la production d'oignon bulbe	100%	Premier trie et oignon de qualité	97,6%	Petites bulbes d'oignon et oignon lésé	2,4%

Sources : Yirvouya, entretiens auprès des responsables de SOCAMAD – Sourou, juillet 2010

Les pertes observées dans la récolte de l'oignon sont limitées lorsque le producteur n'assure pas de stockage et procède à une vente directe après récolte. Les estimations sont de l'ordre de 2,4% et est constituées de l'oignon qui est récupéré par les femmes. Elles font de la transformation (séchage) et obtiennent de l'oignon séchés qu'elles vendent sur les marchés locaux (Gouran, Di, Debé etc.).

Par contre, lorsque le producteur assure le stockage, en général sur une période de quelques semaines à 2 mois, les pertes sur la production sont estimé de 5 à 30% durant les deux dernières années (2008, 2009, 2010). En 2006, 2007, cela pouvait atteindre 40 à 50% compte tenu du surdosage de l'urée que les producteurs appliquaient à l'idée d'avoir de grosses bulbe. Mais depuis lors, on observe une certaine amélioration dans la maîtrise des pratiques culturales.

2.5. Le cout de revient du producteur, les rendements (fourchette)

Dans la vallée du Sourou, les marges économiques de la production de l'oignon par hectare varie en fonction du degré de maîtrise des itinéraires techniques par le producteur. Le tableau ci-après présente le compte d'exploitation établi par l'AMVS. Mais celui-ci est différent des comptes d'exploitation réels établis par les producteurs. Nous présenterons également ci-après le compte d'exploitation d'un producteur moyen afin d'établir la différence avec celui de l'AMVS.

Tableau 8 : Compte d'exploitation prévisionnel pour la production d'un hectare d'oignon selon AMVS

Désignations	Unité	Quantité 1ha	Coût unitaire (FCFA)	Montant (FCFA)
Semences (Violet de Galmi)	Kg	4	50000	200 000
Etablissement de la pépinière	HJ	5	1250	6 250
Redevance eau	ha	1	100000	100 000
Labour	ha	1	30000	30 000
Pulvérisage	ha	1	15000	15 000
Hersage/ concassage des mottes	ha	1	24000	24 000
Mise en place de sillons (Billonnage)	HJ	25	1250	31 250
Repiquage	Hj	32	1250	40 000
Engrais NPK (14 23 14)	Kg	600	400	240 000
Engrais Urée (46%)	Kg	150	400	60 000
Fumure organique	T	20	6000	120 000
Herbicide	L	2	8 000	16 000
Désherbage	Hj	48	1250	60 000
Produits Phytosanitaires	l	1	10000	10 000
Récolte	Hj	70	1250	87 500
Ramassage	Hj	20	1250	25 000
Main d'œuvre permanente	Hj	100	1250	125 000
Charges	FCFA			1 190 000
Imprévu (5%)	FCFA			59 500
Total Charges				1 249 500
Produit	kg	25000	125	3 125 000
Revenu net				1 875 500

Source AMVS 2009

Par rapport au compte d'exploitation de l'AMVS, le revenu net par hectare est estimé à 1 875 500 FCFA. Ce qui semble excessif selon les producteurs sur le terrain. Il ressort que ce sont des calculs théoriques qui ne reflètent pas la réalité dans la plupart des cas de figure recensés. Selon monsieur Niapa Oumar, producteur moyen installé sur la plaine du Sourou depuis 2004, les rendements moyens en milieu paysans varient entre quinze (15) et vingt (20) tonnes. Le tableau ci-après présente le compte d'exploitation de ce producteur en 2009/2010.

Tableau 9 : Compte d'exploitation pour 1 ha d'oignon d'un producteur moyen (M. NIAPA Oumar, Campagne 2009 /2010 Sourou)

Désignation	Unité	Quantité	Prix Unitaire Montant	Montant
Redevance eau	Ha	1	100000	100000
Labour	Ha	2	25000	50000
Semence	Kg	4	25000	100000
Pépinière	Parcelle	8	500	4000
Traitement de la pépinière	Ha	1	10000	10000
Arrosage des pépinières	Ha	1	15000	15000
Planage	Ha	1	10000	10000
Billonnage	Ha	1	25000	25000
Entretien des routes d'eau	Ha	1	10000	10000
irrigation des plants	Ha	1	15000	15000
Repiquage	Ha	3	25000	75000
NPK	Sac	12	16000	192000
UREE	Sac	4	16000	64000
Désherbage	Ha	1	25000	25000
Traitement des plants	Ha	1	20000	20000
Récolte	Ha	1	25000	25000
Coup des feuilles	Ha	1	25000	25000
Travail personnel	Mois	4	10000	40000
Carburant/ supervision	Litre	10	800	8000
Gardiennage	Mois	2	15000	30000
Total Charge				843 000
Produit	Sac	15,360	10000	1 280 000
Marge Brute				437 000

Sources: Enquête Yirvouya 2010

Le tableau indique que le rendement de ce producteur est de 15,360 tonnes pour la campagne 2009/2010, et le compte d'exploitation fait ressortir une marge brut de 437 000 FCFA. Cette marge est différente du revenu net du producteur car elle intègre les coûts d'amortissement du matériel de production (ce qui n'est pas pris en compte dans nos calculs). On observe également que certains coûts de production qui figurent dans le compte d'exploitation de l'AMVS et du producteur sont de montants différents. Ce sont le coût de la semence, du labour, de la pulvérisation ou du traitement, du hersage, de la mise en place de sillons, du repiquage, de l'engrais, de la fumure organique, etc. En outre, il faudrait tenir compte de la main d'œuvre familiale non évaluée par le producteur et qui n'est pas aussi compris dans son compte d'exploitation.

2.6. Les variétés et les avantages comparatifs

La principale variété utilisée est le « violet de Galmi » qui est beaucoup apprécié par les producteurs et par les consommateurs. Selon les producteurs, le « violet de Galmi » résiste plus à la conservation et permet à ceux-ci d'étaler les ventes sur une plus longue période de l'année. Toutefois, pendant les périodes de fortes productions, la variété « rouge de Galmi » est beaucoup demandée par les consommateurs compte tenu de ses qualités organoleptiques mais résiste peu à la conservation. Cette variété n'est pas produite au Sourou mais dans d'autres localités comme Kongoussi. En effet, les producteurs de Kongoussi, afin d'améliorer leur niveau de compétitivité, produisent la variété « violet de Galmi » en vue de la conservation pour une mise en marché tardive, et en même temps le rouge de Galmi pour une mise en marché immédiate pendant les périodes de fortes concurrence. Leur expérience est soulignée dans l'encadré ci-après :

Encadré 6: L'expérience de Kongoussi en matière de commercialisation de l'oignon

Les producteurs de Kongoussi utilisent deux variétés d'oignon qui sont : le violet de Galmi et le rouge de Galmi. Le rouge de Galmi est une ancienne variété déjà connue par les producteurs qui se différencie du violet de Galmi par ses qualités organoleptiques en ce sens qu'il donne une saveur beaucoup plus piquante que le violet de Galmi. Cela fait qu'il est beaucoup prisé dans les pays côtiers comme la Côte d'Ivoire pour l'utilisation de certains aliments populaires comme l'Atiékhé qui se consomment avec beaucoup d'oignons. Cette opportunité est choisie par les producteurs de Kongoussi qui produisent le rouge de Galmi qu'ils mettent sur le marché pendant les périodes normales de la production ou la concurrence est très élevée c'est-à-dire entre Décembre et Mai. Cela accroît leur compétitivité durant la période. Ils produisent aussi le violet de Galmi qu'ils mettent en conservation pour les périodes où les stocks sur les marchés diminuent; ces actions simultanées leur permettent de tirer des avantages au moment de la forte concurrence le rouge de Galmi et avec le violet de Galmi pendant la période de pénurie d'oignon.

Source : Yirvouya, entretiens Union des groupements de Kongoussi, 2010

2.7. Les contraintes au niveau des producteurs

Les principales contraintes rencontrées par les producteurs sont d'ordre climatique, technique, et financier et organisationnel.

- Les contraintes climatiques

L'une des principales contraintes de l'offre d'oignon se situe au niveau du climat qui empêche la culture d'oignon principalement la variété « violet de Galmi » pendant la saison pluvieuse (juin à octobre). Cette situation engendre des pénuries sur l'ensemble du marché national qui reste dépendant des importations d'oignon en provenance d'autres pays.

- Les contraintes techniques et technologiques

Sur le plan technique, les contres performances observées dans la démarche qualité sont liées à la non disponibilité de semence de qualité, aux insuffisances dans la maîtrise des itinéraires techniques de production, et la non maîtrise des techniques de conservation. En outre, les infrastructures de conservation sont quasi inexistantes.

- Les contraintes financières

L'accès au financement constitue le « talon d'Achille » des producteurs. Compte tenu des difficultés liées à la maîtrise des risques dans ce sous secteurs filière oignon, les institutions financières ne sont pas orientées vers l'appui aux producteurs même si parfois le discours reste rassurant. Dans le cas de la vallée du Sourou, principalement la BRS (Banque Régionale de Solidarité), la caisse populaire de DI et la caisse populaire de Gouran interviennent comme appui financier aux producteurs. Mais il convient de remarquer que le niveau élevé des impayés ces dernières années ont également réduit considérablement le volume des financements.

- Les contraintes organisationnelles et foncières

Il convient de noter que la capacité organisationnelle des coopératives de productions est très faible. On peut noter :

- Un faible niveau de maîtrise de la gestion des périmètres par les coopératives aussi bien sur le plan administratif et financier que sur le plan technique ;
- Une absence de contrôle administratif et financier des coopératives ;
- Une faible participation des coopératives à la gestion du système de production et dans l'encadrement du producteur
- Des difficultés d'écoulement des produits par les coopératives (prospection des marchés, gestion commerciale, recouvrement des créances) ;
- Une insécurité foncière des exploitants qui ne favorise pas l'émergence des initiatives locales et la viabilité des exploitations.

- Les contraintes liées aux faibles niveaux d'encadrement des producteurs par l'AMVS

Sur ce plan, on observe que le taux d'encadrement est très faible soit un agent d'encadrement pour 229 exploitants tandis que la norme de référence est de l'ordre de un (1) agent d'encadrement pour 100 exploitants (AMVS, rapport 2009). En sus de cela, l'ensemble des infrastructures et des matériels de l'AMVS de soutiens aux producteurs sont considérés comme vétustes, et ne permettent pas d'assurer une efficacité dans le processus de production. Ces facteurs, malgré leurs influences sur le niveau de la production, sont externes aux producteurs.

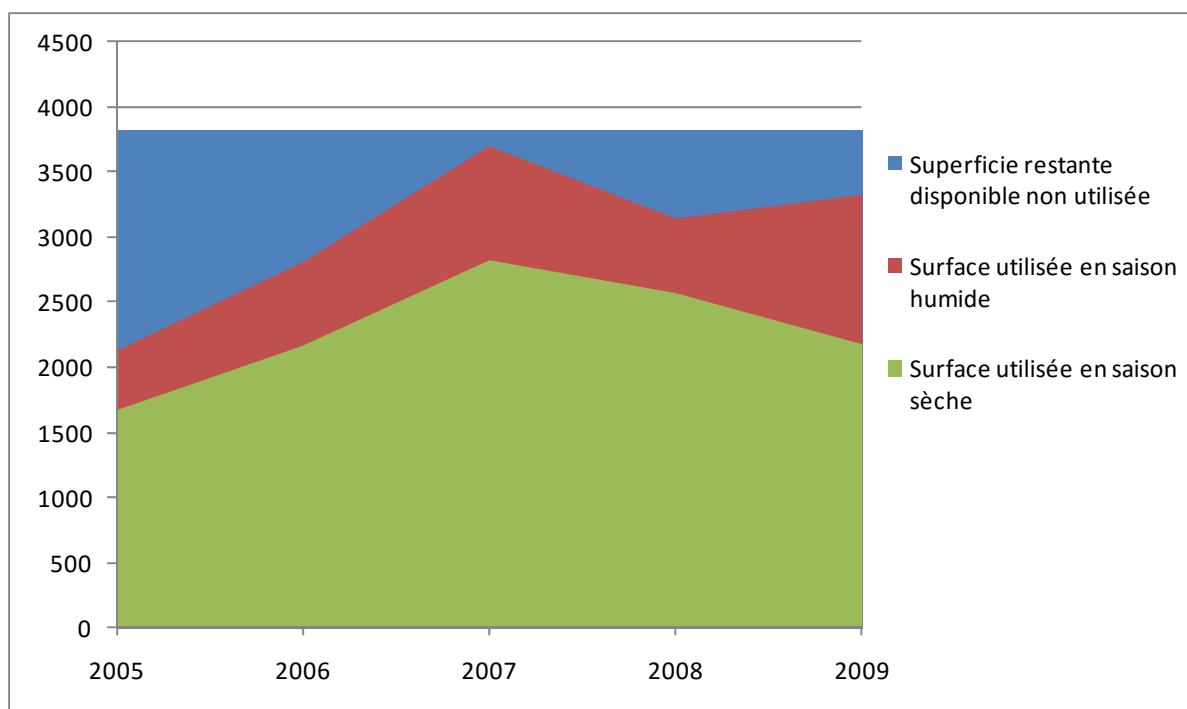
2.8. Les perspectives en terme d'amélioration des quantités produites dans le cadre de AD 10

Les perspectives en vue d'une amélioration future de la qualité et des quantités d'oignon produite dans la vallée du Sourou se situent sous deux angles :

- Sous l'angle de l'accroissement de la production à travers une exploitation optimale des surfaces inexploitées et à travers l'aménagement de nouvelles surfaces.

Il est à noter que le taux d'occupation des surfaces aménagées par les producteurs dans le Sourou est resté très faible avec des variation allant de 55 à 87% entre 2005 et 2009 pour la production de saison humide et allant de 43 à 57% pour la saison sur la même période (AMVS, rapport 2009). Ce qui indique qu'il existe des possibilités d'augmenter les surfaces exploitées sans entreprendre de nouveaux aménagements. Cela offre une possibilité de doublement de la production si toutefois on se situe dans une hypothèse de soutien à la sous filière oignon. Le graphique ci après indique l'évolution du taux d'utilisation des aménagements de 2005 à 2009 (AMVS rapport 2009).

Graphique 3: Evolution du taux d'utilisation des aménagements de 2005 à 2009



Egalement, les opportunités offertes dans le cadre de nouveaux aménagements dans la plaine du Sourou impliqueront une augmentation de la production de l'oignon au regard du fait que l'oignon est devenu une priorité dans la stratégie nationale des exportations du Burkina (ONAC, rapport stratégie nationale des exportations du Burkina, Mars 2010).

- *Sous l'angle de l'amélioration de la qualité à travers un renforcement des capacités techniques et institutions des producteurs*

On observe qu'une prise de conscience existe chez l'ensemble des producteurs quant à la nécessité d'améliorer la qualité de l'oignon dans la vallée du Sourou. C'est dans cet ordre de grandeur que les programmes et des institutions tels que le PAFASP, le projet ATP et la BRS ont entrepris des actions de sensibilisation et d'appuis divers en vue du renforcement des capacités des acteurs. Le regroupement des coopératives de production d'oignon au sein de l'Union des Producteurs Maraichers (UPROMA/Sourou) en vue de la promotion de la filière oignon répond à ces objectifs de recherche de qualité et commerciaux.

2.9. Conclusions

L'oignon est une denrée qui est produite dans diverses régions du Burkina Faso notamment dans les provinces du Sourou, du Sanguié, du Yatenga, du Passoré, du Bam et du Boulgou. Cette production est destinée à la consommation nationale mais également à l'exportation vers les pays voisins tel la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Togo et le Bénin. Cependant il existe des périodes où la production est très faible ou nulle ce qui conduit à des importations à partir du Niger, de la Hollande et de l'Egypte. La demande potentielle de l'oignon burkinabè dans les pays de la sous région est très importante et cette demande va de manière croissante si toutefois on considère la part globale des importations des différents pays de la sous région : la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Togo et le Benin.

Toutefois, cette demande est beaucoup influencée par la concurrence de l'oignon hollandais et de l'oignon nigérien. Il s'agit pour le Burkina Faso, des marchés à conquérir et à fidéliser à travers la mise en œuvre de stratégies appropriées ; en terme de compétitivité, des informations recueillies indiquent que le Burkina Faso pourrait se classer comme troisième client de ces pays après la Hollande et le Niger (cf. SOCAMAD/Yirvouya ; rapport étude de restructuration et de renforcement du circuit de commercialisation de l'oignon produit dans la plaine du Sourou sur le marché de consommation intérieur, et sur les marchés de consommation de la Côte d'Ivoire, du Ghana et du Togo, décembre. 2008).

Cependant, des contraintes restent à levées en vue de favoriser l'accroissement de la production dans la vallée du Sourou et en vue d'assurer une production de qualité. Cela passe par une exploitation optimale des surfaces disponibles, et par un accès plus facile aux producteurs aux intrants de qualités (semences et engrais), la maîtrise par ceux-ci des itinéraires techniques de production et la maîtrise des techniques de conservations appropriées. En outre, cela passe aussi par un accroissement du niveau des infrastructures de stockage post récolte, une mise à niveau des moyens d'encadrement par l'AMVS et par un renforcement de capacité des producteurs à travers la formation technique et en gestion coopérative.

3. L'autoconsommation, le stockage et la transformation de l'oignon aux Sourou

3.1. L'importance de l'autoconsommation chez les producteurs

L'autoconsommation est très négligeable chez les producteurs. Presque 100 % de la production est commercialisée soit sous forme de bulbe soit sous forme d'oignon transformé et séché par les femmes.

3.2. Le stockage post récolte et la qualité de la conservation dans la vallée du Sourou

a) Une situation de référence basée sur les pratiques les plus recommandées

Selon le Dr Cheiks Ouattara (spécialiste en Industries Agro-alimentaires en Technologie Alimentaire et Nutrition Humaine à l'université de Ouagadougou, 2009) les pratiques les plus recommandées sont les suivantes :

Au niveau du triage et calibrage de l'oignon : toutes les bulbes d'oignons endommagés ou abîmés devront être éliminés. Les oignons au col épais seront mis de côté pour une utilisation immédiate car ils ne se conserveront pas bien. Selon les préférences du marché, les oignons seront calibrés ou non. Les détaillants des marchés locaux feront normalement leur propre calibrage en préparant des lots pour la vente.

Si l'on doit faire des tresses d'oignons pour l'entreposage ou la vente il est préférable de les classer par taille pour que la tresse soit plus ou moins uniforme. Le tressage est plus facile et la présentation y gagne.

Au niveau du traitement après récolte : Le seul traitement après récolte à prévoir pour l'entreposage de longue durée des oignons est un séchage rigoureux des bulbes. Il s'agit de sécher complètement le col et les pelures extérieures des bulbes pour prévenir la perte d'eau et la décomposition en cours de stockage. L'opération peut se faire dans le champ même, à condition que le temps soit sec.

Pour un bon séchage, il est indispensable d'avoir de la chaleur et une bonne ventilation, avec de préférence un air sec. Cela dessèche le col et les deux ou trois couches externes du bulbe. La couche la plus extérieure, souvent souillée de terre, s'enlève facilement lorsque les oignons sont secs, faisant apparaître la sous-couche sèche, qui doit être lisse et propre.

S'il est impossible de sécher les oignons dans le champ, on peut également les faire sécher sur des claies que l'on placera dans une enceinte chaude et couverte, bien aérée.

On peut également sécher les oignons en les liants en bottes que l'on suspend à une perche horizontale, dans un endroit bien aéré.

Au niveau emballage : Pour la commercialisation en vrac, on retire les tiges des oignons quand les cols sont parfaitement secs.

Au niveau entreposage : c'est l'étape cruciale de la filière car la production de l'oignon s'étale sur période courte au moment où la demande est faible. Pour faire face à cette situation, les producteurs ont souvent recours à des techniques artisanales de conservation pendant la période d'abondance.

Le stockage des oignons secs suppose avant tout que le cultivar retenu se prête, par ses caractéristiques, à l'entreposage de longue durée. Les principales conditions sont les suivantes:

- le cultivar doit avoir une longue période de dormance;
- il doit s'agir d'un cultivar qui présente une peau extérieure résistante lorsqu'il est bien séché; de ce point de vue, les oignons jaunes ou rouges sont généralement préférables;
- les bulbes entreposés doivent être exempts de maladies : la maladie la plus fréquente à l'entreposage est la pourriture du col, dont on vient à bout en saupoudrant les semences d'oignons au moyen de l'antifongique bénomyle, avant de semer, à raison de 1 g de substance active par kilogramme de semences.

L'ambiance de stockage doit être sèche et bien ventilée. Les températures d'entreposage optimales sont de 24° à 30 °C dans les conditions ambiantes, en région tropicale sèche.

Les oignons entreposés en atmosphère humide feront des racines. Les oignons peuvent être entreposés en vrac dans des entrepôts isolés thermiquement, des ventilateurs permettant de les rafraîchir au moyen de l'air froid de la nuit. C'est la méthode utilisée lorsqu'on veut stocker des tonnages importants. Les petits producteurs utiliseront des entrepôts naturellement aérés, fabriqués avec des matériaux locaux. Les oignons peuvent être placés sur des plateaux ou en couches sur des étagères de lattes.

Lorsqu'il s'agit de petites quantités, une méthode de stockage très efficace consiste à suspendre des tresses d'oignons de 5 kg ou 10 kg dans un endroit sec et bien ventilé. Les tiges des oignons ne doivent pas être sectionnées car elles seront liées à un double raphia, chacune étant tressée en 8 dans ces raphias. On peut aussi lier les tiges desséchées en bottes qui seront suspendues à l'ombre, à une corde ou une perche horizontales.

b) Les principaux systèmes de conservation disponibles à l'état actuel

Les entrepôts sont des bâtiments construits en général, à l'aide des briques en banco de 20 ou de 40 cm suivant la nature des sols. Les toits sont en paille et protégés des pluies par un plastique noir. Les entrepôts sont disposés en longueur dans le sens des vents dominants. Des conduites d'air situées de part et d'autre du bâtiment dans le sens des vents dominants assurent la ventilation et l'aération.

Le système de conservation en vrac

La description des entrepôts de conservation en vrac : Il s'agit de bâtiments construits en brique de 40 cm, de 8 m de longueur sur 4 m de largeur et comprenant chacun trois compartiments appelés cellules, disposées les unes après les autres, et dont les murs s'élèvent à une hauteur de deux à trois mètres environ pour la double pente. Chaque cellule, d'un volume d'environ 3 m³, peut contenir en moyenne 1,5 tonne d'oignon. Le toit du bâtiment en paille repose sur une armature en poutre d'Eucalyptus et est muni d'un faux plafond et deux fenêtres pour l'évacuation de l'air chargé. Ces fenêtres, de 50 cm sur 50 cm, sont placées de part et d'autre dans le sens de la longueur du bâtiment.

La ventilation de la masse d'oignon est assurée par une entrée d'air située juste en dessous des cellules à partir d'une tranchée souterraine de 60 cm sur 60 cm. Cette tranchée débute par un

collecteur d'air en dehors du bâtiment (coté ouest) et se prolonge jusqu'à la dernière cellule. Trois autres entrées d'air de 70 cm x 35cm, dont une entrée d'air par cellule, sont prévues du coté latéral du bâtiment et permettent d'assurer une ventilation indépendante des cellules. Chaque cellule est constituée d'une claie en bois déposée juste au dessus de la tranchée souterraine et surmontée de chaque côté par un mur de 1,5 m environ.

Le principe de conservation : le principe consiste à emmagasiner l'oignon dans des cellules de 3 m³ de volume. La conduite d'air qui passe à la base des cellules permet une ventilation naturelle de la masse d'oignon. Cette ventilation s'effectue de manière horizontale puis verticale du bas vers le haut à travers la masse d'oignon en vrac en passant selon le cas par l'entrée d'air souterraine ou par les entrées d'air latérales de chaque cellule. La circulation de l'air est ainsi contrôlée par l'entrée principale ou par les entrées latérales au niveau de chaque cellule.

Les oignons doivent être stockés avec précaution dans les cellules jusqu'à une hauteur de 0,8 m à 1m. Un tuyau perforé est placé dans la masse d'oignon pour les prises de température et d'humidité. Ainsi l'oignon est stocké à raison de 1.2 tonnes par cellule.

Le contrôle de la température se fait en jouant sur l'ouverture et la fermeture des entrées d'air. Ainsi en période chaude les entrées d'air ne sont ouvertes que la nuit. Lorsque l'humidité de la masse d'oignon dépasse 65 %, il faut procéder à une ventilation de la masse d'oignon si l'air ambiant est relativement plus sec. En cas de pluie, toutes les ouvertures doivent rester fermées quel que soit le moment de la journée.

En dehors du contrôle thermo-hygrométrique, la masse d'oignon est suivie régulièrement par le toucher. Cela se fait en plongeant la main dans la masse d'oignon. La sensation humide et chaude dénote une humidification très prononcée de la masse ou un début de pourrissement. Il faut alors procéder à un triage si cette remarque concerne toute la masse d'oignon. Après le tri et après avoir laissé la masse d'oignon reposer quelques heures à l'ombre, les oignons sont soigneusement remis en cellules.

Le système de conservation en cagettes

La description des entrepôts de conservation en cagettes : Il s'agit d'un bâtiment de 7,80 x 2,30 m avec les mêmes caractéristiques que l'entrepôt de conservation en vrac. Sur la toiture du bâtiment deux trous pour l'évacuation de l'air chargé ont été prévus. Ces fenêtres de 50 x 50 cm sont placées de part et d'autre du bâtiment dans le sens de la longueur.

Le bâtiment est divisé en compartiments. Un compartiment comprend une cellule d'une surface de 2 m x 1,5 m placée au-dessus de deux fenêtres latérales. Il correspond dans le système en vrac à la fusion des trois cellules en une seule. Cette surface représente une claie sur laquelle peuvent être superposées des cagettes empilées les unes sur les autres

Le principe de conservation : Le principe consiste à emmagasiner l'oignon en milieu chaud dans des cagettes. Les cagettes contenant les oignons sont déposées sur des claies et empilées les unes sur les autres à au moins quatre rangées. Les prises d'air situées face à face sur les côtés en dessous des claies permettent une ventilation de l'oignon ainsi stocké. La régulation de la température et de l'humidité relative est manuelle et est effectuée par le contrôle des ouvertures et fermetures des fenêtres latérales et des fenêtres de la toiture.

Une cagette prend en moyenne 20 kg d'oignon et la quantité d'oignon stockée est d'environ 1,44 tonnes. Il est possible de stocker au total 71 cagettes de 20 kg.

Les opérations d'ouverture et de fermeture des entrées d'air sont les mêmes pour tous les systèmes: en période chaude n'ouvrir les entrées d'air que la nuit et fermeture stricte en cas de pluie. Mais les mesures thermo-hygrométriques se font en plaçant l'appareil dans la masse d'oignon en cagettes.

Le système de conservation sur claies en caveau

La description des entrepôts de conservation sur claies en caveau : Il s'agit d'un trou de 2,75 m x 3,45 m creusé à 4 m de profondeur sur lequel est construit une maisonnette en banco à double pente recouverte d'une toiture en paille. La ventilation du caveau est commandée par une cheminée d'air dressée le long du trou. La prise d'air hors du caveau est possible grâce à une ouverture pratiquée du côté des vents dominants à 40 cm du sol et de dimensions 1 m x 40 cm. Une fenêtre de 50 x 50 cm située au niveau du toit assure l'évacuation de l'air chargé d caveau.

Le principe de conservation : le principe consiste à déposer l'oignon en milieu chaud entre 20 °C et 29 °C sur des claies superposées et situées à 4 m de profondeur au-dessous du sol. La tranchée de 4 m de profondeur permet un renouvellement d'air du haut vers le bas avec une évacuation par la fenêtre d'aération au niveau de la toiture. Le principe consiste donc à maintenir une humidité relative inférieure à 65% à l'intérieur de la masse d'oignon par le contrôle de l'entrée d'air.

La quantité d'oignon à stocker est fonction du nombre de claie dans la fosse. L'entreposage sur les claies se fait en raison de 130 kg/m² et la hauteur de l'oignon sur la claie ne doit pas dépasser 10 à 15 cm. La quantité d'oignon stockée est de 768 kg repartis sur 6 claies. La capacité réelle du caveau est bien loin de la quantité stockée; la fosse pourrait conserver en moyenne 1,5 à deux (2) tonnes d'oignon.

Le principe du contrôle de température, d'humidité et du stock d'oignon est le même que dans les autres systèmes.

c) La pratique actuelle et la qualité de la conservation et du stockage de l'oignon au Sourou

Au niveau de la vallée du Sourou, la pratique de la conservation ne répond à aucun critère indiqué. C'est lorsque les producteurs constatent des méventes qu'ils essaient d'organiser le stockage et la conservation. De ce fait la conservation et le stockage ne s'inscrit pas dans une démarche organisée et planifiée qui consiste à prévoir des activités de conservations par les producteurs. Elle reste une activité aléatoires qui ne garantie pas la qualité des stocks. Comme nous l'avons souligné, l'absence de la maîtrise des techniques de stockages est la source de perte pouvant aller de 5 à 30%.

3.3. L'importance de la transformation locale de l'oignon au Sourou par les femmes

Comme ci-dessus indiqué, les pertes enregistrées dans la récolte de l'oignon sont limitées lorsque que le producteur n'assure pas de stockage et procède à une vente directe après récolte. Les estimations sont de l'ordre de 2,4% et sont constituées par de l'oignon qui est récupéré par les femmes. Elles font de la transformation (séchage) et obtiennent de l'oignon séchés qu'elles vendent sur les marchés locaux (Gouran, Di, Debé etc.). En somme, ces pertes sont fictives parce qu'elle engendre d'autres sources de revenus pour les femmes dans les ménages.

3.4. Le type de relation entre producteur et transformateurs

En général, les femmes transformatrices sont les épouses des producteurs. La récupération des feuilles et des petits bulbes participent à la recherche d'un revenu supplémentaire qui entre dans les dépenses familiales. L'oignon séché entre dans le cadre de leur petit commerce dans les marchés locaux périphériques. Toutefois cette activité reste saisonnière et est liée à la période de production de l'oignon.

3.5. Les infrastructures et les équipements de transformation

Il n'existe pas d'infrastructures spécifiques. Les moyens utilisés pour la transformation sont artisanaux et sont composés essentiellement de petits matériels : mortiers, tôles (pour les aires de séchage). Il n'existe pas d'unités particulières. L'oignon séché est vendu « en boule » sur les marchés de consommation.

3.6. Les contraintes dans le stockage et dans la transformation

Il y a un déficit important en matière de conditions de stockage et de transformation de l'oignon séché.

Au niveau du stockage et de la conservation, les principales contraintes sont l'absence de formations techniques et de mesures d'accompagnement en matière de construction d'infrastructures de stockage. Il y a également l'absence de stratégie locale d'organisation de la production destinée au stockage et à la conservation. Les différentes initiatives restent empruntées d'un caractère anarchique.

Au niveau de la transformation, les principales contraintes sont l'absence d'implication des unités de séchages semi industrielles ou industrielles dans le système de transformations. Il est opportun que les unités de séchages de mangues puissent intégrer l'oignon dans leur procès.

En sommes ; les méthodes et les outils utilisés pour le stockage et la transformation de l'oignon et de ses dérivées constituent la principale contrainte. Ces méthodes et ces outils sont purement artisanales ce qui entraîne un mauvais stockage de l'oignon et par suite une dégradation de la qualité de l'oignon.

3.7. Les perspectives en termes d'amélioration de la qualité du stockage et de la transformation dans le cadre de AD 10

Pour une amélioration de la qualité du stockage et de la transformation, il est important d'utiliser des outils modernes de stockage et de transformation ce qui conduira certainement à une meilleure conservation de l'oignon et par conséquent à un profit plus élevé. En effet, cela pourrait occasionner des gains d'au moins 5 à 30% sur la production qui est actuellement perdue pour cause de mauvaises conditions de stockage.

Les perspectives existent de part l'existence des nombreux programmes nationaux qui sont disposés actuellement à assurer des formations aux producteurs. Ce sont le PAFASP, le projet ATP etc.

toutefois, il faut une stratégie générale qui s'inscrit dans une démarche qualité et qui prennent en compte le maillon infrastructure de stockage et de conservation. Dans ce cas, le projet sur les pôles de centralisation des produits des filières fruits et légumes (oignon principalement) dans les quatre (4) principaux bassins de production du Burkina (MAHRA 2010) pourrait constituer un bel exemple de recherche de solutions.

4. L'écoulement de l'oignon vers les principaux marchés

4.1. Les catégories d'acheteurs à partir de la vallée du Sourou

Dans les systèmes d'écoulement de la production de la vallée du Sourou, on distingue trois (3) catégories d'acteurs pour la commercialisation de l'oignon bulbe :

- La première catégorie est composée d'importateurs ghanéens qui réalisent des approvisionnements directs auprès des producteurs. Par exemple les achats directs qui se sont déroulés entre les mois de décembre 2009 et le mois de mai 2010 s'élevaient à près de 2 670 tonnes (données / Maré Moctar, représentant commercial des acheteurs Ghanéens au Sourou, 2010). L'ensemble des opérations s'est effectué en concertation avec les membres du comité de réflexion notamment en ce qui concerne les questions de fixation des prix de l'oignon. On pourrait également souligner que les achats se sont effectués au comptant, sans des crédits fournisseurs comme cela se faisait habituellement.
- La deuxième catégorie est composée de producteurs commerçants qui sont en général des opérateurs installés sur la vallée du Sourou (ils sont au nombre de deux : M. Mare Moctar et M. Lega Mamadou) qui assurent également des achats en vue du stockage et une mise en marché à des périodes de ventes favorables.
- La troisième catégorie est composée de grossistes basés à Ouagadougou et à Bobo Dioulasso. Ils font des achats par l'intermédiaire des collecteurs pour assurer l'approvisionnement des marchés de consommation de Ouagadougou, de Bobo-Dioulasso, d'Abidjan, de Kumasi et d'Accra. Ce cas de figure est illustré dans l'encadré ci-après.

Encadré 7: Mode d'approvisionnement selon une exportatrice d'oignon du Burkina Faso (Extrait de l'entretien réalisé avec Madame Hélène Zoma /juillet 2010)

Pour m'approvisionner, je téléphone d'abord sur le site de production à mon intermédiaire pour le prévenir que j'ai besoin d'oignon et que mon camion va venir. Ensuite, je fais partir le camion accompagné d'un de mes agents sur le site de production. L'agent prend attache avec l'intermédiaire chargé d'identifier les producteurs disposant d'oignon pour la collecte et l'achat. Cela se fait individuellement auprès de chaque producteur. Aussi, il n'y a pas de regroupement de la production pour faciliter le chargement. Je rencontre beaucoup de problèmes dans la collecte de l'oignon car la qualité de l'oignon que je reçois est souvent très mauvaise. La récolte de l'oignon se fait de manière individuelle par les producteurs qui le stockent sous le soleil et lorsque l'oignon est mis en sac avec la chaleur et son taux d'humidité, il pourrit vite dans les sacs.

Sources: Enquête Yirvouya, juillet, 2010

On peut donc dire qu'il existe plusieurs catégories d'acteurs disposant chacun une approche commerciale spécifique. On peut toutefois relever que le dénominateur commun est l'achat au comptant, la relation directe de négociation existant entre producteurs et acheteurs, et l'existence des conditions de transactions commerciales qui restent informelle.

4.2. L'offre commerciale

En se fondant sur les estimations de l'AMVS, on peut estimer l'offre commerciale à 28 211 tonnes en moyenne par an entre 2005 et 2009. Sur la base de cette quantité, on estime les volumes de l'oignon bulbe à 27 534 tonnes par an et la part destinée au séchage est estimée à 677 tonnes. Il convient de noter que l'oignon bulbe est vendu sans tenir compte des calibres et des normes particulières.

En ce qui concerne la part réservée au séchage considérée comme une perte sur la production totale, on peut noter que le volume évolue selon la période de mise en marché des quantités récoltées. En effet, on a observé durant les deux dernières années (2009, 2010) que lorsque le producteur assure le stockage, en général sur une période de quelques semaines à 2 mois, les pertes sur la production sont estimées de 5 à 30%.

On peut donc scinder l'offre commerciale sous la forme d'offre commerciale d'oignon bulbe et sous la forme d'offre commerciale d'oignon séché qui peut varier entre 5% à 30% de l'ensemble de la production.

4.3. Les types de logistique utilisée pour la commercialisation de l'oignon bulbe

La logistique utilisée par les producteurs se résume aux charrettes qui permettent le transport des sacs d'oignon des sites de production vers les habitations en vue d'assurer le stockage post récolte. Ce qui n'offre pas une assurance qualité aux produits commercialisés.

4.4. Les systèmes de collecte pratiqués par les acheteurs

On distingue les systèmes de collecte directe auprès des producteurs et les systèmes de collectes dans les marchés intermédiaires.

Le système de collecte direct auprès des producteurs

On distingue deux types :

- Les achats directs effectués par les importateurs ghanéens qui viennent s'approvisionner auprès des producteurs au moment des récoltes. Ce système est géré par des intermédiaires installés dans la zone de production.
- Les achats indirects effectués par les grossistes nationaux exportateurs qui disposent de leurs propres représentants sur les sites de production, chargés du suivi de la collecte, du conditionnement et du transport vers les centres urbains. Ce sont des intermédiaires collecteurs.

Le système de collecte dans les marchés intermédiaires

Les marchés intermédiaires sont des marchés de regroupement ou des petits commerçants centralisent la production en vue de la revente aux grossistes. Chaque marché de regroupement est orienté sur un axe commercial qui permet l'évacuation du produit vers les centres urbains de consommation et vers l'exportation. Les principaux marchés de regroupement sont:

- Le marché de regroupement de Réo. Il est relié à celui de Koudougou qui est relié à ceux de Ouagadougou ou de Bobo-Dioulasso et de la Côte d'Ivoire ;

- Les marchés de regroupement de Ouahigouya, de Yako et de la vallée du Sourou. Ils sont reliés à ceux de Ouagadougou, de Bobo-Dioulasso et /ou directement à ceux du Ghana, du Togo ou de Côte d'Ivoire ;
- Les marchés de regroupement de Kongoussi et de Béguédo. Ils sont reliés à celui de Ouagadougou et à ceux du Ghana, du Togo et ou de la Côte d'Ivoire ;
- Le marché de regroupement de Gouran (Vallée du Sourou). Il est relié directement à celui de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso.

L'ensemble de ces marchés connaît une forte affluence pendant les périodes de grande récolte qui vont en général de février à avril.

4.5. Les volumes écoulés

Comme souligné ci-dessus, 10 % de la production d'oignon bulbe du Sourou est écoulée sur le marché soit environ 2 753 tonnes en moyenne par an. Par contre l'oignon séché est exclusivement vendu sur le marché intérieur soit l'équivalent de 677 tonnes d'oignon frais. En ce qui concerne les volumes exportés, les estimations sont de l'ordre de 24 781 tonnes en moyenne par an. Le tableau ci-après illustre les volumes d'oignon du Sourou exportés vers la Côte d'Ivoire et le Ghana en 2009/2010 (USAID/ONFO BF 2010).

Tableau 10 : Evolution des approvisionnements du Sourou vers la Côte d'Ivoire et le Ghana 2009/2010

Mois	Nombre de sac	Poids moyen par sac (kg/sac)	Poids total en tonnes	Prix moyen par sac au producteur	Prix moyen au kg au producteur	Coûts de transport moyen par sac	destinations
Décembre 2009	7678	120	921,36	27321	227,67	3500	Cote d'ivoire et Ghana
Janvier 2010	6540	120	784,8	24260	202,16	3500	Cote d'ivoire et Ghana
Février 2010	10639	120	1274,4	14568	121,4	3500	Cote d'ivoire et Ghana
Mars 2010	6898	120	827,76	14200	118,33	3500	Cote d'ivoire et Ghana
Avril 2010	455	120	54,6	20500	170,83	3500	Ghana
Total	32210	120	3865,2	19580	163	3500	

Sources: ONFO/BF, 2010

Le tableau indique que les volumes exportés du Sourou vers la Côte d'Ivoire et le Ghana est de 3 865, 2 tonnes.

Comparaison des volumes exportés du Sourou avec les exportations d'autres zones de productions

- La zone de production de Koudougou

En 2009/2010, le volume total exporté vers la Côte d'Ivoire est de 3631,44 tonnes (USAID/ONFO BF 2010). Le tableau ci-après illustre l'évolution des quantités exportées sur la période de l'année.

Tableau 11: Evolution des approvisionnements de Koudougou vers la Côte d'Ivoire 2009/2010

Mois	Nombre de sac	Poids moyen par sac (kg/sac)	Poids total en tonnes	Prix moyen par sac	Prix moyen au kg	Coûts de transport moyen par sac	Destination
Décembre 2009	3532	120	423,840	32 818	273,48	4 000	Cote d'Ivoire
Janvier 2010	4530	120	543,600	25 084	209,03	4 000	Cote d'Ivoire
Février 2010	10600	120	1272,00	19 834	165,28	4 000	Cote d'Ivoire
Mars 2010	10800	120	1296,00	16 447	137,05	4 000	Cote d'Ivoire
Avril 2010	800	120	96,00	17 500	145,83	4 000	Cote d'Ivoire
Total	30262	-	3631,44	20865	173,87	4000	

Sources: ONFO/BF, 2010

- la zone de production de Béguedo

En 2009/2010, le volume total exporté vers le Ghana est de 1 655,5 tonnes (USAID/ONFO BF 2010). Le tableau ci-après illustre l'évolution des quantités exportées sur la période de l'année.

Tableau 12 : Evolution des approvisionnements de Béguedo vers le Ghana 2009/2010

Mois	Nombre de sac	Poids moyen par sac (kg/sac)	Poids total en tonnes	Prix moyen par sac	Prix moyen au kg	Coûts de transport moyen par sac	Destination
Décembre 2009	571	100	57,100	27200	272	4000	Ghana
Janvier 2010	2291	120	274,92	11 400	95	4000	Ghana
Février 2010	2370	120	284,4	13 000	108,33	4000	Ghana
Mars 2010	2834	120	340,08	13 500	112,5	4000	Ghana
Avril 2010	2591	120	310,92	16 200	135	4000	Ghana
Mai 2010	2303	120	273,36	30 000	250	4000	Ghana
Juin 2010	956	120	114,72	42 500	354	4000	Ghana
Total	13916	117,14	1655,5	18857	160,97	4000	

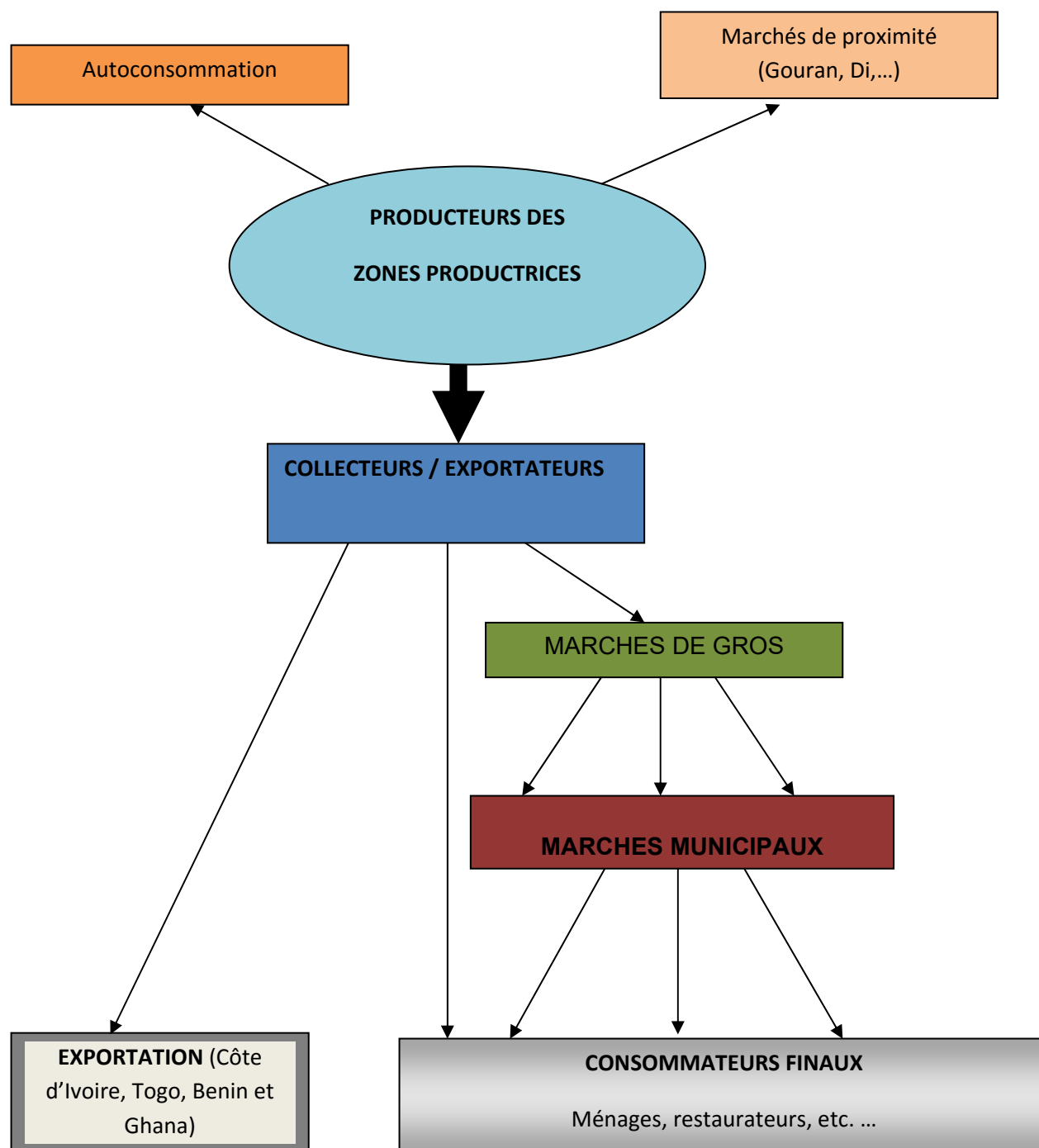
On peut noter que la Côte d'Ivoire et le Ghana constituent les principales sources d'exportation de l'oignon pour les trois zones de production. Sur le plan des volumes écoulés, les exportations du Sourou sont plus importantes que les autres zones de productions. En effet, en 2009/2010 le Sourou a exporté 3865,2 tonnes d'oignon contre 3631,44 tonnes pour la zone de production de Koudougou et 1 655, 5 tonnes pour la zone de production de Béguedo. La zone de production du Sourou est donc plus performante en termes de volumes exportés que les autres zones de production mentionnées, malgré la contrainte de distance et les difficultés d'accès à la zone de production par les commerçants grossistes. La région constitue un dernier recours pour les commerçants qui y

interviennent lorsque la disponibilité de l'oignon est insuffisante dans les autres régions. Par ailleurs, la région de Koudougou bénéficie de la proximité du chemin de fer qui assure le transport dans des conditions beaucoup plus sécurisantes avec moins de tracasseries routières et de coûts superflus.

4.6. Les Circuits de distribution

On distingue deux circuits de distribution que sont : le circuit direct de vente sur les marchés de proximité (Gouran, Di ...) et cela concerne particulièrement l'oignon séché et une petite quantité de l'oignon bulbe et le circuit de vente pour le marché extérieur qui concerne les marchés de regroupement des marchés urbains de consommation et les marchés de la sous région.

Figure 3: Circuit de distribution de l'oignon



4.7. Les commerçants concernés et les volumes

Plusieurs commerçants s'approvisionnent à partir du Sourou et le tableau ci-après présente les principaux clients réguliers des producteurs.

Tableau 13: les zones d'approvisionnement de quelques commerçants

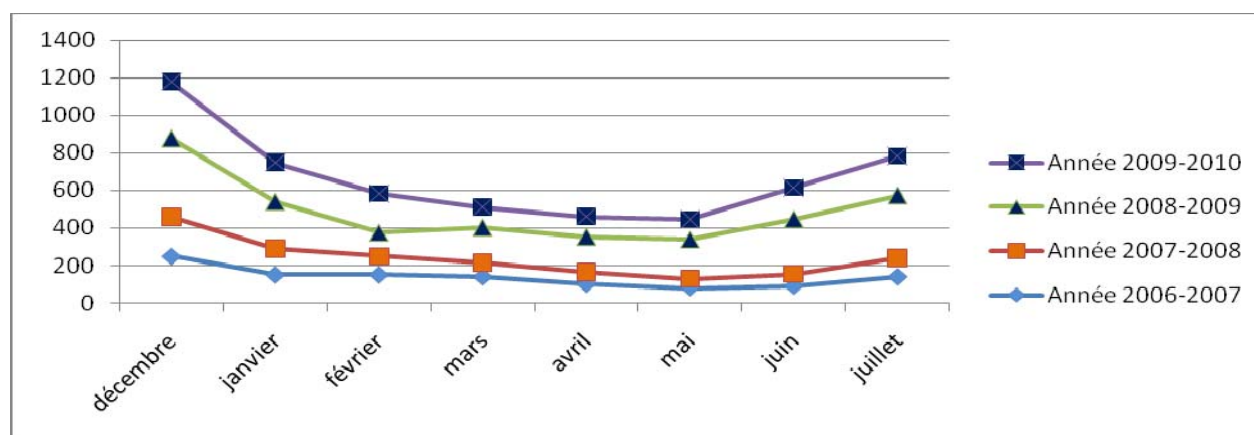
Nom et Prénom	Zone d'approvisionnement
Mane Prosper	Koudougou, Sourou, Ouahigouya Yako
Nakoulma Oumar	Koudougou, Sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya
Nassa lassane	Koudougou, sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya, Niamey
Sawadogo Boukare	Koudougou, sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya, Niamey
Ouedraogo Sarata	Koudougou, sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya, Niamey
Nassa seydou	Koudougou, sourou, Ouahigouya Yako, Kaya, Niamey
Kabore Seni	Koudougou, sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya, Niamey
Kouanda Hamado	Koudougou, sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya, Niamey
Ouedraogo Hamadé	Ouahigouya, Yako, Réo, Niamey
Ouedraogo Rasmene	Koudougou, sourou, Ouahigouya, Yako, Kaya, Niamey
Soré Karim	Koudougou, Sourou, Banfora
Zone Hélène	Koudougou, Sourou, Ouahigouya, Yako

On observe que les commerçants s'approvisionnent partout où la production est disponible et le Sourou vient en complément. Compte tenu de la périodicité de cette production, il n'existe pas de commerçants spécialisés dans la commercialisation de l'oignon du Sourou

4.8. Les prix d'achat et de vente

L'évolution des prix aux producteurs de l'oignon du Sourou entre 2006 et 2010 est donnée par le tableau ci parès.

Graphique 1 : Evolution des prix d'achat aux producteurs dans le Sourou entre 2006-2010



Sources : enquêtes terrains ; Yirvouya, 2008 à 2010

Dans la vallée du Sourou, par rapport au commerce de l'oignon bulbe, les prix ont fortement chuté en année 2007/2008 et les pertes enregistrées ont été importantes chez les producteurs. L'absence de marché a obligé nombreux d'entre eux à faire du stockage dans des conditions parfois inappropriées. Les pertes ont été de l'ordre de 40 à 50% chez certains. C'est à cette période qu'à commencer le cycle de l'accroissement des impayés de crédits bancaires. L'année qui a suivi a vu un nombre réduit de producteurs s'engager dans la production. La quantité globale produite en 2008/2009 ayant fortement diminué, on a assisté à un accroissement des prix à la vente d'où le niveau élevé des prix observés au cours de la période. Cela a continué avec l'année 2009/2010, au cours de laquelle les crédits à la production se sont raréfiés et les quelques producteurs ont pu bénéficier de meilleur prix sur le marché.

4.9. La relations Qualité / Prix

L'étude des facteurs d'influence des comportements des acteurs est indiquée dans le tableau ci-après qui met en évidence plusieurs facteurs qui orientent le choix des acheteurs.

Tableau 14: les facteurs d'influence du comportement des acheteurs

Les facteurs d'influence	important		Moyen		peu important		Total personnes enquêtées
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	
Prix	11	92	0	0	1	8	12
Qualité	12	100	0	0	0	0	12
Disponibilité	9	75	0	0	3	25	12
concurrence du Niger	8	67	1	8	3	25	12
concurrence de l'Hollande	8	67	0	0	4	33	12
concurrence de l'Egypte	7	58	0	0	5	42	12
Total	55		1		16		72

Source: Enquête Yirvouya, juillet, 2010

Le tableau 13 indique que les facteurs déterminants du marché de consommation sont la qualité et le prix ; 92% des personnes interrogées estiment que le marché de consommation attache une importance au prix et que 100% des personnes estiment que le marché de consommation attache une importance à la qualité. La concurrence avec le Niger apparaît comme un facteur important mais pas déterminant : 67% des personnes interrogées estiment que la concurrence du Niger et de la Hollande est importante et 58% des personnes interrogées estiment que la concurrence de l'Egypte est importante, mais n'empêche pas la commercialisation de l'oignon du Burkina Faso si toutefois ceci justifie une qualité suffisante. L'oignon en provenance du Niger est aussi exporté par les grossistes burkinabè pour répondre à leurs engagements au moment où la production du Burkina Faso tarit. Par contre l'oignon importé de la Hollande et de l'Egypte est essentiellement destiné à la consommation intérieure au moment de la diminution du stock national. Ces importations interviennent comme des compléments en matière d'approvisionnement plutôt que des facteurs de concurrences. Les encadrés ci-dessous illustrent la perception de quelques enquêtés sur la qualité de l'oignon.

Encadré 8: perception de Madame Hélène Zoma sur la qualité de l'oignon

i) L'oignon de qualité doit être propre, c'est à dire bien fermé et mature ; la bulbe doit être bien ronde. Faire 4 à 5 jours sans arroser avant de récolter. L'oignon ne doit pas être exposé au soleil mais étalé sous un hangar. On ne doit pas mettre trop d'engrais et éviter d'utiliser beaucoup d'urée.

ii) la taille de l'oignon dépend plutôt des clients et n'affecte pas la qualité. Mais c'est la taille du bulbe qui est importante

iii) il est important de réguler les prix. Les prix sont fixés sans régulation contrairement au Niger où il y a un prix standard fixé pour tout le monde. Il faut donc réguler la fixation des prix. A cet effet, les producteurs nigériens viennent de se doter en 2010 d'un comptoir de vente d'oignon dans la ville de Madoua chargé de la régulation du prix de vente de l'oignon nigérien pour tout ce qui est des échanges avec les autres pays de l'Afrique de Ouest (Cf, rapport ORO AOC et ANFO, Avril 2010 et voir annexe 5,6,7 les outils de réglementation de ANFO (association Nationale de la filière Oignon Niger/ORO/AOC)).

iv) La variété a un effet sur le prix. Par exemple la Côte d'Ivoire et le Ghana préfèrent l'oignon rouge de Kongoussi contrairement à l'oignon violet.

v) Pour une production de qualité, il faut un meilleur stockage et un regroupement post récolte de l'oignon des producteurs. Il faut améliorer l'état des routes pour la qualité des transports et promouvoir par exemple l'utilisation des emballages empilables comme les caisses en plastiques ou en bois qui ne compriment pas le produit.

Sources : Yirvouya, juillet, 2010

D'un point de vue général, l'oignon du Sourou pose un problème de qualité, les commerçants affirment qu'on ne peut pas le conserver pendant longtemps. A ce propos, on peut avancer le témoignage de monsieur Sanné Ablassé grossiste-exportateur d'oignon installé dans le marché de Paspanga. A la question de savoir pour quelles raisons le Sourou n'est pas pour lui un site privilégié d'approvisionnement, la réponse est présentée dans l'encadré ci-après.

Encadré 9: perception d'un commerçant sur la qualité de l'oignon du Sourou

Vous savez, l'oignon du Sourou a des problèmes. En tout cas pour moi, tant qu'il ya de l'oignon ailleurs je ne prends pas l'oignon au niveau du Sourou. Le problème c'est que ça ne peut même pas se conserver. Si tu n'as pas un bon camion, ce n'est pas la peine. Et puis avec les tracasseries routières de la Côte d'Ivoire, c'est trop risqué. Ça peut pourrir avant que ça n'arrive au niveau de la Côte d'Ivoire ou du Ghana. Il n'y a même pas de « route » pour partir là bas.

Sources: Yirvouya, juillet, 2010

4.10. Les contraintes dans l'écoulement de la production

Les contraintes à ce niveau sont multiples :

- Le mode de conditionnement de l'oignon constitue une des contraintes majeures de cette filière. En effet les sacs utilisés ne sont pas adaptés à une bonne conservation de l'oignon bulbe.
- la qualité de l'oignon. Elle est remise en cause par certains commerçants particulièrement ceux évoluant au Sourou.
- Selon certains commerçants, la filière a besoin d'une régulation des prix.
- Les routes conduisant à la vallée du Sourou sont en mauvais états

4.11. Les perspectives en termes d'amélioration de la qualité et des volumes dans l'écoulement du produit dans le cadre de AD-10

Les perspectives en termes d'amélioration de la qualité et des volumes écoulés dépendront non seulement de l'amélioration des conditions de production comme souligner, mais aussi de l'amélioration des conditions d'emballage (par une utilisation des sacs en filets) de l'oignon et de transport. Il existe aussi la nécessité d'améliorer les conditions de stockage chez les commerçants chargés de la distribution de l'oignon au niveau national.

5. Les pratiques commerciales

Depuis l'année 2008, l'AMVS a suscité des réflexions avec les producteurs en vue de mettre en place un comptoir de vente de l'oignon dans le but de mieux réglementer les actions de commercialisation bord-champs par les producteurs. Les objectifs poursuivis sont les suivants:

- Garantir un prix rémunérateur aux producteurs,
- Améliorer le système d'information sur le marché,
- Maîtriser la part de la production destinée à la commercialisation,
- Améliorer la qualité de la production vendue à travers l'instauration d'un système de normes.

Pour se faire, l'Union des Producteurs Maraîchers du Sourou (UPROMA) qui est une union des coopératives spécialisées dans la production de l'oignon (composé de 16 coopératives de production en 2009) a mis en place un comité chargé du marketing et de la recherche de marché de l'oignon qui travaille en étroite collaboration avec les responsables de l'AMVS. A cet effet, un comité consultatif chargé de la réflexion pour la mise en place du dispositif dans les années à venir a été créé en 2009.

5.1. Termes de vente et paiement communs

Les achats se font au comptant au niveau de tous les sites d'approvisionnement. Certains acheteurs pratiquent le crédit fournisseur. Ils font des avances de 50% de la valeur due à l'approvisionnement et assure le paiement du reste après vente. Cette pratique n'est possible que s'il existe un intermédiaire entre les producteurs et les commerçants sur les sites d'approvisionnement. Ce dernier joue le rôle de garant au plan moral. Mais cette pratique reste limitée et est basée sur la confiance et la fidélité de l'acheteur vis-à-vis du producteur.

La contractualisation commerciale n'est pas développée entre les commerçants et les producteurs, ce qui ne permet pas le recours au système bancaire pour permettre le financement de la production.

5.2. Les relations sociales entre les maillons de la chaîne

Les relations sociales entre les producteurs et les commerçants d'oignon sont complexes. Néanmoins on peut énumérer un certains types de liens commerciaux qui sont spécifiques à ce domaine de commercialisation de l'oignon du Sourou.

- Les commerçants et les producteurs évoluent sur la base d'une relation basée sur la confiance. En général, ceci passe par un intermédiaire qui réside sur la plaine et qui joue le rôle de garantie morale à ce type de relation.
- Plusieurs faveurs sont accordées aux producteurs, en l'occurrence l'accès aux intrants que le commerçant peut mettre à sa disposition, des petits prêts pour supporter les périodes de soudures, une garantie de débouché au moment de la récolte ou des achats anticipés de la production par le commerçant afin que le producteur dispose de revenus de manière précoce.

- En retour, le producteur est un fournisseur fidélisé par le commerçant et fait désormais parti de son portefeuille de producteur. Toutes les décisions de préparation de sa campagne de production doit recueillir l'avis du commerçant avant la mise en œuvre.

Ce type de relations s'est consolidé sur le terrain du fait de l'absence des structures d'appui accompagnement spécifiques dans le domaine du financement et de la commercialisation en faveur des producteurs. Ce qui constitue une opportunité pour les commerçants de tirer avantages d'une situation qui n'est pas organisée. Ce sont des types de rapports sociaux qui ne donnent pas un avantage économique et financier aux producteurs, au contraire, ils ne créent que des liens de dépendance forte entre producteurs et commerçants en défaveur des premiers.

5.3. Le système d'information commerciale pratique

Il n'existe pas de système d'information commerciale. L'information découle de la relation sociale qui lie les commerçants et les producteurs depuis le début de la période de production. Il est basé sur une communication informelle entre producteurs et commerçants et un suivi par ces derniers des activités de production au regard du fait qu'ils jouent le rôle d'accompagnateur des producteurs. Les commerçants locaux sont informés en priorité sur l'offre commerciale.

5.4. Le contrôle financier et l'influence économique des commerçants sur les producteurs

Les commerçants exercent un contrôle sur les producteurs à travers la fixation des prix. En effet, ils décident du cours des prix de l'oignon à l'achat en vertu des appuis financiers qu'ils ont accordé à certains producteurs. Toutefois, on remarque qu'au cours de ces dernières années, avec l'intervention bancaire en faveur de certaines coopératives et des mesures qui sont prises par l'AMVS, on observe une certaine indépendance dans la fixation des prix par certains producteurs. C'est à cet effet que l'UPROMA et l'AMVS ont mis sur pieds un comité chargé du marketing en 2009.

5.5. Les barrières diverses à l'entrée de nouveaux fournisseurs

Plusieurs barrières empêchent l'entrée de nouveaux fournisseurs dans la zone de production. La principale raison est la situation de surendettement de nombreux fournisseurs par les prêts d'usures pratiqués par de nombreux commerçants acheteurs. Ces commerçants jouissent d'une situation de quasi monopole sur la production de nombreux producteurs et empêchent toutes nouvelles initiatives provenant du dehors. C'est ainsi que des désinformations ont été souvent promues à l'endroit du crédit bancaire pour décourager les producteurs à l'accès de ce type de crédit. De même, des chantages sont souvent faits à certains producteurs endettés qui sont sommés de rembourser l'intégralité de leur crédit avant de nouer des relations avec de nouveaux fournisseurs.

5.6. Les contraintes

Les relations entre commerçants et producteurs sont marquées par une forte emprise des premiers sur les seconds. Les commerçants fixent les prix d'achats de l'oignon bulbe auprès des producteurs. L'absence de système d'information commerciale pratique constitue une contrainte majeure de cette filière. Les producteurs sont mal informés ce qui les conduit à faire des choix souvent non optimaux. Il existe également des barrières à l'entrée de nouveaux fournisseurs.

5.7. Les perspectives et les mesures d'accompagnement en vue de l'amélioration des pratiques par le projet AD 10

Il est plus que nécessaire de former et d'informer les producteurs sur le fonctionnement réel de la filière oignon. Il faut également mettre en place un système d'information commerciale pratique. Les besoins d'informations ne sont pas uniquement réservés aux opérateurs mais aussi et surtout aux producteurs. Les informations utiles pour les paysans concernent : les actualités nationales et régionales sur la filière – besoins en qualité et en quantité des marchés – prix au niveau producteur des autres sites de production – évolutions technologiques – conjonctures économiques et politiques.

6. La logistique de la distribution par les Intermédiaires et le transport de l'oignon

6.1. L'accès au transport

En général, les commerçants d'oignon disposent de leurs propres moyens de transport pour assurer l'évacuation de leurs produits. Le rôle de l'intermédiaire commerciale se résume à l'organisation des chargements, aux conditionnements de la production et au convoyage des zones de production jusqu'au point de déchargement (en général à Ouagadougou ou à Bobo Dioulasso).

6.2. Les frais de transport

On distingue plusieurs étapes dans le processus de transport. Ce sont

- Le transport de la zone de collecte au point de transit de Ouagadougou ou de Bobo Dioulasso
- Le transport vers l'extérieur.

Les Coûts d'approche de la zone de Sourou à Ouagadougou

Cela comprend, les achats d'emballages, les coûts de transports, le chargement et le déchargement.

Tableau 15: Les Coûts d'approche de la zone de Sourou à Ouagadougou

Approches	Coûts (en F CFA)
Achat d'emballage par sac	600
Coûts unitaire de transport par sac de 120 kg	1 500
Chargement et déchargement	200
Total	2 300

Les coûts d'approche de Ouagadougou à Abidjan

Les conditions et le coût du transport constituent des facteurs très importants dans le choix des sites d'approvisionnement. Ils influencent la rentabilité des activités des grossistes. En période d'abondance (janvier à Avril), les commerçants se tournent vers les zones où l'importation de l'oignon leur revient moins cher. Toutefois il faudrait relever que le plus grand problème réside dans les conditions à l'exportation.

• L'exportation par voie routière

Selon les résultats d'une récente étude menée par Yirvouya conseils et développements en Mai 2010 (exposé du 18 au 19 Mai 2010 à Ouahigouya sur la contractualisation, projet ATP/Yirvouya 2010), les coûts du transport routier de l'oignon pour un camion semi-remorque sont estimés entre 1 200 000 FCFA et 1 500 000 FCFA de Ouaga à Abidjan. Et entre 1 900 000 FCFA et 2 000 000 FCFA de Ouagadougou à Accra. Mais en plus de cela, il faudrait tenir compte des coûts réels, notamment les surcoûts qui peuvent varier entre 700 000 FCFA à 1 000 000 FCFA compte tenu des tracasseries routières particulièrement en Côte d'Ivoire. Selon les informations disponibles, on a :

- 2 000 FCFA à payer par poste de police entre le Burkina Faso et le Ghana,
- 5 000 FCFA à payer par poste entre le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire.

La maîtrise des coûts de transport par camion est très aléatoire et il faudrait prendre une fourchette dans les calculs de coûts. Par exemple, le coût réel de transport d'un chargement par camion de Ouaga à Abidjan est compris entre 1 200 000 FCFA et 1 500 000 FCFA .

- **Le transport par voie ferroviaire**

Pour le cas du transport ferroviaire, selon les conclusions de la même étude, les choses semblent être simplifiées pour le transport de l'oignon entre le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire. Il est recommandé que les exportateurs burkinabè et les importateurs ivoiriens utilisent le chemin de fer qui semble plus efficace de nos jours. En effet, depuis 2006, la **Société de Transport Ivoiro-Burkinabè (STIB)** exploite le trafic des voyageurs et des marchandises périssables entre la Côte d'Ivoire. Il s'agit principalement de l'oignon, de la tomate et des choux etc.

Pour le transport de l'oignon, la STIB collabore avec les exportateurs d'oignon à Ouagadougou (association AEFOB), à Koudougou et avec l'association des exportateurs à BOBO. Elle peut accueillir les marchandises de tout opérateur économique désireux d'exporter ses produits vers la Côte d'Ivoire et d'importer de la Côte d'Ivoire vers le Burkina Faso.

Les Capacités de la STIB

- Entre 2007 et 2009 : la STIB disposait de 12 wagon-collecteurs avec une capacité de 47 tonnes par wagon-collecteurs soient 564 tonnes par voyage pour 3 voyages par semaine soient 1 692 tonnes/semaines
- En 2010, la capacité a été réduite à 6 Wagon-collecteurs avec une capacité de transport de 846 tonnes par semaine.

La STIB dispose de points d'embarquement à Ouaga (gare du train), à Koudougou, à Bobo Dioulasso, à Banfora, à Niangoloko et un point de déchargement à Adjamé (Abidjan) et des négociations sont en cours afin de rétrocéder la gestion de la gare aux associations des exportateurs de Ouagadougou, Bobo et Koudougou. Elle est entrain de négocier avec la SONAR (société nationale d'assurance et de réassurance) pour disposer des garanties en matière d'assurances marchandises

Modalités de transport par la STIB

Les formalités à remplir par les commerçants exportateurs

Le transport par la STIB n'exige aucune condition particulière. La STIB s'occupe de toutes les formalités et n'exige aucun document auprès de l'exportateur. La seule condition est le paiement des frais ci-dessous indiqués.

Tableau 16 : Coût d'approche du commerçant grossiste à travers la voie ferroviaire de l'oignon du Sourou (Nature des sacs : sacs d'oignon de 120 Kg conditionnés en sacs en jute et sacs d'oignon de 25 Kg conditionnés en filet).

Modalités	Coûts total par sacs	Coût au kg pour le transport du sac de 120 kg	Coût au kg pour le transport du sac de 25 kg
<i>Transports Ouagadougou - Abidjan</i>			
Sac de 120 kg	4 000	33,33	
Sacs en jute de 25 kg	1 250		50
<i>Manutention chargement</i>			
Manutention chargement sac de 120	250	2,08	
Manutention chargement sac de 25	100		0,83
<i>Manutention déchargement</i>			
Manutention déchargement à Adjamé sac de 120 kg	100	0,83	
Manutention déchargement sac de 25 kg	50		2
<i>Entreposage</i>			
Entreposage Adjamé sac de 120	250	2,08	
Entreposage Adjamé sac de 25	100		4
<i>Cout total sac</i>		38,32	56,83

Dans le cadre du transport par la STIB, le cout de transport des sacs de 120 kg est moins élevé que celui des sacs de 25 kg (38,32 FCFA/kg contre 56,83 FCFA/kg). Cela n'encourage pas les commerçants à un conditionnement plus adéquat avec les sacs de 25 kg qui semblent pourtant beaucoup plus recommandés pour maintenir une meilleure qualité du produit jusque dans le pays de destination.

Le choix du moyen de transport influe sur les coûts de revient. Pour le cas du transport entre le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire, le choix du chemin de fer comme moyen de transport parait plus judicieux même pour ceux qui disposent de leurs propres moyens de transport

- **Les coûts d'approche pour le transport par camion**

Le tableau suivant présente la structure des prix au niveau du circuit de distribution des exportateurs grossistes. La décomposition des prix porte sur les frais commerciaux de la mise en marché après l'achat aux producteurs. Ce sont les frais des grossistes pour l'exportation des oignons vers la Côte d'Ivoire et le Ghana.

Tableau 17 : Coûts d'approche pour les marchés ivoirien et ghanéen

Désignation	Frais d'approche au niveau du marché ivoirien pour un sac de 120 Kg (en FCFA)	Frais d'approche au niveau du marché ghanéen (en FCFA)
Coût d'achat des sacs à jute par emballage	650 à 1000	650 à 1000
Commission/collecteur	250	250
Manutention/conditionnement	1000	1000
Impôt et taxe	5000/camion	5000/camion
Transport	3000 à 3500	3000 à 3500
Frais d'entreposage	200/sac	-
Commission des intermédiaires à l'exportation	-	1000 / sac
Frais de route	750 000/ camion + frais non maitrisables	-

Sources : Yirvouya/principaux exportateurs d'oignons du Burkina Faso, juillet 2010

6.3. Tracasseries, impôts, taxes, permis

De nombreuses études sur les tracasseries routières indiquent que :

- Au Burkina Faso, on rencontre 2,30 arrêts pour 100 Km et chaque arrêt coûte 2 927 FCFA en moyenne,
- Au Ghana, on rencontre 1,84 arrêt pour 100 Km et chaque arrêt coûte 2 088 FCFA en moyenne,
- Au Togo, on dénombre 1,54 arrêt pour 100 Km et chaque arrêt coûte 1 180 FCFA en moyenne.

La maîtrise des coûts de transport par camion est très aléatoire et il faudrait prendre une fourchette maximale dans les calculs de coûts. Par exemple, le coût réel de transport d'un chargement par camion à Abidjan est de l'ordre de 2 000 000 FCFA.

De façon générale, les coûts des opérations d'exportations vers le Ghana par la voie routière semblent moins élevés que ceux vers la Côte d'Ivoire qui nécessitent de nombreux frais non maîtrisables dus à l'insécurité dans cette région. Par contre, lorsqu'il s'agit de la voie ferroviaire, les opérations sont plus avantageuses vers la Côte d'Ivoire. Mais la principale difficulté réside dans la capacité de SITARAIL à satisfaire la demande en matière de transport pour l'ensemble des exportateurs. Elle ne dispose que de six wagons pour le transport des fruits et légumes, ce qui semble très limité par rapport à l'ensemble des besoins.

6.4. Le type de conditionnement offert

Le conditionnement se fait dans des sacs en jute destinés initialement au conditionnement du cacao. Ce type de conditionnement est plus développé au niveau de la vallée du Sourou au regard des volumes plus importants produits. Ce sont des sacs de capacité de 120 kg surmontés de petits dômes généralement confectionnés à partir de sacs en filets. Au niveau de la vallée du Sourou, les acquisitions des sacs en jute sont du ressort des exportateurs et des commerçants-grossistes qui apportent eux mêmes l'emballage utilisé pour leurs chargements.

Le mode de conditionnement utilisé est à l'origine de nombreuses difficultés :

- Le conditionnement par les sacs en jute a une incidence négative sur la qualité de l'oignon et se traduit concrètement par des pertes en quantité et en qualité,
- L'utilisation des sacs en jute ramène le produit en catégorie inférieure (catégories III) au niveau du marché de consommation même si à la récolte le produit est classé en catégorie plus élevée (catégorie I),
- Le maintien des étiquetages du label « CACAO » faites sur les sacs en jute est à l'origine des tractations avec l'administration douanière lors des transactions au niveau frontalier,
- L'utilisation des sacs en jute revêt un caractère frauduleux qui reste cependant toléré parce que les sacs en jute qui sont à l'origine destinés au cacao sont détournés de leur circuit initial d'utilisation,
- Le système de conditionnement par les sacs en jute profite plus aux commerçants qu'aux producteurs du fait de son surplus de poids (20 kg supplémentaire) créant ainsi un manque à gagner pour le producteur; toutefois, ce système de conditionnement endommage la qualité de l'oignon, toute chose qui ne contribue pas à la valorisation de l'image du produit,
- Malgré le caractère inadapté des sacs en jute pour le conditionnement de l'oignon, son approvisionnement reste problématique chez les commerçants du fait du caractère aléatoire de sa disponibilité en Côte d'Ivoire et au Ghana,
- Les fournisseurs de sacs en jute évoluent dans le secteur informel et ne sont pas enclins à appliquer une démarche qualité dans les activités commerciales,
- Les sacs en jute ne sont pas adaptés pour le stockage et le transport de l'oignon.

6.5. Les pertes dues au transport

Les pertes dues au transport sont elles mêmes fonction de la qualité de l'oignon au moment de l'embarcation. Ainsi, selon les commerçants, les pertes sont quasi nulles lorsque la qualité à la récolte et au stockage est bonne, mais peuvent atteindre plus de 50% lorsque la qualité de l'oignon à l'embarcation n'est pas bonne.

6.6. Les contraintes

La précarité des voies conduisant aux sites de production est une contrainte dans l'acheminement des oignons bulbes vers les sites de commercialisation et d'exportations. Les tracasseries routières sur les différentes voies menant vers les divers pays constituent également des contraintes non

négligeables. Le transport ferroviaire est limité par le nombre de wagon qui fonctionne réellement alors qu'il constitue pour les exportateurs le meilleur moyen d'acheminement des oignons bulbes.

6.7. Les perspectives en terme d'organisation du transport

A ce niveau, il faut améliorer l'état des routes ce qui facilitera l'acheminement des produits. Le nombre de wagon effectivement utilisé pour le transport des produits doit être revu à la hausse afin de permettre l'acheminement d'une quantité beaucoup plus importante d'oignon. Le projet AD 10 pourra en collaboration avec le CBC (Conseils Burkinabè des Chargeurs) et les assureurs organiser de réflexion avec les professionnels du transport et déterminer les modalités pratiques pour assurer des conditions cadres pour sécuriser le transport de l'oignon par voie terrestre et ferroviaire.

7. Transformation / Conditionnement hors zone de production

En dehors de la transformation artisanale des feuilles et des petits bulbes d'oignon par les femmes, il n'existe pas de structures de transformation à l'échelle importante de l'oignon. Ce volet paraît très négligeable au stade actuel.

8. La commercialisation Finale

8.1. Les principaux débouchés nationaux et régionaux

La demande de l'oignon est importante et est destinée à la consommation locale et à l'exportation notamment vers les pays de la sous région que sont la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Togo et le Bénin. En 2002, la demande intérieure était supérieure à l'offre domestique avec 30 318 tonnes contre 29 586 tonnes de disponibilité soit un écart de 785 tonnes de déficit intérieur (DGPSA/MAHRA ; rapport technique, analyse de la filière maraichage au Burkina Faso, 2008 ; P.15). Cette situation a évolué au fil des ans et en 2005, la disponibilité de l'offre commerciale atteignait 54 959 tonnes et la part commercialisée aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur atteignait 50 562 tonnes (DGPSA/MAHRA, rapport technique, analyse de la filière maraichage au Burkina Faso, 2008 ; P.36). En 2007, la production atteignait 75 000 tonnes selon les estimations du PAFASP (rapport ATP/USAID, 2008, P 29).

8.2. Les volumes commercialisés par type de débouché

Importance de la production du Sourou sur le marché ivoirien

Le Burkina Faso a une tradition d'exportation de produits maraîchers vers le marché ivoirien. Depuis 2006, les coopératives du Sourou ont entrepris d'organiser l'exportation directe de leur production sur le marché ivoirien. Pour ce faire, elles ont noué des relations commerciales avec certaines coopératives de commercialisation (COCO-OIGNON et COCO-VICO), ce qui a permis d'exporter directement environ 2 000 tonnes de produits en 2006/2007.

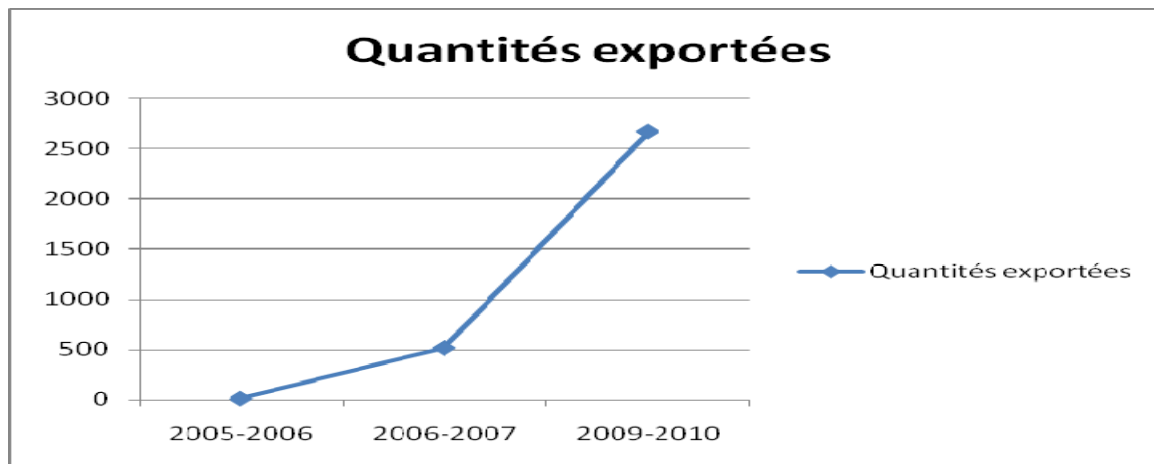
Parallèlement à ces opérations directes, les expéditions réalisées via les grossistes (notamment par deux grossistes nommés Léga et Hélène) étaient estimées à environ 8000 tonnes d'oignon bulbe pendant la même période. Malgré l'accroissement des exportations de l'oignon du Sourou sur le marché ivoirien, certaines critiques faites par les commerçants sur sa qualité doivent être prises en compte et devraient tendre à résoudre les problèmes liés à la mauvaise qualité de l'oignon dont les principales reproches sont : le taux élevé de pourriture, la qualité organoleptique non satisfaisante etc.

Importance de la production du Sourou sur le marché ghanéen

Les coopératives du Sourou font partie des premiers partenaires commerciaux des importateurs ghanéens en 2006. Sur les périodes 2006 et 2007, la SOCAMAD (Société Coopératives Agricoles et Maraîchères de Dédé), principale coopérative productrice de l'oignon dans la vallée du Sourou, a exporté respectivement 13 tonnes en 2006 et 517 tonnes en 2007. Depuis lors, les importateurs ghanéens viennent s'approvisionner directement sur les sites de production (voir graphique 1). Pour la campagne actuelle (2009-2010), les approvisionnements des Ghanéens s'élèvent à environ 2 670

tonnes. Toutefois, la qualité non satisfaisante de l'oignon du Sourou constitue un handicap pour assurer une fidélisation de la clientèle.

Graphique 4: Evolution des exportations de l'oignon (en tonnes) de la vallée du Sourou vers le Ghana



8.3. La part de marché des principaux fournisseurs

Durant la campagne 2006/2007, les principaux acteurs étaient la SOCAMAD (la Société Coopérative Agricole et Maraichère de Débé), la SOGCAM (Société des Coopératives Agricoles et Maraichères de Guiédougou), GPTONI (Groupement des Producteurs de Tomate de Niassan) et la COPROMAG (la Coopérative de Production Maraichère de Gouran). Au cours de cette période, l'offre commerciale de l'oignon était estimée à environ 2 000 tonnes pour les principales coopératives (rapport Yirvouya/BRS, 2007). En 2007/2008, la production totale vendue pour les quatorze (14) coopératives de production et groupements paysans était estimée à 16 220 tonnes. Depuis, les capacités offertes ont été mitigées compte tenu des problèmes de financement. La Banque Régionale de Solidarité du Burkina Faso (BRS-Burkina) et les différents réseaux des caisses populaires sont les principaux partenaires. Le tableau 1 ci-après présente les estimations de l'offre disponible par 14 coopératives de production au cours de la période 2007/2008. (cf. Etudes sur le circuit de commercialisation de l'oignon du Sourou, Yirvouya, 2008).

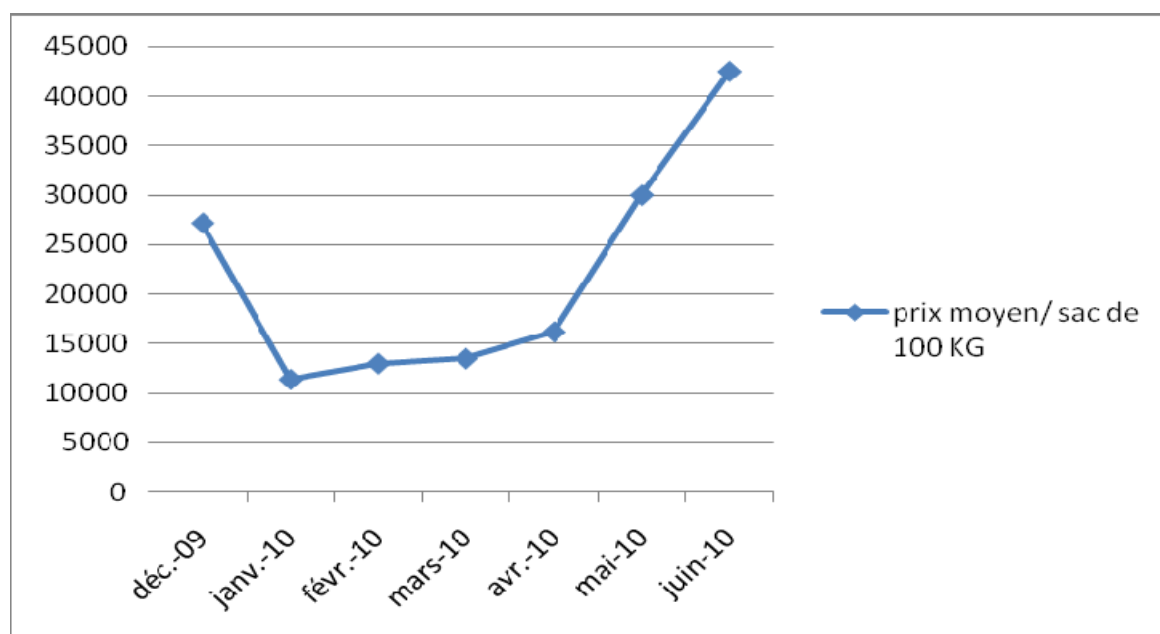
Tableau 18: Estimation de l'offre d'oignon pendant la campagne 2007/2008 de 14 coopératives de production

N	Coopératives et groupements	Production en Oignon vendue (tonnes)	Proportion (%)
1	Groupelement Nabasnere de Niassan	200	1.23
2	Sigui timogo son de Lanfiera :	100	0.62
3	Union des Groupements Maraichers de Niassan	200	1.23
4	Groupelement Yankadi de Niassan	200	1.23
5	Groupelement Noongtaaba	600	3.7
6	Groupelement Sosso Woni	200	1.23
7	Groupelement des producteurs maraichers de Niassan	240	1.48
8	Groupelement MiriYouma	780	4.81
9	Groupelement Benkadi de bossé	500	3.08
10	Groupelement zoodo	900	5.55
11	Société Coopératives agricoles et maraichers de Dédé (SOCAMAD)	8 000	49.32
12	Groupelement des producteurs de tomates de Niassan (GPTONI)	1 400	8.63
13	Société coopérative agricoles et maraichères de Gouran (SOGCAM)	2 800	17.26
14	Groupelement HORONIA	100	0.62
	Total	16 220	100

Sources: Yirvouya, 2008.

8.4. Les mercuriales de prix et la saisonnalité

Graphique 5 : Evolution du prix moyen des sacs de 100 kg en provenance du Sourou



La fluctuation des prix de l'oignon bulbe durant l'année, comme l'indique la figure ci-dessus, est fortement liée à l'offre. En effet les estimations en termes de quantités produites est fonction des périodes de l'année. Ainsi, le taux de récolte sur la période de décembre à mi février représente 15 à 20 % de la production totale, celui de mi février à mi avril représente 60 à 70% et celui de mi avril à mai représente 20% (entretien avec les responsables de SOGCAM – Sourou 2010).

Le taux de récolte par rapport à la production totale est relativement faible entre la période de décembre à mi février parce que cela ne concerne que les producteurs qui ont pu engager de façon précoce la production de l'oignon c'est-à-dire ceux là qui ont débuté le repiquage entre septembre, octobre et novembre. Ils sont en général peu nombreux compte tenu des périodes de récoltes des céréales (maïs) et les difficultés d'accès aux financements. La majorité des producteurs assurent le repiquage entre décembre et janvier et les grandes récoltes se passent entre fin février à mai. La période de fin avril à mai reste également une période de faible récolte compte tenu des conditions de chaleur qui ne sont pas favorables.

8.5. Les aspects qualité des produits commercialisés

La qualité de l'oignon vendu sur le marché intérieur

De façon générale les commerçants exportateurs procèdent au tri de l'oignon avant la commercialisation. En effet, la norme définit 3 niveaux de catégories de l'oignon en fonction de la qualité : la qualité supérieure (catégorie I), la bonne qualité (catégorie II) et la qualité moyenne (catégorie III). Les oignons des catégories I, II et III sont généralement destinés à l'exportation, et ceux de la catégorie III sont en général destinés au marché intérieur. Cela peut s'expliquer par deux (2) raisons essentielles :

- Les risques de pourriture sont minimisés avec les deux premières catégories donc favorables à l'exportation,
- Le marché extérieur permet de dégager des marges plus importantes par sac vendu, les meilleures catégories sont plus favorables à l'optimisation de la rentabilité.

8.6. Aspects règlementaires

Les éléments contractuels à rechercher auprès des différentes administrations du pays sont :

Obtention d'un certificat d'origine du produit à exportation : (Document à rechercher auprès de la préfecture dans les points de collecte ou de production, ou auprès des guichets uniques de la maison de l'entreprise) Le certificat d'origine est obtenu sur présentation de la facture pro forma.

Obtention d'un certificat phytosanitaire : Control à effectuer par les services techniques de la direction de la protection des végétaux et du conditionnement (ministère de l'agriculture, de l'hydraulique et des services halieutiques).

Conditions : le certificat phytosanitaire est délivré au vue du produit et ou de l'échantillon qui est examiné par un agent assermenté du service de la direction de la protection des végétaux et du conditionnement. Il est délivré pour tout produit agricole et alimentaire non transformé tel que l'oignon.

Localisation géographique : on dénombre 18 postes disséminés dans le pays pour assurer les services aux exportateurs tant à l'intérieur qu'au niveau des frontières:

Au niveau des frontières :

- Frontière Burkina Faso Cote d'Ivoire : poste de Niangoloko et de Kampti
- Frontière Burkina Faso Ghana : Poste de Ouessa, Zeko, Dakola et de Bittou
- Frontière Burkina Faso Togo : poste de Bittou
- Frontière Burkina Faso Benin : poste de Nadiabou
- Frontière Burkina Faso Niger : poste de Kantchari
- Frontière Burkina Faso Mali : poste de Faramana, Koloko, Thiou et de Djibasso

Au niveau intérieur:

- Ouaga : poste central de Ouaga gare et Ouaga aéroport
- Bobo : poste Bobo gare et poste port sec

Condition pour l'échantillonnage

Quantités:

- pour 1 tonnes = prélèvement de 10 kg
- pour 100 tonnes = prélèvement de 5 Kg

Durée de validités:

- En fonction de la nature du produit. Pour l'oignon = 2 mois

Frais à payer pour oignon frais

1 Kg à 10 Kg =	100 FCFA
11 Kg à 100 Kg =	200 FCFA
101 Kg à 1 tonnes =	500 FCFA
1001 Kg à 10 000 Kg =	3 000 FCFA
+ de 10 000 Kg =	4 000 FCFA

Frais à payer pour semences oignon

1 Kg à 10 Kg =	1 000 FCFA
11 Kg à 50 Kg =	2 000 FCFA
51 Kg à 100 Kg =	3 000 FCFA
Plus de 100 KG =	4 000 FCFA

Modèle de certificat phytosanitaire

MINISTERE DE L'AGRICULTURE BURKINA FASO
DE L'HYDRAULIQUE ET DES

RESSOURCES HALIEUTIQUES

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DES
PRODUCTIONS VEGETALES

DIRECTION DE LA PROTECTION DES
VEGETAUX ET DU CONDITIONNEMENT

Unité - Progrès – Justice

FRAIS D'INSPECTION
FRAIS DE TRAITEMENT
FRAIS TOTAUX

CERTIFICAT PHYTOSANITAIRE N°

/ A / 2010

POSTE D'INSPECTION PHYTOSANITAIRE DE :

Description de l'envoi

Nom et adresse de l'exportateur :

Nom et adresse déclarés du destinataire :

Nombre et nature des colis :

Marques des colis :

Lieu d'origine :

Moyen de transport déclaré :

Point d'entrée déclaré :

Nom du produit et quantité déclarée :

Nom botanique des végétaux :

PN :

PB :

Il est certifié que les végétaux, produits végétaux ou autres articles règlementés décrits ci-dessus ont été inspectés et/ ou testés suivant des procédures officielles appropriées et estimés exempts d'organismes de Quarantaine comme spécifié par la partie contractante importatrice ; et qu'ils sont jugés conformes aux Exigences phytosanitaires en vigueur de la partie contractante importatrice, y compris à celle concernant Les organismes règlementés non de quarantaine. Ils sont jugés pratiquement exempts d'autres organismes nuisibles.*

Déclaration supplémentaire

III. Traitement de désinfestation et / ou désinfection

Date Traitement

Produit chimique (matière active)

Durée et température Concentration

Renseignements complémentaires

Lieu de délivrance (Cachet de l'organisation)

Nom du fonctionnaire autorisé :

Date

(Signature)

Le présent certificat n'entraîne aucune responsabilité financière pour
(Nom de L'Organisation de la protection des végétaux), ni pour aucune de ses agents ou
représentants.*

* Clause facultative.

Obtention d'un bulletin de vérification

Le bulletin de vérification est un document qui atteste de la qualité du produit selon les normes organoleptique. Il complète le certificat phytosanitaire et est délivré par la direction des protections des végétaux et du conditionnement.

Condition d'obtention :

Chaque 10 tonnes de produits contrôlés coute 2 000 FCFA + 3 000 FCFA de frais de vérification.

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE

SECRETARIAT GÉNÉRAL

DIRECTION DES PRODUCTIONS
VÉGÉTALES

SERVICE DE CONTRÔLE
DU CONDITIONNEMENT ET DE
LA QUALITÉ DES PRODUITS

Modèle B

BURKINA FASO

Unité-Progress-Justice

BULLETIN DE VERIFICATION

POSTE DE

N° 0066308 / B / 200

Je soussigné (1)

déclare avoir examiné à (2)

le à

Heures

, un lot de (3)

Appartenant à M. (4)
M.

résident à sur la demande de
Classement demandé par l'exportateur (5)

VISA DE L'AGENT
AYANT EFFECTUE LES DOSAGES

Nom de l'exportateur (5)

Marché ou région d'origine

Destination

Usage auquel le produit est destiné

Nature et résultats des dosages

Nature du produit, espèces variétés

Classement de qualité adopté

Nombre et nature des colis

Poids total du produit net (6) brut (6), et certifie que ledit lot

satisfait aux conditions exigées par les décrets du pour être rangé
dans la catégorie de

Renseignements complémentaires pouvant être utiles au service
de contrôle du Conditionnement et de la qualité des produits

Montant de liquidation (voir détails au verso):

Visa du Chef de Poste de contrôle

A

, le



LIQUIDATION DES DROITS ET TAXES EXIGIBLES

N° de la liquidation N° de la quittance

Détail de la liquidation (1)	Montant de liquidation
I. - TAXE DE VERIFICATION	
II. - TAXES ACCESSOIRES	
Taxe de Tonnage	
Plomb	
Vacations	
Heures supplémentaires	
TOTAL.....	
(1) A remplir par Agent du Service de Contrôle du Conditionnement	

Imp. Burkina Décor Tél : 50 38 07 12

A , le
L' Agent du Service de Contrôle du Conditionnement,



L'engagement de change pour les exportateurs désirant recevoir leur paiement autre que le Francs CFA : Imprimer à rechercher auprès de la maison de l'entreprise et faire signer auprès de sa banque. Ce document peut être valable pour cela qui font des échanges avec des commerçants du Ghana.

Le titre d'exportation pour les chargements dont la valeur est plus supérieur ou égal à 15 Millions de F CFA. Imprimés disponibles auprès du guichet unique : à faire signer par le guichet unique, la banque et l'exportateur.

La lettre de voiture. Imprimé disponible auprès du CBC (Conseils Burkinabè des Chargeurs). A faire signer par le CBC et la Douane. Coûts 5 000 FCFA / camion

Les états de chargement pour le camion : (Imprimés disponibles auprès de la chambre de commerce). Il sert à faire le relevé du contenu du camion.

Les états de chargement pour un groupe de camion (Au cas où il y aura plusieurs camions à faire acheminer). Imprimer disponible auprès de la chambre de commerce. Il fait un relevé général du nombre de camion chargés.

Autres modalités et frais à prendre en compte pour l'exportateur:

- Frais douane : 3000 FCFA à 4 000 FCFA / camion pour la fiche d'escorte
- 5 000 FCFA par déclaration = taxe informatique
- TS (travail supplémentaire) vérification : 5 000 FCFA / camion
- TS ECOR (pour individu qui vérifie) : 10 000 FCFA / camion
- + prix de l'essence du douanier (pourboire)

Frais à l'arrivée pour l'importateur : présentation de certification d'origine à la douane et paiement de 19 à 20 % représentant la TVA.

La base de calcul est : valeur du produit à l'achat + coûts du transport jusqu'à la frontière + autres frais.

8.7. Les contraintes

Les problèmes liés à la commercialisation des oignons sont multiples. On peut entre autre citer ceux qui suivent :

- les emballages qui ne sont pas adaptés (emballages café, cacao et de céréales). Ces emballages handicapent fortement le métier et rend l'oignon du Burkina non compétitifs sur les marchés de la sous région ;
- l'inaccessibilité des exportateurs d'oignon au financement et aux appuis conseils ;
- les problèmes des routes tel que les tracasseries douanières notamment la justification de l'origine du produit (certificat d'origine) ;
- la non utilisation des instruments modernes de règlement. Les exportateurs pour leurs différentes transactions sont obligés d'apporter par devers eux des sommes d'argent considérables afin de payer cash aux producteurs. Cela se justifie par le fait qu'il n'y a pas de systèmes de décentralisation des instituts de crédits pour familiariser les paysans des opportunités d'utiliser de tels moyen.
- les problèmes de la logistique notamment les moyens de transport ;

- l'inorganisation des acteurs parce que de nos jours le métier n'est pas structuré si bien que n'importe qui peut exercer le métier en fonction de ses humeurs, qui a une lourde conséquence car ces comportements déstabilisent fortement le marché.
- L'instabilité du cours de l'oignon ;
- Le problème de conservation. Les producteurs dont le manque de formation en technique de production joue beaucoup sur la qualité du produit final. Ce problème va du surdosage à la non maîtrise des techniques de conservation.

8.8. Les perspectives en termes de commercialisation finale

Le but principal de la commercialisation est d'arriver à écouler les produits selon les demandes sur le marché avec un coût profitable au producteur. Pour une meilleure commercialisation, il faut décaler la période de vente d'une partie de la production par un stockage efficace. En effet d'après cette étude, le marché de l'oignon connaît des périodes creuses (juillet à novembre) où les prix sont à la hausse. Exploiter ce créneau pour une partie de la production d'oignon ne serait que profitable aux producteurs en adoptant un système de stockage adapté.

9. Conclusions et Synthèse

9.1. Les forces, faiblesses, opportunités, menaces

Les forces et les faiblesses

Les forces et les faiblesses de la commercialisation de l'oignon du Sourou sont présentées dans le tableau suivant :

Tableau 19 : Forces et faiblesses de la commercialisation de l'oignon du Sourou

Forces	Faiblesses
- La zone du Sourou est une zone de forte production de l'oignon bulbe - La zone bénéficie de l'appui de nombreuses institutions d'appui accompagnement (PAFASP, PROFIL, ATP, BRS...) - Les structures coopératives sont déjà organisées au sein d'une filière spécialisée dans la production de l'oignon bulbe (UPROMA) et dispose d'une forte capacité de production (16 220 tonnes en 2007/ 2008) - L'oignon du Sourou est connu et consommé sur le marché national et régional (Côte d'Ivoire, Ghana, Togo, Bénin....) - Les coopératives enregistrent des exportations significatives vers la Côte d'Ivoire et le Ghana - Existence de marchés de collecte et de regroupement à Niassan permettant la centralisation de la production - Existence d'une diversité de clients d'origine nationale et étrangère, - Les partenariats commerciaux sont développés entre les coopératives et les commerçants, - Existence de projets de contractualisation entre les importateurs ivoiriens et ghanéens et les producteurs du Sourou (GAPTO au Ghana et COCO OIGNON en Côte d'Ivoire),	- L'indisponibilité de la production d'oignon du Sourou en certaines périodes de l'année (Juin à Novembre), - Le nombre élevé d'intermédiaires commerciaux dans la chaîne de commercialisation, - Mauvaise image de l'oignon du Sourou dans les marchés de la sous région (durée de conservation très courte), - Insuffisance d'infrastructures de stockage pour la conservation de l'oignon, - Absence de système de regroupement de l'oignon pour le chargement, - Faible niveau d'organisation et de structuration des grossistes exportateurs, - Non respect des normes de conditionnement par les producteurs et les collecteurs, - Non respect des engagements pris par les producteurs vis-à-vis des commerçants, - Absence des mécanismes de paiements bancaires dans les transactions commerciales entre producteurs et commerçants, - Difficulté d'accès aux zones de production compte tenu du mauvais état des voies d'accès,

Forces	Faiblesses
- Existence d'un comité de réflexion suscité par l'AMVS et chargé de la mise en place d'un comptoir de vente de l'oignon, - Existence d'un comité chargé de l'harmonisation des prix de vente (en gestation), - Entente entre les producteurs pour instaurer le paiement au comptant afin de limiter les risques de non paiement, - Forte disponibilité de l'oignon du Sourou pendant les périodes de fortes consommations (Janvier à Mai) - Existence d'une stratégie tendant à favoriser l'instauration de prix rémunérateurs aux producteurs (cas de la campagne 2008-2009) - Existence de nombreux grossistes au niveau national qui s'approvisionnent dans la zone de production,	- L'utilisation d'emballage non adapté pour le conditionnement de l'oignon, - Insuffisance de moyens logistiques adéquats pour assurer le transport (utilisation de camions tout venant non approprié) Fonds de roulement limité de nombreux grossistes réduisant leurs capacités exportations, -

Sources : Yirvouya, juillet 2010

Les opportunités et les menaces

Les opportunités et les menaces de la commercialisation de l'oignon du Sourou sont présentées dans le tableau suivant :

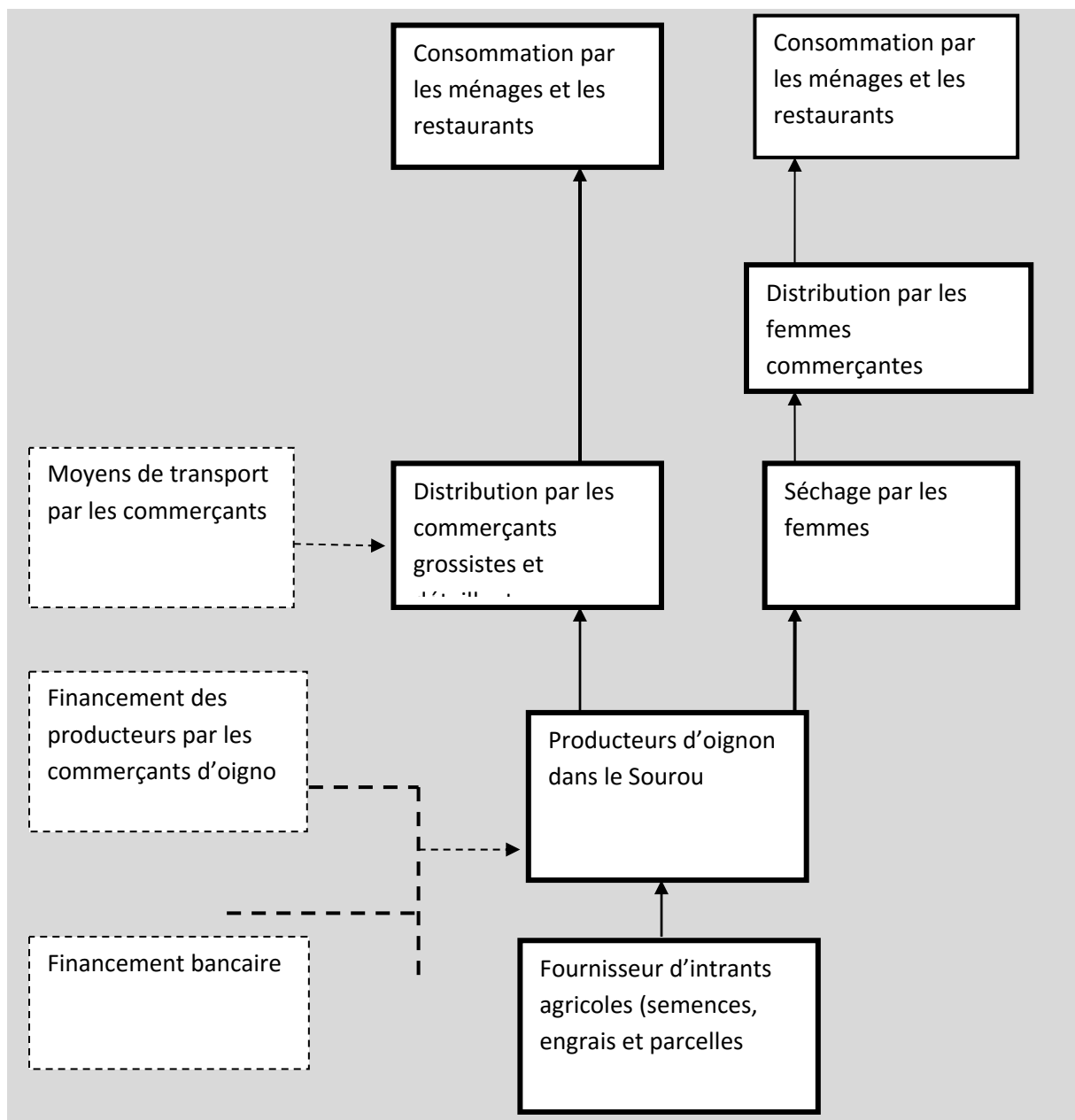
Tableau 20: Opportunités et menaces de la commercialisation de l'oignon du Sourou

Opportunités	Menaces
- Le choix de la filière oignon comme une priorité dans la stratégie nationale de promotion des exportations du Burkina Faso, - Forte capacité d'augmentation des productions d'oignon au niveau de la vallée du Sourou, - Grande expérience des producteurs dans la filière oignon, - Les coopératives disposent d'une capacité d'accès au financement grâce à leur meilleure organisation - Tendance à l'accroissement de la demande au niveau du marché national et des marchés extérieurs, - Existence d'un cadre d'organisation des commerçants d'oignon comme base de professionnalisation des acteurs (AEFOB) - Forte capacité d'exportation des grossistes dans les pays de la sous région - Existence d'un observatoire nationale de la filière oignon rattaché à l'Observatoire Régionale de l'Oignon en Afrique Occidentale et Centrale (ORO/AOC), - Prise de conscience des producteurs en vue de l'amélioration de la qualité de leur production, - Prise de conscience des grossistes dans l'utilisation des sacs en filet comme emballage approprié, - Le transport ferroviaire apparaît comme une solution pour faciliter l'acheminement de l'oignon en Côte d'Ivoire,	- Les tracasseries routières entravent la capacité d'exportation et la compétitivité de l'oignon, - La complexité du contexte administratif ghanéen limite fortement les capacités d'absorption de ce débouché, - -

Sources: Yirvouya, juillet 2010

9.2. Composition de la chaîne de valeur

Figure 4 : Composition de la chaîne de valeur



9.3. Estimations de l'évolution future du marché de l'oignon

Les futurs marchés, malgré l'absence de données statistiques pour caractériser les tendances, sont porteurs au regard des besoins de consommation croissants des principaux pays importateurs notamment la cote d'ivoire qui du fait des troubles internes risque de connaître une baisse de sa production intérieur. De même, sur le plan intérieur, l'importance des importations pour la consommation locale à certaines périodes de l'année nécessite de placé l'oignon comme un produit de substitution aux importations. Toute chose qui garantie de bonne opportunités pour un futur marché.

9.4. Impact sur le marché des volumes supplémentaires provenant des zones d'intervention

Une offre supplémentaire de produit, compte tenu des besoins croissants sur le marché, ne risque pas d'avoir une influence négative sur le cours des prix. Au contraire, si la qualité est de mise dans la production, un accroissement supplémentaire en volume permettra non seulement d'améliorer le niveau de l'offre intérieur et extérieur en oignon frais, mais aussi de favoriser la transformation par les industries agro alimentaires comme c'est le cas de l'industrie de CUBE MAGGI qui depuis quelques années cherche des alternatives pour associer l'oignon produit localement dans son processus de transformation.

10. Recommandations

10.1. Axes de Stratégie de Commercialisation à mettre en œuvre

Axe 1 : Prendre en compte les acquis de la stratégie nationale de promotion des exportations et développer des synergies d'actions avec l'ONAC.

Cela implique la mise en cohérence des activités de promotion de l'oignon de la vallée du Sourou avec les actions prévues au plan national dans le but de créer une synergie tendant à valoriser les initiatives locales et de faciliter une meilleure mobilisation des ressources (ressources techniques, matérielles, financières et informationnelles),

Axe 2 : Favoriser l'accès au financement tant au profit des producteurs que des commerçants d'oignon.

Ce volet consistera à accroître la capacité de l'offre et de la demande par les acteurs en vue d'une meilleure pénétration du marché régional.

Axe 3 : Développer un dispositif de partenariat qui prend en compte le développement des relations entre les producteurs et les commerçants nationaux.

Ce volet consiste à développer des relations de concertations permanentes entre commerçants et producteurs en vue d'améliorer les conditions d'approvisionnement et de fixation de prix et de respect mutuel des engagements etc.

Axe 4 : Développer des appuis spécifiques en vue d'un renforcement des initiatives déjà engagées entre producteurs de la vallée du Sourou et les importateurs de Côte d'Ivoire et du Ghana.

Ce volet consistera à prendre en compte les projets de contractualisation déjà initiés par la partie ghanéenne (entre GAPTO (Accra) et les producteurs d'une part, entre COCO OIGNON (Côte d'Ivoire) et les producteurs d'autres part) en vue d'accompagner leur concrétisation et aussi de pouvoir accélérer la mise en place du comptoir de vente initié par l'AMVS et les producteurs dans la vallée.

Axe 5 : le renforcement des capacités des associations professionnelles des commerçants d'oignon

Le renforcement des associations professionnelles des commerçants permettra de faciliter la gestion du système d'information sur le marché de l'oignon du Sourou et de renforcer la demande.

10.2. Mesures d'accompagnement pour les bonnes pratiques de production, de stockage, de distribution

Pour une amélioration future des quantités produites, du stockage et de la distribution un ensemble de mesure doit être adopté. Il faut adopter une démarche qualité.

Démarche qualité pour la production

D'abord pour une amélioration des quantités produites, les producteurs doivent adopter des méthodes modernes de productions, mettre l'accent sur la variété d'oignon dont la conservation s'avère facile. Il faut également un renforcement de la capacité des producteurs en matière de protection des cultures d'oignon et augmenter les superficies cultivées.

Démarche qualité pour le stockage et le conditionnement

Pour une amélioration de la qualité du stockage et de la transformation, il est important d'utiliser des outils modernes de stockage et de transformation ce qui conduira certainement à une meilleure conservation de l'oignon et par conséquent à un profit plus élevé. Les paysans devront sécher les oignons au champ dans un endroit sec et aéré, non directement atteint par un fort ensoleillement pour réduire le taux d'humidité. Les sacs utilisés pour le conditionnement devront être aérés et secs (par exemple les sacs utilisés par les hollandais). Il faut également étiqueter chaque sac afin qu'on puisse déterminer l'origine exacte de l'oignon. La mise en place d'un système de management de la qualité permettra sans doute à cette filière de se positionner comme l'une des filières les plus porteuses du secteur agricole burkinabè.

Démarche qualité pour la distribution

Les volumes écoulés connaîtront un réel accroissement que si on prend certaines dispositions. Ces dispositions sont l'amélioration des moyens de conditionnement utilisés c'est-à-dire l'utilisation de sacs beaucoup plus aérés, le bitumage des différentes voies utilisées par les camions pour le transport de la zone de production vers les différentes destinations. Il faut également mettre en place un système d'information commerciale pratique.

10.3. Mesures d'accompagnement requises pour le système de commercialisation proposé

La mise en évidence des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces, laisse entrevoir que la vallée du Sourou malgré les insuffisances et les obstacles, dispose d'une capacité réelle d'accroissement de sa production d'oignon en qualité et en quantité. Les opportunités en termes de demande solvable sont conséquentes si toutefois des mesures d'accompagnement sont mises en œuvre. Ces mesures sont relatives à la mise à niveau de la qualité du dispositif de production, à l'harmonisation des modes d'approvisionnement de façon à optimiser la chaîne de valeur du système de commercialisation aussi bien sur le marché intérieur que sur le marché sous-régional. On pourrait retenir un certain nombre d'axes prioritaires en sus cités dont la mise en œuvre pourrait améliorer les ventes des acteurs opérant dans cette localité.

Annexe 1 : liste des commerçants enquêtés

a) Liste des grossistes enquêtés

N°	Nom et Prénom	Statut	numéro	lieu de rencontre
1	Mane prosper	Acheteurs exportateurs	78803829	Bobo Dioulasso
2	Nakoulma oumar	Acheteurs exportateurs	70253605	Bobo Dioulasso
3	Ouedraogo amidou	Acheteurs exportateurs	70232626	Koudougou
4	Nassa lassane	Acheteurs exportateurs	70252844	Bobo Dioulasso
5	Sawadogo boukari	Acheteurs exportateurs	76216949	Koudougou
6	Ouedraogo sarata	Acheteurs exportateurs	76192346	Koudougou
7	Nassa seydou	Acheteurs exportateurs	70326159	Koudougou
8	Kabore séni	Acheteurs exportateurs	71100213 ou 76407364	Koudougou
9	Kouda hamado	Acheteurs exportateurs	70257906	Koudougou
10	Ouedraogo hamadé	Acheteurs exportateurs	70359321	Koudougou
11	Ouedraogo rasmane	Acheteurs exportateurs	70235000	Bobo Dioulasso
12	Sore karim	Acheteurs exportateurs	78858768	Banfora
13	Sanné ablassé	Acheteurs exportateurs	70748683 ou 78235565	Ouagadougou
14	Damiba hélène	Acheteurs exportateurs	70301821 ou 70204446	Ouagadougou
15	Traoré coubra	Acheteurs exportateurs	71167001	Banfora

Sources : Yirvouya 2010

b) liste des commerçants de l'association Zemstaaba rencontrés à Koudougou

Noms et Prénoms	Fonction	Contacts
Yaméogo Oumar	Membre	76774439
Ouédraogo Alassane	Membre	76697715
Kaboré Boureima	Membre	70452316
Yaméogo Rogin	Membre	
Nassa Salif	Membre	71728304
Ouédraogo Bilallé	Membre	70359155
Ouédrogo Hamadé	Membre	70359321
Kouda Hamado	Président	70257906
Ouédraogo Idrissa	Membre	70558044
Nassa Saydou	Membre	
Ouédraogo Zakaria	Membre	70173816
Kouda Boukaré	Comissaire aux comptes	76604217
Ouédraogo Moussa	Membre	70720518
Sawadogo Adama	Membre	
Nassa Hamado	Membre	76242846
Nassa Hamadou	Membre	70010761
Yaméog Thomas	Membre	76015287
Ouédraogo Abdoulaye	Membre	76884652
Ouédraogo Hamidou	Membre	71147624
Sawadogo Boukari	Membre	76216949
Ouédraogo Idrissa	Membre	70872918
Sawadogo Adama	Membre	76570829
Ouédraogo Adama	Membre	75017390
Ouédraogo Hamidou N° 2	Membre	70232636

Sources : Yirvouya 2010

c) liste des commerçants rencontrés (AEOB Koudougou)

Noms et Prénoms
Soré Idrissa
Kaboré Seyni
Zoungrana Abdoulaye
Zoungrana Kady
Zoungrana Mariam
Ouédraogo Sarata
Zongo Kady
Kaboré Rakieta
Zoungrana Hawa
Zoungrana Fatimata
Kabore Rasmata
Kaboré Hawa

Sources : Yirvouya 2010

d) Liste des membres du bureau des commerçants exportateurs d'oignon de bobo rencontrés (Association NONGTAABA)

Noms et Prénoms	Fonction	Contacts
Nassa Lassane	Président	70252844
Nakoulma Oumar	Vice-président	70283605
Mane Prosper	Conseiller	78803829
Nassa Amado	membre	79119463
ouédraogo Rasmane	Trésorier-adjoint	70713364
Illy Simon	membre	76511109
Kouda Rasmane	membre	70713364
Zongo Adama	membre	78302789

Sources : Yirvouya 2010

e) Liste des commerçants d'oignon de Banfora

Noms et Prénoms	Contacts
Soré Adama	
Ouédraogo Abou dramane	76879225
Soré Tassere	78475139
Sancara Inoussa	72259013

Sources : Yirvouya 2010

Annexe 2 : document de transport de l'oignon dans la zone UEMOA (ORO/AOC)

ASSOCIATION NATIONALE DES COOPERATIVES DES PROFESSIONNELS DE LA FILIERE OIGNON

 **ANFO** 

Licence Autorisation : Arrêté N° 35/MI/D/DGAPJ/DLP du 30 janvier 2004
BP: 34 MADAOUA - RÉPUBLIQUE DU NIGER
Tél : (+227) 20 74 04 65 Cel : 96 97 28 85, E-mail : nigeroignon@yahoo.fr

Région de :
Fédération ANFO:
Union de : Commune.....
Point de vente :

AUTORISATION DE CHARGEMENT N°.....du.....

Je soussigné.....Président de l'Union de des Coopératives
ANFO deCommune

Autorise :
Mr/Mme/Sté :
Adresse :
A chargé à bord du véhiculeN°.....
Nombre de sacs : (en chiffres)(en lettres).....
Lieu de chargement :
Destinataire : Mr/Mme/Sté.....
Pays : Ville :
Transitaire :

Qualité de l'oignon : VIOLET DE GALMI

La présente autorisation est délivrée pour servir et valoir ce que de droit dans l'espace CEDEAO/UEMOA. Prière aux autorités et Organisations paysannes d'en faciliter la circulation.
Fait àle

Le Président de l'Union
.....



**OBSERVATOIRE RÉGIONAL DE LA FILIÈRE OIGNON
EN AFRIQUE DE L'OUEST ET DU CENTRE
(ORO/AOC)**

BP: 98 Niamey - Niger
Tél: +227 96 97 28 85 / +227 96 97 19 39
Email: oroaoc@yahoo.fr, nigerolignon@yahoo.fr
Site web: www.oro.observatoires.org
Arrêté N° 378/MI/D/DGAPJ/DLP du 13 septembre 2006

Pays membres : Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Cap Vert, Centrafrique, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée Bissau, Guinée Equatoriale, Mali, Mauritanie, Niger, Nigéria, Sénégal, Tchad, Togo

Pays d'origine :

Région de :

Fédération :

Union de : Commune.....

Point de vente :

AUTORISATION DE CHARGEMENT N°.....du.....

Je soussigné.....Président de l'Union de des Coopératives
.....deCommune

Autorise :

Mr/Mme/Sté :

Adresse : r.....

A chargé à bord du véhiculeN°.....

Nombre de sacs : (en chiffres)(en lettres).....

Lieu de chargement :

Destinataire : Mr/Mme/Sté.....

Pays : Ville :

Transitaire :

Qualité de l'oignon :

La présente autorisation est délivrée pour servir et valoir ce que de droit dans l'espace CEDEAO/UEMOA. Prière aux autorités et Organisations paysannes d'en faciliter la circulation.

Fait àle

Pour Le Président

.....

Annexe 3 : listes des principaux grossistes au Burkina

Evolution des capacités de ventes des principaux acheteurs.

Nom & Prénom (s)	Structure	Localité	Quantité 2005/ tonnes	Quantité 2006/ tonnes	Quantité 2007/ tonnes	Quantité 2008/ tonnes	Quantité 2009 /tonnes
BESSIN Estelle	SOBFEL	Ouagadougou	0	115	63	200	300
DAMIBA/ZOMA Hélène	Commerçante Export	Ouagadougou	3841,5	2350	3253,5	3 208	3 850
KANAZOE Mahamadi	Commerçant Export	Ouagadougou	4200	5000	5200	6 000	6 000
KOUAMA Thérèse	Commerçante Export	Ouagadougou	800	908	1250	1 000	1 000
SAMA Françoise	Commerçante Export	Ouagadougou	0	0	100	270	300
SANA Souleymane	Commerçant Export	Ouagadougou	111	125	119	150	150
SORO Siaka	African Agri Export	Ouagadougou	-	-	-	-	-
ZERBO Toussaint	Commerçant Export	Ouagadougou	-	-	-	-	-
ZOUNDI Zénabo	Commerçante Export	Ouagadougou	4110	4230	3802	2 000	2 000
BAGUE Ousmane	Commerçant Export	Koudougou	20	50	80	100	100
BEREHOUDOUYOU Monique	Groupement Wend N'So	Koudougou	20	20	40	100	200
BOUDA Louise	Groupement Teega Wende	Koudougou	900	1030	1200	2 000	3 000
KABORE Alassane	Commerçant Export	Koudougou	800	850	900	900	1 000
KANTIONO Clémence	Commerçante Export	Koudougou	320	404	600	700	900
KANZEMO Christine	Commerçante Export	Koudougou	30	50	120	150	150
KIEMDE Jacques	Commerçant Export	Koudougou	300	400	520	700	800
KIEMDE Paul	Commerçant Export	Koudougou	40	70	90	200	400
KOANDA Hamado	Commerçant Export	Koudougou	-	-	-	-	-
KOANDA Issaka	Commerçant Export	Koudougou	15	38	40	20	30
KOUDA Hamado	Commerçant Export	Koudougou	180	450	900	1 100	2 000
NABI Abdoul Fataho	Commerçant Export	Koudougou	-	-	-	-	-
NABI Bassirou	Commerçant Export	Koudougou	100	260	300	300	700
NABI Moctar	Commerçant Export	Koudougou	170	188	200	1 000	1 200
NASSA Adama	Commerçant Export	Koudougou	395	530	500	600	700
NDO Timothé	Commerçant Export	Koudougou	100	90	162	200	400
OUEDRAOGO Hamidou	Commerçant Export	Koudougou	400	420	500	550	700
OUEDRAOGO Rasmata	Association Rimla Wendé	Koudougou	4014	4472	4472	10 000	10 000
OUEDRAOGO Thomas	Commerçant Export	Koudougou	0	150	150	300	450
OUEDRAOGO Zénabo	Groupement Tèed Beogo	Koudougou	508	700	720	900	900
SOW Charlotte Raïssa	Commerçante Export	Koudougou	-	-	-	-	-
YAMEOGO Ebou	Groupement Tik Wende Pam Panga	Koudougou	120	90	100	200	400
YAMEOGO Hélène	Groupement Kiswendsida	Koudougou	410	370	480	500	500
YAMEOGO Irène	TARINO Export	Koudougou	500	450	500	1 500	2 000
YAMEOGO Mahamadi	Commerçant Export	Koudougou	70	80	90	200	250

YAMEOGO N. Etienne	Association Bud Yam	Koudougou	2500	2300	2592	6 000	7 000
YAMEOGO Thérèse	Groupement Vennem Soule	Koudougou	30	60	200	200	300
ZOMA Bernadette	Groupement Lagtaaba	Koudougou	300	700	500	1 000	1 200
ZOMA Monique	Groupement Teega Wende Boa Malgré	Koudougou	200	230	300	300	300
ZOUNGRANA Salam	Commerçant Export	Koudougou	100	150	100	200	300
BADO Bernadin	UPPFL/Sanguié	Réo	19	69	0	600	1 500
BAYALA Albertine	Groupement Yiwo Zena	Tenado/Sanguié	50	30	75	100	300
BAZIEMO Martine	Groupement Kiedonignè Sect 2	Tenado/Sanguié	0	0	54	70	70
KAMMA Egnimbié	Groupement Péné Zu	Tenado/Sanguié	0	0	180	600	700
KANDO Ebou Engelique	Groupement Kiedonignè Tio	Tenado/Sanguié	48	40	50	150	150
KANYILI Sylvie	Groupement YI MA LUKELE	Tenado/Sanguié	50	65	100	150	200
KANZEMO Pauline	Groupement Kiedonignè Sect 1	Tenado/Sanguié	0	0	240	240	300
KANZIE Ebou	Groupement DE ZA YO	Tenado/Sanguié	0	0	60	240	240
M'PO Ebore	Groupement Pyene Jam	Tenado/Sanguié	4	6	8	10	20
TIEMTORE Claudine	Groupement Yizeguè	Tenado/Sanguié	100	80	70	20	50
OUEDRAOGO Moussa	Association Nongtaaba	Bobo Dsso	3278	3278	3158	3 796	3 796
OUEDRAOGO Salam Docteur	ASPMY	Ouahigouya	600	1762	2850	5 000	6 000
Totaux			29 754	32 660	36 989	53 724	62 806

Sources : Yirvouya 2008/2009

Annexe 4 : Liste des commerçants d'oignon intervenants en cote d'ivoire par zone

Zone de Ouaga		
N°	Nom et Prénom	Contact
1	ZOMA Hélène	70 30 18 21
2	KWAMA Thérèse	70 23 61 04
3	SANA Ablassé	70 74 86 83
4	SANA Souleymane	70 25 57 08
Responsable à Abidjan		
1	ZOMA Mathieu	05 22 37 77
2	KWAMA Abdoul Aziz	05 73 19 35
3	PAMO Salif	07 37 64 58
4	PARE Adissa	
Zone de Koudougou		
1	KABRE Adjaratou	76 06 17 32
2	SIMDE Adama	70 37 47 00
3	KABORE Ousseini	76 40 73 64
4	ZOMA Madeleine	70 30 18 24
5	ZOMA Geneviev	
6	ZONGO Awa	76 71 61 22
7	KANZIE Fatimata	76 61 67 61
8	ZOMA Mariam	70 23 25 57
9	KOUDA Hamado (ressouce)	70 25 79 06
10	NASSA Adama	
11	OUEDRAOGO Boureima	76 62 22 65
Responsable à Abidjan		
1	KOUDA Madi	06 28 82 28
2	ZONGO Tasséré	06 46 80 00
Zone de Bobo		
	NASSA Allassane	70 25 28 44 / 20 98 11 68
Responsable à abidjan		
	NASSA B. Adama	06 12 39 70

Sources : Yirvouya 2008/2009

Annexe 5 : liste des responsables des organisations de commerçants grossistes d'oignon au Ghana

GAPTO ONION ACCRA			
N°	Nom et Prénom	Contact	Observation
1	El adj Sidi Aboubacar	00233 0 244 14 14 66	Président
2	EL adj Mahamudu	00233 0 244 56 82 87	Vis Président
3	El Adj Mohamed Maiga	00233 0 244 74 15 09	Secrétaire Général (Francophone)
4	EL Adj Abdoulaye	00233 0 242 23 54 98	Membre
5	El Adj Yacubu	00233 0 242 71 42 80	Membre
6	El Adj Aboubacar Touré	00233 0 244 05 74 79	Membre
7	Daouda Hamidou		Membre
8	Souleymane Almasoul		Membre
9	Issaka Abdoulaye		Membre
10	Woyayi Mohamed		Membre
11	Hama Allassane		Membre
12	Issa Alhousseini		Membre
13	Moumina Bossou		Membre
14	Zakaria Ousmane		Membre
15	Qguissa Ojata		Membre
16	Ouma Bella		Membre
17	Hama Naro		Membre
18	Hama Algabasse		Membre
GAPTO ONION KUMASSI			
1	El Adj Abdourahman Moussa	00233 243 34 36 25 00233 277 45 11 51	Président
2	Abdoul Salam Mohamed	00233 243 83 82 88	Secrétaire Général (Francophone)
3	Djibril Maiga	00233 246 61 94 55	SG adjoint
4	El adj Allassane	00233 244 28 70 49	Chef de la commercialisation

Sources : Yirvouya 2008/2009

Annexe 6 : Liste des commerçants importateurs responsables des principaux marché d'oignon du Togo (Lomé)

Sites	Nom et prénoms	Contacts téléphoniques
Marché d'oignon « Abattoir »	Présidente	nd
Marché d'oignon « Adjangakomé »	BARA Hamadou	+ 228 984 63 67
	BARA Bouba	+926 52 79
	ZOUNBARE Hamadou	+228 951 16 20
	MONTERE Salan	+228 941 68 09
	BARA Ali	+228 926 54 44
Marché d'oignon « Assigamé-Sakomi »	ZAMPALIGRE Wahabo	
	ZEBA Souleymane	
Marché d'oignon « Atikpodji-Bon Secours »	ANABA Issa	+228 916 22 46
	ABOUDOU	+228 923 71 81
	IBRAHIM	

Sources : Yirvouya , 2008/2009