

# CAPITALISATION DE L'EXPÉRIENCE PILOTE « FACILITATION ACCÈS AUX MARCHÉS AU PROFIT DES 300 JEUNES SORTANTS DES SIFA »

FONDATION  
SUISSE POUR LA  
COOPÉRATION  
TECHNIQUE

POSTE DE DEMONSTRATION N°2  
Thème: Pépinière maraichère  
Sous-thèmes:  
Pépinière au sol en saison de pluie  
Pépinière au sol en saison sèche  
Pépinière sur pilotis  
Pépinière déplaçables

Expérience développée dans le cadre du FOPROR, programme d'appui à la formation professionnelle en milieu rural, financé par la Direction du développement et de la Coopération Suisse (DDC) et mis en œuvre par Swisscontact



# CONTENU

1. CONCEPT	4
2. STRATEGIE DE MISE EN OEUVRE	4
3. THEORIE DE CHANGEMENT	4
4. PRINCIPALES PARTIES PRENANTES	4
5. DEMARCHE ADOPTEE PAR SWISSCONTACT	5
6. FACTEURS DE REUSSITE	6
7. DIFFERENTS OUTILS DEVELOPPES	6
8. RESULTATS ATTEINTS	7
9. LEÇONS APPRISES	9
10. TEMOIGNAGES	10





## 1. CONCEPT

Pour vendre leurs produits sur le marché, de nombreux producteurs ruraux se heurtent à des difficultés d'accès aux marchés de commercialisation.

Ils sont freinés par leur situation géographique éloignée, les coûts élevés du transport, des connaissances limitées sur les besoins des marchés, de faibles compétences de gestion et la méconnaissance des acteurs du marché (commerçants et les intermédiaires).

Un accès fiable au marché permet au producteur d'améliorer l'écoulement de sa production et ainsi, ses revenus et sa sécurité alimentaire. Il contribue également au développement économique local.

## 2. STRATEGIE DE MISE EN ŒUVRE

Les SIFA ont pour mission de former les jeunes ruraux aux métiers d'exploitants agricoles, capables de gérer et de développer une exploitation familiale en se basant sur trois maillons fondamentaux que sont : la production végétale, la production animale et la transformation de produits agricoles. Ils contribuent ainsi à accroître la productivité de l'exploitation agricole, à tirer des revenus pour améliorer leurs conditions de vie, et à assurer la sécurité alimentaire de la famille.

A travers cette expérience accès aux marchés, il s'agit pour les jeunes de sortir de la logique production pour la famille vers une logique de production pour le marché et de pousser le jeune vers l'agro business. Swisscontact entend ainsi permettre aux jeunes sortants des SIFA (disposant donc déjà de compétences techniques) de faire l'apprentissage de l'agro business, de s'orienter dans la production de spéculations qui ont tendance sur les marchés et d'interagir avec des acteurs économiques (commerçants, intermédiaires). Pour ce faire, Swisscontact a analysé les besoins des marchés, sélectionné des jeunes disposant de potentiels de production, identifié les acteurs potentiels du marché et les a mis en lien. Swisscontact a accompagné cette expérience pilote tout au long du processus.

## 3. THEORIE DE CHANGEMENT

1. En facilitant l'accès aux marchés de commercialisation des produits agricoles aux jeunes producteurs sortants des SIFA, ceux-ci sortent progressivement de la logique, «produire pour consommer», vers une logique «produire pour le marché».
2. En accompagnant les jeunes producteurs sortants des SIFA vers une logique production pour les marchés, ceux-ci tireront plus de revenus leur permettant de nourrir leur famille, de réaliser des investissements et d'améliorer conséquemment les conditions de vie de leur famille.

## 4. PRINCIPALES PARTIES PRENANTES

- Les jeunes producteurs sortants des SIFA déjà exploitants agricoles et qui désirent se lancer vers l'agrobusiness
- Les parents des jeunes producteurs, généralement propriétaires fonciers de l'exploitation du jeune (leur accord de principe est nécessaire)
- Les organisations paysannes (OP) de proximité dont relève le jeune qui jouent un rôle d'encadrement et d'appuis conseils
- Les services techniques déconcentrés de l'Etat : l'inspection de certification des semences agricoles, les services de l'agriculture et de l'élevage de proximité
- Les acteurs du marché : entreprises agricoles spécialisées (entreprises semencières) commerçants grossistes qui ont facilité la mise à disposition d'intrants et qui se sont engagés à acheter les productions
- Les communes de rattachement des jeunes qui facilite la mise en lien avec les services déconcentrés et qui peuvent fournir des appuis divers
- Swisscontact qui assure le mandat de facilitation, en collaboration avec l'ONG N'Dev

## 5. DEMARCHE ADOPTEE PAR SWISSCONTACT

Swisscontact a d'abord réalisé une étude de base afin d'identifier les spéculations à produire sur les localités où se trouvent les sortants des SIFA en lien avec les besoins des marchés et les acheteurs potentiels.

L'expérience s'est déroulée selon plusieurs étapes :

Etape 1	Délimitation de la zone d'expérimentation : 6 localités qui disposent d'un SIFA retenus en raison de 3 par région (3 SIFA pour Maradi et 3 SIFA pour Dosso)
Etape 2	Sélection des 300 jeunes producteurs engagés
Etape 3	Identification des produits à fortes tendances sur les marchés des localités concernées par l'expérience pilote (Etude de base)
Etape 4	Identification des acteurs des marchés : commerçants grossistes, importateurs, intermédiaires et entreprises spécialisées (étude de base)
Etape 5	Validation à travers des ateliers régionaux du choix des produits par les acteurs locaux (Conseils Régionaux, mairies, organisations paysannes (OP), services techniques de l'Etat, acteurs des marchés)
Etape 6	Elaboration des stratégies et plans d'actions régionaux pour tenir compte des spécificités de chaque localité et région
Etape 7	Phase de facilitation à travers des réunions entre les principaux acteurs (mise en lien physique) : jeunes, parents des jeunes, OP, acteurs des marchés et services techniques spécialisés pour définir les conditions cadre de la production contractuelle
Etape 8	Mise à disposition des semences de qualité par les entreprises semencières (à crédit) et les commerçants (appui coup de pouce)
Etape 9	Déclaration des cultures auprès de l'inspection des semences
Etape 10	Signature des intentions d'achats
Etape 11	Phase de production par les jeunes
Etape 12	Appuis conseils pour les jeunes dans les itinéraires de production par les services techniques de l'agriculture
Etape 13	Déclaration des productions au niveau des services techniques
Etape 14	Phase de commercialisation



## 6. FACTEURS DE REUSSITE

- **L'étude de base** qui permet d'identifier les produits ayant tendances sur les marchés locaux et régionaux
- L'utilisation de **semences de qualité** avec un accompagnement sur les itinéraires techniques par les services déconcentrés de l'agriculture pour garantir des produits de qualité répondant aux exigences du marché
- La maîtrise des **nouvelles techniques culturales** pour les jeunes producteurs tant dans la lutte contre les ennemis de cultures que dans l'amélioration de la rentabilité de la production
- Le lien de **relation physique** créée entre ces différents acteurs du marché notamment les jeunes producteurs, les opérateurs économiques et les entreprises semencières
- La forte implication des **acteurs du marché** qui ont accepté de préfinancer les campagnes agricoles (fourniture de semences céréalières ou maraichère)
- Le processus de **certification des semences** par les producteurs, leur assurant ainsi un débouché sûr le bon fonctionnement du réseau de partage d'information sur les produits agricoles (bulletins prix et marché), un gage pour la transparence et le choix d'un marché optimal
- Le **respect des intentions d'achat par les deux parties** (jeunes et acteurs des marchés)

## 7. DIFFERENTS OUTILS DEVELOPPES

- Une **cartographie dressée par région et par localité** ciblée des potentialités et des acteurs de marché (entreprises agricoles spécialisées (entreprises semencières) commerçants grossistes, importateurs, intermédiaires)
- Une **fiche de suivi de la récolte** et une fiche de vente des produits mises à disposition des organisations paysannes des SIFA
- Une **fiche d'intention d'achat** pour les commerçants qui fait office d'un protocole d'accord entre les producteurs et les acheteurs dans le cadre de la mise en relation
- Un **groupe WhatsApp** entre les producteurs, les commerçants, les entreprises semencières et les SIFA qui permet l'échange d'information sur les marchés
- Un **bulletin d'information** accès au marché et un bulletin hebdomadaire sur les prix partagés sur le groupe WhatsApp
- Un **modèle de déclaration** des semences
- Un **modèle de contrat d'achat** qui est établi 1 à 2 semaines de la récolte entre le producteur et l'acheteur

Ces différents outils sont disponibles et consultables auprès de Swisscontact.



## PRÉFINANCEMENT DES CAMPAGNES

Un résultat important de cette expérience est l'implication des acteurs, notamment des entreprises semencières et des commerçants qui ont accepté de mettre à disposition des semences aux jeunes producteurs (voir détail ci-dessous) :

### Région de Maradi : pour la multiplication des semences (à crédit)

Spéculation	Variété	Quantité demandée (en kg)	Provenance
Mil	HKP	92,5	Alheri de Doutchi
Mais	BRICO	70	Ferme Amaté Maradi
Sorgho	Mota Maradi	101,5	HALAL Maradi
Arachide	IT90 G4	101,5	Alhéri Doutchi
Niébé	JL24 G4	57	Alhéri Doutchi
Gombo	Oseille	6	Alheri de Doutchi
<b>Total</b>		<b>428,5</b>	

### Région de Maradi : pour la production des produits maraîchers (appui coup de pouce)

Sifa	Spéculation	Quantite	Fournisseur
Mafalia	Poivron doux	36 sachets de 5 gr	GMA SARLI Maradi
	Oignon	59,25 boites de 100 gr	GMA SARLI Maradi
Roubassaou	Oignon	31 boites de 100 gr	GMA SARLI Maradi
Fagagaou	Poivron doux	15 sachets de 5 gr	GMA SARLI Maradi
	Oignon	29,75 boites de 100 gr	GMA SARLI Maradi

### Région de Dosso : pour la multiplication des semences (à crédit)

Spéculation	Variété	Quantité demandée (en kg)	Provenance
Mil	HKP	450	Alheri de Doutchi
Niébé	KVX	990	Alheri de Doutchi
Mais	P3 Kollo	7,5	Alheri de Doutchi
Sorgho	Zaboua	42,5	Alheri de Doutchi
Arachide	55 437	1050	Husa'a de Dosso
Oseille	Oseille de Guinée	19,75	Husa'a de Dosso
Bissap/Oseille	Oseille de Guinée	65,25	Husa'a de Dosso
<b>Total</b>		<b>2625</b>	

## Région de Dosso : pour la production des produits maraîchers (appui coup de pouce)

Sifa	Speculation	QUANTITE (en g)	Fournisseur
TOMBON KASSO	Tomate	75	HUSA'A
	Poivron	122	HUSA'A
	Piment vert	88	HUSA'A
	Pastèque	1550	HUSA'A
ANGOUAL TOUDOU	Tomate	97	HUSA'A
	Poivron	13	HUSA'A
	Piment vert	204	HUSA'A
	Pastèque	1575	HUSA'A
MASSAMA	Tomate	128	HUSA'A
	Poivron	114	HUSA'A
	Piment vert	43	HUSA'A
	Pastèque	875	HUSA'A

## 9. LEÇONS APPRISES

Contraintes rencontrées dans la mise en œuvre	Proposition de solutions
Problème de ciblage des jeunes ayant entraîné un désistement de certains jeunes au niveau des localités ciblées	Améliorer le ciblage des jeunes et s'assurer de leur motivation à participer à cette expérience. Renforcer l'explication sur l'expérience en amont
Les aléas climatiques (inondations, arrêt précoce des pluies) ayant impacté sur la production (pertes de semis)	Songer à l'instauration de l'assurance agricole Anticiper davantage les aléas climatiques comme les inondations qui sont des événements récurrents
Le retard dans l'obtention des semences de culture (retard de livraison de la semence par exemple celle de la pomme de terre par FCM NYYA (fourniture à partir de la France)	Le ravitaillement auprès de fournisseurs locaux ou à proximité Songer à diversifier les sources d'approvisionnement
Faible moyen de production des jeunes engagés dans l'expérience pilote accès aux marchés dans le domaine de la production végétale	Incitation des jeunes à louer des terrains de cultures (une pratique traditionnelle et habituelle) Appui coup de pouce en intrants de production

Bien qu'il s'agisse d'une expérimentation pilote, elle jouit d'une forte adhésion de la part des différents acteurs impliqués. Cette implication est une condition essentielle à la réussite de cette expérience car ce sont des initiatives qui sont portées, gérées et pilotées par les acteurs locaux.

### POINT D'ATTENTION POUR LA POURSUITE ET L'EXTENSION DE L'EXPÉRIENCE

- Améliorer les potentiels de production (terre, moyens d'irrigation, semences de qualité)
- Développer les plateformes d'échanges pour développer les relations entre acteurs du marché
- Favoriser la formation continue et le recyclage concernant les itinéraires de production afin de répondre aux exigences des potentiels acheteurs
- Formaliser les contrats d'achats entre les parties impliquées
- Rechercher et impliquer d'autres opérateurs économiques
- Développer l'organisation de la production à l'échelle individuelle et collective

## TEMOIGNAGES



**Interview avec Maman Achirou, commerçant importateur de la pomme terre produite par les jeunes formés.**

**Maman Achirou** est un commerçant producteur âgé de 43 ans, résident à Maradi. Il travaille dans le maraichage depuis plus de 25 ans. Il cultive et vend principalement de la pomme de terre. Grâce à Swisscontact, Maman Achirou a été mis en relation avec quelques jeunes producteurs de la région de Maradi.

*Quels étaient vos circuits d'approvisionnement avant la proposition de mise en relation avec les producteurs sortants des SIFA ?*

*Avant, je m'approvisionnais 3 fois par an. J'importais du pays voisin, le Nigeria, en période d'hivernage c'est à dire de juin à septembre, d'Agadez d'octobre à-décembre et des autres villes du Niger, Maradi-Tahoua-Dosso de janvier à mars.*

*Quelle est la quantité que vous importez par an et avec quelle capacité financière ?*

*J'achète environ 1000 tonnes de pommes de terre par an, 500 tonnes du Nigeria et le reste dans les différentes régions du Niger. La capacité financière d'achat tourne autour de 40 millions de francs CFA.*

*Qu'est-ce qui vous a intéressé avec les sortants des SIFA ?*

*Cette approche m'intéresse beaucoup car je n'aurais plus à faire les déplacements à l'extérieur du pays, je vais pouvoir m'approvisionner localement et donc augmenter mes profits.*

*Quel sera l'impact de cette expérience sur votre environnement économique local ?*

*La production locale sera plus élevée et il y aura un bon marché. Grâce à des coopératives de la région, un magasin de conservation de produits frais va se mettre en place, ceci contribuera aussi au développement local.*

## TEMOIGNAGES



*Le jeune Awali est ravi par cette expérience :*



*« Je me réjouis sincèrement de cette affaire à l'issue de laquelle j'ai bien tiré profit. J'ai bénéficié de bons conseils, la vente de ma production est garantie et j'espère bien que cette relation va se poursuivre entre nous, dans l'esprit gagnant-gagnant ! Je remercie aussi FOPROR et l'ONG N'Dev pour les conseils utiles ».*

**Awali Abdoul Aziz** est un jeune producteur de 33 ans. Il réside à Angoual Toudou (Dosso). Il y a quelques années, il a suivi une formation au SIFA de son village. A la fin de sa formation, il s'est installé dans sa propre exploitation où il produit de la pastèque, de la tomate, du piment et du poivron en contre saison et des céréales et légumineuses comme le mil, le sorgho, le niébé, l'arachide et le voandzou en saison hivernale.

Afin de booster ses ventes, il a voulu participer à cette expérience avec la production maraichère de la pastèque. Un commerçant de Karakara lui a fourni des semences de qualité pour les variétés Sweet Sangria et Baby Sugar qui donnent des pastèques de grande taille avec un goût sucré très apprécié par les consommateurs.

Il a également reçu des semences de niébé, arachide et sorgho de l'entreprise semencière ALHERI de Douthi. Cette dernière a formé tous les jeunes dotés en semence afin de s'assurer d'avoir une production de qualité et s'est engagée à acheter les productions.

Après 2 mois et demi de dure labeur, l'heure est à la cueillette pour le jeune Awali. La première récolte de 800 unités de pastèque a été vendue au commerçant qui lui a fourni les semences au prix de 400F / unité, soit une recette de 320 000 FCFA payée cash.

## TEMOIGNAGES



**Selon Abdou Salissou, à travers cette expérimentation et les revenus garantis, il rêve déjà d'un avenir encore meilleur :**



*« Je souhaite bannir l'achat à crédit parce que c'est la cause principale des problèmes entre producteurs et commerçants, surtout s'il s'agit d'un produit à grand risque de péremption comme la pomme de terre. Je souhaite être capable de produire en deux campagnes par an au lieu d'une seule campagne. »*

**Abdou Salissou** âgé de 36 ans est maraîcher, spécialisé dans la production de pommes de terre depuis 21 ans. Il a suivi une formation au niveau du SIFA de Mafalia en 2015, ce qui lui a permis d'apprendre des nouvelles techniques de maraichage pour une meilleure productivité. Aujourd'hui, il a une capacité de production qui tourne autour de 100 sacs de 62 à 65kg par campagne annuelle.

**Abdou** avait l'habitude de vendre sa production à travers ses parents, amis et connaissances en gros et en détails. Ces derniers faisaient la promotion de ses produits dans leurs villages respectifs et profitaient des cérémonies de mariage ou baptêmes pour lui faire de la publicité.

Ensuite, sa situation s'est améliorée grâce à la coopérative FCM NIYA qui lui a permis de disposer d'un point de vente bien situé pour l'exposition des produits et d'une balance pour mieux organiser sa vente. Il n'eut plus besoin de passer par ses relations pour vendre, les clients, et particulièrement les femmes, viennent directement s'approvisionner sur son lieu de vente, à côté de son champ de production.

Aujourd'hui, grâce à FOPROR, il a pu se mettre en contrat directement avec des grossistes. Ces derniers se sont engagés à lui acheter la majorité de sa production à un prix fixe et garanti. Il ne doit plus s'occuper de chercher des clients au détail et peut se consacrer à 100% sur sa production afin qu'elle soit aux normes exigées par les grossistes.

## TEMOIGNAGES



**Rencontre avec l'Organisation Paysanne du SIFA (site intégré de formation agricole) de Mafalia sur la mise en relation des jeunes sortants des SIFA avec le marché.**

L'union des coopératives Taimakon Yan Daka, créée en 2008 est une organisation paysanne (OP) qui s'occupe de la gestion du SIFA de Mafalia, dans la région de Maradi. Elle travaille dans la production agricole, la production animale, la transformation agroalimentaire, la commercialisation des produits agricoles, et l'appui conseil au profit des producteurs.

**Quelle appréciation faites-vous de cette expérience de mise en relation des jeunes formés avec les marchés que veut mettre en place Swisscontact ?**

*Nous faisons une très bonne appréciation de cette expérience, car elle est venue au moment opportun. En effet, nous avons un nombre important d'apprenants sortants, formés et qui ont besoin d'accompagnement et de mise en relation avec le marché.*

**Quels avantages, intérêts, pour votre organisation paysanne, pour les jeunes sortants et pour le SIFA ?**

*Grâce à cette expérience, les jeunes sortants auront la garantie de vendre leur production à un prix correct, ainsi, ils vont augmenter leur revenu, améliorer leur pouvoir d'achat, être plus autonomes, cela aura un impact sur l'économie locale et la diminution de l'exode. Pour l'OP, il s'agit de la fidélisation des membres. Si les jeunes sortants des SIFA améliorent leur situation économique, cela encouragera d'autres jeunes à venir se former.*

**Quel est votre rôle dans cette mise en relation avec le marché ?**

*L'OP fera l'intermédiation, la mise en relation, le suivi du processus de commercialisation, l'information et la sensibilisation des producteurs. L'accès au marché sera une expérience qui permettra de valoriser les exploitations agricoles, d'insérer dans le circuit socio-économique les jeunes sortants du SIFA, de contribuer au développement local, de redynamiser le magasin de stockage de l'OP.*



### **SIFA**

#### **Un concept novateur**

Un Site Intégré de Formation Agricole (SIFA) est un espace de formation professionnelle agricole et de production qui valorise les différentes potentialités agro-écologiques spécifiques au terroir dans lequel il est implanté. Les principes de base de l'agroécologie sont le fondement de l'enseignement théorique et pratique dispensé sur le site.

Swisscontact

**FONDATION SUISSE POUR LA COOPÉRATION TECHNIQUE**

Quartier Dar Es Salam, Cité STIN, BP 12 676

Niamey, Niger

Tél. : +227 20 73 96 37

[www.swisscontact.org/niger](http://www.swisscontact.org/niger)