

La stratégie de commercialisation de maïs



Mise en place d'une stratégie de commercialisation au niveau des coopératives de producteurs de maïs de Nongon Souala et Bambougoum (Rapport B)

Sommaire

Sommaire	2
1 Introduction.....	3
2 Démarche méthodologique.....	3
3 État des lieux.....	3
4 Stratégie commune de commercialisation	5
5 Schémas de la stratégie	7
6 Conditions critiques de réussite :	8
7 Conclusion.....	8

1 Introduction

Les zones de Nongon- souala et Bambougou constituent des zones potentielles de production en maïs. Cependant, le circuit de commercialisation est très mal organisé et par conséquent l'excédent céréalier mal géré.

En Effet, l'écoulement de la production du maïs dans les conditions optimales constitue un handicap majeur pour le développement de la filière. Comment de commun avec les producteurs, on peut mettre en place une stratégie de commercialisation fiable, pérenne et profitable pour l'ensemble des acteurs intervenants dans la filière ? La présente étude qui est une réponse à cette question est participative mais non exhaustive.

2 Démarche méthodologique

Notre démarche durant ce travail a été itérative et très paysanne. Le souci fondamental était de prendre en compte les besoins des acteurs qui sont les vrais porteurs de ce processus.

Pour ce faire, un véritable travail d'échange préliminaire a été fait au bureau pour voir dans les littératures ce qui a été déjà fait avec un regard particulier porté sur les dimensions commerciales.

De ces consultations sur place deux niveaux de constats peuvent se faire : d'une part l'absence d'organisations structurées spécialement sur le maïs et d'autre part le manque de marché potentiel et favorable à une commercialisation plus rentable de la production.

Après cet exercice de bureau, un atelier paysan a été tenu à Nongon Souala le 15 avril 2008 en vue d'approfondir au mieux les réflexions sur la question de la commercialisation. Cette étape était cruciale pour nous car elle devait nous permettre de voir à travers les contraintes des acteurs et de proposer des solutions adaptées et pratiques. Les résultats importants sont ainsi évoqués dans le présent document.

3 État des lieux

Le potentiel de production en maïs des deux coopératives des deux dernières années se présente comme suite :

Tableau des réalisations antérieures en superficie, production et rendement des deux dernières années. (Source : CMDT, CPM)

OP	Campagne	Superficie (Ha) Maïs	Production (T)	Rendements (kgs/ha)
Jèkabaaraton	06/07	232	555	2394
	07/08	243	562	2311
CPM Nongon	06/07	460	1122	2439
	07/08	431	1109	2574
Total 06/07	06/07	692	1673	2417
Total 07/08	07/08	674	1646	2443

Tableau de l'autosuffisance alimentaire et la production potentiellement commercialisable

OP	Cam pagne	Pro- duct Maïs (T)	Prod Mil (T)	Prod Sorg (T)	Prod To- tale (T)	Prod net (T)	Po- pu (T)	Besoin ali- ment	Excéd Com- mercia- lisable
Jékabaaraton	07/08	562	152	258	972	875	875	219	656
CPM	07/08	1109	115	782	2006	1805	3255	814	991

Les deux coopératives sont largement autosuffisantes et dégagent un excédent céréalier commercialisable de 1647 T

La situation actuelle de la commercialisation du maïs au niveau de ces villages souffre de l'inorganisation des acteurs et cela profite seulement à quelques intermédiaires.

En effet, La vente est plus localisée et se fait pour la plupart du temps dans les foires environnantes. Des petits collecteurs locaux existent et sont en lien étroit avec des grossistes ou demi-grossistes de la ville de Sikasso. Les collecteurs passent dans les villages voisins pour acheter et stocker le maïs. Le jour de la foire, il est livré à l'opérateur qui les a commis. Cette pratique persiste et n'arrange pas en fait les producteurs qui par manque de clients sont tenus de livrer leur maïs dans des conditions moins rentables (déloyales).

L'environnement commercial des deux localités(Nongon et Bambougou) gardent une certaine similitude sur ce plan sauf que pour Bambougou par moments, des opérateurs commerçants du Burkina viennent s'approvisionner sur le marché local. Là aussi, il y'a une opératrice qui vient de moment en moment pour acheter du maïs qui emprunte le circuit national : Bamako- Kayes et le Sénégal.

La commercialisation du maïs est donc l'œuvre de différents types d'acteurs situés à des niveaux:

- *Les collecteurs évoluant dans les marchés ruraux qui font les premières transactions avec les producteurs.*
- *Les demi-grossistes sont dans les grands centres et les villes secondaires comme Sikasso.*
- *Les grossistes sont des commerçants importateurs et exportateurs. Leur capacité d'achat varie entre 500 et 1000 T.*

Quelques contraintes identifiées de la filière :

- *Besoin de professionnalisation des acteurs*
- *Problèmes de clients potentiels pour mieux commercialiser et rentabiliser la filière*
- *Surproduction entraînant la baisse vertigineuse des prix en des périodes données*
- *Dépendance aux intrants céréales du coton*

Pour les différentes coopératives, seule la mise en place d'une stratégie de commercialisation sûre rassurant surtout les institutions de financement et protégeant les producteurs peut pérenniser le système.

4 Stratégie commune de commercialisation

Cette stratégie a été mise en place de commun accord avec l'ensemble des producteurs des coopératives lors de l'atelier. Elle passe par un certain nombre d'étapes et se présente comme suite :

Étape 1 : Acquisition des biens immobiliers et matériels de commercialisations.

Cette étape constitue un préalable au processus. La construction d'un magasin de stockage dont les dimensions seront en adéquations avec les objectifs de tonnage à stocker, l'achat de bascule et de matériels didactiques, sont autant d'objectifs à court ou moyen terme à réaliser.

Étape 2 : Constitution du stock

IL s'agit de la collecte des céréales au niveau de l'ensemble des producteurs de maïs membres des coopératives. Selon les informations statistiques recueillies auprès de la CMDT, le rendement moyen de la zone des trois dernières campagnes est de 2443 kgs/ha. Cette collecte décidée de commun accord avec les producteurs des deux coopératives se fera pour la campagne 2008/2009 sur la base de 1500 kilogrammes par hectare à livrer à la coopérative. Ce tonnage peut changé en fonction du prix d'acquisition des intrants et du prix d'achat du kilogramme de maïs aux producteurs ; ce prix d'achat sera préalablement fixé de commun accord avant les récoltes.

Selon les possibilités de la coopérative, et la demande du marché, la quantité à collecter par membre peut évoluer par volonté et d'autres collectes peuvent se faire auprès d'autres producteurs non- membres des coopératives.

Par ailleurs, à Nongon- Souala, il a été décidé de la collecte de 15kgs par tonne de maïs produit pour faire face au fonctionnement de la coopérative. Ce stock ainsi constitué est une première garantie sûre et un véritable indicateur de performance des coopératives auprès des partenaires financiers. IL pourra faire l'objet de visites inter- partenaires avant son écoulement au moment opportun. Le stock prévisible à collecter pour la campagne 2008/2009 est estimé à environ 210T pour Jèkabaaraton et 272T pour La CPM. En fonction des prix des intrants pour la campagne écoulée 2007/2008, et les besoins en intrants pour la campagne 2008/2009 la situation suivante se dégage :

Analyse des besoins en intrants par rapport au stock campagne 2008/2009

Op	Superf ha	Complexe céréale (sacs 50kgs)	Urée (sacs 50kgs)	Herbicid pré-lévé (l)	Valeur fcfa	Stoc ks (T)	Valeur d'un kgs du stock FCA
Jèkabaaraton	140	292	438	438	9875440	210	47,02
CPM Nongon soala	181	362	543	724	12826565	272	47,15
Total	321	654	981	1162	22702005	482	47,09

Source : responsables OP

La valeur d'un kilogramme du stock à reconstituer en fonction du prix à crédit des intrants s'élève à 47,09 FCA. Elle servira de base de réflexion pour la fixation du prix de vente

Étape 3 : Ecoulement du stock

Cette étape est la plus importante et détermine la vie de la coopérative ; par conséquent elle doit être bien étudiée et exécutée de manière non seulement à couvrir les charges contractées auprès des institutions financières mais aussi à générer des marges bénéficiaires pour le bon fonctionnement de la coopérative.

1. La fixation du prix de vente :

Les coopératives doivent être dotées de capacités de négociation et d'information sur l'évolution des prix ; auprès de l'OMA (Observatoire du Marché Céréalière), la radio, les enquêtes sur le marché local régional, national et même sous-régional. Ces informations serviront de base de négociation pour la fixation des prix de vente.

2. La recherche de débouché :

IL s'agit de la mise en relation de l'offre et de la demande pour l'écoulement du stock dans les conditions optimales. Cela peut se faire à travers :

- La participation aux bourses des céréales qu'organise l'ONG Afrique Verte chaque année au cours desquelles les zones à faibles productions (ou zones déficitaires) sont mises en contact avec les zones à forte production céréalière (ou zones excédentaires). L'inscription des coopératives sur la liste des participants à ces bourses est d'une importance capitale ;
- Au-delà des bourses de céréales, la possibilité de mise en relation avec des opérateurs de Sikasso, de Bamako et des structures d'appui et les aviculteurs. Plus spécifiquement à Sikasso des prospections peuvent être faites dans ce sens avec l'Association des Producteurs Locaux de Sikasso (APLS).
- La mise en relation avec l'ONG de la zone OHVN (Office de la Haute Vallée du Niger) spécialisée dans la commercialisation des céréales est une opportunité à prospecter.
- La recherche de contrats de vente avec les opérateurs économiques du Burkina Faso voisin est à prospecter
- La finalité de cette démarche est l'établissement et la signature de contrats de vente, de livraison ou les quantités à livrer, le prix de vente, la période de livraison, bref tous indicateurs indispensables à l'exécution d'un contrat de vente seront déterminées.

Le prix de ces contrats de vente doit être significativement supérieur au prix d'achat. **Ces bénéfices serviront à :**

- Couvrir les frais de fonctionnement,
- Aux réalisations des équipements collectifs
- À l'achat des biens et services
- À long terme servir de fonds de stabilisation du prix d'achat aux producteurs en mauvaise campagne et de garantie des prêts intrants au niveau des institutions financières.

- À long terme, une situation financière assainie pourra aboutir à l'octroi de ristourne aux membres en année de hausse significative de prix.

Au niveau des ventes, deux flux peuvent se dégager :

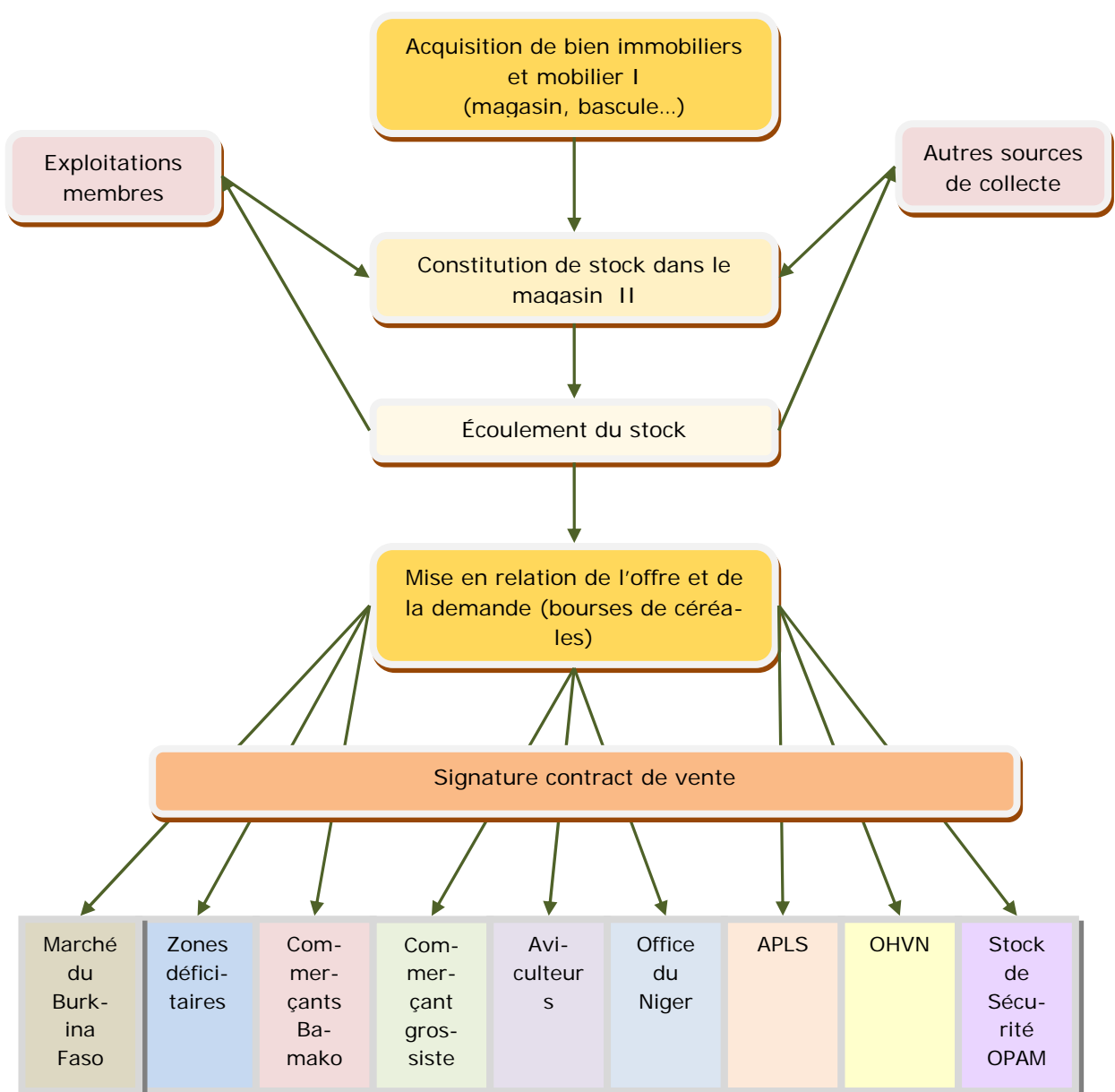
Le flux interne ou les membres de la coopérative peuvent se ravitailler au sein de la coopérative

1. Le flux externe qui se passe avec les partenaires externes ;

Dans l'un ou l'autre cas le prix de cession doit être supérieur au prix d'achat.

En analyse, une porte d'entrée commerciale pourrait déboucher à une meilleure structuration de la filière et des acteurs de façon durable.

5 Schémas de la stratégie



La signature des contrats de vente peut se faire en année n et n+1 et cela servira d'indicateur pour les objectifs de production future.

Les collecteurs privés et les demis- grossistes sont donc appelés à disparaître

L'axe de la production- consommation - commercialisation est privilégié, pour mieux asseoir les bases de la filière, celui de la transformation est à envisager à long terme pour plus de valeur ajouté.

6 Conditions critiques de réussite :

Pour la réussite de cette stratégie, il faut :

- Le respect strict de la démarche ci- dessus décrite,
- La formation des responsables des coopératives en gestion et marketing, en tenue des documents....
- Le respect strict des engagements internes (livraison obligatoire des quotas par ha quel qu'en soit le prix du marché environnant, les normes techniques de production---) et externes (les contrats de vente, le délai de paiement des créances auprès des institutions financières---)
- La préservation de la qualité de la production à livrer,
- L'interdiction stricte de la vente parallèle de maïs aux foires environnantes avant la satisfaction des besoins de la coopérative,
- La bonne gouvernance des responsables des coopératives.

7 Conclusion

La présente étude est une contribution à la mise en œuvre de la politique de développement du secteur- maïs dans la CPM de Nongon Souala et Jèkabaaraton de Bambougou ; elle est loin d'être exhaustif et parfait. Elle peut être amélioré au fur et à mesure de son application.