

REPUBLIQUE DU NIGER

MINISTERE DU DEVELOPPEMENT AGRICOLE

**PROJET DE DEVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS ET DES MARCHES
AGRO SYLVO PASTORAUX (PRODEX)**

PLAN D' ACTIONS OPERATIONNEL DE LA FILIERE OIGNON DU NIGER



**GROUPE DE TRAVAIL OIGNON
CONSULTANTS : Dr BOUBACAR NDIAYE
DOKA I. ASSOUMANE
HADI ALI MAAZOU**

Avril 2009

Version définitive

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
FIGURES.....	4
PHOTOS	4
LISTE DES TABLEAUX	5
SIGLES ET ABREVIATIONS	6
CHAPITRE 1 : PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE	7
1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION :	7
2. OBJECTIFS DE L'ETUDE	8
3. METHODOLOGIE.....	8
4. RESULTATS ATTENDUS.....	8
CHAPITRE 2 : ANALYSE DE LA FILIERE OIGNON	9
1. LES INTRANTS : SITUATION GENERALE	9
1.1. SEMENCES	9
1.1.1. <i>Les principales variétés cultivées au Niger :</i>	<i>9</i>
1.1.2. <i>Les techniques de production de semences</i>	<i>10</i>
1.1.3. <i>La productivité des semences.....</i>	<i>10</i>
1.1.4. <i>Evaluation des capacités d'approvisionnement</i>	<i>11</i>
1.2. ENGRAIS	12
1.2.1. <i>Les modes d'utilisation :</i>	<i>12</i>
1.2.2. <i>Les distributeurs d'engrais</i>	<i>13</i>
1.2.2.1. <i>La centrale d'approvisionnement (CA).....</i>	<i>13</i>
1.2.2.2. <i>Les privés</i>	<i>13</i>
1.2.2.3. <i>Les coopératives</i>	<i>13</i>
1.2.2.4. <i>Les boutiques d'intrants</i>	<i>13</i>
1.3. PRODUITS DE TRAITEMENTS PHYTOSANITAIRES :	14
1.4. MATERIEL D'EXHAURE ET DE CAPTAGE :	14
1.5. LES CONTRAINTES DE L'APPROVISIONNEMENT EN INTRANTS.....	14
1.6. SOLUTIONS ENVISAGEES	15
1.7. ATOUTS ET CONTRAINTES DE L'APPROVISIONNEMENT EN INTRANTS	15
2. LES SYSTEMES DE PRODUCTION	17
2.1. PRESENTATION	17
2.2. LE CALENDRIER CULTURAL.....	18
2.2.1. <i>Calendrier culturel de la zone de Taboua et Extension.....</i>	<i>19</i>
2.2.2. <i>Calendrier culturel de la zone d' AGADEZ</i>	<i>20</i>
2.3. L'INFLUENCE DES TECHNIQUES CULTURALES DANS LES SYSTEMES DE PRODUCTION	21
2.3.1. <i>Le système de culture de l'oignon de la Zone de Taboua et Extension</i>	<i>21</i>
2.3.2. <i>Le système de culture de l'oignon de la Zone d'Agadez et Environnant</i>	<i>21</i>
2.4. LES PRODUCTIONS D'OIGNON	22
2.4.1. <i>Typologie des principaux sites de production</i>	<i>22</i>
2.4.2. <i>Evolution de la production d'oignon.....</i>	<i>23</i>
2.4.3. <i>Coûts de production et revenus d'un producteur d'oignon de la région de Taboua.....</i>	<i>23</i>
2.5. ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA PRODUCTION	25
3. LE SYSTEME DE STOCKAGE ET DE CONSERVATION	25
3.1. JUSTIFICATION ET PROCESSUS	25
3.2. RAPPEL SUR LA DESTINATION DE L'OIGNON APRES LA RECOLTE AU NIVEAU NATIONAL.....	26
3.3. DESTINATION DES RECOLTES PAYSANNES SUR UN ECHANTILLON DE 10 COOPERATIVES D'OIGNON DE LA ZONE DE GALMI KONNI)	27



3.4. INVENTAIRE DES DIFFERENTES TECHNIQUES DE STOCKAGE D'OIGNONS EN MILIEU PAYSAN NIGERIEN.....	27
3.4.1. <i>Le système traditionnel : les « cases-greniers » à oignon : Rumbu ou Roudou.....</i>	27
3.4.2. <i>Les systèmes améliorés de stockage d'oignons au Niger.....</i>	29
3.4.2.1. Les entrepôts en banco ou chambre (type BIT/Reseda)	29
3.4.2.2. Les magasins-abris oignon de type ANPIP.....	30
3.4.2.3. Gares d'entreposage de type « Gatawani Dolé ».....	31
3.4.2.4. Séchoir à oignon de type « GERES »	31
3.5. AUTRES TECHNIQUES TRADITIONNELLES DE CONSERVATION DES OIGNONS FRAIS :.....	33
3.6. RECAPITULATIF DES PARAMETRES ECONOMIQUES SUR LES SYSTEMES ACTUELS DE CONSERVATION DES OIGNONS AU NIGER	33
3.7. REGLES DE BONNES PRATIQUES EN MATIERE DE STOCKAGE D'OIGNONS.....	34
4. LE SYSTEME DE TRANSFORMATION.....	35
4.1 GENERALITES :	35
4.2 LES PRINCIPES DE VALORISATION :.....	35
4.2.1 <i>Les techniques traditionnelles de transformation des oignons en « Gabou ».....</i>	35
4.2.2 <i>La bonne pratique pour obtenir la poudre condimentaire de Gabou:</i>	36
4.3 LA TRANSFORMATION SEMI INDUSTRIELLE.....	36
4.4 ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA TRANSFORMATION.....	38
5. ETUDE DU MARCHE	39
5.1 LA COLLECTE	39
5.2 LE CONDITIONNEMENT DE L'OIGNON	39
5.2.1 <i>Ensachage de consommation locale:.....</i>	40
5.2.2 <i>Ensachage d'exportation:</i>	41
5.2.3 <i>La bonne pratique en matière de conditionnement des oignons.....</i>	41
5.2.3.1 Les opérations de tri-calibrage des bulbes, classification.	42
5.2.3.2 La traçabilité	42
5.3 LE PROCESSUS DE COMMERCIALISATION	43
5.3.1 <i>Les points de commercialisation de proximité : PCP</i>	43
5.3.2 <i>Comptoirs commerciaux.....</i>	43
5.3.2.1- <i>Mise en place</i>	43
5.3.2.2 <i>Missions</i>	44
5.3.2.3- <i>Schéma de financement des comptoirs de commercialisation.....</i>	44
5.4 AVANTAGES, CONTRAINTES ET PERSPECTIVES:	45
5.5 LES CIRCUITS DE LA COMMERCIALISATION.....	46
5.6 LES ACTEURS DE LA COMMERCIALISATION.....	47
5.6.1 <i>Les intervenants nationaux.....</i>	48
5.6.1.1 Le producteur.....	48
5.6.1.2 Les collecteurs villageois ou intermédiaires:	48
5.6.1.3 Les grossistes :	48
5.6.1.4 Les dillali :	48
5.6.1.5 L'Etat et les services décentralisées et déconcentrés :	48
5.6.2 <i>Les intervenants sous régionaux.....</i>	48
5.6.2.1 Les consignataires	48
5.6.2.2 Les commerçants d'Abidjan, du Bénin, de la Côte d'Ivoire, du Ghana ;	49
5.6.2.3 Les transporteurs :	49
5.6.2.4 Les détaillants :	49
5.7 LES DIFFERENTS SYSTEMES DE COMMERCIALISATION.....	49
5.7.1 Le troc	49
5.7.2 La vente par anticipation	49
5.7.3 La vente en différé.....	49
5.7.4 La vente au comptant	50
5.8 LA FORMATION DES PRIX	50
5.9 LES QUANTITES COMMERCIALISEES.....	51
5.10 L'EVALUATION DE LA DEMANDE	52
5.10.1 La demande locale	52
5.10.2 La demande externe (l'exportation).....	52
5.11 LE SYSTEME D'EXPORTATION.....	52



5.11.1	Tendance du commerce sous régional.....	53
5.11.2	Segmentation du marché de l'oignon du Niger.....	54
5.11.3	La chaîne d'approvisionnement de l'oignon.....	56
5.12	ATOUTS ET CONTRAINTES DE LA COMMERCIALISATION.....	57
5.13	LE MECANISME DE FINANCEMENT.....	58
5.13.1	Produits financiers usuels.....	58
5.13.2	Le système de warrantage.....	58
5.13.2.1	<i>Etude cas : Warrantage pour 12 tonnes.....</i>	<i>59</i>
5.13.2.2	<i>Analyse détaillée des résultats du warrantage.....</i>	<i>59</i>
5.14	ATOUTS ET CONTRAINTES DU FINANCEMENT.....	60
6	LE SYSTEME DE TRANSPORT.....	60
6.1	ALTERNATIVES ET SOLUTIONS ENVISAGEES.....	61
6.2	ATOUTS ET CONTRAINTES DU TRANSPORT.....	62
CHAPITRE 3 : LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES.....		63
1.	CADRE LEGISLATIF DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES.....	63
2.	L'ASSOCIATION NATIONALE DES COOPERATIVES DES PROFESSIONNELS DE LA FILIERE OIGNON (ANFO).....	63
3.	LA FEDERATION DES COOPERATIVES MARAICHIERES DU NIGER-NIYA (FCMN-NIYA).....	64
4.	LE CORFO.....	65
5.	ACTEURS INSTITUTIONNELS :.....	65
5.1.	RECA-NIGER : RESEAU NATIONAL DES CHAMBRES D'AGRICULTURE :.....	65
5.2.	L'OBSERVATOIRE REGIONAL DE L'OIGNON.....	66
6.	LES PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS.....	68
PLAN D' ACTIONS OPERATIONNEL.....		73
BIBLIOGRAPHIE.....		81
LISTE DES PERSONNES RENCONTREES.....		83
ANNEXE :.....		85
ANNEXE 1 : LISTES DES PARTENAIRES ET ACTEURS DE LA FILIERE OIGNON.....		85
ANNEXE 2 : EXEMPLE DE BONNE PRATIQUE POUR LA CULTURE DE L'OIGNON AU NIGER.....		88

Figures

Figure 1 : Carte des zones de production d'oignon.....	17
Figure 2 : voies de valorisation des oignons du Niger.....	26
Figure 3 : Schéma des circuits de commercialisation.....	47

Photos

photo 1 : parcelle de production d'oignon à Galmi.....	22
photo 2 : Case ou « grenier » amélioré de Type-2	28
photo 3 : grenirier Rudu.....	28
photo 4 : Type BIT/RESEDA.....	29
Photo 5 : Vues externes du magasin-abri à oignon de type ANPIP, installé à Guidan Iddar (Konni).....	30
Photo 6 : Hangar dans une clôture de grillage pour stockage des sacs d'oignons de reconditionnement.....	31
Photo 7 : oignon lanière.....	36
Photo 8 : oignon semoule.....	37
Photo 9 : oignon poudre.....	37
Photo 10 : Collecte primaire d'oignon.....	39
Photo 11 : Emballage d'oignon.....	40



Photo 12: Emballage d'oignon pour l'exportation.....	41
photo 13 : PCP de Galmi.....	43
Photo 14 : Transport de l'oignon par camion	61

Liste des tableaux

Tableau 1: Différentes variétés d'oignon.....	9
Tableau 2 : techniques de production de semences	10
Tableau 3 : Répartition de la superficie maraîchère selon l'utilisation des semences (en ha).	10
Tableau 4 : Répartition des sites de démonstrations par région	12
Tableau 5 : Répartition de la superficie maraîchère selon l'utilisation des engrais.....	12
Tableau 6 : atouts et contraintes de l'approvisionnement en intrants.....	15
Tableau 7 : besoins d'investissements	16
Tableau 8: Répartition des sites de production au niveau des régions et principales caractéristiques	18
Tableau 9 : Calendrier global de la production d'oignon au Niger.....	19
Tableau 10 : Calendrier de la production d'oignon dans la Zone de Tahoua et extension.....	19
Tableau 11 : Calendrier global de la production d'oignon dans la ZONE D'AGADEZ	20
Tableau 12 : Les systèmes de production et leur application dans la ZONE de Tahoua et extension	21
Tableau 13 : Les systèmes de production et leur application dans la ZONE D'AGADEZ et environnant.....	21
Tableau 14 : Répartition de la superficie, du nombre de producteurs et de la production de l'oignon selon la région (maraîchage hors zone de décrue).....	22
Tableau 15 : production d'oignon en 2007.....	23
Tableau 16 : Rendements de la culture d'oignon	23
Tableau 17: Coût de production d'oignon dans la Zone de Tahoua	23
Tableau 18 : Atouts et contraintes de la production	25
Tableau 19 : Destination des récoltes paysannes	27
Tableau 20 : Performance du système de stockage en « cases-greniers » chez les coopérateurs d'oignon dans la zone de Galmi (Tahoua, 2007)	28
Tableau 21 : Compte d'exploitation du système de stockage traditionnel chez 10 coopératives d'oignon dans la zone de Galmi (Tahoua, 2007)	28
Tableau 22 : Coûts des investissements.....	32
Tableau 23 : Paramètres économiques des séchoirs traditionnels et améliorés des bulbes d'oignons au Niger.	33
Tableau 24 : Types de magasins	33
Tableau 25 : Description sommaire des procédés traditionnels de valorisation d'oignons séchés au Niger.	35
Tableau 26 : atouts et contraintes de la transformation	38
Tableau 27 : coûts de financements des comptoirs	45
Tableau 28 : Valeur ajoutée créée par le commerce de l'oignon à destination d'Abidjan à partir de Guidan Iddar (Tahoua) : Camion de 30 tonnes, soit 300 sacs de 100 Kg.....	50
Tableau 29: Évolution des quantités exportées	51
Tableau 30 : Destination des exportations de l'oignon du Niger par pays en 2003	52
Tableau 31 : Disponibilité des oignons sur le marché national et ouest-africain	53
Tableau 32 : Projection des besoins théoriques en milliers de tonnes d'oignon pour les six (6) pays de la sous région (2004-2012).....	54



Tableau 33 : Segmentation du marché de l'oignon par client et par pays d'exportation	54
Tableau 34 : Atouts et contraintes de l'exportation de l'oignon	55
Tableau 35 : atouts et contraintes de la commercialisation	57
Tableau 36: Warrantage pour 12 tonnes pour une durée de 4 mois	59
Tableau 37 : Atouts et contraintes du transport.....	62
Tableau 38 : Atouts et contraintes de l'organisation des producteurs	66

Sigles et abréviations

ANFO	L'association nationale des professionnels de la filière oignon (ANFO)
ANPIP	Agence nigérienne pour la promotion de l'irrigation privée
ACP	Afrique, Caraïbes, Pacifique
AGOA	Africa growth ans opportunity act
APE	Accord de partenariat économique
CA	Centrale d'approvisionnement
CEDEAO	Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CNN	Conseil national de normalisation
CORFO	Comité d'organisation et d'orientation de la filière oignon
EDIC	Etude diagnostic sur l'intégration du commerce
FCM Niyya	Fédération des coopératives maraîchères du Niger
GIE	Groupement d'intérêt économique
IDA	International development agency
ICRISAT	Institut International de recherche sur les zones arides et semi arides
INRAN	Institut national des recherches agronomiques du Niger
MDA	Ministère du développement agricole
OMC	Organisation mondiale du commerce
ORO/AOC	Observatoire Régional d'Oignon de l'Afrique de l'Ouest et du Centre
PADL	Projet d'appui au développement local
PIP2	Projet de promotion de l'irrigation privée-Phase 2
PPEAP	Projet de promotion des exportations agropastorales
PROPAN	Projet de renforcement des organisations professionnelles agropastorales du Niger
RECA	Le réseau national des chambres d'agriculture
SDI	Stratégie de développement de l'irrigation
SDR	Stratégie de développement rural
SIM	Système d'information sur les marchés
SIMA	Système d'information sur les marchés agricoles
SNV	Organisation Néerlandaise de développement
SRP	Stratégie de réduction de la pauvreté
UEMOA	Union économique et monétaire de l'Afrique de l'Ouest
UGP	Unité de gestion du projet



CHAPITRE 1 : PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE

1. Contexte et justification :

La filière oignon est devenue aujourd'hui un enjeu essentiel non seulement pour le Niger, mais pour toute la région de l'Afrique de l'Ouest. En effet, le Niger est le premier pays producteur d'oignon de l'Afrique de l'Ouest. L'oignon constitue la principale spéculation agricole pour laquelle le Niger possède un réel avantage comparatif par rapport aux autres pays de la sous région, et sa compétitivité sur ces marchés sous régionaux lui confère une place importante dans les cercles familiaux et dans l'économie nationale. La production d'oignon est estimée à environ 500.000 tonnes/an au Niger. L'oignon est cultivé dans toutes les régions du Niger, à des proportions diverses. Les zones les plus productrices sont Tahoua, Zinder, Maradi, Diffa et Agadez.

L'importance de la filière dans le tissu socio économique du pays s'explique par :

- L'existence des terres de vallées propices à la culture de l'oignon ;
- La contribution de cette culture à l'auto suffisance alimentaire en comblant le déficit céréalier avec des revenus tirés de la vente de l'oignon ;
- L'apport de revenus supplémentaires aux paysans leur permettant de faire face à certains besoins familiaux (achats habillement, paiement des impôts, dépenses des mariages et baptêmes, etc.) ;
- La limitation de l'exode rural par la mobilisation de la main d'œuvre au niveau local;
- La multiplicité des acteurs étatiques, des PTF, des organisations professionnelles et des privés (producteurs, commerçants, exportateurs, transporteurs...).
- La rentrée de devises par l'exportation des produits au niveau des pays de la sous région.

La variété la plus répandue est le "Violet de Galmi" dont les semences sont obtenues auprès de tiers spécialistes reconnus par les paysans. Cependant, il est à noter que la production reste encore très artisanale ; les producteurs n'ont pas tellement accès aux résultats des recherches (itinéraires techniques, conservation...), ce qui influe beaucoup sur le rendement.

La place stratégique qu'occupe l'oignon dans l'économie nationale a amené le gouvernement du Niger à accorder une attention particulière à cette filière dans les plans de développement des filières retenues par la Stratégie de Développement Rural (SDR) dans le cadre du Programme 3 « Organisations Professionnelles et Structuration des filières »

Dans le cadre d'une approche filière , le Niger doit par conséquent s'engager dans une politique de promotion de la production d'oignon afin de lui permettre de contribuer efficacement à l'amélioration des revenus des populations rurales et à la réduction de la pauvreté par (i) le renforcement des cadres de concertation interprofessionnels, (ii) le renforcement des organisations des producteurs, (iii) l'amélioration des conditions de conservation et de mise en marché , (iv) le renforcement des capacités des opérateurs économiques, (v) le développement de programmes de recherche et de vulgarisation de semences améliorées (vi) le renforcement des institutions publiques et privées intervenant dans la filière et la levée des contraintes sur la mise en place de mécanismes de financement adaptés et de transports des produits .



La présente étude s'inscrit dans cette dynamique pour faire une analyse des principales contraintes et atouts ainsi que des perspectives qui se dégagent dans le cadre de la mise en œuvre du PRODEX par le gouvernement du Niger pour une période de (5) cinq ans.

2 .Objectifs de l'étude

Les Objectifs de l'étude sont contenus dans les TDRs et consistent à appuyer le groupe de travail Oignon mis en place par le Gouvernement du Niger en vue d'élaborer un plan d'actions opérationnel de la filière pour la mise en œuvre PRODEX.

3. Méthodologie

La Méthodologie adoptée repose principalement sur :

1. Une phase de prise de contact avec le groupe de travail sur la filière Oignon afin d'expliquer les enjeux de l'étude qui repose sur l'approche « chaîne d'approvisionnement » ainsi que la nécessité d'une participation de tous les acteurs pour la réussite de l'étude. Cette phase a permis le partage et la validation du calendrier de travail et de la méthodologie adoptée par le consultant pour appuyer le groupe de travail ;
2. Une phase de revue documentaire par rapport aux différentes études menées au Niger sur la filière Oignon par les Projets, les ONGs ainsi que les revues scientifiques réalisées par les institutions de recherche menées dans ce domaine et les organisations internationales comme la FAO ;
3. Une phase d'évaluation des résultats du groupe de travail sur la base de l'approche chaîne de valeur qui a permis d'aboutir à quelques recommandations fortes pour l'amélioration du rapport préliminaire et le plan d'actions opérationnel. Cette étape a conduit à la recherche de données complémentaires par des enquêtes sur le terrain pour améliorer le travail du groupe de travail.
4. Une phase d'élaboration du rapport du groupe et du plan d'actions opérationnel détaillé de la filière dans le cadre de la mise œuvre du PRODEX.

4. Résultats attendus

- Les atouts et contraintes ainsi que les défis à relever sont identifiés au niveau de chaque maillon de la chaîne de valeur ;
- Les investissements requis sont identifiés pour améliorer la structuration de la filière pour son bon fonctionnement et sa compétitivité ;
- Les besoins d'appuis techniques sont identifiés au niveau des opérateurs et des services publics ;
- Un plan de développement et de promotion des semences améliorées est établi
- Les bonnes pratiques en matière de production, de stockage et de conditionnement à adopter sont identifiées ;
- Un calendrier de mise en œuvre avec des indicateurs de performances est établi par rapport à la mise en œuvre du PRODEX;

L'équipe de consultation a travaillé en étroite collaboration avec le groupe de travail et a organisé des séances de travail et des ateliers de partage durant toute la durée de l'étude.



CHAPITRE 2 : ANALYSE DE LA FILIERE OIGNON

Depuis deux décennies, l'oignon s'impose comme l'une des cultures principales d'exportation du Niger. En effet, le Niger est un pays par excellence de production d'oignon avec plusieurs variétés locales dont la plus connue est le « Violet de Galmi ». Cette variété désigne les oignons à tunique violette originaire des vallées de la région de Tahoua. Il est connu et apprécié par les consommateurs de plusieurs pays d'Afrique et d'Europe pour son goût épicé. Les qualités organoleptiques du violet de Galmi jouissent d'un avantage concurrentiel dans les marchés régionaux. Il est exporté principalement en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Nigéria, au Togo, au Bénin et au Burkina Faso.

1. LES INTRANTS : Situation générale

1.1. Semences

1.1.1. *Les principales variétés cultivées au Niger :*

Sur la base des résultats fournis par l'INRAN (Institut National des Recherches Agronomiques du Niger), les variétés d'oignon cultivées se répartissent en trois groupes :

Tableau 1: Différentes variétés d'oignon

Groupe	Variété	Spécifications
1	Oignon rouge :	-violet de Galmi : bulbes violets, plats, épais, de bonne conservation et bon rendement (30 à 54 tonnes/Ha) -rouge du Nigeria : bulbes rouges, se conserve mal, culture de fin de saison des pluies, rendement de 25 à 35 tonnes /Ha.
2	Oignon jaune	-Early Texas Yellow grano : bulbes jaunes, rendement (30 à 45 tonnes/ha) -Jaune de Valence : bulbe jaune, rendement de 25 à 40 tonnes /Ha
3	Oignon blanc	-blanc de Galmi : bulbes blancs, plats, rendement de 25 à 40 tonnes/Ha -blanc de Soumarana : bulbes blancs, ronds rendement de 25 à 40 tonnes/Ha

Sources : INRAN, 2005



1.1.2. Les techniques de production de semences

Du fait que la plante est bisannuelle, la production des semences d'oignon est échelonnée en deux phases :

- 1^{ère} année : la production de bulbes ;
- 2^{ème} année : la production de semences.

Deux techniques de production de semences sont ainsi identifiées :

Tableau 2 : techniques de production de semences

Techniques	Spécifications
Technique A	A la récolte, le producteur choisit les bulbes sains, plats, de poids moyen de 50 g environ n'ayant pas fleuri la première année. Les parcelles de multiplication sont isolées (à cause de l'allogamie de l'oignon) de 400 m au moins des autres cultures. On procède ensuite à la pré-germination des bulbes coupés en les plaçant en terre. Après des bulbes, on procède à un repiquage des plantules issues des bulbes. Ce repiquage se fait à des écartements de 60 cm x30 cm et peut se faire sur billon. Les plantules repiquées sont arrosées une fois par semaine et ce pendant 105 jours à peu près et les ombrelles sont récoltées quand les graines sont noires. Après cette étape, intervient la plantation des bulbes qui se fait généralement en octobre-novembre qui est la période favorable au déclenchement de l'induction de la hampe florale (somme de températures inférieures à 15 °C). Cette technique permet d'obtenir de bonnes semences.
Technique B	Cette technique de production de semences consiste à laisser monter le système foliaire s'il y a de bons bulbes. L'irrigation se poursuit jusqu'au développement des hampes florales et production de semence.

1.1.3. La productivité des semences

Le tableau ci dessous montre que seuls 1 199 hectares des terres emblavées d'oignon sont cultivés avec des semences sélectionnées sur un total de 30 215 ha soit 4% pour des raisons essentiellement liées à la méconnaissance de ces semences et à leur prix relativement élevé. Ceci dénote clairement que le patrimoine génétique de l'oignon et particulièrement du Violet de Galmi est menacé et que des mesures urgentes doivent être prises pour la mise en place d'un programme de purification variétale et de multiplication de semences de base.

Tableau 3 : Répartition de la superficie maraîchère selon l'utilisation des semences (en ha).

	Utilisation de semence par les producteurs							Total
	Locale	Sélectionné	Locale + sélectionnée	Tout venant	Locale et Tout venant	Sélectionnée et Tout venant	Locale, sélectionnée et Tout venant	
Oignon bulbe	26,099	1,199	682	2,235	0	0	0	30,215
Oignon feuille	229	614	449	0	0	0	0	1,292



Total	39,428	8,064	4,423	2,737	2	9	1	54,665
Taux d'utilisation de semences (%)								Total
	Locale	Sélectionné	Local + sélectionné	Tout venant	Local et Tout venant	Sélectionné et Tout venant	Local, sélectionné et Tout venant	
Oignon bulbe	86	4	2	7	0	0	0	100
Oignon feuille	18	48	35	0	0	0	0	100
Total	72	15	8	5	0	0	0	100

Source: RGAC 2005/2008, INS

1.1.4. *Evaluation des capacités d'approvisionnement*

Au vu des constats de l'utilisation par les producteurs de mauvaises semences d'oignons venant souvent de lignées dégénérées ayant de très bas taux de germination, il s'avère urgent de mener des actions dans le sens de la purification génétique de la variété Violet de Galmi afin d'être en mesure d'offrir sur le marché un oignon de qualité répondant aux normes internationales grâce à la mise à la disposition de semences de qualité, accessibles en quantité et de manière durable.

D'ores et déjà il s'avère que des mesures allant dans ce sens ont été prises ou en voie de l'être parmi lesquelles on peut citer :

- ANFO Madaoua qui dans le cadre de la production de semences, pour éviter toute rupture de stock ou d'approvisionnement de semences de mauvaises qualités, a développé des stratégies par l'identification d'un certain nombre de producteurs et leur spécialisation en production de semences.
- AGRIMEX SA créée depuis 1993 est la plus importante société de vente de semences sélectionnées, de produits et matériels de traitement phytosanitaires. Agrimex est représentée au Niger à Niamey, Maradi, Tahoua, Zinder, Konni et Agadez. Deux types de semences sont distribués par Agrimex :
 - Les semences produites en Afrique, conditionnées et traitées en Europe,
 - Les semences produites et vendues en Afrique.

La société Agrimex produit le deuxième type de semences au Niger à travers des producteurs professionnels privés. Le prix du kilogramme de ce type varie de 35000 FCFA à 55000 F CFA..

- Le PIP2 a entrepris en collaboration avec l'INRAN, des actions spécifiques d'appui à la diffusion de souches pures de la variété « Violet de Galmi » dont l'objectif principal vise la mise en œuvre effective des axes thématiques retenus pour le transfert des acquis de la recherche sur le terrain à travers des démonstrations sur les sites écoles et le renforcement des capacités des acteurs concernés (irrigants, Groupements de services conseils).

La convention a eu pour objet de définir un cadre de partenariat entre le Projet de Promotion de l'Irrigation Privée phase 2 (PIP2) et l'Institut National de la Recherche Agronomique du Niger (INRAN) sur les axes suivants :

- Axe 1 : Diffusion des variétés performantes d'oignon Violet de Galmi à travers des sites écoles paysans;
- Axe 2 : Renforcement des capacités des irrigants et des agents d'appui conseil ;



A cet effet huit (8) sites ont été identifiés dans cinq régions du pays pour la démonstration de techniques de multiplication de semences d'oignon violet de Galmi (bulbes et graines).

Tableau 4 : Répartition des sites de démonstrations par région

Régions	Production de semences Oignon Violet de Galmi
Tillabéri	Mélé Haoussa, Sawani
Dosso	Gaya
Tahoua	Guidan Ider - Sabon Gida - Guidan Magagi
Maradi	Tarna
Zinder	Mirriah

Source : PIP2

- La première session a consisté à la formation des agents d'appui conseil sur les modules relatifs aux normes de productions des bulbes mères et des semences graines d'oignon, le conditionnement et la conservation de ces semences. La session a regroupé un représentant de chaque GSC (superviseur) et le responsable de l'Unité d'Appui Conseil où est localisé le site de démonstration, soient seize participants.
- La deuxième session a consisté à la formation des paysans sur les sites écoles par les GSC déjà formés par l'INRAN en raison de deux sessions par site école. Les modules ont été les mêmes que ceux enseignés aux GSC. La première session a débuté au moment de l'installation des démonstrations et la deuxième à la récolte. Chaque session a regroupé le paysan démonstrateur et les membres de son groupement.

Ainsi le Prodex est appelé en collaboration avec les institutions de recherche INRAN et ICRISAT à signer des conventions pour la mise en place et la conduite d'un programme de recherche sur :

- la restauration de la pureté génétique des écotypes locaux et principalement le violet de Galmi
- la mise en place et le suivi de sites de production des bulbes et des semences de qualité d'oignon ainsi que la formation des agents d'encadrement à l'image de ce qui a été réalisé avec le PIP2;

1.2. Engrais

Il s'agit de mettre à la disposition des producteurs des engrais en quantité suffisante et de qualité à des prix abordables dans les zones de concentration. L'exemple des boutiques d'intrants financées par les projets intrants FAO, PIP 2 et d'autres bailleurs (ONG, projets et programmes) dans le but de faciliter l'accès des producteurs aux intrants de bonne qualité à des prix raisonnables est à reconduire.

1.2.1. Les modes d'utilisation :

Tableau 5 : Répartition de la superficie maraîchère selon l'utilisation des engrais.

Cultures	Utilisation d'engrais				Total	Cultures	Utilisation d'engrais				Total
	Pas du tout	Organique	Chimique	Org + Min			Pas du tout	Organique	Chimique	Org + Min	
Oignon bulbe	304	901	9,347	19,663	30,215	Oignon bulbe	1	3	31	65	100
Oignon feuille	31	167	162	932	1,292	Oignon feuille	2	13	13	72	100
Total	1,619	4,808	13,433	34,805	54,665	Total	3	9	25	64	100

Source: RGAC 2005/2008, INS



Le tableau ci-dessus indique que sur un total de 30 215 Ha cultivés en oignon bulbe, 901 Ha reçoivent la fumure organique seule soit 3%, 9347 ha reçoivent la fumure chimique seule soit 31%, 19663 ha reçoivent les deux soit 65%, et 304 ha pas du tout soit 1%.

On peut déduire de ces chiffres qu'il existe une nécessité absolue de palier à cette déficience dans l'utilisation des engrais à travers la sensibilisation, la diffusion de techniques et technologies et le renforcement des capacités des producteurs.

1.2.2. Les distributeurs d'engrais

1.2.2.1. La centrale d'approvisionnement (CA)

Il s'agit d'une structure étatique sous tutelle du Ministère du développement agricole et qui est représentée dans toutes les régions du Niger ; On distingue deux sources d'approvisionnement :

- celle provenant des dons KR2 en provenance du Japon, et du Nigeria
- celle provenant du budget national à travers les inscriptions sur le budget national pour en financer l'approvisionnement.

La mission actuelle de la CA consiste à la gestion des dons d'engrais à travers la planification des besoins, le lancement des appels d'offre, la réception et la distribution. Elle dispose de la caution de l'Etat et des banques pour opérer des achats d'engrais sur crédit fournisseur. Les prix pratiqués sont uniformes sur tout le pays grâce au mécanisme de subvention et les facilités de stockage et de transport accordées à la Centrale par l'OPVN, ainsi qu'aux moyens propres de la Centrale (magasins, camions etc...), qui réduisent les frais d'approche. Tous les intrants vendus par la centrale d'approvisionnement sont subventionnés de l'ordre de 30 à 40% et les prix sont fixés par un comité ministériel créé à cet effet.

Les engrais vendus par la centrale sont : Les composés NPK les plus utilisés, les superphosphates simples (SSP) et les triples phosphates (TSP), l'urée ainsi que le DAP récemment introduit qui présente le meilleur avantage de prix de l'unité fertilisante.

1.2.2.2. Les privés

Le secteur est constitué de commerçants formels et informels. Le commerce formel est assuré par les entreprises nigériennes Agrimex, Agri service-plus, SSL, Manoma SA et les représentations de Biochem (Bénin) et Hydrochem (Togo). Les capacités d'approvisionnement sont estimées à quelques 3000 tonnes. Le commerce informel s'approvisionne en priorité au Nigeria avec des capacités d'importations difficiles à déterminer et une qualité de produit qui est souvent douteuses avec des proportions d'unités fertilisantes inférieures aux indications.

La capacité du secteur privé à subvenir au besoin du marché n'est pas fiable pour le moment, et se trouve contrariée par la subvention pratiquée sur les prix.

1.2.2.3. Les coopératives

Elles n'ont pas de grandes capacités à assurer les importations mais s'organisent à faire des commandes groupées auprès de la CA ou des privés.

1.2.2.4. Les boutiques d'intrants

Les boutiques d'intrants sont des entreprises coopératives à caractère économique permettant d'offrir des services de proximité ; elles proposent une gamme diversifiée de produits à prix compétitifs tels que :

- la vente d'intrants agricoles (engrais, semences, pesticides), produits vétérinaires et zootechniques ;



- la location de matériel agricole (appareils de traitement phytosanitaire, houes, brouettes, charrettes, motopompes, etc) ;
- les traitements phytosanitaires en rapport avec des brigadiers formés et agréés par les services techniques ;
- la multiplication et la vente de semences améliorées ;
- l'évaluation des besoins en début de campagne et le groupage des commandes d'engrais afin d'avoir une économie d'échelle.

En 2006 il a été recensé 334 BI par le projet intrants chiffre qui est nettement dépassé depuis lors grâce à l'intervention des projets ;

1.3. Produits de traitements phytosanitaires :

Leur distribution se fait à travers :

- Les centrales d'approvisionnement qui interviennent aussi dans la distribution des fongicides à des prix avantageux puisque subventionnés,
- La direction de la protection des végétaux du Ministère du développement Agricole,
- Les sociétés privées comme AGRIMEX, Manoma, SFIA, CESBRON-France
- D'autres commerçants privés agréés souvent se ravitaillant au Nigeria,
- Les boutiques d'intrants.

1.4. Matériel d'exhaure et de captage :

Leur distribution se fait à travers :

- Les centrales d'approvisionnement qui interviennent aussi dans la distribution des groupes moto pompes et certains matériels aratoires tels que les charrues, les charrettes, etc...
- Les privés : Ils ont fait leur preuve à travers le projet PIP2 dans la fourniture de groupes motopompes et pièces détachées, ainsi que la réalisation et la pose des ouvrages de captage et de distribution par le biais d'artisans (plombiers, mécaniciens, foreurs, puisatiers, fabricants de pompes manuelles),
 - Les ONG : comme CARITAS, LWR....
 - Les boutiques d'intrants.

1.5. Les contraintes de l'approvisionnement en intrants

L'analyse de l'approvisionnement en intrants de la filière oignon montre que :

- Les intrants ne sont pas disponibles en quantité suffisante et à la bonne période de l'année,
- Les intrants ne sont pas toujours adaptés aux besoins des producteurs,
- La qualité des intrants n'est pas toujours garantie.

Les principales contraintes rencontrées dans l'approvisionnement en intrants se caractérisent par les difficultés de financement et de distribution suivantes :

- Les difficultés de financement des intrants agricoles en raison du caractère embryonnaire des circuits de financement et des faibles capacités de l'Etat à mettre en oeuvre la stratégie de micro finance;
- Les dons internationaux, peu prévisibles, incitant les importateurs à retarder leurs commandes au risque de priver l'agriculture des intrants dont elle a besoin ;



- La subvention sur les prix qui fausse la concurrence et décourage les privés à s'impliquer davantage dans la filière ;
- L'insuffisance ou le dysfonctionnement des services de contrôle de la qualité aux frontières tout comme à l'intérieur ;
- La qualité douteuse des produits en provenance de certains pays notamment le Nigeria.

1.6. Solutions envisagées

Les projets FAO/intrants et PIP2 ont élaboré et mis en œuvre conjointement une nouvelle approche devant constituer un bon modèle pour faciliter l'accès aux petits opérateurs. Cette approche consiste en un mécanisme de crédit sur la base du concept de warrantage, un lien avec un service financier décentralisé, une boutique d'intrants, et la formation, l'information et le conseil. Une convention de collaboration projet FAO-intrants/PIP2 a été passée, en février 2005, pour l'amélioration de l'approvisionnement en intrants agricoles de l'irrigation privée. Les deux projets ont convenu de collaborer dans les domaines de :

- L'élaboration de la stratégie nationale en matière d'approvisionnement,
- L'appui aux OP dans l'élaboration, le financement et la mise en œuvre de sous projets éligibles par le PIP2,
- L'appui aux GSC pour l'élaboration de sous projets relatifs à la mise en place ou le renforcement de boutiques d'intrants,
- La participation aux comités d'analyse des sous projets intrants.
- L'appui conseils aux boutiques d'intrants appuyées par les 2 partenaires,
- L'organisation de visites intersites sur les techniques et pratiques visant à promouvoir l'utilisation des intrants agricoles, à travers des champs écoles paysans,
- Le renforcement des capacités des SFD/IMF (appréciation des dossiers intrants).
- La recherche de mécanismes de financement des intrants.

1.7. Atouts et contraintes de l'approvisionnement en intrants

Le tableau ci dessous résume les différentes contraintes et atouts qui relèvent de l'approvisionnement en intrants.

Tableau 6 : atouts et contraintes de l'approvisionnement en intrants

	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Semences	-existence de variétés locales adaptées et très productives	-le violet de Galmi est menacé par manque de labellisation et de purification de son patrimoine génétique	-Mettre en place un programme de purification variétale et de multiplication de semences de base -Plaidoyers et démarche pour la labellisation du violet de Galmi	INRAN et ICRISAT,
Engrais	-existence d'une multitude de structures d'approvisionnement en intrants : la centrale d'approvisionnement, les privées, les	-prix non abordables dans les zones de concentration. -Accès non facile -ne sont pas	-Elaboration et mise en oeuvre d'une stratégie nationale en matière d'approvisionnements des intrants	-Etats, coopératives unions et OPFs Partenaires au développement,



	coopératives et les boutiques d'intrants.	disponibles en quantité suffisante et à la bonne période de l'année		
Produits phytosanitaires	-existence d'une multitude de structures de distribution telles que: la centrale d'approvisionnement, la direction de la protection des végétaux, la société Agrimex, des commerçants privés et les boutiques d'intrants	-ne sont pas toujours adaptés aux besoins des producteurs, -leur qualité n'est pas toujours garantie et même parfois est mauvaise.	-Contrôler la qualité des produits phytosanitaires -Favoriser l'émergence d'opérateurs privés spécialisés	- Etats, coopératives unions et OPFs Partenaires au développement Sociétés de distribution de Produits phytosanitaires, IMFs
Equipements	-l'approvisionnement se fait à travers la centrale d'approvisionnement, les commerçants privés et les boutiques d'intrants	- Difficultés d'acquisitions des équipements	-Mettre en place des mécanismes de financements adaptés	Etat, coopératives, unions IMFs PTFs

Les besoins d'investissements peuvent être résumés par le tableau suivant :

Tableau 7 : besoins d'investissements

Types	Coût unitaire (en CFA)	Nombre	Coût total	Promoteurs
Banques de semences	5 000 000	20	100 000 000	Opérateurs privés et coopératives
Banques d'intrants et d'équipements	10 000 000	100	1 000 000 000	Unions et coopératives
Total			1 100 000 000	



2. LES SYSTEMES DE PRODUCTION

2.1. Présentation

Les systèmes de production de l'oignon au Niger varient d'une région à l'autre en fonction de la source d'eau d'irrigation, de l'exhaure, de la distribution, mais aussi du calendrier culturel dans les zones de production. Dans ces systèmes, les producteurs jouent un rôle important que ceux qui interviennent en amont et en aval de la production tout au long de la chaîne.

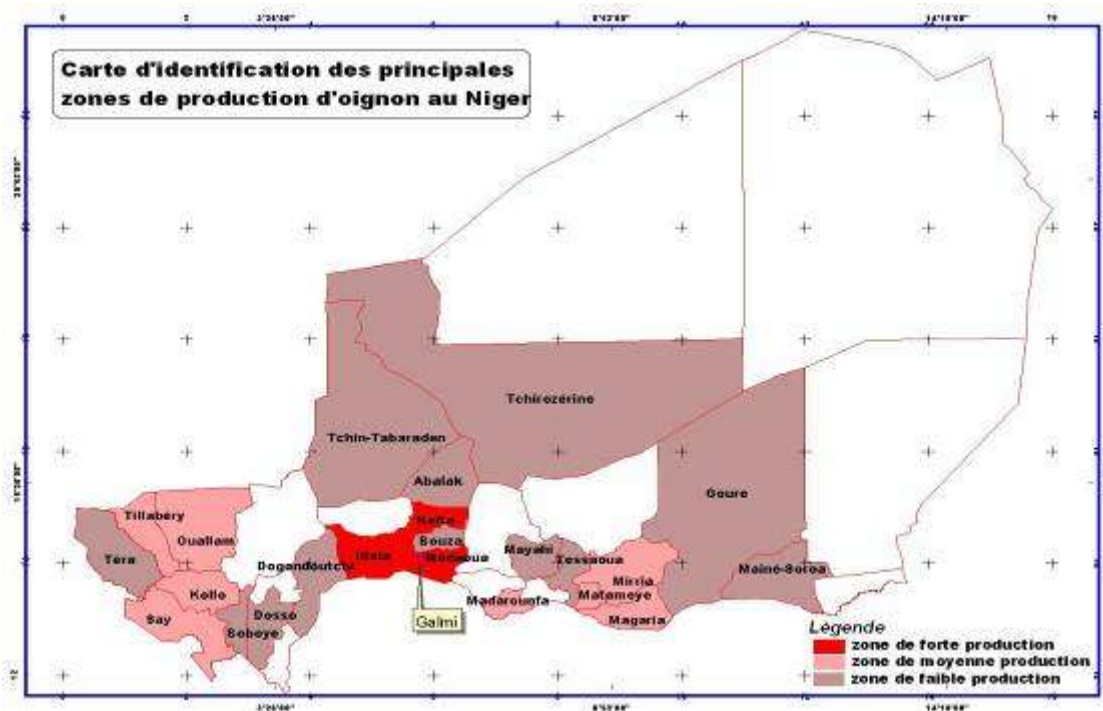


Figure 1 : Carte des zones de production d'oignon

L'oignon est cultivé dans toutes les régions du Niger avec des superficies et des productions variables d'une région à une autre. Les principales zones de production se situent dans les vallées du Goulbi, de l'Ader-Doutchi-Maggia, les Dallols, la vallée du fleuve et ses affluents, les vallées de l'Aïr, le bassin de Mirriah et la vallée de la Komadougou.

La région de Tahoua constitue la plus importante zone de production avec une superficie cultivée de 13 364 ha et une production de 354 162 tonnes en 2007 soit 72% de la production nationale. La vallée de la Tarka et le nord Ader représentent environ la moitié de la production de la région ; le département de Madaoua à lui seul produit un peu plus du tiers de la production de la région de Tahoua. Bien que la production soit traditionnelle, la filière oignon du Niger produit en moyenne 500 000 tonnes par an, elle constitue une source de revenus pour plus de 100.000 paysans nigériens » à travers le pays, générant près de 20 à 40 milliards de FCFA (78.892.364 dollars) de bénéfices à l'économie agricole en dépit des pratiques encore rudimentaires.



Tableau 8: Répartition des sites de production au niveau des régions et principales caractéristiques

ZONE	Région	Sites de production	Variétés cultivées	Observations
AGADEZ	Agadez	Tabelot, Iférouane, Tchirozérine, Kouri Téloua	Blanc de Soumarana, violet de Galmi	-oignon bien calibré -pas de problème de stockage - deux campagnes dont celle de la saison pluvieuse est la plus importante
Tahoua et Extension	Diffa	Diffa, Bosso, Chétimari, Gueskérou, Mare de Tam	violet de Galmi	début de diversification l'oignon venant en remplacement du poivron
	Dosso	Gaya, dallols, Doutchi, Boboye,	violet de Galmi, blanc de Soucoucoutane	
	Maradi	Soumarana, Tibiri, Maradi commune, Madarounfa, Djiratawa, N'yelwa, Bagaja, Safo, Tarna, Gazaoua, Golom, Bougouzawa, Gourdjia, Assaya, Gotché, Guidan Kagé, et Laouni,	Blanc de Soumarana, violet de Galmi	une seule campagne avec prédominance de l'oignon blanc et de la production de semences en relation avec les centres de recherche du Nigéria
	Tahoua	Tamaské, Galmi, Tsernaoua, Aréwa, Tounfafi, Guidan Ider, Sabonguida, Karofan, Madaoua	violet de Galmi	zone de production par excellence avec plus de $\frac{3}{4}$ de la production nationale avec 3 campagnes par an
	Tillabéri	Sakoira, Gothèye, Téra, Ouallam, Dessa, Sansané Haoussa, Karma, Bonkougou, Ayérou, Kobadjé, Balleyara	violet de Galmi, oignon blanc	Transformation de 50 à 90% de l'oignon en gabou ¹
	Zinder	Dan Barto, Doungou, Tassaou, Maïtogayé, Matamey, Bandé, Droum, Korama, Mirriah, Guidimouni	violet de Galmi	une seule campagne
	Niamey	Saga Gorou, Gamkalé	violet de Galmi	une seule campagne

Source : PIP2 et données de l'étude

2.2. Le calendrier culturel

Les activités de production de la filière oignon couvrent globalement au Niger toute l'année. C'est pourquoi, le produit reste toujours disponible quelque soit la période de l'année. Seulement les paramètres de change varient d'une zone à l'autre et suivant la période de l'année. Sur la base des paramètres de productions et de commercialisation, nous pouvons définir au Niger deux grandes zones de production. Il s'agit de :

- La zone de Tahoua et extension (ZET) qui couvre toutes les régions du pays à l'exception de ADEZ et fournit 85 % de la production nationale.

¹ Gabou est l'oignon séché



- La zone de Agadez (ZAG) qui concerne la région d'Agadez et environnant. Elle se caractérise par son statut unique de produire de l'oignon durant la saison des pluies. Elle participe à la fois à la disponibilité de l'oignon et aussi à la régulation du marché.

Tableau 9 : Calendrier global de la production d'oignon au Niger

Activités	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Approvisionnement en semences et en petits matériels												
Mise en place des pépinières												
Fonçage des puisards												
Installation des cultures												
Préparation du sol/défrichage												
Aménagement parcellaire												
Repiquage												
Travaux d'entretien												
Binage												
Application d'engrais/compost												
Traitement phytosanitaire												
Irrigation												
Organisation commercialisation												
Récoltes												
Mise en place des points de commer												
Vente												

Source : Données de l'étude

2.2.1. Calendrier cultural de la zone de Tahoua et Extension

Tableau 10 : Calendrier de la production d'oignon dans la Zone de Tahoua et extension

Activités	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Approvisionnement en semences et en petits matériels												
Mise en place des pépinières												
Fonçage des puisards												
Installation des cultures												
Préparation du sol/défrichage												
Aménagement parcellaire												
Repiquage												
Travaux d'entretien												
Binage												
Application d'engrais/compost												
Traitement phytosanitaire												
Irrigation												
Organisation commercialisation												
Récoltes												
Mise en place des points de commer												
Vente												

Source : Données de l'étude :



- **Cycle de démarrage : Début de la campagne : Novembre - mars.**

Cette première période de production précoce se déroule juste après l'hivernage. Certaines activités (Approvisionnement en semences et en petits matériels, mise en place des pépinières, fonçage des puisards) commencent parfois en parallèle avec les activités de culture en saison des pluies. Elles concernent environ 5 % des producteurs. L'organisation du cycle consiste à prendre à la fois le relais de la production d'Agadez, mais aussi de profiter des prix forts qui varient entre 30.000 et 50.000 FCFA le sac de 100 Kg (Novembre – décembre) et chute au mois de mars-avril à son niveau le plus bas entre 4.000 et 10.000 FCFA le sac. C'est une période qui est marquée au début par des prix très intéressants.

- **Cycle intermédiaire : Conservation : Avril - juin**

C'est la période charnière de la campagne de l'oignon au Niger. Elle concerne la grande majorité des producteurs. Les zones de production sont très animées avec la présence des intermédiaires, des commerçants, des vendeurs de services, des institutions de micro finance pour le volet recouvrement du crédit, etc....

Avec l'offre d'un prix très bas (moins de 4.000 FCFA le sac de 100 kg), les producteurs prévoient d'assurer une plus grande capacité de conservation de la production. Avec le déstockage, les producteurs espèrent quadrupler le prix malgré les pertes souvent importantes observées suivant la qualité des abris utilisés.

2.2.2. Calendrier culturel de la zone d' AGADEZ

Tableau 11 : Calendrier global de la production d'oignon dans la ZONE D'AGADEZ

Sources : Données de l'étude

Activités	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
Approvisionnement en semences et en petits matériels												
Mise en place des pépinières												
Fonçage des puisards												
Installation des cultures												
Préparation du sol/défrichage												
Aménagement parcellaire												
Repiquage												
Travaux d'entretien												
Binage												
Application d'engrais/compost												
Traitement phytosanitaire												
Irrigation												
Organisation commercialisation												
Récoltes												
Mise en place des points de commer												
Vente												

- **Cycle Hivernal : Septembre à décembre :**

La zone d'Agadez se caractérise par sa production en saison des pluies qui est unique dans l'environnement de production ouest africain. De ce fait, les meilleurs prix sont observés (18.000



à 25.000 FCFA le sac de 50 kg) car l'oignon est visible sur le marché durant la période allant de Septembre à Décembre.

2.3. L'influence des techniques culturales dans les systèmes de production

2.3.1. Le système de culture de l'oignon de la Zone de Tahoua et Extension

On recense une prédominance des activités des producteurs à travers les trois grands systèmes existant et à des degrés divers :

Tableau 12 : Les systèmes de production et leur application dans la ZONE de Tahoua et extension

Système	Présence des producteurs	Utilisations	Observations
Système 1 : Traditionnel avec puits et exhaure manuel (TPEM)	50 %	30% des parcelles d'oignon variant entre 0,2 et 0,5 ha	la simplicité de la technique qui est à la portée des paysans.
Système 2 : Intensif avec forage et motopompe individuelle (IFMI)	48%	60% des parcelles d'oignon variant entre 0,2 et 0,5 ha	La présence des IMF et des ONG offre des opportunités d'équipements des producteurs
Système 3 : Intensif sur les aménagements hydro-agricoles à irrigation gravitaire (IAIG)	2%	5 % des parcelles d'oignon variant entre 0,2 et 0,5 ha	Très faible et en forte baisse Visible à Niamey et environ

2.3.2. Le système de culture de l'oignon de la Zone d'Agadez et Environnant

Tableau 13 : Les systèmes de production et leur application dans la ZONE D'AGADEZ et environnant

Systèmes	Présence des producteurs	Utilisations	Observations
Système1 : Traditionnel avec puits et exhaure manuel (TPEM)	50 %	28% des parcelles d'oignon variant entre 0,2 et 0,5 ha	la simplicité de la technique qui est à la portée des paysans.
Système 2 : Intensif avec forage et motopompe individuelle (IFMI)	48%	70% des parcelles d'oignon variant entre 0,2 et 0,5 ha;	La présence des IMF et des ONG offre des opportunités d'équipements aux producteurs
Système 3 : Intensif sur les aménagements hydro-agricoles à irrigation gravitaire (IAIG)	2%	2 % des parcelles d'oignon superficies variant entre 0,2 et 0,5 ha	Très faible

Remarques : Dans ces différents systèmes de culture, on rencontre plusieurs systèmes d'exploitation caractérisés par la subdivision de la parcelle d'oignon en planches de taille variable (0,5 à 5m²). A côté de ces planches peuvent coexister d'autres cultures de contre-saison (tomate, choux, blé, aubergine).



2.4. Les productions d'oignon



photo 1 : parcelle de production d'oignon à Galmi.

2.4.1. Typologie des principaux sites de production

Tableau 14 : Répartition de la superficie, du nombre de producteurs et de la production de l'oignon selon la région (maraîchage hors zone de décrue)

	AGADEZ			DIFFA			DOSSO		
	Superficie	Producteurs	Production (t)	Superficie	Producteurs	Production (t)	Superficie	Producteurs	Production (t)
Oignon bulbe	220	4,664	3,942	417	7,246	9,960	336	35,078	8,177
Oignon feuille	.		.	471	1,692	11,327	.		.
	MARADI			TAHOUA			TILLABERY		
	Superficie	Producteurs	Production (t)	Superficie	Producteurs	Production (t)	Superficie	Producteurs	Production (t)
Oignon bulbe	184	1,234	3,795	14,765	45,026	238,240	848	45,672	21,740
Oignon feuille	1	338	35	57	898	1,624	5	705	178
	ZINDER			NIAMEY			Total		
Oignon bulbe	0	168	0	0	27	0	30,215	183,190	560,782
Oignon feuille	13,424	43,170	274,374	21	1,101	554	1202		39921
Total maraîchage Niger							54665		793104

Source: RGAC 2005/2008, INS

Ce tableau indique que l'oignon bulbe est cultivé sur 30 215 Ha soit 55,5 % de la superficie mise en valeur en maraîchage selon le dernier recensement général de l'agriculture et du



cheptel (2005-2008). La production d'oignon bulbe est de **560 782 tonnes** sur une **production maraîchère totale de 793 104 tonnes soit 70,7%.**

2.4.2. Evolution de la production d'oignon

La production de l'oignon en 2008 n'est pas disponible dans sa totalité car la campagne de saison des pluies est en cours.

Tableau 15 : production d'oignon en 2007

libellé	Agadez	Diffa	Dosso	Maradi	Tahoua	Tillabéri	Zinder	CUN	Total
Superficie	75	400	667	1 187	13 664	1 104	1 476		18 573
Rendement	30 151	22 757	30 560	25 296	25 919	11 295	41 165		26 337
Production	2 261	9 103	20 384	30 027	354 162	12 470	60 759		489 165

Superficie: Ha ; Rendement: Kg/Ha ; Production: Tonnes /Source : Direction de la statistique MDA

Tableau 16 : Rendements de la culture d'oignon

Spécifications	Rendement moyen de référence (t/ha)	Rendement moyen 2005-2006(t/ha)	Rendement moyen 2006-2007 (t/ha)	Rendement moyen 2007-2008 (t/ha)	Augmentation de rdt par rapport au rdt de 2007-2008 (%)
Oignon	26	40,81	37,69	40,9	3,21

Source : PIP2, 2008.

Les rendements moyens de l'ordre de 40 tonnes/Ha enregistrés dans les zones de concentration de l'irrigation encadrées par le PIP2 peuvent être jugés de bons et reproductibles dans toutes les zones de production d'oignon une fois les producteurs formés, appuyés, organisés et équipés.

2.4.3. Coûts de production et revenus d'un producteur d'oignon de la région de Tahoua

Données de base : Moyen d'exhaure : Moto – pompe Superficie : 1 ha

Tableau 17: Coût de production d'oignon dans la Zone de Tahoua

CHARGES	Montant
Amortissement	
1 GMP	50 000
1 Forage	14 000
2 puits	10 000
matériels aratoires	22 015
Opérations culturales	
labour	25 200
planche et billonnage	30 000
repiquage	30 000
sarclage-binage	50 000
application fumure	40 000
traitement phytosanitaire	10 000
récolte	21 000
Irrigation	
carburant	136 000
lubrifiant	3 750
Intrants agricoles	
semences graines	60 000
fumure minérale	40 000
pesticides	15 000
Total	556 965
Total produits	4 042 398
Résultat d'exploitation	3 485 433
marge brute	3 581 448
nombre d'homme jour de travail	174 hj

Source : PIP2 2007.



L'on peut noter que le rendement est assez satisfaisant (25 à 40 tonnes / ha) ce qui rend le coût moyen de production assez compétitif : environ 15 francs le kilogramme.



2.5. Atouts et contraintes de la production

Tableau 18 : Atouts et contraintes de la production

	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
-Techniques culturales	-Importance des superficies mise en valeur en oignon (55,5 % de la superficie mise en valeur en maraîchage est cultivée en oignon) -Importance de la production d'oignon par rapport à la production maraîchère totale (70,7%.) -Bon niveau des rendements obtenu en moyenne 40 tonnes/ha. .	-la faible capacité financière des producteurs -on disponibilité du crédit agricole. -Absence d'encadrement spécifique pour une bonne maîtrise des techniques de production.	-Créer des mécanismes de financement pour les producteurs -sensibiliser et renforcer les capacités des producteurs	L'Etat, Services techniques, projets, ONG, GSC, Unions, Coopératives IMFs
-Techniques d'irrigation	-Plusieurs technologies d'irrigation ont été vulgarisées au Niger notamment des pompes à pédale et la distribution à l'aide du réseau californien.	-La majorité des producteurs soit 66% pratiquent l'irrigation manuelle, -Seulement 25% des producteurs pratiquent les autres formes d'irrigation (gravitaire, par aspersion, et autres), - seulement 8,3% pratiquent l'irrigation gravitaire avec la motopompe.	-Diffuser des nouvelles techniques et technologies éprouvées, -sensibiliser les producteurs -renforcer les capacités des tous les acteurs	Services techniques, projets, ONG, GSC,
-Revenus des producteurs	-le rendement est assez satisfaisant (40 tonnes / ha) -le coût moyen de production est assez compétitif : environ 15 francs le kg.	-La forte variabilité du prix au producteur, -L'existence de différents modes de fixation de prix	-Trouver des mécanismes pour stabiliser les prix	Etat, partenaires techniques et financiers,

3. LE SYSTEME DE STOCKAGE ET DE CONSERVATION

3.1. Justification et processus

L'oignon est une culture à haute valeur nutritive et économique produite au Niger, qui en est aujourd'hui le premier pays producteur et exportateur en Afrique de l'Ouest. Selon le rapport de la SNV Niger sur l'étude des filières de la zone sud - est du Niger, il ressort que la fluctuation des prix notamment en période de forte production entraîne des pertes de l'ordre de 50.000 tonnes soit près de 25% de la production de la zone, conduisant à un manque à gagner de près d'un milliard de franc sur l'ensemble de la filière. L'insuffisance des moyens de conservation, considérée comme l'une des principales contraintes de la filière suscite encore des réflexions auprès de l'ensemble des acteurs de la filière, alors l'amélioration des capacités et des techniques de conservation constituent la seule alternative dans la réduction des importantes pertes enregistrées.



3.2. Rappel sur la destination de l'oignon après la récolte au niveau national

Appuis : ETAT + Bailleurs de fonds

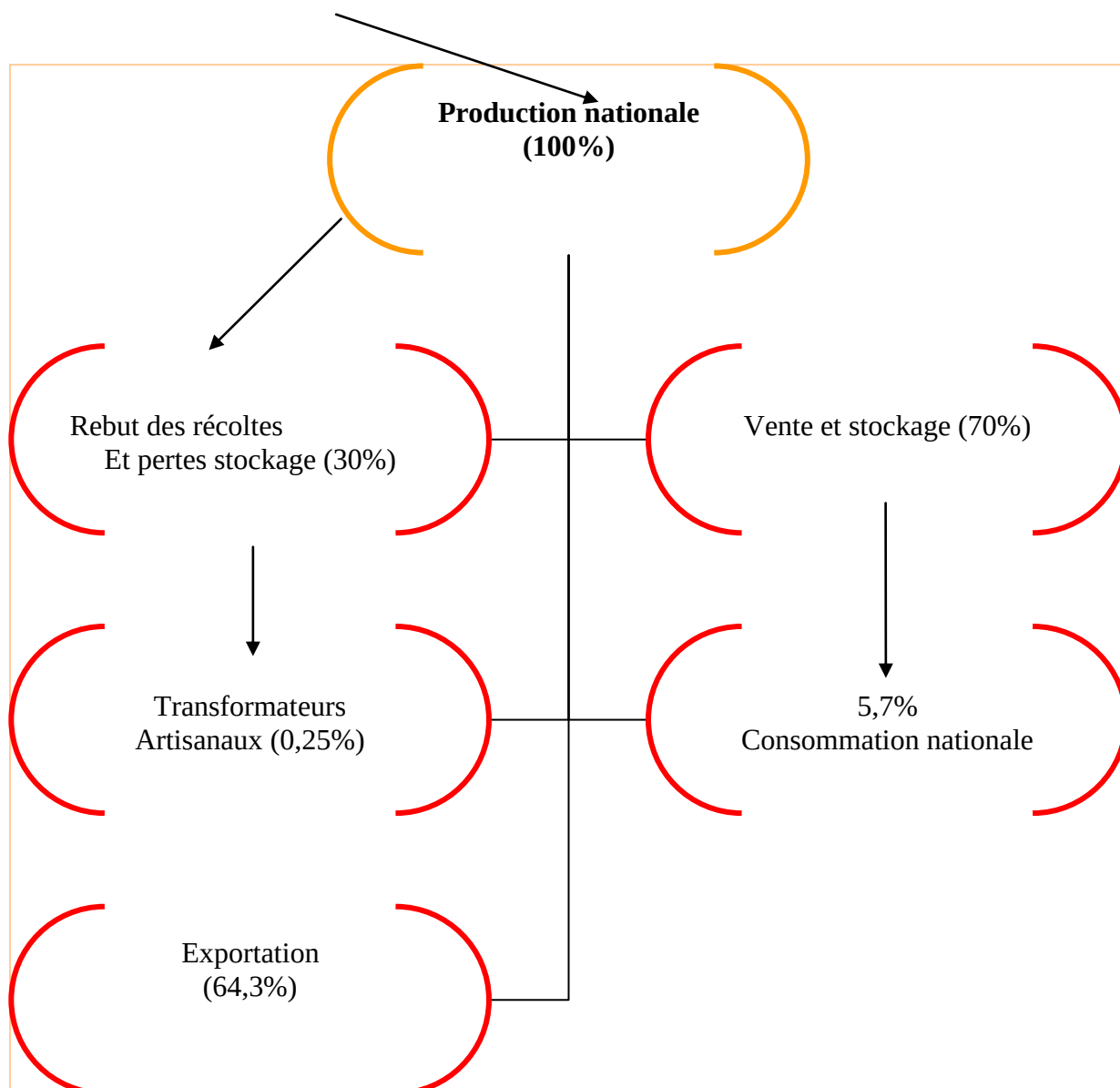


Figure 2 : voies de valorisation des oignons du Niger

Le schéma ci dessus donne une indication sommaire des voies de valorisation des oignons du Niger.

Donc 320.000 tonnes d'exportation



3.3. Destination des récoltes paysannes sur un échantillon de 10 coopératives d'oignon de la zone de Galmi Konni)

Tableau 19 : Destination des récoltes paysannes

Production brute (tonne)		Perte au champ (%)	Product° Nette (tonne)	Vente sur site (tonne)	Auto Consommation (tonne)	Stockage Paysan (tonne)
Moyenne	194	1,45	191	8,5	0,66	10, 149

Sources : Etude de référence OP d'oignons (2007) : SNV-Tahoua

La part de la production moyenne stockée est de 19,4% ; cela est lié à la faible capacité des infrastructures utilisées par les paysans.

3.4. Inventaire des différentes techniques de stockage d'oignons en milieu paysan nigérien.

Les producteurs d'oignons de la région de Tahoua d'une manière générale utilisent majoritairement deux (2) systèmes pour la conservation :

1. Le système traditionnel qui utilise la conservation courte pour une durée de 3 mois est composé essentiellement des greniers en hutte de capacité 1,5 à 2,5 tonnes ;
2. Le Système amélioré qui utilise la conservation longue pour une durée de 6 mois a été introduit par les partenaires au développement et comprend quatre modèles d'entrepôts :
 - Les entrepôts en banco ou chambre (type BIT/Reseda) où les oignons sont placés sur des claies de séchage ;
 - Les entrepôts en banco de type ANPIP où les bulbes d'oignons sont placés sur des lits en tara faisant office de mono claie de séchage ;
 - Les hangars dallés pour le stockage des bulbes, type projet « Gatawani Dollé » de Gaya, où les oignons sont étalés sur le sol.
 - Les séchoirs de type « Geres ».

Le niveau des pertes au stockage varie selon le type de magasin de conservation utilisé.

3.4.1. Le système traditionnel : les « cases-greniers » à oignon : Rumbu ou Roudou

Il s'agit des huttes appelées Rudu en Haoussa construites en toit de chaume installé sur un cadre en bois ; les bulbes d'oignons sont empilés sur des étagères faites de tiges de mil. Ce modèle, le plus répandu en milieu paysan se présente sous deux (2) types :

- Le type-1 coûte 15.000 FCFA ;
- Le type-2 coûte 25.000 Fcfa à l'investissement ;

Il faut les renouveler tous les deux (2) ans ; ils ont une capacité de stockage comprise entre 1,5 et 2,5 tonnes, soit la moitié de la production individuelle moyenne d'un exploitant ; ils donnent en moyenne des taux de pertes post récolte très élevés de l'ordre de 39 à 42,9% après trois (3) mois de conservation des bulbes. Leur utilisation n'est surtout pas bien maîtrisée.

Les cases « greniers » sont généralement installées autour des villages afin de surveiller de près l'évolution des bulbes et prévenir les pertes en retournant de temps en temps. (Cf photo 2 & 3)





photo 2 : Case ou « grenier » amélioré de Type-2



photo 3 : grenirier Rudu

Inconvénients majeurs

- Toiture en paille, et forte absorption des rayons solaires ;
- Faible capacité de stockage avec la mono-claie ;
- Risque élevé d'incendie, et non sécurisé ;
- Taux de perte supérieur à 20% après 3 mois de conservation ;
- Mono claie et surcharge ;
- Les producteurs continuent toujours à utiliser ces huttes de paille, avec des risques plus grands de vol et dégâts des animaux ;
- Les conditions de stockage avec ce système ne permettent pas aux IMF d'accorder des crédits warrantés à leurs utilisateurs.

Tableau 20 : Performance du système de stockage en « cases-greniers » chez les coopérateurs d'oignon dans la zone de Galmi (Tahoua, 2007)

Echantillon de dix (10) Coopératives de producteurs d'oignons	Vente sur Site (Kg)	Quantité Stockée (KG)	% de perte Après 3 mois	Quantité déstockée (KG)	% de perte après 6 mois
Moyenne	8303	10 149	20,7%	8 125	40,6%

Source : Etudes de référence OP d'oignons SNV-Tahoua, 2007

Tableau 21 : Compte d'exploitation du système de stockage traditionnel chez 10 coopératives d'oignon dans la zone de Galmi (Tahoua, 2007)

Compte d'exploitation moyen		Scénarios N°1 : après 3 mois de Stockage en greniers traditionnels			
Désignation	Vente sur site	Vente oignons de conservation	Recettes globales	Charges opérationnelles	Marges nettes
En FCFA	616439	1 020795	1 637235	549329	1 087906
Compte d'exploitation moyen		Scénarios N°2 : après 6 mois de Stockage en greniers traditionnels			
En FCFA	616439	1 106310	1 722749	549329	1 173419

Source : Etudes de référence OP d'oignons SNV-Tahoua, 2007

NB : les prix de l'oignon ont évolué comme suit :



- Prix site : 8740 FCFA/ sac de 100 Kg;
- Prix 3 mois : 14060 FCFA/ sac de 100 Kg ;
- Prix 6 mois ; 18 210 FCFA/ sac de 100 Kg.

Les pertes liées au stockage sont absorbées par la hausse des prix de l'oignon, ce qui justifie cet accroissement de marges.

3.4.2. *Les systèmes améliorés de stockage d'oignons au Niger.*

3.4.2.1. Les entrepôts en banco ou chambre (type BIT/Reseda)



photo 4 : Type BIT/RESEDA

Ce Magasin d'oignon de « type Reseda » a 15 ans d'âge, il est situé à Guidan Magagi (Galmi) avec une capacité de 4,5 tonnes et plus selon les types. Il a une durée de vie 20 ans en moyenne et un taux de perte compris entre 12 et 15% après trois (3) mois de stockage.

a-Avantages majeurs.

- Ses ouvertures d'aération et ses claies bien étudiées favorisent l'installation d'une atmosphère bioclimatique à l'intérieur du magasin ; grâce à une convection naturelle d'air et une hygrométrie relative de l'harmattan, on arrive à maintenir des températures de l'ordre de 25 à 30°C qui mettent les bulbes du Violet de Galmi en dormance pour une longue durée.
- Type de magasin modulable : existe sous plusieurs capacités : 4,5 tonnes ; 7,5 tonnes et 20 tonnes.
- Construction Sans Bois (CSB), risque faible d'incendie.
- L'ex-projet BIT/Reseda a pu transférer l'expertise à une ONG basée à Madaoua dont la mission serait de former les maçons locaux à construire ce modèle et à le vulgariser en milieu paysan.

b-Inconvénients majeurs.

- Infrastructure non sécurisée avec les fortes pluies
- Peu adaptés dans les régions à forte humidité (exemple bord du fleuve)



c-Taille des investissements.

Tableau N° 18 : Devis indicatifs pour construire des magasins de type BIT/RESEDA

Rubriques	Type 1 : magasin en banco, de 6,20m x 3,20m ; capacité 4,5 tonnes , toiture traditionnelle, claies en tige de mil et support en bois.	Type 2 : magasin en banco, de 10,80m x 5,80m ; capacité 7,5 tonnes , toiture traditionnelle, claies en tige de mil et support en bois.	Type 3 : magasin de capacité 20 tonnes en CSB, claies en tige de mil et support en bois.
Bâtiment & équipement	430.000 FCFA	740.000 FCFA	6.000.000 FCFA
Formation/ suivi maçons & Appui-conseils aux producteurs	120.000 FCFA	160.000 FCFA	350.000 FCFA
Main d'oeuvre	500 000	500 000	1 000 000
TOTAUX	1.150.000 F	1.400.000 F	7.350.000F

Source : Etude Abdoulaye Ibrahim, Reseda Madaoua, 2008

NB : CSB = construction Sans Bois

Compte tenu de l'existence d'une expertise locale vieille d'environ 20 ans, la vulgarisation de ce modèle modulable est envisageable dans le cadre du Prodex.

3.4.2.2. Les magasins-abris oignon de type ANPIP



Photo 5 : Vues externes du magasin-abri à oignon de type ANPIP, installé à Guidan Iddar (Konni).

Ce type de magasin est construit en banco et couvert par un toit de chaume ; l'unique claie de séchage est placée sur la médiane longitudinale du magasin ; une multitude d'ouverture et de portes latérales favorisent une bonne circulation et régulation des flux d'air caressant ainsi les parties inférieures et supérieures du stock d'oignon. Les températures intérieures de la chambre de conservation ne dépassent guère les 31-35°C au mois d'Avril.

- Capacité : 3-4 tonnes ;
- Coût d'investissement : 1500000 FCFA



Avantages majeurs.

- Infrastructure et stocks sécurisés par des grillages et clôtures ;
- Très bonne circulation de l'air ambiant, meilleurs flux d'air.

Inconvénients majeurs.

- Toiture en paille, et forte absorption des rayons solaires ;
- Faible capacité de stockage avec la mono-claie et surcharge;
- Risque d'incendie ;
- Coût élevé : environ 1 500 000 FCFA (construction, claie + portes et grillages de clôture)
- Taux de perte supérieur à 15% après 3 mois de conservation ;

3.4.2.3. Gares d'entreposage de type « Gatawani Dolé ».

Ce type d'infrastructure est visible au niveau des comptoirs de commercialisation pour servir de salle de tri, de calibrage des oignons avant ensachage et mise en marché.

Dans le cadre du Prodex, il pourrait être envisageable de doter les marchés primaires de regroupement de producteurs, ou les centres de Tri-calibrage-ensachage, avec ces ouvrages commerciaux.



Photo 6 : Hangar dans une clôture de grillage pour stockage des sacs d'oignons de reconditionnement.

3.4.2.4. Séchoir à oignon de type « GERES »

Il s'agit d'un système de conservation d'oignon qui utilise deux (2) options thermiques :

- L'énergie électrique;
- L'énergie photovoltaïque, ou système solaire ;



a-Construction :

Le bâtiment de séchage comporte:

- ❑ Deux murs en banco de 20 cm d'épaisseur d'orientation Nord - Sud pour stocker l'énergie solaire et la restituer la nuit à l'intérieur du bâtiment, évitant ainsi aux produits et à la structure de se refroidir, ce qui retarde la montée de la température le matin.
- ❑ Des parois doublées à l'intérieur par un muret en terre de 80 cm d'épaisseur pour augmenter la capacité d'accumulation thermique du bâtiment;
- ❑ Des claies de séchage qui sont de deux types :
 - la claie principale (12 m²) : elle est réalisée en nattes ou « Zana » en Haoussa, fabriquée traditionnellement à partir des graminées par les artisans. Elles sont très robustes. Elles couvrent la totalité de la surface aménagée à l'intérieur du bâtiment de séchage.
 - la claie de finition (4,5 m²) : elle est divisée en deux parties de 2,25 m² chacune et réalisée à partir de grillage fin.
- ❑ L'intérieur du bâtiment est crépi selon le savoir-faire des maçons locaux et le sol est tapissé de dalle que l'on trouve dans la région. Ces dispositions permettent de limiter au maximum la poussière dans le bâtiment de séchage.

b-La gestion du magasin :

La gestion du magasin est extrêmement simple :

Les quantités de produits mis à sécher (en comptant un ouvrier durant une journée de travail) varient entre 150 et 200 Kg d'oignons. La claie de finition une fois libérée, permet l'utilisation de la claie principale pour un nouveau chargement d'oignons frais.

Avec le séchoir « photovoltaïque » pour lequel le ventilateur, alimenté avec une batterie diminue les coûts d'investissement et de renouvellement des équipements.

c- les coûts des investissements.

On se référera au tableau ci-dessous pour la nomenclature et le coût unitaire des différents équipements. Les coûts se répartissent comme suit :

Tableau 22 : Coûts des investissements

Désignations	Le séchoir alimenté par le réseau électrique	séchoir alimenté par électricité photovoltaïque
Bâtiment	182 950 F CFA	
Toiture solaire	157 880 F CFA	
Claies	45 950 F CFA	
Système de ventilation et alimentation électrique	180 398 F CFA	413 600 F CFA
Divers, imprévus(10%)	50 000 f CFA	57 000 F CFA
TOTAL	625 000 F CFA	880 000 F CFA

Source ; projet NER 88/016 BIT et Geres., 1995



Ces coûts d'investissement méritent d'être actualisés ; en plus les performances de ces types de magasins de conservation n'ont pas été évaluées ex-post.

3.5. Autres techniques traditionnelles de conservation des oignons frais :

Les femmes productrices d'oignons de certaines régions du Niger disposent d'un savoir faire unique en son genre, et très ancien pour la conservation des oignons frais destinés à la vente différée et à l'exportation en direction du marché malien.

La technique consiste à faire ressuyer les bulbes au jardin ou à la maison, de les laver avant de les enrober avec des glumes du petit mil. Les oignons sont ensuite triés et stockés dans des sacs en jute dans un abri qui puisse garder une température ne dépassant pas 30 degrés:

Cette simple mise en sac des bulbes enrobés maintient l'oignon dans son aspect idéal recherché par le consommateur.

3.6. Récapitulatif des paramètres économiques sur les systèmes actuels de conservation des oignons au Niger

Tableau 23 : Paramètres économiques des séchoirs traditionnels et améliorés des bulbes d'oignons au Niger.

Type de Magasins	Coût de fabrication (F cfa)	Durée de vie	Capacité de stockage (t)	Durée moyenne de stockage	Taux de perte post récolte
Grenier-1	25 000	2 ans	2,5	180 jours	42 %
Grenier-2	15 000	2 ans	2,5	90 jours	39,4 %
Type ANPIP	1 500 000	20 ans	3,5	100jours	15 %
Type BIT/ RESEDA	600 000	20 ans	4,5	90 jours	1-2 %

Source : Données de l'étude

Remarque : le modèle de magasin de type RESEDA semble offrir le meilleur rapport qualité/ coût d'investissement.

Dans la perspective d'un développement des exportations d'oignon au Niger et du renforcement des capacités de stockage d'autres types de magasins sont à prévoir (voir tableau ci-dessous) :

Tableau 24 : Types de magasins

Types de magasins	Capacités	Coût*	Nombre	Coût total	Promoteurs
Type KOUYA (en dur)	100T	24.751.549	20	485.031.980	Unions et fédérations
Type RESEDA (en dur)	50 T	30.000.000	20	600.000.000	Unions
Type UE (en dur)	25T	22.493.894	20	449.877.880	Coopératives
Type RESEDA en banco	10 T	1.000.000	500	500.000.000	Coopératives et opérateurs individuels
type Paillotes améliorées	3 à 5 T	100.000 F	5 500	550.000.000	Petits producteurs

*le Coût des magasins n'inclut pas le fonds de roulement qui est à déterminer



Précaution d'utilisation des abris

Sur la base des applications récentes sous la houlette de la SNV Niger, il s'avère que la conservation reste un maillon important dans le processus d'amélioration de la qualité de l'oignon et surtout de l'accès au marché national et international. Cependant, pour mener à bien un processus de conservation, les praticiens des abris recommandent de suivre quelques précautions d'usage sur la base des résultats atteints lors des tests effectués dans les villages de Tamaské, Sabon guida et Souna Gomma par la SNV :

	Indicateurs	Recommandations
1	La qualité de l'oignon	Oignon de conservation suivant norme NN0105001
2	Le début du stockage	Avril – Mai
3	Prix d'achat	auprès des producteurs de préférence
4	La durée du stockage (prix/taux de récupération)	4 – 5 mois
5	Le suivi	par semaine
6	Le prix de vente	période opportune (Prix et Taux de récupération)
7	L'organisation (pression des membres, conditions de vente)	Responsabilisation des membres
8	La réfection de l'abri	Contrôler l'étanchéité et la disposition des claies

Source : SNV Konni, 2008

3.7. Règles de bonnes pratiques en matière de stockage d'oignons.

Les conditions d'un bon stockage d'oignons sont déterminées par sept (7) paramètres techniques à savoir :

- Le choix variétal ;
- Les conditions de récolte ;
- La qualité physique et physiologique des bulbes.
- Un bon séchage préalable;
- Les traitements chimiques éventuels subits par les bulbes avant leur mise en entrepôt ;
- La technique de mise en entrepôt (cas des magasins modernes).
- Une meilleure maîtrise de l'hygrométrie.



4. LE SYSTEME DE TRANSFORMATION

4.1 Généralités :

La valorisation de l'oignon frais ou transformé a toujours constitué une idée de réflexion des acteurs de la filière. Durant les pics de production, on assiste annuellement à des pertes pouvant atteindre près de 30 % de la production malgré les efforts notables enregistrés dans la conservation, avec des systèmes actuels qui peuvent garantir plus de trois mois de stockage. C'est ainsi qu'avec la persistance de la fluctuation des prix notée surtout en période de forte production, les taux de pertes importants enregistrés, l'absence de régulation des prix, les acteurs de la filière ont pris l'initiative d'intégrer dans leur démarche, la valorisation à travers la transformation de l'oignon en divers sous produits.

4.2 Les principes de valorisation :

4.2.1 *Les techniques traditionnelles de transformation des oignons en « Gabou »*

Les femmes rurales transformatrices utilisent toutes les parties de l'appareil végétatif de l'oignon selon plusieurs procédés de valorisation:

Tableau 25 : Description sommaire des procédés traditionnels de valorisation d'oignons séchés au Niger.

Nature du procédé traditionnel	Descriptions
1)-Technique n°1 :	Les bulbes entiers d'oignons transformés par concassage et séchage donnent 2 sous-produits Sous-produit-1.1 : du Gabou Koirey, Sous-produit-1.2 : du Gabizé.
2)-Technique n°2	La hampe florale est découpée en petits morceaux de 1 à 2 cm puis séchée à même le sol ; Cette technique donne le sous-produit-2 : Le Gabou Farou-Farou ;
3)- Technique N°3	Les feuilles d'oignons pilées au mortier et séchées donnent 2 sous produits appelés « Gabou-bi » : Sous-produit 3-1 : en boulettes (Gabou – bi n° 1) Sous-produit 3-2 : en poudre (Gabou – bi n° 2) Les Gabou – bi sont utilisés tels dans les sauces et les préparations du poisson en hivernage. Au moment où l'oignon frais devient rare sur le marché.
4)- Technique N°4 :	Sous-produit-4 : Le Gabou Hamni, est la forme condimentaire du Gabou destiné à l'usage culinaire ; il est obtenu à partir des trois types de Gabou, du sésame frit, du piment, de l'arôme et du sel.

Sources : Etude sur les potentialités en Petites Transformations Agroalimentaires (PTA) en milieu rural au Niger, ONG Geres, 2004



4.2.2 La bonne pratique pour obtenir la poudre condimentaire de Gabou:

Rappelons que pour obtenir une tia (2,2 kg) de Gabou Hamni, la bonne pratique serait la conduite de la recette ci-après:

1. Choisir les variétés blanches d'oignons riches en matières sèches (Blanc de Galmi ou de Soumarana) ;
2. Préparer les trois types de Gabou à partir de la même variété d'oignon ;
3. Effectuer le dosage des trois (3) produits séchés comme suit :
 - 2 tias de Gabou koirey
 - ½ tia de Gabizé
 - 1 tia de Gabou Farou-Farou
4. Ajouter 1 tia de sésame frit, de l'arôme et du sel.

Les prix de sacs de 30 Kg des Gabou ordinaires (Bi, Forou-forou, Gabizé, etc) coûte en saison des pluies entre 12000 CFA et 15000 FCFA selon les régions de l'ouest du pays où sa consommation est une tradition très ancienne.

Pour les femmes, conserver l'oignon sous forme de Gabou, et le vendre en période de soudure (Juillet- Octobre), est une de leurs meilleures stratégies de sécurité alimentaire.

Remarques :

Cette technologie n°4 de fabrication de Gabou Hamni (ou du moins le dosage de trois (3) types de Gabou) est méconnue des femmes de plusieurs groupements féminins des principales zones de production d'oignons au Niger.

4.3 La transformation semi industrielle

Malgré une forte production, le potentiel industriel de transformation n'a jamais été valorisé. Malgré tout il existe des procédés de transformation semi-industrielle à faible échelle.

- Trois gammes de produits sont ciblées. Il s'agit de :
 - L'oignon lanière
 - L'oignon semoule
 - L'oignon poudre



L'oignon lanière : Spécifications techniques :

L'oignon lanière est un produit obtenu à partir de variétés d'oignons (*allium cepa*) spécialement sélectionnées et cultivées en vue de la déshydratation. Les oignons frais de première qualité sont triés, lavés, coupés en lanières et déshydratés à l'air chaud. 1 kg d'oignon déshydraté est préparé à partir de 12 kg d'oignons frais. Les lanières d'oignons déshydratées peuvent être ensuite, grillées, c'est-à-dire torréfiées. L'oignon lanière ainsi obtenu, possède une saveur d'oignon cuisiné.

Photo 7 : oignon lanière





L'oignon semoule : Spécifications techniques

Les lanières d'oignon déshydratées sont concassées puis tamisées selon une granulométrie prédéfinie.

Photo 8 : oignon semoule



L'oignon poudre : Spécifications techniques :

Les lanières déshydratées sont broyées puis tamisées.
Grillées au préalable, elles donnent des poudres.

Photo 9 : oignon poudre

Aucune transformation à caractère industriel n'existe à ce jour au Niger. A l'échelle artisanale, il est pratiqué un séchage dans des conditions sanitaires sommaires pour répondre aux besoins locaux de consommation en contre saison. Ces produits n'ont pas pu s'imposer sur le marché du fait d'une conservation médiocre ne répondant pas aux critères minimum de qualité et de goût.



4.4 Atouts et contraintes de la transformation

Tableau 26 : atouts et contraintes de la transformation

	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Matière première et intrants	-Disponibilité -Qualité requise	-Transformation en cas de surproduction	Choisir les produits sains à la transformation	Femmes des unions Entreprises de transformation, Producteurs
Procédé traditionnel (Gabou)	-Pratiques traditionnelles et familiales -Consommation importante dans les régions de Tahoua et Tillabéry	-Procédé rustique -Marché étroit ou faible -Qualité et quantité faibles	Intégrer les équipements modernes Assurer la qualité des PF Elargir les débouchés des PF	Femmes des unions Entreprises de transformation, Producteurs
Procédé amélioré (LPS)	-Disponibilité de matières premières -Débouchés du produit de la MP et des PF -Industrialisation du procédé -Marché de valeur -Création d'emplois -Création de revenus	-Produit nouveau -S'assurer de la régularité de l'approvisionnement	Campagne de promotion commerciale Information sur la contractualisation	Société de production Unions Clients

Les besoins de financement en séchoirs de transformation sont résumés dans le tableau suivant :

<i>Types</i>	<i>Côut</i>	<i>Nombre</i>	<i>Côut total</i>	<i>Promoteur</i>
<i>Séchoirs</i>	<i>2 000 000</i>	<i>100</i>	<i>200 000 000</i>	<i>Femmes et groupes vulnérables</i>



5. ETUDE DU MARCHE

5.1 La collecte

La collecte primaire s'effectue entre producteurs, intermédiaires et commerçants au niveau de points de vente appelés « Tacha ». A l'arrivée d'un camion, les sacs vides de contenance variable selon les destinations sont distribués par les intermédiaires aux producteurs qui vont les remplir. Les prix sont négociés, de gré à gré, entre le commerçant, l'intermédiaire et le producteur. L'achat à bord champ se pratique aussi.



Photo 10 : Collecte primaire d'oignon

5.2 Le Conditionnement de l'oignon

Le conditionnement au niveau de la zone d'étude est réduit à sa plus simple expression (emballage de type traditionnel sans aucune valeur publicitaire). Cette opération visant à maintenir le produit dans les meilleures conditions possibles de fraîcheur, de préservation, d'hygiène et de présentation commerciale, s'avère nécessaire afin de conserver la valeur marchande de l'oignon.

L'oignon destiné à la consommation locale est vendu dans les zones de productions aux abords des routes. Il est conditionné dans des filets tissés à partir des feuilles de palmier doum variant entre 2 et 10 kg ou contenu dans des récipients de même contenance.

Bien que le Niger soit le premier pays exportateur d'oignons dans la sous région, les oignons sont mal conditionnés.



Les raisons qui font que le sac de jute perdure comme « type dominant » sont nombreuses ; cette situation doit certainement profiter à un groupe d'acteurs qui préfèrent le « statuquo » au souffle de modernité que l'ensemble des partenaires au développement cherchent à donner à cette filière depuis plusieurs années.

Quatre types de matériels d'emballage sont utilisés actuellement sur la chaîne de conditionnement des oignons du Niger:

1. Le Tchali ou « Tchanhou de l'oignon »
2. Le sac « Bolagui et Chonokan »
3. Le Sac «Sontolo ou Mana » d'Agadez
4. Les sacs filets en plastique ou «Maïraga » de EMBALMALI et Nigeria.

5.2.1 *Ensachage de consommation locale:*



Les sacs de jutes utilisés sont du tout venant fournis par des commerçants exportateurs ou des commerçants du marché local.

Photo 11 : Emballage d'oignon



5.2.2 *Ensachage d'exportation:*

Pour les grands centres de consommation nationaux et d'exportation vers l'extérieur, l'oignon est conditionné dans des sacs en jute de contenance variable selon les destinations. Les sacs sont de 100 à 110 kg pour les marchés nationaux, le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire ; de 120 kg pour le Ghana et 140 kg pour le Bénin et le Togo.



Photo 12: Emballage d'oignon pour l'exportation

Le conditionnement de l'oignon commence dans les champs avant de finir au chargement des camions.

Les sacs sont la propriété des commerçants. Aucune trace ni écriture identifiant l'origine et la date du produit n'est visible. De simples gravités sont inscrites pour identifier le client commerçant à travers tous les points de vente. L'oignon est conditionné dans les champs et acheminé au point de vente sur des charrettes à la sauvette dans des sacs de jute neutre de 100 kg et de 150 kg.

5.2.3 *La bonne pratique en matière de conditionnement des oignons*

Dans la perspective de développement des exportations, un bon système de conditionnement des oignons doit tenir compte :



- Du tri et calibrage des bulbes ;
- De la résistance de l'emballage pour assurer une bonne protection des oignons au cours des opérations de manutention et de transport ;
- De la propreté et de l'hygrométrie de l'air à l'intérieur des locaux de conditionnement ;
- La traçabilité du produit dans le circuit de commercialisation.

5.2.3.1 Les opérations de tri-calibrage des bulbes, classification.

Le conditionnement des bulbes doit se faire après les opérations de tri et de calibrage des oignons ; Selon le diamètre des bulbes, on peut effectuer quatre types de colisages en fonction des exigences du pays de destination, ou du segment de la clientèle : par exemple au Ghana et en Côte d'Ivoire les ménagères préfèrent les oignons de petit calibre (30/45 mm) alors que le segment de la restauration de rue et hôtelière apprécie plutôt les gros bulbes du Violet de Galmi pour des raisons économiques ;

Ainsi, selon le diamètre des bulbes, on peut distinguer quatre groupes de colis d'oignons, que l'on pourra ensuite classer par catégorie selon l'état physiologique (maturité, germination, blessure, crevasse, couleur typique de la variété) et la propriété du produit.

Groupe de bulbes conditionnés	Diamètre exigé	Classification selon la qualité physiologique
Groupe-I	30-45 mm	Premier, 2 ^{ème} et 3 ^{ème} choix
Groupe-II	45-65mm	Premier, 2 ^{ème} et 3 ^{ème} choix
Groupe-III	65-85 mm	Premier, 2 ^{ème} et 3 ^{ème} choix
Groupe-IV	85-120 mm	Premier, 2 ^{ème} et 3 ^{ème} choix

Source : nos recherches

5.2.3.2 La traçabilité.

Il faut noter qu'un bon conditionnement doit obligatoirement porter des inscriptions ou marquage sur le colis. Pour l'oignon du Niger, le sac doit porter la « carte d'identité » du produit en caractères lisibles, indélébiles et groupés sur une même face. Les mentions particulières à inscrire sont :

- Oignon du Niger, région de Tahoua ;
- Appellation d'origine : Violet de Galmi ;
- N° du Groupe et calibre correspondant ;
- Le poids du colisage : 25 ou 50 KG ;
- Dates de conditionnement et de limite de consommation.



5.3 Le processus de commercialisation

5.3.1 Les points de commercialisation de proximité : PCP

Dans toutes les zones de production, les producteurs ont installé à proximité des périmètres des points de convergences et de troc. Il s'agit du premier palier de la commercialisation de l'oignon. Ces lieux sont animés par les intermédiaires qui sont l'interface entre les acheteurs et les producteurs. Les intermédiaires assurent le groupage avant le chargement dans les camions. Les PCP sont souvent accessibles aux camions et aux moyens de transport traditionnel (charrettes, chameaux, etc..).



photo 13 : PCP de Galmi

5.3.2 Comptoirs commerciaux

5.3.2.1- Mise en place

Avec l'appui des partenaires au développement, la filière oignon a bénéficié de la construction du premier comptoir de commercialisation d'oignon du Niger financé par ADF en 2007 au profit de la coopérative « Aminci ».

Ce comptoir est situé dans la commune rurale de Tsernawa et couvre une superficie de 1.5 ha. Fruit du partenariat entre ADF et l'union de Tsernawa, il marque à n'en point douter une étape importante dans le processus de pénétration de l'oignon du Niger dans la sous région et voire même au-delà.

La commune rurale de Tsernawa, est située à 10 km de la ville de Konni (415 km de Niamey), sur la route nationale N°1 en direction de Madaoua.



La commune est par excellence un traditionnel centre de commercialisation, très fréquenté de par sa position géographique de carrefour qui en fait un point de convergence de commerçants et autres professionnels de la filière oignon du Niger.

Piloté par l'ONG ADIDB et la coopérative « Aminci », le comptoir devrait engager dès lors son processus d'opérationnalisation avec un bureau et une équipe technique (gestionnaire et perceuteur) qui est recrutée.

Ce centre de commercialisation permet aux producteurs de négocier avec les acheteurs par l'intermédiaire d'un comité de gestion, dans un cadre formel et des conditions d'accès équitables à l'information.

5.3.2.2 Missions

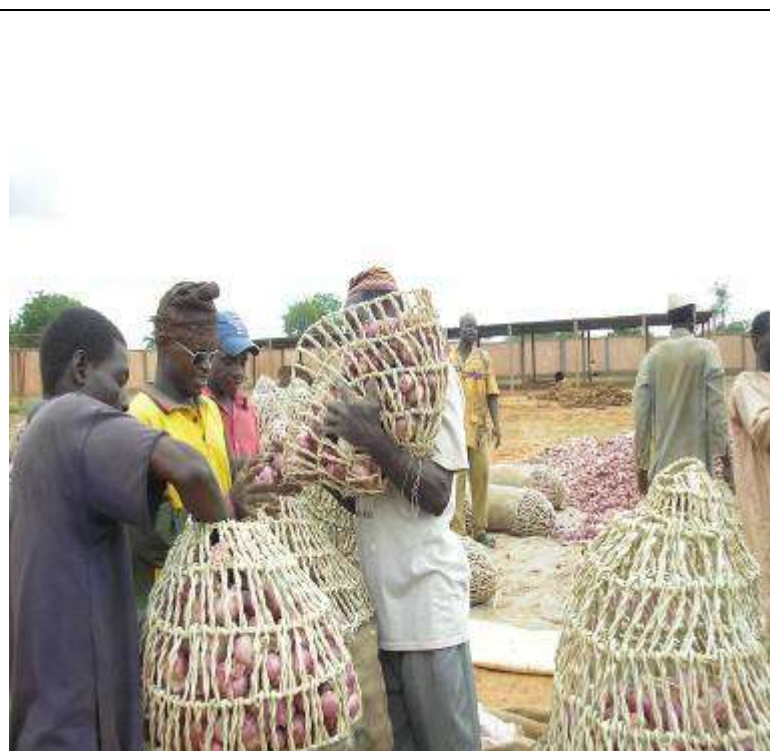


photo 14: Reconditionnement de l'oignon au niveau du comptoir

Objectifs du comptoir de commercialisation d'oignon :

- Améliorer les conditions de vie des producteurs d'oignon en créant une entreprise rentable de commercialisation d'oignon dans la commune de Tsernawa.
- Créer un cadre de transparence dans la commercialisation où les acheteurs et les producteurs seront seuls responsables de leur marché.
- Créer des conditions d'échanges et de recherche de marchés internationaux pour les grosses commandes.
- Créer un cadre de concertation pour le comité de gestion du comptoir regroupant les producteurs (dirigeants) et les acheteurs.
- Favoriser l'augmentation des revenus générés par la vente d'oignon de la coopérative et de ses producteurs membres, en fonction d'un certain nombre d'indicateurs mesurables.

5.3.2.3-Schéma de financement des comptoirs de commercialisation

L'US/ADF a lancé entre 2003 et 2005, des opérations pilotes de construction de comptoirs de commercialisation d'oignons dans les zones de productions. Ces investissements commerciaux, en dépit des difficultés de démarrage qui ont émaillé leur opérationnalité, sont de nature à conforter l'offre et à rapprocher d'avantage les acheteurs étrangers des producteurs locaux, et d'atténuer l'emprise des intermédiaires dans la fixation des prix.



Description des coûts de financement d'un comptoir type.

Tableau 27 : coûts de financements des comptoirs

Rubrique	An1	An2
Comptoir Infrastructures	75.258.141	
Comptoir équipements	5.100.000	
Equipement transport		23 000 000
Equipement Bureau	6 000 000	
Fonds de roulement	17 920 000	
Total Investissement	104.278.141	23.000.000

Source : US/ADF, Niger 2007 : cas du comptoir de Tsernawa (Konni)

5.4 Avantages, Contraintes et perspectives:

	Avantages	Contraintes	Perspectives
POINTS DE COMMERCIALISATION DE PROXIMITE	- Proximité des zones de production - Appoint pour les petits producteurs - Animation par les producteurs, intermédiaires..... - Fréquentation régulière - Concertation sur les prix	- Difficultés d'accès aux camions - Absence de Traçabilité du produit - Absence de métrologie, de tri, - Conditionnement inadapté à l'export	-Concertation avec tous les acteurs pour améliorer le fonctionnement du maillon
COMPTOIRS :	- Professionnalisme - Traçabilité du produit - Sécurité et assurance qualité - Concertation sur les prix - Contractualisation agricole - Meilleure régulation du marché	-Fréquence abusive et trop remarquée des intermédiaires -Fréquentation irrégulière liée à l'insuffisance d'information et de sensibilisation des acteurs -Difficultés d'implication de tous les acteurs dans la gestion (intermédiaire, commerçants, Commune) -Mobilisation de ressources insuffisante - Prolifération d'autres petits points de commercialisation qui viennent en concurrence	-Poursuivre l'installation d'autres comptoirs dans les zones de forte production -Intégrer un guichet administratif dans tous les comptoirs afin de simplifier les tracasseries routières -Concertation avec les points de vente de proximité



Un récapitulatif des besoins d'investissement en infrastructures de commercialisation peut se résumer selon le tableau suivant :

<i>Type</i>	<i>Coût</i>	<i>Nombre</i>	<i>Côut total</i>	<i>Promoteur</i>
<i>Hangars des marchés</i>	<i>5.000.000</i>	<i>20</i>	<i>100 000 000</i>	<i>Coopératives, Unions et fédérations</i>
<i>Aménagement des comptoirs commerciaux</i>	<i>105.000.000</i>	<i>8</i>	<i>840.000.000</i>	<i>Unions, fédérations</i>
<i>Centre de Collecte de Tri et d'Emballages</i>	<i>31.000.000</i>	<i>20</i>	<i>620.000.000</i>	<i>Coopératives, Unions et fédérations</i>
<i>Total</i>			<i>1 560 000 000</i>	

5.5 Les circuits de la commercialisation

Le circuit de commercialisation de l'oignon se fait selon quatre cas de figure.

1er cas : Producteur → Collecteurs/intermédiaires → exportateur / grossiste → demi-grossiste → détaillant → consommateur.

2ème cas : Producteur → exportateur / grossiste → détaillant → consommateur.

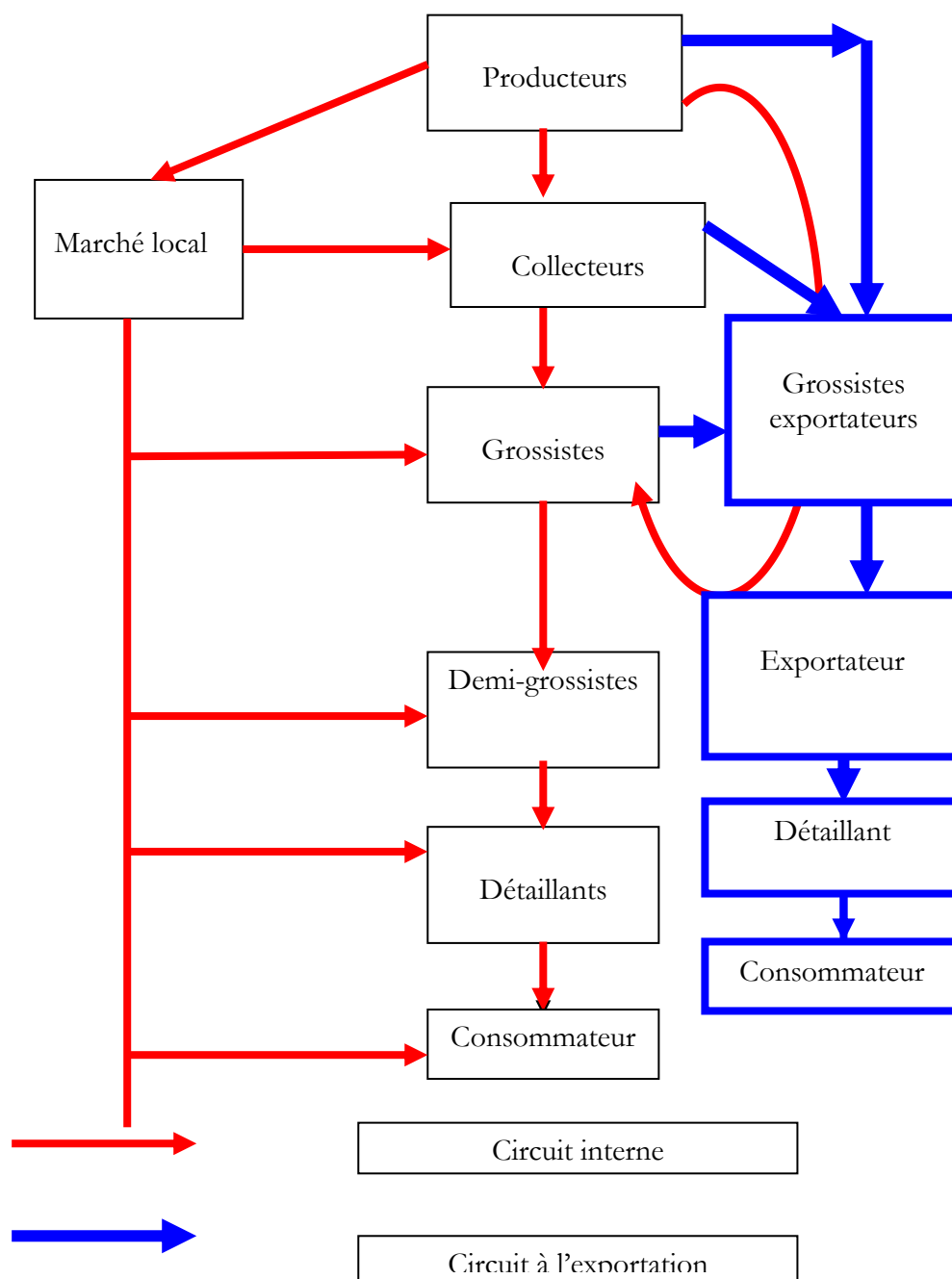
3ème cas : Producteur → commerçant local → exportateur / grossiste → grossiste à l'extérieur → détaillant → consommateur

4ème cas : Producteur → commerçant local grossiste → grossiste à l'extérieur → détaillant → consommateur.

L'oignon du Niger part de la région de Tahoua (Galmi, Madaoua) pour les destinations intérieures et extérieures du pays. Les sites de productions sont situés à 500 km à l'est de la capitale Niamey.



Figure 3 : Schéma des circuits de commercialisation



5.6 Les acteurs de la commercialisation

L'oignon est une culture de rente très importante au Niger. C'est une culture à haute valeur commerciale produite dans le pays. La variété commercialisée au Niger jouit d'un avantage commercial dans les marchés locaux et sous-régionaux. En effet, le Violet de Galmi qui est la plus vendue est réputée pour son goût épicé et ses qualités à la cuisson.

La commercialisation est une activité qui consiste pour une entreprise, une organisation paysanne de vendre ses marchandises (production) à une clientèle qui les consomme, les exporte ou les transforme. La commercialisation mobilise plusieurs acteurs. Ils sont : producteurs, collecteurs



villageois ou intermédiaires, les grossistes, les transporteurs, importateurs- exportateurs, transitaires, banquiers, Etat et services décentralisés ;

5.6.1 Les intervenants nationaux

5.6.1.1 Le producteur

Après cinq mois de production, l'oignon récolté peut être vendu entièrement pendant la période de récolte, stockée partiellement ou totalement. Lors de la vente, le producteur collecte des sacs vides auprès des intermédiaires qu'il fait remplir à la parcelle ou au niveau des unités de stockage, et qu'il achemine vers les lieux de vente.

5.6.1.2 Les collecteurs villageois ou intermédiaires:

Ce sont des intermédiaires entre les producteurs et les acheteurs. Ils dirigent ces derniers à leur arrivée vers les lieux de regroupage d'oignon. Ils ont préalablement négocié le prix de l'oignon et se chargent de l'intermédiation avec les producteurs. Ces intermédiaires ne sont généralement pas producteurs d'oignon. On les rencontre dans les principaux centres de commerce de l'oignon, notamment à Galmi, principal point de convergence des acheteurs. Leur rôle consiste à rechercher la clientèle, récupérer les sacs vides auprès des commerçants afin de les distribuer aux producteurs, vérifier la qualité du produit, superviser le chargement et régler les paiements. Le chef du marché ou « serkinTacha » est un autre personnage intermédiaire qui a pour rôle d'héberger les camionneurs et d'informer les producteurs de l'arrivée des clients.

5.6.1.3 Les grossistes :

Ces agents sont localisés dans les centres d'échange, gros marchés ou gros centres non enclavés, (Galmi, Guidan Ider, Badaguichiri, Tamaské, Madaoua...) c'est à dire sur les principaux axes routiers. Ils se ravitaillent au niveau des producteurs et des collecteurs villageois ou intermédiaires principalement. Ils sont soit camionneurs exportateurs, soit dépositaires des stocks à vendre directement aux camionneurs, parfois les deux à la fois.

5.6.1.4 Les dillali :

Ils sont des intermédiaires qui assurent la régulation et la facilitation des transactions commerciales entre les producteurs et les acheteurs

5.6.1.5 L'Etat et les services décentralisés et déconcentrés :

L'Etat est fortement présent dans le secteur à travers la douane, les services techniques déconcentrés et les communes. Avec les communes des zones de production, les mairies engrangent parfois 80% de leur recette à partir des taxes tirées de la filière oignon.

5.6.2 Les intervenants sous régionaux

5.6.2.1 Les consignataires

Ce sont des dealers de marchés terminaux à savoir Accra, Abidjan, Lomé, Cotonou ; ils détiennent les informations sur les cours des prix et vendent l'oignon à des commerçants grossistes. Ils sont en relation avec des représentants locaux pour s'informer du cours du marché.



5.6.2.2 Les commerçants d'Abidjan, du Bénin, de la Côte d'Ivoire, du Ghana ;

Ils sont constitués en associations professionnelles au sein des différents marchés de consommation des pays respectifs. Ils assurent la régulation de leur marché avec les fournisseurs basés au Niger. Ils ont une représentation permanente assurée par un notable de la ville de production (intermédiaire principal) ou ils assurent les rotations de commercialisation. Depuis 2006, ces organisations commencent à nouer des relations commerciales avec les associations du Niger à l'instar de l'ANFO. Des conventions de collaboration et de régulation du marché ont été signées. Ils participent avec ANFO aux différentes structures régionales (ATP/USAID, ORO/AOC, GAPTO).

5.6.2.3 Les transporteurs :

Le transport de l'oignon est assuré par les gros porteurs assurant une rotation commerciale des zones de production vers les marchés nationaux et internationaux. De retour de leur expédition, les transporteurs s'organisent dans les différents marchés d'oignon pour en retour acheminer l'oignon. Ils s'organisent avec le syndicat des transporteurs nigériens et les intermédiaires pour leur chargement. Ils sont membres des OP de la filière oignon pour ceux qui résident au Niger.

5.6.2.4 Les détaillants :

On les rencontre sur les marchés locaux, au bord de la route dans les zones de production, sur les grands marchés de consommation nationaux et sous régionaux. Il acquiert donc l'oignon soit au comptant, soit à crédit sans intérêt auprès du producteur, du commerçant grossiste ou demi-grossiste. Le volume par achat varie de 20 kg à 140 kg.

5.7 Les différents systèmes de commercialisation

Depuis la disparition des organismes chargés de la commercialisation des produits agricoles, le système commercial n'est plus officiel. En effet, depuis de longues années les producteurs sont laissés à eux mêmes dans la commercialisation de leurs produits avec tous les risques spéculatifs qui en découlent, ce qui fait que les pratiques usurières traditionnelles font légion.

5.7.1 Le troc

Cette forme de commercialisation avant la récolte est pratiquée quand les producteurs ont besoin de satisfaire des besoins immédiats comme l'achat d'intrants agricoles ou de nourriture. Ainsi ils échangent l'oignon contre de l'engrais ou du mil en raison d'un sac d'engrais ou de mil contre 2 à 3 sacs d'oignon à la récolte. Ces termes d'accords sont souvent respectés par les producteurs quelques soient les conditions.

5.7.2 La vente par anticipation

Les producteurs et les acheteurs s'entendent sur un prix auquel ils doivent vendre et acheter le sac d'oignon. Ainsi le producteur prend la somme d'argent nécessaire à ses besoins et fournit la quantité d'oignon correspondante à la récolte.

Toutes ces transactions financières s'effectuent sans que le paysan ne sache exactement le nombre de sacs d'oignon qu'il récoltera.

5.7.3 La vente en différé



Elle est effectuée par certains projets dans l'intention d'empêcher aux producteurs de tomber dans la pratique de l'usure. En effet, certains producteurs nécessitent pour la satisfaction de leurs besoins immédiats contactent des commerçants qui leur donnent du mil ou de l'engrais à des prix usuriers : 1 sac d'engrais ou de mil contre 2 à 3 sacs d'oignon à la récolte. Pour éviter ces pratiques, les projets avancent les sommes d'argent nécessaires aux producteurs contre la récolte à stocker et à vendre au moment où les prix seront rémunérateurs. A la vente, le projet restitue les sommes d'argent restantes aux producteurs après déduction de celles perçues.

5.7.4 La vente au comptant

C'est le procédé dominant dans la zone de production; les acheteurs se présentent aux centres d'achats munis de leurs emballages. En compagnie des intermédiaires, ils discutent et arrêtent les prix en présence des producteurs ou en leur absence. Les paysans remplissent après conditionnement les sacs vides en fonction du nombre qu'ils consentent vendre et reçoivent en contre partie la somme correspondante. Les paysans dans certains cas sont contraints d'accepter les prix, de peur de ne pas pouvoir vendre leur oignon.

5.8 La formation des prix

Les prix varient selon le degré d'enclavement du lieu de vente, le type de conditionnement, les périodes de l'année et souvent la présentation du produit (qualité, couleur, etc....). Les prix sont libres et fluctuants.

L'oignon connaît trois grandes périodes de fluctuation des prix :

1er temps : De Janvier à Avril : c'est la période de la récolte. Le prix de vente du sac d'oignon est relativement bas 4.000 F sur les marchés au niveau de la zone de production de la région de Tahoua.

2ème temps : De Mai à Août. Les prix montent pour atteindre 15.000 F en moyenne le sac.

3ème temps : De Septembre à Décembre. C'est la période où il y a très peu d'oignon sur le marché. Le sac d'oignon coûte jusqu'à 50.000 F soit dix fois plus qu'à la période de la récolte.

Il existe différents modes de fixation de prix :

- Le prix dit invarié : c'est un prix fixé de gré à gré entre un producteur et un commerçant au moment de la concession d'un crédit par ce dernier. Le crédit est remboursé en nature.

- Les prix fixés par les intermédiaires : ce sont des arrangements entre les producteurs et certains intermédiaires ;

- Les prix du marché : ce sont ceux observés sur le marché. Ils fluctuent selon le mécanisme de l'offre et de la demande

Le faible pouvoir de négociation des producteurs face aux acheteurs est le principal constat que l'on peut faire au niveau de la détermination des prix. Par ailleurs, le respect des prix fixés pose un gros problème dans la régulation des marchés au niveau local à cause du caractère périssable du produit et de l'absence de moyens de conservation. .

Tableau 28 : Valeur ajoutée créée par le commerce de l'oignon à destination d'Abidjan à partir de Guidan Iddar (Tahoua) : Camion de 30 tonnes, soit 300 sacs de 100 Kg..



Eléments de coûts	Coût unitaire	Valeur en FCFA	% du Coût de Revient du sac
Achat oignons en période medium	15 000	4.500 000	60,6
Achat sacs vides	600	180.000	2,42
Achat « Tchali » (manier d'aération)	100	30.000	0,4
Ensachage-manutention	250	75.000	1,0
Achat fil de couture des sacs	10	3.000	0,16
Taxe de marché local	150	45.000	0,6
Coût de transport Guidan Iddar-Abidjan (CI)	3000	900.000	12,1
Taxe statistique+ BIC/Douane	650	195.000	2,62
Faux frais/traversée Burkina-Ghana	5000	1.500 000	20,1
Coût de Revient sac oignon rendu Abidjan	24 760	7.428 000	100%
Prix de Cession sac à Abidjan (Juin 03)	30.000	9.000000	
Marge brute unitaire (sac/expédition)	5240	1.572 000	21,2%

Source : Enquêtes réalisées par ANFO, Juin 2003

Les faux frais représentent 20,1% du coût de revient du sac, constituant de l'argent (forfait) que l'exportateur confie au camionneur à l'embarquement pour « soudoyer » les agents routiers et frontaliers de contrôles (douaniers, policiers, agents de péage), tout le long du trajet Guidan Iddar-Abidjan.

En dépit du poids des faux frais sur le coût de l'activité d'exportation, les opérateurs parviennent à dégager un niveau de taux de marge assez confortable (20,1%).

Les frais de route constitués de « taxes sauvages » grèvent lourdement le coût de revient de l'oignon à travers tous les axes : Accra, Lomé, Cotonou et Abidjan ; cette situation semble perdurer, alors que leur suppression définitive ne dépend que de la volonté politique des dirigeants locaux et régionaux des pays de transit, pour rendre cette activité plus bénéfique pour leurs propres économies, et celle des opérateurs impliqués.

5.9 Les quantités commercialisées

Il est difficile d'avoir des informations sur les quantités d'oignon commercialisées. Les chiffres statistiques sont quasiment inexistantes surtout en ce qui est de la consommation intérieure qui est estimée à environ 20 000 tonnes/an.

Quant aux quantités exportées, elles varient d'une année à l'autre. Elles ne cessent de croître depuis 1999 (Tableau ci-dessous).

Tableau 29: Évolution des quantités exportées

Années	Productions (T)	Exportation (tonne)	Observations
1990	169.100	60 494	Le potentiel commercialisable constitue 58%
1991	173.500	22 969	
1992	127 500	19 588	
1993	152 2°	10 425	
1994	185 700	39 068	
1995	184 613	31 495	
1996	-----	59 699	
1997	181 051	42 591	
1998	255 971	56 055	
1999	356 184	49 825	
2000	-----	59 676	



--	--	--	--

Source : Ministère de l'Agriculture, Direction de la statistique et des comptes nationaux (DSCN)

5.10 L'Evaluation de la demande

La demande est composée de deux principaux éléments qui sont la demande domestique et la demande extérieure; ces deux éléments sont influencés par la situation macro-économique des pays consommateurs et du pouvoir d'achat des consommateurs et du prix au consommateur.

5.10.1 La demande locale

L'oignon est un produit consommé par l'ensemble des nigériens urbains et ruraux. La demande intérieure a été évaluée à travers la consommation d'oignon qui est de 7 kg par personne et par an. Avec une population estimée en 2007 à 13.615.218 d'habitants, le tonnage consommé au plan national pourrait atteindre 20 000 tonnes;

5.10.2 La demande externe (l'exportation)

L'oignon nigérien est exporté principalement vers la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Bénin, le Togo et le Burkina Faso avec souvent un phénomène de réexportation vers l'Europe. Selon les chiffres disponibles en 2003, la moyenne des exportations par pays se présente comme suit (exportations officielles) :

Tableau 30 : Destination des exportations de l'oignon du Niger par pays en 2003

Pays	Moyenne des exportations (tonnes)	%
Côte d'Ivoire	20 928	38,8
Ghana	14 047	26
Nigéria	13 708	25,4
Bénin	2. 689	4,96
Togo	1.089	2
Burkina Faso	1531	2,84
Autres destinations	-	-
Total	53.985	100 %

Sources : Etude PPEAP Septembre 2003

Dans ces conditions, on peut dire que les exportations non contrôlées pourraient se chiffrer à environ 130 586 tonnes.

La production d'oignon au Niger a connu une croissance de 19% entre 1961 et 2005. Cette croissance a permis au Niger d'être le premier pays producteur et exportateur d'oignon de l'espace UEMOA. Aujourd'hui, le Niger fournit 92% de l'offre d'oignon de l'espace CEDEAO hors Nigeria.

5.11 Le système d'exportation

Le système d'exportation de l'oignon nigérien est animé de la manière suivante :



Plan d'actions opérationnel de la filière oignon du Niger
Ministère du Développement Agricole-PRODEX

- Axe Niger-Côte d'Ivoire : par des commerçants d'origine nigérienne installés en Côte d'Ivoire ou restés au Niger qui contrôlent exclusivement ce marché. Ils sont organisés en réseau de grossistes réceptionnistes ou importateurs demi-grossistes (en Côte d'Ivoire) et en transporteurs/exportateurs (au Niger).
- Axe Niger-Ghana : A l'instar de l'axe ivoirien, celui-ci est principalement contrôlé par les opérateurs nigériens installés au Ghana.
- Axe Niger-Bénin/Togo: contrairement aux précédents, cet axe est contrôlé par des opérateurs togolais pour le Togo et par des opérateurs nigériens et béninois pour le Bénin.

Toutefois, pour le Bénin, l'importation de l'oignon nigérien est fonction du niveau de sa production intérieure. Une organisation des producteurs nationaux contrôle l'entrée sur ce marché.

Les destinations ivoiriennes, ghanéennes et togolaises sont dominées par la production de la zone de Galmi, Sabon-guida, Koumassa et Karofan.

5.11.1 Tendances du commerce sous régional.

Le commerce de l'oignon du Niger est dominé à 90 % par le marché sous régional. Les transactions s'observent durant toute l'année mais à intensités variables. Les quantités exportées sont beaucoup plus importantes durant la période de PIC de production (Février à Juin) pour ce qui concerne la zone de Tahoua et extension. De Juillet à Septembre, l'exportation est assurée à partir de l'oignon de conservation. A partir du mois d'Août, Septembre et octobre, la production en saison des pluies de la zone d'Agadez assure l'approvisionnement du marché. (Voir schéma)

Tableau 31 : Disponibilité des oignons sur le marché national et ouest-africain

	janv	fev	mars	avril	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	dec
Oignons de conservation de Galmi et Arewa												
Oignons Agadez et Gaya-Mallanville												
Oignon Hollandais												
Oignons Chilie, Brésil												
Exportation Agro niger												
Oignons de Tahoua												
Période de crise	P1								P 2			

Source : nos enquêtes

NB : période P1 = Période d'abondance ; Période P2 = Période de rareté et de cherté.

Depuis 2006, certains producteurs de la zone de Tahoua et extension s'illustrent dans une production qui démarre à la mi-saison des pluies de sorte que la récolte est disponible dès le mois de décembre au meilleur prix avoisinant souvent 50.000 FCFA le sac de 120 Kg. Cette nouvelle situation est à observer car elle va dans les prochaines années marquer fortement la production de la filière oignon.



Selon une étude menée par le PPEAP, sur la base de la consommation par habitant pour 6 pays de la sous région (Bénin, Burkina, Côte d'Ivoire, Ghana, Togo, Nigeria) les projections des besoins de consommation de 2004 à 2012 peuvent se présenter comme suit :

Tableau 32 : Projection des besoins théoriques en milliers de tonnes d'oignon pour les six (6) pays de la sous région (2004-2012)

Pays	TC	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Bénin	3.3	16	16,6	17,1	17,7	18,2	18,8	19,5	20,1	20,8
Burkina	2.7	24	248	25,4	26,1	26,8	27,6	28,3	29,1	29,9
Côte d'Ivoire	3.2	59	62	63,5	65,5	67,6	69,8	72,0	74,3	76,7
Ghana	2.8	42	43	44,4	45,6	46,9	48,2	49,6	50,9	52,4
Nigeria	2.8	298	306	315	324	333	343,233	353,118	363,288	373,750
Niger	3.3	15,6	16,8	16,7	17,7	17,8	18,4	19,0	19,6	20,3
Togo	2.2	8,0	8,2	8,4	8,6	8,77	8,97	9,16	9,70	9,57
Total		464	477	491	505	520	535	551	567	584

Source : étude Maazon Hadi ALI PPEAP, 2003 et nos calculs NB : TC= Taux de Croissance.

La demande de l'oignon est fortement influencée par le pouvoir d'achat, le climat et les périodes de fêtes chez les consommateurs des grandes villes côtières.

Il serait nécessaire de réactualiser l'offre de l'oignon dans ces pays, au moyen d'une étude de marché complémentaire, afin de s'assurer du tonnage éventuel que la filière nigérienne pourra placer à l'horizon 2015.

5.11.2 Segmentation du marché de l'oignon du Niger

Tableau 33 : Segmentation du marché de l'oignon par client et par pays d'exportation

segments de clients	Provenance Des acheteurs	Exigences spécifiques	Pays de Destination	Part totale des marchés
Grossistes importateurs étrangers	Togo, Côte d'Ivoire, Bénin, Ghana, Nigeria	Les bulbes moyens ou petits mais bien sains, pratique de tri.	Lomé, Abidjan Cotonou Acra Sokoto	55%
Grossistes exportateurs nationaux	Niger	Pas de tri mais l'oignon doit être sain. Les bulbes moyens ou petits, sains ; Pratique de tri.	Niamey et le reste du pays Abidjan Lomé Acra Cotonou	35%
Demi grossistes nationaux	Niger	Vrac		5%
Consommateurs locaux	Les voyageurs et les locaux	Pas de tri, mais oignon sain	Toutes les villes du Niger	5%

Source : Rapport Bétifor : Evaluation des productions d'oignon, décembre 2007.



Tableau 34 : Atouts et contraintes de l'exportation de l'oignon

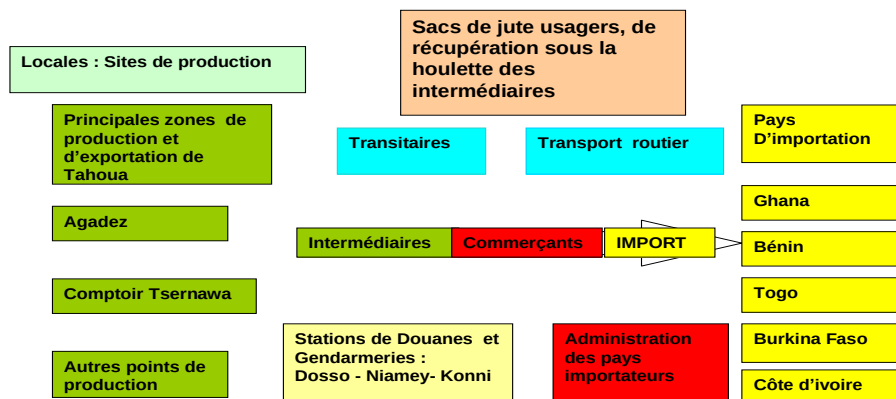
	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Exportation de l'oignon	-Existence de trois axes de commercialisation de l'oignon nigérien -La plus part des axes sont contrôlés par les opérateurs nigériens. -Disponibilité des produits -Organisations structurées	-Caractère périssable du produit - Lourdeurs administratives -Tracasseries routières -Insuffisance d'information sur les marchés extérieurs -Traçabilité insuffisante -Qualité du produit	-Plaidoyers pour réduire les faux frais, -Mettre en place un guichet unique -Viabilisation du Système d'Information sur les marchés	- Exportateurs - Etat - UEMOA - CEDEAO - CNUT - OP



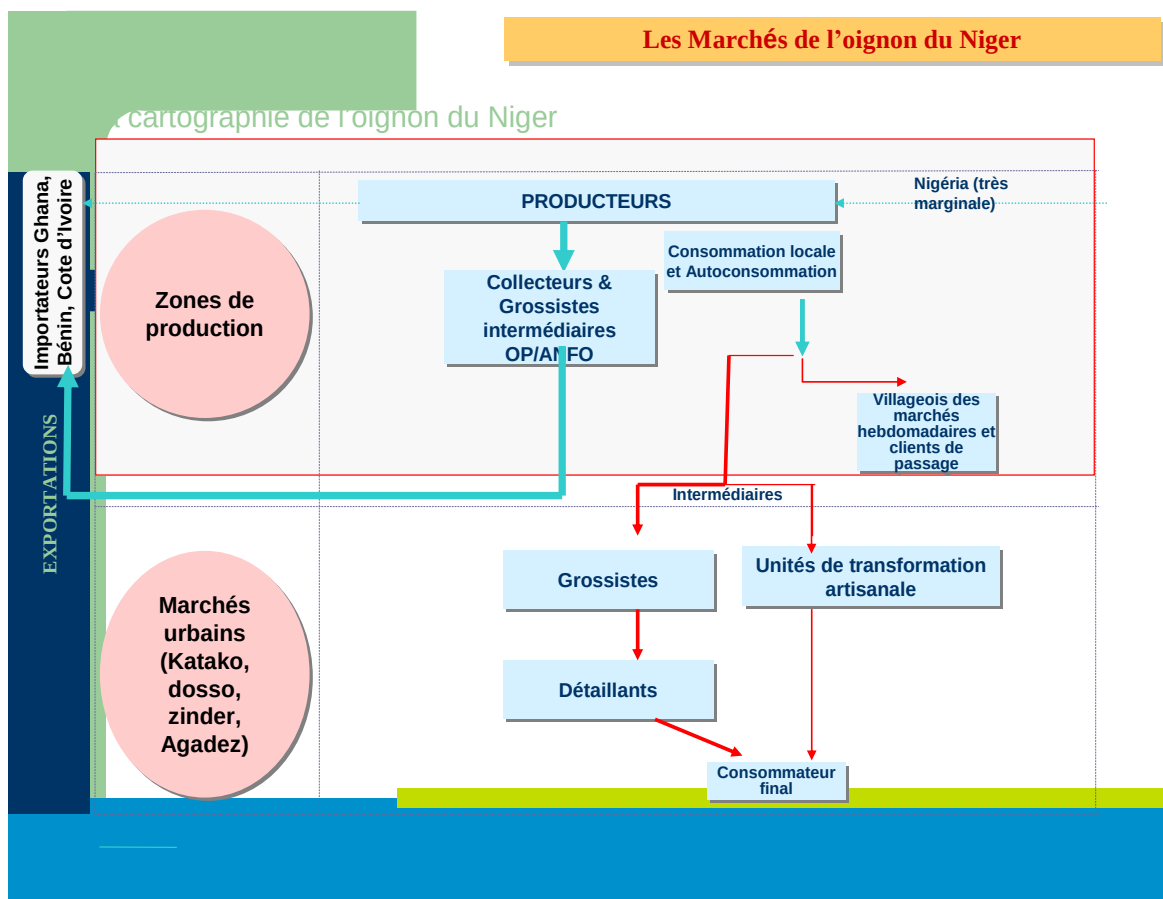
5.11.3 La chaîne d'approvisionnement de l'oignon

Cartographie de la chaîne oignon

Le système commercial n'est pas officiel. En effet, les producteurs sont laissés à eux-mêmes dans la commercialisation de leurs produits avec tous les risques spéculatifs qui en découlent, ce qui fait que les pratiques usurières traditionnelles font légions



Les Marchés de l'oignon du Niger



5.12 Atouts et contraintes de la commercialisation

L'oignon est une source de revenus par les taxes prélevées sur la filière (250FCFA/sac) au profit des collectivités territoriales et par les recettes douanières. 50 % de recettes de certaines communes proviennent de l'oignon. Sur la base des statistiques officielles (consommation nationale et exportations) les taxes à prélever par les collectivités sont évaluées à plus de 200 millions FCFA en 1995 et plus de 1 milliard en 2006. Selon la direction des statistiques et des comptes nationaux les gains et les devises sont passées de 1,413 milliards en 1989, 3,97 milliards en 1992 à 20 milliards FCFA en 2006.

Enfin, l'oignon fournit des milliers d'emplois tout en freinant l'exode rural et assure une mobilisation de ressources importantes pour les organisations

Tableau 35 : atouts et contraintes de la commercialisation

	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Conditionnement de l'oignon et de ses sous produits	-la pratique locale permet de maintenir le produit dans les meilleures conditions possibles de fraîcheurs, de préservations, d'hygiène et de bonne présentation commerciale	-emballage de type traditionnel sans aucune valeur publicitaire	Mettre au point de nouvelles formes de conditionnement avec des étiquettes	Direction de la Normalisation, de la qualité et de la Métrologie (DNQM), secteur privé, ANFO, OP, producteurs
Les circuits de la commercialisation	-Libéralisation totale des circuits de commercialisation.	-Existence de plusieurs circuits de commercialisation	Organiser le marché	Direction de la Normalisation, de la qualité et de la Métrologie (DNQM), CCAIAN, Commerçants, ANFO, OP, producteurs
Les acteurs de la commercialisation	-contrôlés intégralement par le secteur privé nigérien et étranger.	-Existence de gros et nombreux intermédiaires;		
Les systèmes de commercialisation	-L'existence de différentes formes de commercialisation permet au producteur d'accéder au financement.	-Non accès des producteurs aux marchés		
SIM et formation des prix	-Libéralisation intégrale du secteur	-Le faible pouvoir de négociation des producteurs face aux acheteurs contribuant gravement à usurper les producteurs -Forte fluctuation des prix au cours	Mettre en place des mécanismes d'information sur les prix des marchés.	Direction du Commerce Extérieur (DCE), SIMACO/RECACommerçants, ANFO, OP,



		de l'année. -Mauvaise circulation de l'information de marché;		
Les quantités commercialisées	-Le potentiel commercialisable constitue 58% de la production.	-Coûts d'évacuation importants (évacuation par la route avec des pertes en cours d'acheminement)	Prospecter d'autres moyens de transport plus rapides et moins coûteux	Direction filière et qualité, secteur privé, ANFO, OP

5.13 Le mécanisme de financement

5.13.1 Produits financiers usuels

Le financement de la filière oignon reste dominé par le recours à l'autofinancement avec ses limites, le financement des fournisseurs avec ses surcoûts et les crédits de campagne des IMF à des taux souvent élevés. Pour autant si l'on en juge par les charges moyennes d'exploitation estimée à 556 965 FCFA/ha, pour un exploitant utilisant une motopompe dans la région de Tahoua, il urge de réfléchir sur un accompagnement indispensable à l'essor de développement de la filière lancée durant les dernières années. Les différents produits disponibles s'illustrent comme suit :

- crédits d'intrants en nature auprès des structures coopératives ou autres organisations des producteurs ;
- Le financement à crédit par la Banque Régionale de Solidarité (BRS) ;
- Les appuis et dons des partenaires financiers et des bonnes volontés ;
- Le financement sur fonds propre des producteurs grâce aux revenus tirés des campagnes précédentes ;
- La subvention de l'Etat ;
- Le financement par le troc est pratiquée quant les producteurs ont besoin de satisfaire des besoins immédiats comme achat d'intrants agricoles ou de la nourriture. Ainsi ils échangent l'oignon contre de l'engrais ou du mil en raison d'un sac d'engrais ou de mil contre 2 à 3 sacs d'oignon à la récolte. Ces termes d'accords sont toujours respectés par les producteurs quelques soient les conditions.
- la vente par anticipation qui est une forme de financement du producteur par l'acheteur et qui repose sur une entente sur un prix auquel il doit vendre et acheter le sac d'oignon. Ainsi le producteur prend la somme d'argent nécessaire à ses besoins et fournit la quantité d'oignon correspondante à la récolte.
- Le financement des producteurs à crédit par les commerçants usuriers En effet, certains producteurs nécessitent pour la satisfaction de leurs besoins immédiats contactent des commerçants qui leur donnent du mil ou de l'engrais à des prix usuriers : 1 sac d'engrais ou de mil contre 2 à 3 sacs d'oignon à la récolte

5.13.2 Le système de warrantage

Malgré le caractère périssable de l'oignon du warrantage est envisagé pour augmenter les revenus des producteurs en période de Pic de Production Cependant certaines conditions post récoltes doivent être réunies pour sa mise en oeuvre. . Il s'agit :



- Du choix de l'oignon de conservation
- Des techniques de récoltes
- De la disponibilité d'abris de conservation étanche et aérés sans humidité
- Des meilleurs prix à l'achat

Le processus de warrantage doit être rigoureusement respecté et pour le cas de l'oignon, il s'agit en plus du suivi et du contrôle régulier du stockage pour minimiser les pertes et de décider de l'opportunité du stockage.

5.13.2.1 Etude cas : Warrantage pour 12 tonnes

Tableau 36: Warrantage pour 12 tonnes pour une durée de 4 mois

Charges				Produits			
Rubrique	Quantité	PU	CT	Rubrique	Quantité	PU	CT
Achat de l'oignon	12	10 000	1 200 000	Vente de l'oignon	10	280 000	2 800 000
Produits désinfectants	1	20 000	20 000	Crédit	1	1 800 000	1 800 000
Maintenance	1	30 000	30 000				
Contrôleur qualité	8	20 000	160 000				
Remboursement crédit	1	1 800 000	1 800 000				
Intérêt (10 %)	1	180 000	180 000				
Cotisation	10	10 000	100 000				
Transport	1	50 000	50 000				
Apport	1	180 000	180 000				
			0				
			0				
			3 720 000				4 600 000
				Bénéfice	1		880 000
				Bénéfice (15 abris)	15	880 000	13 200 000

Coût de l'abri : 1800000 FCFA

5.13.2.2 Analyse détaillée des résultats du warrantage

Notes :
Pour les Charges
• 12 tonnes de dépôt au départ avec les abris modèles largement diffusé (une trentaine) dans Tahoua, Maradai, Gaya... • Un crédit de 1 800 000 c'est-à-dire que l'oignon est acheté aux producteurs qui déjà empochent leur argent de vente au prix du marché • Durée de conservation 04 mois avec des charges
Pour les Produits
• Vente au prix du marché • Perte de 20 % environ • Crédit
Pertes ou profit
• Si profit, les producteurs se repartage les gains de la vente • Si pertes (difficile), les producteurs vont juste essayer de payer le crédit
Commentaires :
• Profits financiers : bénéfices • Emplois créés • Double rémunération des producteurs • Possibilité d'influencer la régulation du marché



5.14 Atouts et contraintes du financement

	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Production	-Disponibilité des produits -Organisations structurées -Présence des fournisseurs d'intrants -Relation Producteurs/IMF -Relation IMF et grande Banque	-La plus part des producteurs manquent de moyens pour la satisfaction de leurs besoins immédiats.	-faciliter aux acteurs de la filière oignon l'accès au financement	IMF PDSF Etat OP ONG PS
Commercialisation	-Existence de comptoirs professionnels -Marché en croissance -Professionnalisation des acteurs -Organisations structurées	-faible implication des Institutions financières dans le financement (transactions informelles)	- Allègement des conditions d'accès au crédit bancaire Mise en place de fonds de garantie et de bonification de taux d'intérêt -Mise en place de Programme de crédit et de warrantage permettant de différer la vente de l'oignon	IMF PDSF Etat OP ONG PS I

6 LE SYSTEME DE TRANSPORT

Le transport de l'oignon sur le marché intérieur est organisé comme suit :

- du lieu de la production aux marchés de regroupage (centres de collecte primaire) à dos d'ânes ou de chameaux, en charrettes ou camionnettes ;
- des marchés de regroupage vers les gros centres urbains (centres de collecte secondaire) et vers les pays importateurs dans des camions de 10 à 40 tonnes.

Le transport vers l'extérieur mobilise des camions chargés de 300 à 400 sacs de plus de 100 kg .Le trajet le plus long, l'axe Madaoua Abidjan, ne dure que 3 à 4 jours contre 7 à 8 jours auparavant, ce qui occasionnait des pertes de l'ordre de 6 à 7% . **Les tracasseries routières pour lesquelles les commerçants et les transporteurs payent de faux frais** qui atteignent souvent 800 000 F CFA par camion et par trajet, influencent beaucoup les prix tant à l'achat qu'à la vente des oignons.





Photo 14 : Transport de l'oignon par camion

Le transport par fret aérien n'est pas pratiqué par manque de rentabilité.

6.1 Alternatives et Solutions envisagées

Au Niger il existe des aéroports capables d'accueillir des avions gros porteurs à Tahoua, Zinder, Agadez, Diffa et Niamey ; il s'agit de mener des réflexions et des concertations afin de pouvoir acheminer une partie des oignons destinés à l'exportation par voie aérienne, ce qui aura comme avantage la diminution de la durée du transport et la suppression des tracasseries routières ; sans doute, les économies réalisées pourront compenser la cherté du fret aérien.

- Les pistes de desserte pour écouler la production des sites vers les centres urbains sont insuffisantes et en mauvais état, ce qui nécessite leur réhabilitation et la construction de nouvelles.
- Il est indispensable que les comptoirs de commercialisation soient dotés de camions de transport de tonnage moyen de l'ordre de 10 tonnes afin de faciliter le transport des sites de production à leur localisation.
- L'Etat doit continuer à mener des plaidoyers au niveau de tous les pays concernés afin d'annihiler à jamais les tracasseries routières ;



6.2 Atouts et contraintes du transport

Tableau 37 : Atouts et contraintes du transport

	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Transport traditionnel autour des périmètres	-Proximité des champs	- Petites quantités, -mauvais état des pistes, -Qualité du transport laisse à désirer	- Améliorer les pistes de desserte, -doter les transporteurs locaux de charrettes	Coopératives, Unions, Transporteurs Etat CNUT
Transport routier	-Marché en croissance -Disponibilité des camions	Coût élevé Insuffisance et mauvais état des routes, Allongement de la durée du transport et importance des tracasseries routières,	Etudes à réaliser sur l'impact du Coût du transport dans la commercialisation de l'oignon, Plaidoyers Concertations	Etat, CEDEAO UEMOA OP CNUT Transporteurs
Documents administratifs	-Traçabilité	-Blocage routier -Trop de documents	Etudes	Etat OP, CNUT Transporteurs



CHAPITRE 3 : LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

1. Cadre législatif des organisations professionnelles

- Au Niger les coopératives sont régies par l'ordonnance n°96- 067 / PRN/MAG/EL et son Décret d'application N° 96-430/PRN/MAG/ portant régime des coopératives, unions et fédérations.
- La loi 2000-15 du 21 août 2000 et son décret d'application 105/PRN/MDR du 18 mai 2001 relatif à la création de la chambre d'Agriculture du Niger
- Les Associations et ONG sont régies par les textes suivants :
 - L'Ordonnance N° 84 - 06 du 1^{er} Mars 1984, portant régime des Associations;
 - Le Décret N° 84 - 49 /PCMS/MI du 1^{er} Mars 1984, portant modalités d'application de l'Ordonnance portant régime des Associations;
 - L'Ordonnance N° 84 - 50 du 5 Décembre 1984, modifiant l'article 15 de l'Ordonnance portant régime des Associations;
 - La Loi N° 91 - 006 du 20 Mai 1991, complétant l'article 15 de l'Ordonnance N° 84 - 06 du 1^{er} Mars 1984;
 - Le Décret N° 92 - 292/PM/MFP du 25 Septembre 1992, portant modalité d'application de l'article 20.1 de l'Ordonnance N° 84 - 06 du 1^{er} Mars 1984;

Le Niger compte deux principales organisations professionnelles qui œuvrent dans l'organisation des acteurs de la filière oignon avec une présence dans les principales régions du pays.

2. L'Association Nationale des Coopératives des Professionnels de la Filière Oignon (ANFO)

L'Association Nationale des Coopératives des Professionnels de la Filière Oignon (ANFO) constitue la véritable institution professionnelle œuvrant spécifiquement pour la filière oignon et regroupant les principaux acteurs de la filière à savoir les producteurs, les intermédiaires, les commerçants, les transporteurs, les transitaires et beaucoup de personnes ressources. Elle a été créée sous l'égide du Projet de Promotion des Exportations (PPEAP) en 2004.

L'ANFO est autorisée officiellement à exercer ses activités sur l'ensemble du territoire nigérien par Arrêté N°035/MI/D/DGAPJ/DLP du 30 janvier 2004.

Elle se présente comme l'une des organisations les plus dynamiques et est la plus structurée des OP du Niger depuis 4 ans.

L'ANFO compte environ 40.000 producteurs répartis entre 400 coopératives au sein de 50 unions de coopératives dans les communes productrices d'oignon, et 5 fédérations départementales dans 8 bureaux régionaux. L'Association est dirigée par un Bureau Exécutif National et un Comité Directeur.

Le siège national est basé à Madaoua.

Les buts et objectifs de l'ANFO:

L'objectif de l'ANFO est d'améliorer la performance de la filière oignon par l'instauration d'une concertation permanente entre les différents acteurs. A ce titre, elle poursuit les objectifs spécifiques suivants:



- maintenir l'esprit de solidarité et de complémentarité entre les membres sur tout le territoire national.
- mettre à la disposition des membres (groupements, coopératives et associations des producteurs et tout autre opérateur du domaine) des informations sur les opportunités du marché,
- organiser des rencontres périodiques d'échanges d'informations entre les membres.
 - Redynamiser les structures de base,
 - Mobiliser les partenaires techniques et financiers,
 - Augmenter les zones de production,
 - La maîtrise de l'apport de la filière à l'économie nationale,
 - Mobiliser tous les membres à la recherche des solutions aux problèmes qui entravent le bon fonctionnement de la filière oignon du Niger,
 - Aider les membres à monter des micros projets,
 - Aménager des sites de conditionnement modernes avec de nouveaux types d'emballages,
 - Mettre l'accent sur la labellisation.
- Etc.

L'association a mis en place une organisation structurelle et fonctionnelle du sommet à la base.

En effet la filière est ainsi organisée :

- Au niveau national, ANFO est dirigée par un Comité Directeur et un Secrétariat Exécutif National doté d'un secrétaire Permanent ou Directeur.
- Au niveau des régions, il existe 08 antennes régionales dirigées par des Bureaux régionaux,
- Au niveau des départements, ce sont des fédérations qui sont installées et principalement dans la région de Tahoua, elles sont dirigées par des Bureaux fédéraux,
- Au niveau des communes, l'organisation est structurée en unions communales dirigées par des bureaux communaux,
- Au niveau des villages, il y a les coopératives de base qui constituent le réceptacle des activités de l'ANFO dont tous les membres sont inscrits.

Au niveau de chaque bureau régional, il existe un Directeur recruté par l'organisation pour exécuter les tâches administratives, de suivi et de programmation des actions.

3. La Fédération des Coopératives Maraîchères du Niger-Niya (FCMN-Niya)

Elle a été créée sur l'initiative des producteurs maraîchers mus par la volonté d'apporter une contribution significative au développement de la filière fruits et légumes au Niger.

Au plan institutionnel la FCMN-Niya dispose de :

- un siège à Niamey animé par un bureau exécutif national appuyé par un secrétariat exécutif.
- Quatre (4) sections au niveau régional (Niamey, Tahoua, Tillabéry et Dosso) animées par des responsables des coopératives et unions de coopératives maraîchères,
- Cent une (101) coopératives et unions de coopératives maraîchères au niveau local animées par les membres à la base .



4. Le CORFO

La journée nationale de l'oignon, organisée à Tahoua en avril 2008, a proposé la mise en place du Comité d'Organisation, d'Orientation et de Régulation de la Filière Oignon (CORFO) en vue de résoudre les problèmes que connaît la filière de manière générale. Ce comité sera composé de représentants de tous les acteurs de la filière et aura pour mission :

- d'organiser, d'orienter et de réguler la filière oignon,
- de créer un mécanisme de régulation du marché de l'oignon,
- d'établir des partenariats avec les institutions financières,
- de redynamiser le mécanisme de mobilisation des ressources internes,
- de faire des plaidoyers et lobbying auprès des partenaires,
- d'élaborer et de prioriser les projets et programmes spécifiques de développement de la filière oignon,
- d'aménager des sites de conditionnement modernes avec de nouveaux types d'emballages,
- faire le suivi sur la labellisation et chercher des acheteurs à travers le monde.

5. Acteurs institutionnels :

5.1. RECA-Niger : Réseau National des Chambres d'Agriculture :

Les missions et attributions du RECA

Les missions assignées au réseau des chambres d'agriculture sont les suivantes :

- Faire connaître les préoccupations des diverses catégories de producteurs ruraux et faire valoir leur point de vue dans le cadre des politiques et programmes de développement ;
- Informer les producteurs ruraux dans tous les domaines qui les concernent et faciliter leur accès aux services et ressources en leur fournissant les orientations et les conseils adéquats ;
- Aider les producteurs ruraux dans la promotion et la réalisation de leur projet, en favorisant leurs organisations et en facilitant la mobilisation des appuis techniques et financiers dont ils ont besoin ;
- Représenter et défendre l'intérêt de l'ensemble de la profession agricole ;
- Représenter les Chambres Régionales auprès des pouvoirs publics ou de toutes institutions publiques, privées, nationales ou internationales

Les attributions du RECA sont :

- Présenter des propositions sur les moyens de développer les activités agro-sylvo-patorales ;
- Susciter la création des associations professionnelles, groupements, syndicats et toutes autres organisations en rapport avec les activités énumérées ci-dessus en vue de leur promotion ;
- Remplir la création auprès de ses ressortissants le rôle d'assistant technique en leur donnant tout conseil d'ordre juridique, administratif et comptable et tenir à jour un fichier des entreprises, associations, groupements et organismes de production agro-sylvo-patorales ;
- Collecter, produire et diffuser les informations économiques et professionnelles sur les activités ci-dessus ;



- Recevoir des autorités judiciaires et administratives compétentes notifications de toute inscription ou modification au registre du commerce des entreprises agro-sylvo-patorales et tout acte de reconnaissance des organisations, associations et groupements paysans ;
- Assurer, sous réserve du respect des lois et règlements en vigueur, l'administration des services et au besoin l'exécution des travaux nécessaires aux intérêts dont elle a la charge ;
- Faire des suggestions à l'Administration en vue de la formation, de l'organisation et de l'orientation professionnelle dans le secteur rural ;
- Proposer au gouvernement pour approbation des modifications éventuelles du réseau des chambres ;

5.2. L'Observatoire Régional de l'Oignon.

L'Observatoire Régional de l'Oignon en Afrique de l'Ouest et du centre a été créé en juillet 2003 avec l'appui de la Conférence des Ministres de l'Agriculture en Afrique de l'Ouest et du Centre (CMA-AOC). L'objectif principal de l'ORO/AOC est de créer les conditions favorables aux échanges d'oignons entre pays producteurs et consommateurs à travers une structuration appropriée de la filière au niveau régional. A cet effet, l'ORO/AOC se donne pour mission de :

- Renforcer les capacités opérationnelles des organisations professionnelles évoluant dans la filière oignon ;
- Assurer la fluidité des échanges entre les opérateurs par la collecte et la diffusion d'informations commerciales nécessaires aux décisions de production, d'achat ou de vente ;
- Assurer des contacts permanents entre membres à travers l'organisation des rencontres périodiques pour une meilleure exploitation des opportunités d'affaires et un partage judicieux d'information et d'expérience ;
- Assurer la formation des membres sur les meilleures pratiques relatives à la production et la commercialisation;
- Organiser des groupes de travail sur des thèmes spécifiques (qualité des produits, commerce, conservation et transformation des produits, etc....).
- Assurer le plaidoyer propre à promouvoir les intérêts des membres.

L'Observatoire Régional de l'Oignon, est le premier d'une série que la CMA-AOC compte mettre en place en vue de professionnaliser les filières agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Tableau 38 : Atouts et contraintes de l'organisation des producteurs

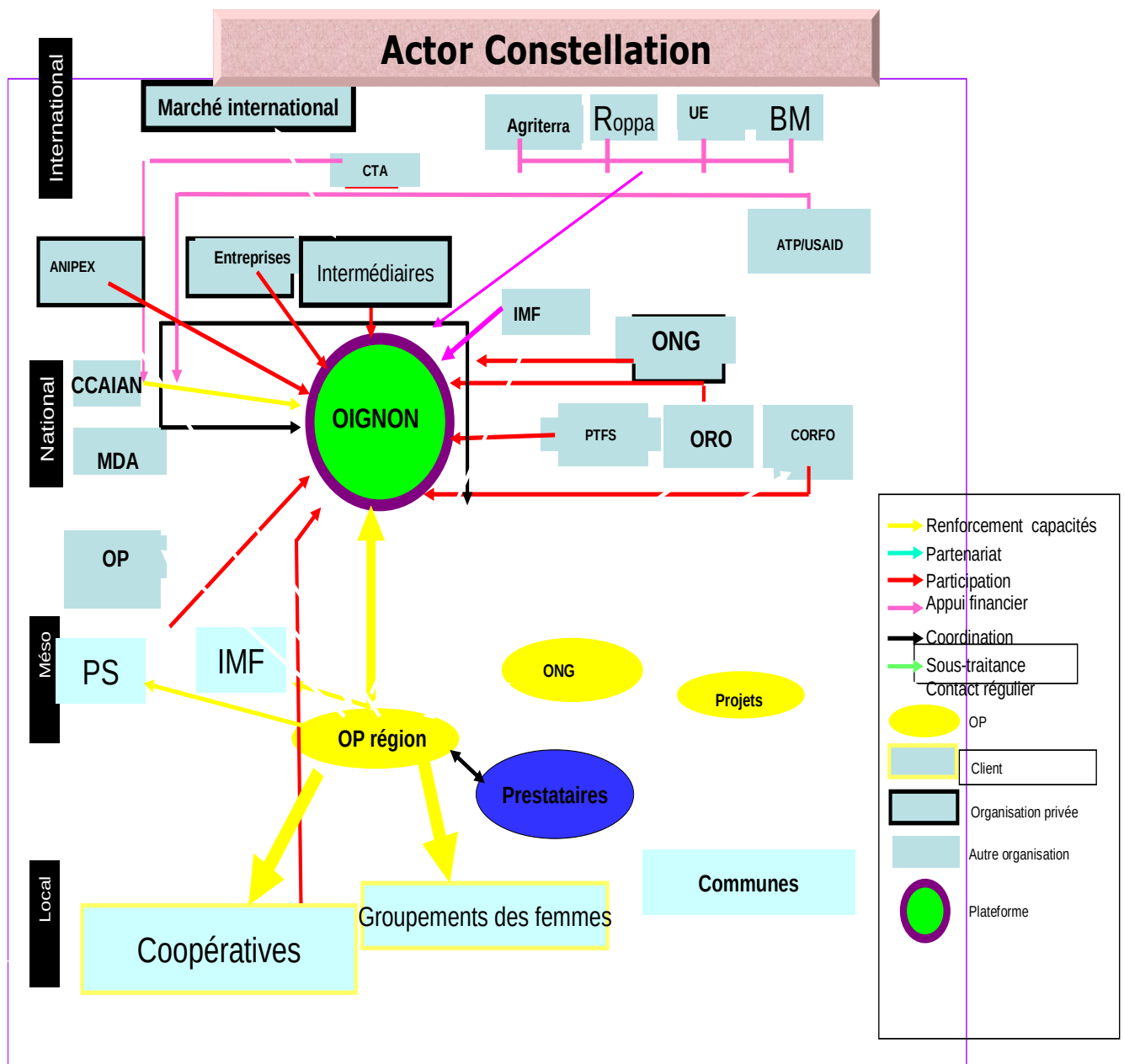
	Atouts	Contraintes	Actions à entreprendre	Acteurs Concernés
Producteurs	plus de 30 000 producteurs	-Faible niveau d'organisation -Faible niveau de technicité, -Insuffisance de moyens de production,	- Sensibiliser les producteurs sur les avantages de s'organiser pour produire et vendre, - Formation appui conseil.	Producteurs, Structures d'appui conseils : Services techniques et de recherche, GSC, ONG, ...
Coopératives	Existence d'une loi coopérative	-Méconnaissance des textes, -Insuffisance de respect et d'application des textes	-Vulgariser les textes et les faire respecter les membres	Les coopératives, Les OPFs, Pouvoir public ;



Organisations faitières des producteurs	Existence des structures faitières qui regroupent des producteurs, des coopératives, des unions de coopératives, des fédérations,	-faible représentativité au niveau national, -Faiblesse des moyens d'action, -Insuffisance d'appui et d'encadrement des producteurs,	- Accroître la représentativité au niveau national, - Accroître les capacités de mobilisation des ressources..	ANFO FCMN– NIYA,
Acteurs institutionnels	Existence de cadres régionaux de concertation, Existence de chambres consulaires	-faiblesse de moyens opérationnels -difficulté d'organiser la concertation entre les acteurs	-Renforcer les capacités d'intervention.	Observatoire Régional de l'Oignon, RECA, CCIAN CNUT



6. Les Partenaires techniques et Financiers



- Le Projet de promotion de l'Irrigation Privée (PIP2)

Le PIP2, qui est actuellement en fin de phase, a axé ses interventions sur les zones de forte concentration d'irrigation (ZCI). Un travail d'identification et de délimitation de zones à haut potentiel d'irrigation a été fait par le projet suivant des critères tels que l'hydrologie, la disponibilité en terres irrigables équipées et mises en valeur, l'existence de filières porteuses, l'existence en nombre significatif d'organisations paysannes fonctionnelles, l'existence de structures d'appui conseil de proximité (GSC) déjà installées dans ces zones de concentration. L'approche du PIP2 en matière d'appui conseil et de gestion technique et économique s'est limitée donc à ses zones d'intervention, c'est à dire les ZCI chacune étant divisée en Unités d'appui conseil (UAC). Est considérée comme UAC, toute portion d'une zone de concentration dont le suivi et l'encadrement sont assurés par une équipe d'appui conseil de proximité.



- Le projet intrants FAO

Le Projet de promotion et de l'utilisation des intrants par les organisations de producteurs, appelé Projet Intrants, mis en œuvre par la FAO et les instances du Ministère de Développement Agricole avec un financement du Royaume de Belgique, a contribué à l'amélioration de l'approvisionnement en amont de l'agriculture, entre autres en ce qui concerne les engrais. Il a établi au Niger un partenariat étroit avec les différents acteurs de la filière.

Au fil du temps, le Projet Intrants a su s'entourer de nombreux partenaires, pour décupler son action et mieux diffuser l'information. Aujourd'hui, une cinquantaine de partenaires répartis dans tout le pays collabore de manière plus ou moins formelle et régulière avec le Projet Intrants.

Les Organisation de Producteurs (OP) constituent l'élément clé et le point focal de tous les partenariats puisqu'elles sont à la fois les bénéficiaires principaux et assurent la maîtrise d'ouvrage des actions.

De nombreux acteurs du développement (Projets, ONG, etc) participent régulièrement aux formations organisées par le Projet Intrants en prenant en charge les déplacements de leurs représentants, ce qui révèle un intérêt certain dans la dynamique de formation de formateurs.

Outre cette participation aux formations, d'importantes contributions financières, par exemple de la Coopération Française, ont déjà été fournies pour appuyer les OP et représentent, de 1999 à mi-2004, plus de 1.200.000 USD pour appuyer les initiatives des OP en matière d'approvisionnement en intrants (infrastructures de stockage, formation, mise en place d'un « centre de service » à Bokki., périmètres maraîchers, ...).

Les coopérations belge, luxembourgeoise, française, danoise ou des fonds multilatéraux de la BAD, de la BM, de l'UE ont également largement contribué à la mise en place du réseau de boutiques d'intrants.

- La SNV Organisme néerlandaise de développement :

La SNV est une ONG néerlandaise de Développement présente au Niger depuis plus de trente (30) ans. Ses principales activités consistent à soutenir des acteurs locaux afin qu'ils augmentent leur capacité à résoudre leurs problèmes et à poursuivre leurs ambitions.

Depuis 2005, la SNV promeut et soutient l'implication d'acteurs locaux dans ce type de processus en s'alignant au mieux aux réalités locales ainsi qu'aux choix macro-économiques du pays. La SNV travaille aussi bien avec des acteurs privés, publics et qu'avec des ONG. En travaillant avec des organisations aussi variées, la SNV aide à créer des passerelles entre elles afin de permettre un plus grand impact.

En relation avec les filières agro-sylvo pastorales, la SNV oriente ses activités vers sur l'obtention de l'impact sur la Production, les revenus et emplois durables et équitables pour les organisations professionnelles

La SNV cherche à atteindre ces résultats par le biais d'une combinaison variée et adaptée aux spécificités locales, des stratégies suivantes :

- Promotion des filières compétitives et à valeur ajoutée
- Soutien aux organisations de producteurs et leurs liens et relations efficaces
- Stimuler l'augmentation des services de développement aux entreprises locales



- Favoriser un environnement inductif pour le développement des entreprises
- Faciliter la gestion durable des terres et l'accès aux ressources

Au Niger, c'est le cas spécifique avec la filière oignon, qui depuis 2005 bénéficie d'un programme de renforcement de capacités couvrant tous les acteurs de la filière oignon.

- Le projet MISTOWA

Mis en oeuvre par l'IFDC, un Centre International pour la Fertilité des Sols et le Développement Agricole, le projet MISTOWA a pour objectif de favoriser la croissance du commerce agricole régional et de renforcer la sécurité alimentaire des populations, grâce au renforcement et à une meilleure liaison des efforts en cours afin de créer, diffuser, commercialiser les informations de marché. Il aide aussi les réseaux régionaux du Système d'Information de Marché (SIM) et les partenaires commerciaux de lever d'autres contraintes, afin que des filières fortes et dynamiques émergent et utilisent l'information pour améliorer la production, la gestion, le crédit et les échanges ainsi que les services à valeur ajoutée tels que l'après-récolte, la transformation, le conditionnement et le contrôle de la qualité. Le projet, d'une durée de 4 ans (2004-2008), est financé à hauteur de 15 millions US par le Programme Régional pour l'Afrique de l'Ouest (WARP) de l'USAID et est basé à Accra au Ghana.

Les activités du projet MISTOWA s'articulent autour de quatre axes principaux:

1. Accroître l'efficacité des Systèmes d'Information de Marché agricoles régionaux et nationaux ;
2. Renforcer la capacité des organisations régionales des commerçants et des producteurs
3. Améliorer l'environnement des affaires en Afrique de l'Ouest.
4. Aider le Nigéria, la plus importante puissance économique d'Afrique de l'Ouest, par le renforcement des SIM et des associations de commerçants pour être liée de façon plus productive au reste et en les mettant en relation technique et commerciale avec leurs correspondants des autres pays de la sous région en ce qui concerne le commerce agricole.

MISTOWA et ses partenaires ont convenu de mettre l'accent sur un nombre limité de filières dans les deux premières années du projet et d'étendre ensuite la couverture à d'autres cultures.

La priorité est accordée à un groupe de 9 filières: le maïs, le riz, le manioc, le bétail, la tomate, l'oignon, l'anacarde, le karité et l'engrais. Les pays suivis dans la première phase sont le Bénin, le Burkina Faso, le Ghana, le Mali, le Nigeria et le Sénégal, et seront rejoints par l'ensemble des autres pays de la CEDEAO.

- SIMACO : Système d'information de marché et de communication de la filière oignon :

C'est un projet spécifique d'information sur l'oignon financé par le CTA et exécuté par le RECA. Il projette globalement de favoriser la mise en place de mécanismes d'information sur la commercialisation de l'oignon. A cet effet, 14 Points d'informations villageois (PIV) sont installés et qui procèdent aux mercuriales des différents points de vente. Ce cadre d'information vient compléter les organes informels des organisations opérationnelles dans tous les grands centres de commercialisation.



Aujourd'hui, il urge d'opter pour un cadrage et une pérennisation du système d'information eu égard aux fluctuations importantes du marché durant l'année.



CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

L'analyse de la filière a révélé son importance socio économique tant au niveau national que sous régional par le nombre d'acteurs qu'elle mobilise et les flux financiers qu'elle draine. Elle est reconnue aujourd'hui comme une importante source de recettes pour l'Etat du Niger puisqu'elles constituent la troisième filière d'exportation après l'Uranium et le bétail.

En effet, considérée comme l'une des premières filières stratégiques retenues par la SDR, la filière oignon présente dans les perspectives d'un développement des exportations au niveau sous régional des avantages comparatifs réels par rapport à la production concurrente des autres pays par la qualité de ces éco types locaux dont le violet de Galmi ainsi que le savoir faire des producteurs locaux. Cet élan de développement est cependant confronté à un certains nombre de contraintes dont on peut citer ,entre autres : le problème de la pureté génétique de la variété , la production insuffisante de semences de bonne qualité, le manque d'infrastructures adéquates de stockage pour différer les périodes de vente, l'inadaptation du système de conditionnement par rapport aux exigences normatives actuelles du commerce international de l'oignon, le manque d'infrastructures de commercialisation et la faiblesse des mécanismes de financement des institutions financières.

Pour permettre à la filière de maintenir son niveau actuel de compétitivité sur le marché régional, le groupe de travail recommande :

- Une actualisation des données sur le fonctionnement du marché sous régional compte tenu des évolutions significatives qu'a connu ce marché depuis 2003 ;
- L'amélioration de la qualité au niveau de tous les maillons de la filière (Production, stockage, conservation, conditionnement pour la mise en marché) ;
- Le renforcement des cadres de concertation pour un meilleur dialogue entre les OPFs et le pouvoir ;
- Le renforcement des capacités techniques, organisationnelles et en gestion des acteurs ;
- La valorisation par la transformation des rebus pour exploiter les niches de valeurs ;
- La mise en place avec les IMF's et les banques d'un système de financement adapté aux besoins des acteurs de la filière



PLAN D'ACTIONS OPERATIONNEL

PLAN D'ACTIONS de la FILIERE OIGNON du NIGER

Segments	Objectifs	Résultats	Actions à entreprendre	Indicateurs de réalisation/performance	Intervenants	Groupes cibles	Durée
Approvisionnement	objectif 1 : Accroître et améliorer la capacité d'approvisionnement	<u>Résultat 1 :</u> Améliorer l'offre de semences de Violet de Galmi	1.1 Apport de soutien à l'effort de l'ICRISAT et de l'INRAN pour la sélection et la production des lignées variétales pures	-Existence de document de programme -nombre de variétés locales sélectionnées et épurées, nombre de variétés créées	MDA, INRAN, ICRISAT, ANFO, producteurs privés de semences.	Producteurs Distributeurs d'intrants et équipements	3 ans
			1.2. Appui aux multiplicateurs privés afin qu'ils deviennent des producteurs certifiés de semences de Violet de Galmi	-nombre de producteurs de semences certifiées agréés	MDA, INRAN, ICRISAT, ANFO,	ICRISAT et INRAN et Services Techniques MDA et MCI	3 ans
	objectif 2 : Renforcer les systèmes d'approvisionnement en intrants pour l'oignon	<u>Résultat 2 :</u> tous les systèmes d'intrants (chimiques, biologiques, techniques et mécaniques), d'irrigation, de vulgarisation et de commercialisation ont été évalués et un plan d'actions priorisé a été établi et mis en oeuvre	2.1 Définition d'un protocole pour étudier et évaluer tous les systèmes d'intrants (chimiques, biologiques, techniques et mécaniques), d'irrigation, de vulgarisation, de commercialisation et établir un plan d'actions priorisé	-Étude réalisée, validée et mise en œuvre - un plan d'actions priorisé est établi	MDA, INRAN, ANFO, ICRISAT, privés, associations	OPF et Opérateurs Privés	6 mois
			2.2 Appui à la production et à la multiplication de semences	-nombre de tests et démonstrations effectués -nombre de producteurs formés -nombre d'adoptants	DGA, PRODEX INRAN ICRISAT Secteur privé, ONG,	Producteurs, privés	3 ans



			2.3 Mise en place d'un système performant de distribution d'intrants	-système structuré mis en place, -nombre de BI créées -nombre de banques de semences créées	DGA, PRODEX ANFO, RECA Privés, producteurs	Producteurs Distributeurs d'intrants et équipements, professionnels des activités connexes	3 ans
Production	objectif 3 : renforcer la capacité des acteurs	Résultat 3 : la capacité des acteurs est renforcée et les cadres de concertation sont opérationnels	3.1 renforcement de la capacité des acteurs	-nombre d'actions de renforcement de capacités réalisées -Nombre d'organisations formées -Nombre de modules de formation dispensé -au moins 70% des OP appuyées par le projet tiennent régulièrement des réunions statutaires et rendent des services adaptés à leurs membres -nombre de cadres de concertation opérationnels -nombre de cadres de concertation soutenus -Former les prestataires de services intervenant dans le conseil et l'approvisionnement en intrants	Prodex, ANFO -DACPOR, RECA , CCAIN	OP, commerçants, transporteurs, artisans	5 ans
			3.2 Apport d'un appui institutionnel aux structures décentralisées	-nombre de structures appuyées	Prodex, ANFO	services étatiques, collectivités, chambres régionales d'Agriculture	2 ans
			3.3 Formation des agences et services publics impliqués dans la mise en œuvre intervenant dans la filière oignon ;	- Nombre d'agences et services publics formés -nombre de structures mises en place	DGA, DACPOR, PRODEX, RECA ANFO, Privés, producteurs	Producteurs, techniciens, Distributeurs d'intrants et équipements	2 ans
			3.4 Formation des formateurs aux techniques modernes de production, et de stockage	-nombre de formations réalisées -nombre de formateurs formés	Prodex, ANFO Services techniques	formateurs	3 ans



			3.5 Formation des producteurs et les exportateurs à l'utilisation des produits de stabilisation des bulbes	-nombre de producteurs et exportateurs formés	Prodex, ANFO RECA, CCIAN	Prodex, ANFO	3 ans
			3.6 Vulgarisation des normes nigériennes de qualité sur l'oignon pour une production de qualité	-nombre de normes vulgarisées -taux d'adoption	DGA,DACPOR, Prodex, ANFO, RECA, CCIAN	OP, producteurs	3 ans
			3.7 Soutien à la mise en place des cadres de concertation	-nombre de cadres de concertations mis en place	DGA,DACPOR, Prodex, ANFO, RECA, CCIAN	OP, producteurs	3 ans
			3.8 Organisation des voyages d'étude ;	- Nombre de voyages d'études organisés	DGA,DACPOR, Prodex, ANFO, RECA, CCIAN	OP, producteurs	3 ans
	objectif 4 : Organiser les acteurs de la filière oignon	<u>Résultat 4 : la filière oignon est réorganisée</u>	4.1 Réorganisation du cadre institutionnel de la filière	-Existence d'un cadre institutionnel	DACPOR, RECA, CCIAN, Prodex, ANFO	OP, producteurs Exportateurs, transformateurs, transporteurs	2 ans
			4.2 Organisation des acteurs et des marchés	-nombre d'acteurs et de marchés organisés -% des organisations professionnelles de la filière organisées et fonctionnelles -% de structures inter professionnelles de la filière organisées et fonctionnelles	DACPOR, RECA, CCIAN, Prodex, ANFO, ORO	producteurs Exportateurs, transformateurs, OP, transporteurs	2 ans
			4.3 Mise en place du comité d'organisation et d'orientation de la filière oignon (CORFO)	CORFO mis en place	DACPOR, RECA, CCIAN, Prodex, ANFO	OP, producteurs Exportateurs, transformateurs, transporteurs	2 ans
			4.4 – Professionnalisation des intervenants à travers des actions de formation, d'information et de sensibilisation	-nombre d'actions de professionnalisation réalisées	DACPOR,DGA, RECA, CCIAN, Prodex, ANFO	producteurs Exportateurs, transformateurs, OP, transporteurs	2 ans



	objectif 5 : Innover, développer et diffuser des équipements d'irrigation dans les zones d'intervention du projet.	<u>Résultat 5</u> : Des techniques et technologies permettant d'augmenter la productivité et les revenus sont développées, diffusées et adoptées par les petits irrigants dans les zones d'intervention du projet.	5.1 Appuyer la vulgarisation des techniques d'irrigation innovantes ;	-nombre de techniques et technologies diffusées -nombre de tests à petite échelle de nouvelles technologies réalisés -taux d'adoption -%(gain) de productivité/réduction des coûts associés aux équipements	Prodex, DGA, MDA, INRAN, ICRISAT, RECA, ANFO, DACPOR, Direction de la normalisation, PQ2	OP, producteurs,	3 ans
			5.2 Appuyer la mise en place d'un système efficace d'approvisionnement en intrants et matériels de production ;	-système d'approvisionnement en intrants mis en place	Prodex, DGA, MDA, RECA, ANFO, DACPOR,	OP, producteurs,	1 an
			5.3 Appuyer les programmes de recherche sur la filière	-Nombre de programmes de recherche appuyés	Prodex, DGA, MDA	INRAN, ICRISAT, faculté d'agronomie	3 ans
			5.4 Appuyer le développement d'un partenariat entre les institutions de recherche et les interprofessions ;	-Nombre de conventions de partenariat signées	Prodex, CCIAN, RECA	INRAN, ICRISAT, FAC AGRO, OP, professionnels des activités connexes, ANFO	3 ans
			5.5 Appuyer la normalisation des produits ASP.	-Nombre de produits normalisés appuyés -Taux d'adoption	Prodex, PQ2	Producteurs, commerçants, OP	3 ans
Stockage et conservation	objectif 6 : Appuyer le stockage et la conservation de l'oignon	<u>Résultat 6</u> : le stockage et la conservation de l'oignon sont appuyés	6.1 Construction des magasins de stockage	-Nombre de magasins testés -Nombre de magasins construits -capacité de stockage (volume) disponible	Prodex, ANFO, projets, ONG, PTF, Secteur privé, RESEDA INRAN	Producteurs, commerçants, OP	2 ans
			6.2 Financer l'INRAN et l'ANFO pour mener une recherche du stockage à grande échelle (type ASI) et villageois ; financer des démonstrations du dernier	-nombre de systèmes de conservation financés et mis au point -nombre de démonstrations du système à grande échelle réalisées	Prodex, MDA, INRAN, ICRISAT, ANFO,	Producteurs, commerçants, OP	3 ans



Conditionnement			6.3 Réalisation de traitements technologiques supplémentaires des bulbes avant expédition	-nombre de traitements réalisés	Exportateurs	Producteurs, commerçants, OP	1 an
			6.4 Acquisition de séchoirs	-nombre de séchoirs acquis	CNES, RESEDA, OP, producteurs, Prodex, ANFO	Producteurs, commerçants, OP	1 an
	objectif 7 : Améliorer le conditionnement	Résultat 7 : le conditionnement est amélioré	7.1 choix de façon participative et diffusion d'emballages standardisés avec marquage d'identification	-Nombre d'emballages choisis et diffusés	ANIPEX, CCIAN, Prodex, ANFO, Projet qualité 2, Direction filière et qualité, secteur privé, OP, producteurs	Exportateurs, producteurs	2 ans
			7.2 Utilisation des emballages standard et conformes à la demande des consommateurs sous régionaux	-Nombre d'emballages homologués utilisés -Taux d'utilisation	ANIPEX, CCIAN, Projet qualité 2, ANFO, Exportateurs	Exportateurs, producteurs	1 an
	objectif 8 : Améliorer la qualité et la valeur ajoutée du produit	Résultat 8 : la valeur ajoutée du produit s'est accrue	8.1 Création de petites unités rurales de déshydratation, tri et conditionnement des bulbes	-Nombres d'unités créées	Prodex, secteur privé, ANFO, OP, secteur privé	Producteurs, Commerçants	2 ans
			8.2 Réalisation d'une étude sur la transformation de l'oignon	-étude réalisée	Prodex	Transformateurs	1 an
	objectif 9: Continuer la vulgarisation des normes de qualité de l'oignon, et doter les producteurs de calibreuses	Résultat 9 : les normes de qualité de l'oignon sont vulgarisées et les producteurs sont dotés de calibreuse mécanique	9.1 élaboration et vulgarisation des normes de qualité	-document élaboré et vulgarisé -70% des OP respectent les normes de qualité et les exigences du marché	Direction de la normalisation DNQM, Projet qualité 2, Prodex, Direction filière et qualité, MCI	Producteurs, Commerçants	6 mois
			9.2 Dotation des producteurs de calibreuses mécaniques	-nombre de calibreuses mécaniques fournies	MCI, Secteurs privés	Exportateurs, producteurs	1 an
			9.3 appuyer l'agence de vérification de conformité aux normes;	-agence opérationnelle et appuyée	MCI, Secteurs privés, INRAN	Prodex, MCI	1 an



			9.4 appuyer la certification du produit	-violet de Galmi certifié	MCI, Prodex, DNQM	Producteurs, Commerçants, ANFO	1 an
			9.5 renforcement de la capacité des laboratoires d'analyse et de contrôle de la qualité	-nombre de laboratoires d'analyses et de contrôle de la qualité appuyés	PRODEX, PQ2, DNQM	Laboratoires d'analyses et de contrôle de la qualité	1 an
Transport	objectif 10 : Améliorer le transport	<u>Résultat 10</u> : le transport est amélioré	10.1 Mise en place d'une bourse nationale de fret et création des comptoirs commerciaux - Création d'un centre pour faciliter l'éclatement et la distribution des frets - Libéralisation à tous les niveaux du système de transport	-Existence de bourse nationale de fret - Un centre de facilitation de l'éclatement et de distribution de fret est créé	PRODEX, CNUT, Transporteurs, professionnels filière Etat, Opérateurs privés, Partenaires au développement, MT	Exportateurs Transporteurs	1 an
			10.2 mener des plaidoyers afin de faire disparaître les tracasseries routières	- % de tracasseries routières diminué	Etat, CCIAN, RECA, ANFO, ORO	Exportateurs Transporteurs	1 an
Commercialisation	objectif 11: améliorer la commercialisation d'oignon et labelliser le violet de Galmi	<u>Résultat 11</u> la commercialisation d'oignon est améliorée et le violet de Galmi est labellisé conformément à son origine	11.1 amélioration, adoption, diffusion et opérationnalisation de l'expérience du comptoir commercial de TSERNAWA	-évaluation complétée et recommandations validées par les parties prenantes -nombre de comptoirs réalisés	ANFO, DACPOR, ADIDB, MDA, ADF, OP, Producteurs et négociants de TSERNAWA	Exportateurs Transporteurs	1 an
			11.2 Mener des plaidoyers et démarches pour la labellisation du violet de Galmi conformément à son origine	-violet de Galmi labellisé	-MDA, MCI, INRAN, ICRISAT, Ministère de la compétitivité, DNQM, RECA,	-OP, Producteurs Etat	



Structuration	objectif 12: Renforcement du cadre organisationnel et organisation de la filière	Résultat 12 : le cadre institutionnel est renforcé et la filière oignon est organisée	12.1 –Mise en place du comité d'organisation et d'orientation de la filière oignon (CORFO)	-CORFO mis en place	DACPOR, MEF, MDA, ANFO, DNQM, RECA, MCI, ANFO, Exportateurs	Producteurs, Exportateurs	1 an
			12.2 faire une évaluation participative axée sur les nouveaux rôles éventuels de l'ANFO ou d'une filiale commerciale	-étude réalisée -financement de l'investissement obtenu	ME F, MDA, ANFO, RECA, MCI, DNQM, Prodex	Producteurs, exportateurs, OP, Professionnels des activités connexes, exportateurs	1 an
Financement	objectif 13: Améliorer le système de financement du secteur	Résultat 13 : Améliorer le système de financement du secteur	13.1 faciliter aux acteurs de la filière oignon l'accès au financement	-le volume de crédit octroyé aux acteurs de la filière est accru de 10% -nombre de crédits octroyés par an -nombre de crédits recouverts par an -Nombre de sous projets financés par la subvention à coût partagé	MDA, IMF, BCEAO, ME/F UEMOA, privés, PTF, RECA	Producteurs, OP, Professionnels des activités connexes, exportateurs	an 1- an 5
			13.2 Alléger les conditions d'accès au crédit bancaire	-allègement des conditions d'accès au crédit bancaire effectué	MDA, IMF, BCEAO, ME/F UEMOA, privés, PTF, RECA	Producteurs, OP, Professionnels des activités connexes, exportateurs	5 ans
			13.3 Mise en place de fonds de garantie et de bonification de taux d'intérêt	-montant du fonds de garantie mis en place	MDA, IMF, BCEAO/BRS, MEF UEMOA privés, PTF	Producteurs, exportateurs	2 ans
			13.4 Mise en place du Programme de crédit et de warrantage permettant de différer la vente de l'oignon	-nombre de structures de crédit warranté mises en place et fonctionnelles -nombre de bénéficiaires de crédit warranté -nombre de magasins de stockage warrantage construits	DACPOR, MCIN, CNIP, ANIPEX, IMF	Producteurs, exportateurs, Professionnels des activités connexes, exportateurs	5 ans



Irrigation	objectif 14: développer de façon durable la petite irrigation afin de maintenir la qualité de l'approvisionnement en produits agricoles destinés aux chaînes de valeur	Résultat 14 : les conditions de développement durable des cultures irriguées sont améliorées en quantité et qualité	14.1 réaliser 2000 Ha irrigués nouveaux 14.2 augmenter la rentabilité des exploitations et des produits 14.3 augmenter le volume des exportations des produits de la filière de 30% 14.4 augmenter les rendements de l'oignon de 15% 14.5 augmenter la production de l'oignon de 30% dans les zones d'intervention du projet 14.6 faire respecter les mesures de sauvegarde environnementale et sociale 14.7 réaliser des infrastructures de desserte	-au moins 2000 Hectares irrigués sont aménagés -%d'augmentation du revenu net à l'Ha de 20% -% d'augmentation du volume d'exportation -% d'augmentation des superficies mises en valeur -% d'augmentation des rendements -% d'augmentation du volume d'exportation de l'oignon - Nombre de pompes et de systèmes de distribution d'eau installés -% gain de productivité / réduction des coûts associés aux équipements développés -nombre de sous projets financés qui respectent les mesures de sauvegarde -nombre de pistes de désenclavement réalisées	MDA, ME, PRODEX, Producteurs, OP, ANPIP, ANFO, Prodex, privés,	Producteurs, OP, Professionnels des activités connexes, exportateurs	5 ans
------------	--	---	---	---	--	--	-------

..



BIBLIOGRAPHIE

- Projet d'appui à l'amélioration des conditions d'approvisionnement en intrants agricoles et de commercialisation des produits maraîchers de la zone de Tabelot. UCMT. PROPAN. Mai 2004.
- Stratégie nationale de développement de l'irrigation et de la collecte des eaux de ruissellement. MDA. Décembre 2003.
- Etude sur la facilitation du commerce couvrant les filières agricoles. Raymond Audette. Del Degan, Massé et associés inc. 1999
- Projet de promotion des exportations agropastorales. PPEAP. Revue à mi-parcours. Octobre 2003.
- Projet pour un appui au développement des villages des monts Bagazanes. Agro sans frontières Bretagne. UCMT. ADESS. Février 2004.
- Valorisation des études, séminaires et ateliers réalisés sur les filières par le PPEAP. Cabinet Maïna Boukar. Avril 2002.
- Etude du marché régional de l'oignon, du niébé et du bétail/viande. PPEAP. Groupement Audec-Bunec. Août 2003.
- Etude complémentaire sur les filières arachide, ail, poivron et datte. PPEAP. Bokari Garba. Octobre 2003.
- Etude de faisabilité d'une structure et d'un système de certification de plants de pomme de terre au Niger. UCMT/SCAC. Naino Jika. Février 2004.
- Etude de marché et commercialisation de la pomme de terre au Niger. UCMT/SCAC. Naino Jika. Février 2004.
- Etude de marché sur les filières maraîchères porteuses au Niger. Sylvain Dardel. Ali Hadi Maazou. CRS-Care. Mars 2004.
- Etude sur l'élaboration d'un concept de création de comptoirs de commercialisation. PPEAP. Maazou Ali Hadi. Décembre 2003.
- Etude du marché régional de l'oignon, du niébé et de bétail viande. AUDEC/BUNEC. Septembre 2003.
- Le commerce extérieur. Résultats définitifs. 1999/2003. DSCN. Octobre 2004.
- L'oignon en 2006-2007 bilan de campagne Ministère Français de l'Agriculture et de la pêche /service des nouvelles des marchés. Jean François DUPRA/ MCVC
- Le développement du Warrantage au Niger : Communication du projet Intrants FAO au colloque Farm, Paris, du Ministère du développement agricole Décembre 2007
- Principales contraintes à la mise en œuvre des politiques commerciales régionales dans la filière oignon : observatoire régional de l'oignon ORO
- Plan d'action pour la compétitivité de la filière oignon du Niger/ Ministère de la compétitivité nationale et de la lutte contre la vie chère
- Présentation du comité d'organisation, d'orientation et de régulation de la filière oignon du Niger (corfo).
- Présentation de ANFO/ BEN -ANFO
- Présentation d'Agrimex
- Projet de construction des magasins de stockage d'oignon BEN ANFO pour les coopératives, les unions et les fédérations de la filière oignon du Niger capacité 200 tonnes
- Etude d'identification des filières porteuses cabinet Maïna /BDPA 2005
- Rapport enquête agricole PIP2 campagne irriguée 2007-2008 sites financés PIP2
- Rapports annuels PIP 2 / 2004- 2005-2006-2007
- Rapport de suivi des indicateurs au 31 mai 2008 PIP2
- Plan d'action 2009-2013 BEN/ANFO Propositions du Groupe de travail : « Mobilisation des ressources internes et externes en vue des financements »



- Document Power point de ANFO
- Etude EDIC
- Termes de référence et devis estimatif de la construction de 20 magasins de stockage / warrantage d'oignon
- Union des Coopératives pour Association Nationale des Professionnels de la Filière Oignon UNIC/A.N.F.O Tahoua Région de Tahoua ; Approvisionnement des organisations paysannes de ANFO/Tahoua
- Ministère de la Compétitivité Nationale et de la Lutte contre la Vie Chère : Plan d'action pour l'amélioration de la compétitivité de la filière oignon du Niger
- Forum professionnel de la filière oignon en Afrique de l'Ouest
- L'approvisionnement des marchés en oignon (ORO/AOC) (MISTOWA) présenté par Maliki Barhouni
- Evaluation des productions d'oignon et élaboration des stratégies de commercialisation Galmi Consultants Betifor. Financement : ADF
- Recensement Général de l'Agriculture et du Cheptel 2005-2008
- Termes de référence PIP2-INRAN pour la convention de collaboration dans le cadre de la diffusion des semences d'oignon
- L'oignon en 2006-2007 bilan de campagne Ministère Français de l'Agriculture et de la pêche /service des nouvelles des marchés
- Aide-Mémoire de la Mission de Pré-évaluation (17 – 28 Novembre 2008) du PRODEX
- Etude d'identification des principaux obstacles liés à la qualité et à l'évaluation de la conformité pour la commercialisation des produits retenus prioritaires au niveau national (rapport final) Bako Illiassou consultant de l'étude
- Mission d'appui du projet intrants FAO –test de warrantage oignon en 2006 à Guidan Fako (KEITA)
- Choix stratégiques d'approvisionnement en engrais pour le Niger – Programme pour le Niger
- Filière oignon : Enjeux et perspectives : la contribution de la SNV Niger



Liste des Personnes Rencontrées

1.	Mamadou Kourna	Directeur Général Agriculture
2.	Yahaya ADIE	Secrétaire permanent Prodex
3.	Colonel Abdou Saleye	Direction Générale des Douanes
4.	Elhadj Salifou Ousmane	Président ANFO
5.	Mustapha Kadri	SG Anfo- Groupe de travail oignon
6.	Massaoudou Ibrahim	Anfo- Groupe de travail oignon
7.	Chaibou Laouali	Secrétaire Général CCIAN
8.	Gandah Mahamadou	Directeur scientifique INRAN
9.	Bako Illiassou	D.G. Agence Nationale de vérification et de contrôle de conformité aux normes
10.	WANKOYE A. Boubacar	Président ANIPEX
11.	Docteur Boukari Hama	FCM Niyya
12.	Nasssirou	Niyya- Groupe de travail oignon
13.	Mme Boukari Hamsatou	INRAN
14.	Lennard Woltering	ICRISAT
15.	Prof.DOV Pasternak	ICRISAT
16.	Mamane Abdelkader	AGRIMEX
17.	Mme Nana Boukar Tao	ADIPB
18.	Mme Ramatou Adamou	LWR
19.	Mme Sabime Atama	RESEDA
20.	Monsieur Jafarou	ADP
21.	SARR Bassirou Mamadou	SNV
22.	Abdoulaye Boubacar	Coordonnateur Technique Programme qualité UEMOA II
23.	Harouna Issa	Directeur adjoint de la CA
24.	Harouna Ibrahima	Directeur des statistiques agricoles
25.	Seyni Souley	RECA -Groupe de travail oignon
26.	Nouhou Adamou	DEP/MDA- Groupe de travail oignon
27.	Ali Mamadou	M C- Groupe de travail oignon
28.	Daddy Danbakoye	SP /ORO/AOC DGA Groupe de travail oignon
29.	Amadou Issoufou	CNUT
30.	Raphael VOGELSPERGER	ATP-USAID
31.	Christian AMEDO	ATP-USAID
32.	Ousseini Mamane Touwani	CNUT
33.	Boukari Kazelma	DRDA /Diffa
34.	Grema ARI	ANFO Diffa
35.	Issoufou Moussa	DRDA/Dosso
36.	Saidou Ibrahim	DRDA/Tillabéri
37.	Abdoul Aziz Hannafi Cissé	ANFO/ Tillabéri
38.	Madane Mardjianatou	ANFO/ Tillabéri
39.	Ali Moussa	UCMA/ Agadez
40.	Ibrahim Sidi	DRDA/Agadez
41.	Salissou Yacouba	DRDA/Zinder
42.	Badamassi Sani	ANFO/Ainder
43.	Ali Gjigo	DRDA /Maradi
44.	Chaibou I M Gazali	INRAN /Tahoua
45.	Elhaj Aboubacar Intaglé	FCM Niya Niamey



46.	Tiémogo Mamane	GSC Guiguinya Tahoua
47.	NDIAYE Acosta Emanuel	FCM Niya
48.	Elhaj Adama Touré	Banque Mondiale
49.	Saidou Adamou	Producteur Galmi
50.	Chaibou Adamou	DRDA /Tahoua
51.	Mahamane Sani	Plateforme paysanne Niamey
52.	Lawan Saley	DGGR/MDA
53.	ORODJI Moussa	SRGR Tahoua
54.	Mouha Mahamadou	EDOS/ Tahoua
55.	Nouhou Bakoye	SRAC/PDR/ Tahoua
56.	Boukar Ouma	DCR/DEP/MDA
57.	Idé Yacouba	DRDA/ Niamey
58.	Mahamadou Moussa	FM Niamey
59.	IssoufouDan Mouché	CNUT/Niamey
60.	Seyni Souley	RECA
61.	Maman Ibrahim	DR Envirommement Tahoua
62.	Hassan Oumarou	PASEP/ Tahoua
63.	Mahamidou Kazouga	DRPFP/ Tahoua
64.	Aya Aabdoulaye	ONG DRMN
65.	Boubacar Adamou	CCAIAN/ Tahoua
66.	Docteur Ramou Aboubacar	DREIA / Tahoua
67.	Crah AJI	EAN/ Tahoua
68.	Bola Moussa	PIP 2 Niamey
69.	Ali Mamadou Ousman	MC/I/N/DCE
70.	Badie Nanedri	Banque Mondiale
71.	Illa Ado	PIP 2 /Tahoua
72.	Amadou alassane	Banque Mondiale Ny
73.	Sadou Morou PIP2	PIP2 Ny
74.	Makaou Yahouza	GSC Wadata
75.	Arab Malam Abdou	Anpip Tahoua
76.	Zakari Bonkamo	DRAT/DC/ Tahoua
77.	Bouda Abdou	FUFO
78.	Mme Ousmane Biba	FUCAP
79.	Amoumoune Azori	PCAFRUCA/Agadez
80.	Adam Mohamed	UCMT/Agadez
81.	Issaka Zakari	Producteur Madaoua
82.	Oumarou Moutari	Producteur Arewa
83.	Ila Chaibou	Producteur Tsernawa
84.	Issa Arzika	Producteur Konni
85.	Alassane Dan Malam	UnionBissina Gaya Dosso
86.	Aboubacar Mustapha	Niger-oignon
87.	Habou Huraya Mustapha	Niger-oignon
88.	Andillo Adamou	Producteur Tounfafi
89.	Lawali Zoubérou	Producteur Guidan Ider
90.	Malam Issoufou	Producteur Guidan Ider
91.	Aboubacar Yacouba	Producteur Tamaské
92.	Rabiou Mamane	FCM/Niya /Maradi



ANNEXE :

Annexe 1 : Listes des partenaires et acteurs de la filière oignon

Les fédérations de producteurs

Le Projet collabore avec plus de 1.800 Organisations de Producteurs à la base (groupements de base) totalisant environ 60.000 membres. La plupart de ces OP sont structurées en réseaux, c'est-à-dire regroupées en Unions, elles mêmes parfois affiliées en fédérations qui sont les organisations faîtières. Ces OP sont associées à des organismes divers (projets, ONG, instituts de recherche, Fédérations de Producteurs...) répartis dans tout le Niger.

Les principales fédérations de producteurs sont soit des fédérations-filières, soit des fédérations régionales :

• Organisations de Producteurs à la base
• Mooriben
• FCMN-Niya (Fédération des Coopératives Maraîchères du Niger)
• FUMA (Fédération des Unions de producteurs de Maradi)
• FUBI (Fédération des Unions de Boutiques d'Intrants de Zinder)
• FUPSN Sa'a (Fédération des producteurs de souchet)
• Marhaba
• UEP APEL/ ZP (Union des éleveurs pastoralistes)
• FUCOPRI (riziculteurs)
• FUCAP (Fédération des producteurs de Taboua)
• KUZO
• ANPIP (Association Nigérienne pour la Promotion de l'Irrigation Privée)
• UCMA (Union des Coopératives Maraîchères de l'Aïr)
• UCMT (Union des Coopératives Maraîchères de Tabelot)
• Dadin Karkara
• ANPS (Association Nationale des Coopératives des Professionnels de la Filière Sésame)
• Le RECA et l'ORO/AOC,
• Les Projets
• PDRI - Dosso Ma Za'ada (Lux-Development)
• AFR-014 (Lux-Development)
• PréLiSS (DANIDA)
• ARMFD, Augmentation des Revenus Monétaires des Femmes de Dosso (CTB/BTC)
• PAD, Projet d'Aide à la Décision (BAD)
• PROPAN (AFD)
• PIP2, Promotion de l'Irrigation Privée - phase 2 (BM)
• PASFR, Projet d'Appui aux Systèmes Financiers Ruraux
• PDSFR, Projet de Développement des Systèmes Financiers Ruraux (FIDA)
• PMET, Projet de Mobilisation des Eaux de Tahoua (BAD)
• PDLM (Projet de Développement Local - Maradi)
• PAC, Plan d'actionss Communautaires
• ASAPI
• FIDA-Maradi
• PSSA, Programme Spécial de Sécurité Alimentaire (FAO)



• CADELT
• LUCOP, Lutte Contre la Pauvreté (GTZ)
• PADL - Diffa, PADL - N'Guigmi, PADL - Zinder
• Papak
• PGTF
• PMR (GTZ)
• PRODEX
• PSEAU, Programme de Sécurisation de l'Élevage et de l'Agriculture péri-Urbains de Niamey (AFD)
• PPILDA
• Target
• BIT/Zinder
• PROSAM (Projet d'Appui à la Sécurité Alimentaire de Magaria)
• EDOS, Étude de Développement des Oasis Sahéliennes (JICA)

• Les agences ou organismes de coopération et de développement
• UNICEF (Fonds des Nations Unies pour l'Enfance)
• PAM (Programme Alimentaire Mondial)
• PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement)
• UNFPA (Fonds des Nations Unies pour les Populations)
• CTB/BTC (Coopération Technique Belge)
• Lux Développement (Coopération luxembourgeoise)
• SNV (Coopération néerlandaise)
• Le PRIECA et le COLEACP
• BUCO (Bureau de Coopération Suisse)
• USAid (Coopération américaine)
• JICA (Japanese International Coopération Agency)
• GTZ (Coopération allemande)
• FCIL (Fonds Canadien pour les Initiatives Locales)
• Les ONG
• ONG Tagaz - Peuple
• Africare
• Afrique Verte
• Africapsud
• OXFAM-Québec
• ABC Ecologie
• Eco-21
• CARE Int.
• Africa 70
• ADD (Appui au Développement Durable)
• Aquadev
• CRS (Catholic Relief Service)
• CSA/OCP (Zinder)
• GAMMA



• ONG VIE
• GAPEC
• World Vision
• CSB (Constructions sans Bois)
• VALPRO
• Alliance Niger Nature
• Caritas Belgique
• La recherche
• Le Projet Intrants fait partager, adapter et adopter les nouvelles technologies issues de la recherche (variétés améliorées, innovations du matériel technique, nouveaux produits, pratiques améliorées etc).
• ICRISAT
• INRAN
• Agrhymet
• IFDC
• Les Systèmes Financiers Décentralisés (SFD)
• AD Finance (Aquadev)
• Assussun Dendi
• Kokari
• Taanadi
• Yarda
• UMEC
• MCPEC
• ANIP
• Caisse API
• CPEC Adache
• MECREF
• Mutuelle Arena Doutchi
• Mutuelle N'Gada
• Le secteur privé
• MANOMA s.a
• Agrimex s.a.
• Agridis s.a.
• ADPhyto
• Biochem Bénin
• Hydrochem Bénin
• APPSN (Assoc. des Producteurs Privés de Semences du Niger)
• Cabinet Yaro
• Banque SONIBANK
• Banque Régionale de Solidarité (BRS)

• Les partenaires étatiques
• Le Programme Spécial du Président de la République, SEM Tandja MAMADOU ;



• La Primature ;
• Le Ministère du Développement Agricole,
• Le Ministère de la Compétitivité Nationale ;
• Le Ministère des Finances,
• Le Ministère du Commerce,
• Les Projets de développement des cultures horticoles,
• Les Projets de réduction de la pauvreté,
• La Chambre de Commerce,
• Le Conseil National des Utilisateurs des Transports publics (CNUT),
• Le Projet d'appui à la promotion des exportations agricoles (PRODEX),
• Les sociétés exerçant dans le domaine de l'oignon,
• Les opérateurs individuels du domaine de l'oignon, etc.

Annexe 2 : Exemple de bonne pratique pour la culture de l'oignon au Niger

La culture des bulbes d'oignon :

L'oignon préfère les sols pas trop lourds, ni gorgés d'eau, assez riches en matière organique et bien décomposées. L'oignon ne supporte ni la salinisation du sol ni celle d'arrosage. La culture de l'oignon est possible à partir des semis ou de bulbilles.

Aperçu sur la bonne pratique culturale

Au Niger, la culture de l'oignon est pratiquée sur des petites parcelles irriguées pouvant atteindre ou même dépasser un hectare souvent avec différents systèmes de culture selon les régions

■ ***Préparation du terrain :***

- Labour et émottage ;
- Piquetage en planches de 1 x 1 m légèrement surélevées et séparées par une allée de 0,50 m ;
- Enfouissement de la fumure : pour 10 m², il faut 40 kg de fumier décomposé + 0,2 kg. De super simple suivi d'un passage de râteau pour préparer un lit de semences.

Semis :

- Première quinzaine du mois d'octobre ;
- Semis à la volée à raison de 50 g/are de pépinière avec des semences de l'année. Il faut compter environ 5 kg de semences pour 1 hectare de plantation.

■ ***Repiquage :***

- Repiquer dès mi-novembre les jeunes plants de 15-20 cm de haut à l'écartement 15 x 20 cm (15 entre lignes et 20 sur la ligne) ;
- Arroser modérément, biner et sarcler.

■ ***Irrigation :***

- 32 mm/semaine de la plantation au 75ème jour (phase de reprise et bulbaison)
- 30 mm/semaine du 75ème jour au 115ème jour (phase de floraison) ;
- 25 mm/semaine à la phase maturation.

Soit environ 780 mm/ha et 240 mm/300 m² de pépinière. Les arrosages sont arrêtés une semaine avant la récolte.



Binage : 2 ou 3 fois en début de la végétation lors de la reprise.

▪ ***Fertilisation :***

- Peu exigeant, l'oignon est généralement cultivé après une espèce exigeante en éléments fertilisants.
- Fumure de fond : par planche de 10 m² : 300 à 400 g de 15-15-15.

