

28

H. O. W.
C. F. J.

32) Collection projet

H0000033

LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

DES LEGUMES AU SENEGAL



CENTRE POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'HORTICULTURE
CAMBERENE - DAKAR

REPUBLIQUE DU SENEGAL
MINISTERE DU DEVELOPPEMENT RURAL ET DE L'HYDRAULIQUE
DIRECTION GENERALE DE LA PRODUCTION AGRICOLE

SOMMAIRE

- Préambule
 - 1 Introduction
 - II **Généralités** sur les Productions **légumières** au **Sénégal**
 - 2-1 Les Zones de production
 - 2-2 Les Producteurs
 - 2-3 Les Productions
 - III **Les Centres de Consommation**
 - IV Les différentes voies de Collecte et de Distribution
 - 4-1 Le Courant traditionnel
 - 4-1-1 L'écoulement des produits par les femmes
 - 4-1-2 Les **Intermédiaires bana-banas**
 - 4-2 Le Courant Moderne
 - 4-3 Evaluation de l'importance des différents circuits
 - v Les difficultés d'écoulement des Produits
 - VI Conclusion
- En annexe : Diagramme représentant les différents circuits.

Préambule

Dans la situation actuelle de l'horticulture au Sénégal, les **problèmes** techniques qui se posent aux producteurs gravitent de plus en plus autour de la Commercialisation. Les productions horticoles, en particulier **légumières**, étant **destinées** à la vente, toute **difficulté** d'écoulement sera suivie de fâcheuses **conséquences** pour les producteurs. Assurer **à** ces derniers une bonne commercialisation de leurs récoltes est sans nul doute un important pas vers l'amélioration de leur revenu. Mais il est d'avance nécessaire de **connaître** et de **maîtriser** toutes les données des **problèmes** qui jalonnent le parcours des produits, de la planche du Jardinier à l'assiette du Consommateur, C'est dans ce cadre que cette **enquête** sur les circuits de Commercialisation a été réalisée, en suivant les **récoltes** dans leur acheminement des zones de production vers les consommateurs.

.../

I - INTRODUCTION

Les productions légumières **prennent** de plus en plus d'ampleur dans notre agriculture **par** suite non seulement de la demande nationale qui va s'accroissant mais encore des possibilités d'exportation. Le pays a déjà une certaine tradition dans la pratique de ces cultures dont la modernisation voit ses efforts au niveau de la production. Cependant **l'écoulement** des **récoltes** reste pour le producteur un sujet de préoccupation à chaque **campagne** malgré l'existence de circuits de distribution qui en principe devraient favoriser l'écoulement des produits. Ces circuits sont de deux types :

- les circuits traditionnels dominés par les intermédiaires **bana-banas** et les femmes des **maraîchers** et par lesquels transite la majorité de productions ;
- **les circuits** modernes où des organismes et entreprises de particuliers détiennent le monopole sur certaines spéculations : ONCAD, SOCADAPE (Société Capverdienne **pour le Développement** de l'Agriculture, de la Pêche et de **l'Elevage**), exportateurs du Cap-Vert.

A noter aussi les opérations de ventes directes **effectuées par certains** producteurs.

Quant aux différentes directions empruntées par les produits à la **sortie** des centres de production, les zones urbaines sont **les plus sollicitées** bien que pour certains légumes, les **quantités** dirigées **vers les marchés** hebdomadaires de **la campagne ne** soient pas négligeables. Trois axes favorisés par la situation des **zones maraîchères** et les infrastructures de transport convergent vers **Dakar** : le Nord, en provenance de **St-Louis**, **l'axe** central par Diourbel, le Sud **par** Kaolack par la route Nationale 1.

.../

II • GENERALITES SUR LES PRODUCTIONS LEGUMIERES AU SENEGAL

2-1 Les Centres de production

La principale zone des cultures maraîchères du pays est la zone comprise entre Dakar et St-Louis, longeant la **côte** ; partant de tous ces villages maraîchers du Cap-Vert, on aboutit ainsi au Gandiole par Djender, Mboro, Diogo, Lompoul, **centres de production** dispersés dans les Niayes. En dehors de cette **importante** région, on compte plusieurs centres secondaires : sur l'axe Dakar-Kaolack les zones de **Mbour** et de Gandiaye, la vallée du fleuve Sénégal dominee par les tomates industrielles et les ceintures péri-urbaines de Dakar, Diourbel, St-Louis.

2-2 Les Producteurs

La production va de l'entreprise paysanne traditionnelle à l'entreprise **agro-industrielle**. Le **maraîchage** traditionnel, caractérisé par une carence de moyens **logistiques** était **jusqu'à ces dernières années** tourné vers le marché national. Cependant de nos jours, certains producteurs et plus **particulièrement** ceux du Cap-Vert ont saisi **l'intérêt** que **représentaient** les spéculations d'origine européenne et pratiquent un **maraîchage** de plus en plus orienté vers elles. L'organisation de la production et l'**inexistence** de moyens de conservation causent de **sérieux** ennuis à ces producteurs dont la simultanéité des **récoltes** grossit l'offre et sature les **marchés**.

L'agro-industrie est représentée par la BUD, avec les tomates, les melons, les haricots et les poivrons principalement, la SAED fournissant à la **SOCAS** les tomates industrielles pour les conserves. Il existe d'autres producteurs de taille moyenne tels que la **Société Agricole Africaine**, **Caritas** . . . qui viennent renforcer le poids de ce secteur.

2-3 Les différentes productions

Les légumes produits dans le pays sont de deux catégories :

Les légumes de type africain : manioc, patate douce, piment, diakhatou, gombo etc.. . et les légumes d'origine européenne : haricot, pomme de terre, oignon, chou, carotte, laitue, tomates etc.,.

Les légumes africains sont généralement cultivés en plein champ et viennent bien en hivernage. Les pommes de terre, les oignons, les tomates, le manioc et les choux occupent les **premières** places dans la production. Qaant à la **qualité**, les meilleurs produits se retrouvent dans les exploitations modernes où l'entretien des cultures est plus soigné. Le producteur traditionnel se soucie peu de l'aspect qualitatif de ses récoltes qui souffriront davantage de l'emballage et des conditions de transport. Cependant avec la demande qui se fait de plus en plus exigeante, les **possibilités** de trouver des semences de qualité et de **bénéficier** des techniques de production, il est permis **d'espérer** de trouver à l'avenir des légumes de meilleure qualité.

.../

III LES CENTRES DE CONSOMMATION

Les Centres de consommation sont principalement les villes, Dakar en particulier. En effet c'est dans ces centres urbains que se retrouvent les **couches** les plus aisées de la population dont les habitudes alimentaires font appel de plus en plus aux légumes. Tous les **légumes** y sont consommés. C'est également vers Dakar que convergent toutes les quantités de légumes d'exportation. L'autre clientèle régulière des grandes **agglomérations** est constituée par les **établissements** à caractère collectif (Ecoles, **hôpitaux**), les garnisons militaires, ainsi que les **hôtels** et restaurants de la place.

Cependant les consommateurs de la campagne dont le pouvoir d'achat reste un frein pour un ravitaillement régulier en divers **légumes** se tournent surtout vers les légumes autochtones tels que le manioc, le gombo, l'oseille de **guinée**, le **béref** en plus des oignons, tomates et choux pouvant être utilisés dans plusieurs mets. Le ravitaillement se fait au niveau des marchés locaux hebdomadaires organisés à tour de **rôle** par les villages centres se **réservant** chacun un jour dans la semaine.

.../

IV LES PRINCIPALES VOIES DE COLLECTE ET DE DISTRIBUTION

En dehors des ventes directes d'importance secondaire, on trouve donc deux courants de circuits pour le ramassage des récoltes et leur **écoulement** vers les consommateurs. Cependant on ne saurait faire une nette distinction entre ces deux courants, certains agents du dit traditionnel pouvant évoluer au niveau du deuxième.

4-I Le Courant traditionnel

4-I-I Les ventes directes

C'est évidemment la meilleure formule pour les deux maillons **extrêmes** de la **chaîne**, le producteur et le consommateur. En effet, en plus du gain sur le prix, leur confrontation constitue pour l'agent producteur une excellente **école** de formation ; dans les autres circuits, les intermédiaires ne se soucient **guère** de la transmission d'informations entre producteurs et consommateurs. Le maraîcher ravitaille directement les détaillants des marchés et s'adresse même quelque fois aux consommateurs sans intermédiaire. Cette forme de vente **apparaît** avec les **premières récoltes**, certains producteurs voulant tirer le maximum de profit des ventes, mais aussi quand l'offre se renforce, la recherche de débouchés devenant **impérieuse**. Il arrive aussi qu'un producteur soit mandaté par ses collègues pour aller placer en ville leurs **récoltes** quand la production individuelle n'est pas assez **importante** pour exiger un déplacement (cas des producteurs de melons de Gandiaye). Pour ces ventes directes les Etablissements **à caractère** collectif (écoles, **hôtels** . . .) constituent une des **clientèles** les plus **régulières**. Toutefois les tonnages **écoulés** suivant cette forme de vente sont faibles **comparés** à ceux passant par les autres circuits.

4-I-2 Les femmes et la commercialisation des légumes

Dans la commercialisation des légumes au **Sénégal**, les femmes jouent un **important rôle** dans la fonction de distribution au niveau des **marchés**

Leur ravitaillement se fait à deux niveaux: chez les producteurs ou chez les **intermédiaires**.

Il s'agit essentiellement de femmes **des** maraîchers qui **achètent** les produits de leurs maris ou des voisins. C'est en général l'après-midi qu'**elles** visitent les jardins pour renouveler les stocks de la veille. Les **quantités** ainsi obtenues emballées dans des sacs de **récupération** ou dans des paniers seront envoyées le lendemain de bonne heure dans les points de vente-détail. Certaines vendeuses vont faire le "porte à porte" avec une clientèle conquise d'avance alors que la majorité **préfère** les **marchés** où elle dispose d'**étales** et à défaut, expose les marchandises à **même** le sol. Les produits sont présentés sous forme de petits tas ou en tranches suivant les espèces pour pouvoir répondre aux exigences des différents niveaux de bourse des clients.

Cependant l'adoption de la **pesée** est courante dans certains marchés de Dakar (**Kermel, Sandaga . . .**). Le prix **fixé** en fonction de plusieurs facteurs dont la qualité, l'importance de l'offre et de la demande, le milieu et la clientèle est souvent **établi après** discussions.

Ainsi ces femmes de maraîchers manipulent d'importantes quantités de produits et dans des centres de production comme **Cambérène, Niaga, Dèni Biram Ndao**, plus de la moitié des récoltes passe par leurs mains ; d'ailleurs les paysans **préfèrent céder** leurs **récoltes** à leurs femmes pour leur commercialisation tant que les problèmes de saturation de marché et de **débouchés** ne se posent pas. Il convient de noter que ces femmes ont surtout un rôle dans les zones de production **situées près** des centres urbains ; quand les distances à parcourir et les **quantités** à écouler deviennent importantes, d'autres agents apparaissent.

4-I-3 Les intermédiaires **Bana-banas**

Les **bana-banas** sont des ramasseurs-distributeurs, expérimentés dans le commerce des **légumes** et disposant quelquefois de moyens de locomotion propres ; certains sont des producteurs ayant **terminé** la commercialisation de leurs **récoltes** et qui utilisent leurs revenus dans ce commerce pour les **améliorer**.

Ces intermédiaires font la navette entre zones de production et centres de distribution et de consommation, récupérant les **récoltes** pour aller les distribuer aux grossistes et détaillants de **marché**. Les achats se font soit à l'estimation, ce qui est plus courant, soit au poids. Ainsi, certains **bana-banas**, bien avant la **récolte** viennent marchander une exploitation entière, une parcelle ou une planche. Les variations des prix sont très importantes et le **bana-bana** prendra toujours une marge de **sécurité** garantissant les risques de son métier. Ils n'hésitent pas à exploiter les **situations** difficiles des producteurs pour leur proposer des prix **dérisoires**. A ce niveau de la **commercialisation**, pratiquement il n'y a pas de **catégorisation** des marchandises, elles sont **payées** tout venant.

La redistribution des produits se fait dans les marchés. A **Dakar**, c'est surtout à Kermel et Castors que les intermédiaires rencontrent les grossistes (peu nombreux) et surtout les détaillants. Les formes de vente sont identiques à celles rencontrées au niveau du ramassage. Souvent les intermédiaires et les grossistes placent leurs marchandises sous forme de commission chez les détaillants. Au niveau des intermédiaires entre producteurs et consommateurs, les jeux des uns et des autres sont assez réduits. Les rapports entre marchands et clients sont **marqués** par la tentative des premiers à vouloir toujours tirer le maximum de profit sur les produits que les seconds ne consentiront qu'h payer moins chers.

Ce courant traditionnel difficile à **maîtriser** draine à lui seul l'essentiel des productions légumières du pays. Une collecte bien assurée, des intermédiaires sérieux et contrôlés aideraient à une meilleure organisation de son fonctionnement.

4-2 Le Courant moderne

Ils résultent du **développement** des cultures d'exportation, du souci de certains producteurs de mieux profiter de leurs récoltes et de l'intention des autorités administratives de **contrôler** la **commercialisation** de la pomme- de terre.

Ce courant regroupe les exportateurs du Cap-Vert, les entreprises **intégrant** production et commercialisation (**BUD, DATN . . .**), la **SOCADAPE** et **l'ONCAD**. Les **commerçants** et producteurs exportateurs entrent dans les circuits **intérieurs** par la collecte **effectuée** au niveau des paysans et les écarts de triage envoyés dans les **marchés** locaux. Ainsi pour le haricot, les entreprises exportatrices, la **BUD**, la **SOCADAPE** en ont assuré l'achat aux producteurs. La **BUD** dont la production est tournée vers les exportations, fournit au **marché** national un important tonnage issu des **écarts** de triage (tomate, melon, haricot).

La commercialisation de la pomme de terre a pris un nouveau tournant ces derniers temps, confiée exclusivement à **l'ONCAD** qui d'ailleurs l'a cédée à la **SOCADAPE** à partir de la campagne 1977-1978 au niveau du Cap-Vert. Ces deux organismes assurent l'achat des récoltes par le biais des coopératives paysannes sous leur contrôle, **16** à la **SOCADAPE** et **13** à **l'ONCAD** dans la région de **Thiès**. Les centres de polarisation se trouvent respectivement à Thiaroye et à Mboro ; c'est à leur niveau que se fait le triage de même que la paye aux producteurs (Pour **77-78** : premier choix : **80 frs**, grenailles : **40 frs**). Les **coopératives** sont spécialisées et comme leurs voisins du bassin arachidier, pour y adhérer les paysans doivent verser la somme de mille francs. Pour ce qui est de la redistribution de ces pommes de terre, elle est **réservée** aux commerçants cotataires (**34** à la **SOCADAPE** et **52** à **l'ONCAD**).

Au Gandiole, où cette commercialisation a **vécu** une année **d'expérience**, les récoltes ont été **acheminées** par **l'ONCAD** sur St-Louis où elles ont été **revendues** aux commerçants de la place.

La pomme de terre **bénéficie** donc d'un circuit de collecte et de distribution assez simple, cependant tous les **problèmes** ayant trait à son écoulement ne sont pas **résolus**.

Les rapports entre les deux courants **des circuits** sont des rapports de **complémentarité**. Les sociétés et particuliers exportateurs mettent leurs écarts de **trilage** dans les marchés par l'intermédiaire des **bana-banas**, grossistes et détaillants ;

il s'agit principalement de la BUD qui dispose de points de vente locale et d'intermédiaires grossistes (Kermel). D'autre part le ravi-taillement en pommes de terre locales des autres régions se fera par les intermédiaires au niveau des commerçants côtataires.

4-3 Evaluation de l'importance des différents circuits

Par suite de l'absence de données statistiques concernant la corunercialisation des productions maraîchères au niveau de tous les circuits' il serait difficile de vouloir comparer l'importance de ces derniers par les tonnages qui y passent.

Cependant pour en avoir une idée, nous avons choisi un certain nombre de maraîchers d'une douzaine de centres de production (Cambérène, Pikine, Niaga, Malika, Keur Massar, Dény, Djender, Mboro, Potou, Tassinère, Keur Alpha) pour constituer un échantillon de sondage. Ainsi pour l'ensemble de ces différents centres sur 100 paysans inter-roges moins de 10 commercialisent leurs récoltes par l'intermédiaire des femmes, la majorité (85) s'adresse aux bana-banas et les autres vendent eux-mêmes leurs produits. Mais suivant les zones, les proportions des différents circuits varient énormément. Ainsi au niveau des centres de production péri-urbains, les femmes l'emportent sur les autres inter-médiaires; à Cambérène elles assurent l'écoulement des récoltes presque à 100 pour 100, les maraîchers ne faisant appel aux bana-banas qu'en cas de nécessité. Ailleurs où les quantités à manipuler et les distances sont plus importantes, Mboro, Diogo, Potou, Tassinère . . ., c'est le domaine des bana-banas. Dans tous les cas, à coup sûr, on peut affirmer que plus des 3/4 des productions passent par les intermédiaires bana-banas, la fraction restante, revenant aux femmes et aux ventes directes. Dans cette évaluation ne sont pas compris les pommes de terre et les tonnages des légumes d'exportation.

.../

V - LES DIFFICULTES DE L'ÉCOULEMENT DES PRODUITS

Les problèmes de la commercialisation sont nombreux et **variés**. Ils intéressent tous les agents concernés par la production et la distribution. L'**irrégularité** de la production inorganisée, la **qualité** des produits, les conditions de stockage, d'emballage et de transport venant s'ajouter aux fluctuations des prix assez **marquées** et aux **débouchés** quelques frais incertains, **caractérisent** l'écoulement des produits du **maraîchage sénégalais** et plus particulièrement traditionnel. Les produits qui posent le plus de problèmes et qui sont d'ailleurs de loin les plus importants sont l'oignon et la pomme de terre. En plus de la concurrence due aux importations, ces produits souffrent des problèmes de stockage et de saturation de marché pour les oignons. En effet durant une bonne partie de l'**année** le Sénégal importe ces produits, ce qui n'est pas sans gêner la commercialisation **des** récoltes locales : importés, ces produits reviennent moins chers. **Malgré** l'arrêté d'interdiction d'importation en période de production, les importateurs font leurs commandes avant la publication **du dit arrêté** ce qui leur permettra de les faire venir par la suite **ou de constituer** des stocks et de **les écouler**, posant ainsi de sérieuses difficultés aux producteurs locaux.

S'il est **vraique** l'amélioration de leur sort dépend surtout des producteurs eux-mêmes qui pour s'insérer dans l'agriculture moderne doivent **nécessairement** suivre l'**évolution** des techniques de production, c'est sans nul doute aux autorités administratives qu'incombe la **résolution** de certaines questions dépassant le cadre de la production.

.../

VI - CONCLUSION

A la lumière de cette enquête au cours de laquelle, producteurs, collecteurs, distributeurs et détaillants ont été visités, la Commercialisation des productions légumières au Sénégal se fait suivant deux types de circuits :

- Un courant traditionnel qui échappe à tout contrôle des autorités et qui permet à un grand nombre de producteurs d'écouler leurs récoltes vers la majorité des consommateurs par l'intermédiaire de leurs femmes et surtout des bana-banas ; c'est un courant assez complexe qui malgré ses inconvénients n'est pas moins remarquable par ses avantages ; une fois assaini, il convient parfaitement au niveau actuel de développement de notre maraîchage ;
- Un deuxième type de courant englobe tous les circuits issus des tentatives de modernisation de la production et de la commercialisation des légumes. Les trajets sont alors plus simples. Les légumes sont d'assez bonne qualité et en majorité destinés à l'exportation, aux grands magasins et à certains marchés de Dakar pour les écarts de triage qui y rejoignent les produits de l'autre courant. En ce qui concerne la pomme de terre bénéficiant des mesures particulières, si la récolte est effectuée à maturité, le stockage assuré dans de bonnes conditions et la question des importations résolue, son écoulement ne doit poser aucun problème à l'ONCAD et à la SCCADAPE.

Il ne reste plus qu'à souhaiter que bientôt d'autres produits tels que les oignons puissent bénéficier de pareilles mesures.

Si la vente directe est la meilleure des formules par le contact qu'elle entretient entre producteurs et consommateurs et les bénéfices que les uns et les autres en tirent, l'existence des autres circuits s'avère indispensable pour le développement des cultures maraîchères. L'essentiel est d'agir en sorte que ceux qui s'y adonnent et y fondent leurs espoirs puissent en bénéficier, et autant que possible, tout en préservant l'intérêt des autres agents et plus particulièrement des consommateurs.

