

14.200LOU

ETUDE DE COMMERCIALISATION
DE PRODUITS MARAICHERS
EN BASSE CASAMANCE

RAPPORT FINAL

Ministère du Développement
Rural et de l'Hydraulique
SOMIVAC
Unité de Planification

B.P. 175 — ZIGUINCHOR

14.200 LOU

AID

LOUIS BERGER INTERNATIONAL, INC.
100 Halsted St., East Orange, N.J.
15, bd Pinet Laprade, Dakar, Sénégal

ETUDE DE COMMERCIALISATION
DE PRODUITS MARAICHERS
EN BASSE CASAMANCE

RAPPORT FINAL

Ministère du Développement
Rural et de l'Hydraulique
SOMIVAC
Unité de Planification

R.P. 175 — ZIGUINCHER

US AID

LOUIS BERGER INTERNATIONAL, INC.
100 Halsted St., East Orange, N.J.
15, bd Pinet Laprade, Dakar, Sénégal

TABLE DES MATIERES

	Page
CHAPITRE 1 INTRODUCTION	1.1
CHAPITRE 2 ETUDE DU MARCHE DES PRODUITS MARAICHERS EN BASSE CASAMANCE	2.1
2.1 Généralités	2.1
2.2 La production sénégalaise	2.1
2.3 Les importations au Sénégal	2.3
2.4 Les exportations du Sénégal	2.3
2.5 L'utilisation industrielle	2.3
2.6 Consommation globale du Sénégal	2.3
2.7 Types de consommateurs	2.5
2.8 Consommation par type de consommateur	2.5
2.9 Le marché en Basse Casamance	2.8
2.10 La demande "saisonnrière" de Basse Casamance	2.8
2.11 Production en Basse Casamance	2.10
2.12 Surplus-déficit en Basse Casamance	2.10
2.13 Les importations de légumes en Basse Casamance	2.12
2.14 Les exportations hors Basse Casamance	2.14
2.15 Le commerce interrégional	2.14
2.16 Les "gros consommateurs"	2.14
2.17 Autres débouchés pour les productions de Basse Casamance	2.19
2.18 Evolution de la demande en Basse Casamance	2.20
2.19 Conclusion de l'étude de marché	2.21
CHAPITRE 3 LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION	3.1
3.1 Généralités	3.1
3.2 Les marchés	3.2
3.3 La vente directe au consommateur	3.7
3.4 Le problème du transport	3.8
3.5 Le stockage des produits	3.11
3.6 La conservation des produits	3.11
3.7 Transformation des produits au niveau du village	3.13

3.8	Conclusions de l'étude du système de commercialisation actuel	3.13
3.9	Attributions et moyens d'une cellule de commercialisation des produits maraichers	3.14

CHAPITRE 1

INTRODUCTION

Il a été demandé au Consultant d'effectuer une étude du système de commercialisation intéressant les productions résultant des activités des femmes en milieu rural. Les points particuliers à évaluer étaient le marché, les coûts de commercialisation et en particulier de transport, les possibilités de stockage, conservation et transformation des produits, le besoin et la possibilité d'améliorer le système.

Le présent rapport présente les résultats des enquêtes et études du Consultant ainsi que certaines recommandations. Il est orienté essentiellement vers les problèmes de commercialisation des produits maraichers étant donné que ce sont les seuls produits donnant lieu et susceptible de donner lieu, dans le futur, à des activités, spécialement féminines, importantes. Il est à noter d'ailleurs que le fait que les producteurs soient des productrices est peu important du strict point de vue de la commercialisation. Le Consultant s'est appuyé sur le programme ⁽¹⁾ portant sur 14 villages pour concrétiser le type de développement présentement envisagé et évaluer son impact sur le système.

Le rapport comprend deux parties : l'évaluation des débouchés disponibles pour un surplus de production en Basse Casamance (Chapitre 2) et l'étude du système actuel de commercialisation et des aménagements qu'on peut lui apporter (Chapitre 3).

Le Consultant remercie les nombreuses personnes et organismes publics et privés qui ont accepté de collaborer avec lui dans sa recherche d'information..

(1) Programme de développement des cultures maraichères financé par l'US AID et portant sur 14 villages de Basse Casamance

ETUDE DU MARCHE DES PRODUITS MARAICHERSEN BASSE CASAMANCE2.1 GENERALITES

En l'absence de données sur les consommations moyennes de cultures maraichères en Casamance et en particulier en Basse Casamance, le Consultant a effectué une évaluation du marché potentiel à partir des consommations moyennes de légumes au Sénégal.

Pour ce faire, il a tout d'abord chiffré, au niveau du pays, les quantités consommées en ajoutant à la production locale les importations et en soustrayant les exportations et l'utilisation industrielle.

L'estimation porte sur l'année 1976, dernière année pour laquelle des statistiques sont disponibles.

2.2 LA PRODUCTION SENEGALAISE (cf. Tableau 2.1)

La production totale sénégalaise est indiquée au Tableau 2.1. Elle s'élève environ à 100 000 T avec une grosse prédominance de la région du Cap Vert (55 % de la production totale). La Casamance, avec environ 3 000 T, ne représente donc qu'environ 3 % de la production nationale. La grosse période de production se situe entre les mois de Décembre à Juillet avec une pointe en Mars.

Les productions des différents légumes (auxquels sont assimilés les melons et pastèques) étaient disponibles pour les régions du Cap Vert, de Casamance et du Fleuve. Pour les autres régions, une répartition au pro rata de la production totale a été adoptée en faisant abstraction des cultures industrielles.

A l'échelle nationale (ainsi d'ailleurs qu'au niveau de la Casamance) la principale spéculation est la tomate (34 900 Tonnes). Viennent ensuite les choux (9 400 T), les haricots (8 700 T), les oignons (8 500 T), les melons pastèques (6 400 T) et les pommes de terre (5 700 T).

PRODUCTION DE PRODUITS MARAICHERS AU SENEGAL
(TONNES, CAMPAGNE 1976)

	Cap Vert	Fleuve	Casamance	Autres ré- gions	Total Sénégal
Pomme de terre	3420	-	83	2167	5670
Oignon	5050	16	254	3200	8520
Tomate	12350	16795	929	4795	34869
Laitue	4896	-	58	486	5440
Chou	5274	390	339	3341	9344
Haricot	5525	-	81	3052	8658
Melon-Pastèque	4624	-	144	1657	6425
Poireau	3150	72	22	1996	5240
Carotte	1200	288	47	760	2295
Navet	1402	2240	28	888	4558
Aubergine	2264	62	523	729	3578
Poivron	3499	-	-	355	3854
Divers	1690	210	392	960	3252
TOTAL	54344	20073	2900	24386	101703

Source : Statistique du Ministère de l'Agriculture
et Calculs du Consultant

2.3 LES IMPORTATIONS AU SENEGAL (cf. Tableau 2.2)

Environ 20 000 Tonnes en 1976 sont constituées en quasi totalité de pommes de terre et oignons et prennent place principalement pendant la période d'hivernage, lorsque la production nationale s'arrête.

Cette spécificité des importations met en évidence le caractère saisonnier de la demande des primeurs à l'exception importante des pommes de terre et oignons pour lesquels une consommation continue est rendue possible par les importations d'Europe.

2.4 LES EXPORTATIONS DU SENEGAL

Elles sont assez difficiles à évaluer par produit. Le Consultant s'est basé sur les données d'exportation de la compagnie BUD SENEGAL qui est le principal exportateur. Les tonnages exportés avoisineraient les 10 000 T, avec pour principal légume exporté le poivron.

2.5 L'UTILISATION INDUSTRIELLE

Elle se limite pratiquement à la fabrication de concentré de tomate dans la région du Fleuve, laquelle absorbe environ 12 000 T de tomates.

2.6 CONSOMMATION GLOBALE DU SENEGAL

Celle-ci est calculée par produit au Tableau 2.2 . Elle est d'environ 100 000 T avec une très nette prédominance pour les tomates (21 600 T), les oignons (17 700 T) et les pommes de terre (15 800 T).

En moyenne, elle s'élève à 20 kg/habitant/an. Naturellement la consommation réelle varie beaucoup selon le type de consommateur et, pour cerner le marché de Basse Casamance, il est important de détailler l'analyse.

CONSUMMATION DE PRODUITS MARAICHERS AU SENEGAL
(TONNES - 1976)

	Production Sénégal	Importations (+)	Utilisation industrielle (-)	Exportations	Consommation
Pommes de terre	5670	10122			15792
Oignon	8520	9137			17657
Tomate	34869		12000	1299	21570
Laitue	5440				5440
Chou	9344				9344
Haricot	8658			1315	7343
Melon-Pastèque	6425			1068	5357
Poireau	5240				5240
Carotte	2295				2295
Navet	4558				4558
Aubergine	3578			683	2895
Poivron	3854			3512	342
Divers	3252			18	3234
TOTAL	101703	19259	12000	7895	101067

Source : Statistiques Commerce Extérieur
et estimations du Consultant

2.7 TYPES DE CONSOMMATEURS

Les cultures maraichères entrent progressivement, mais lentement, dans l'alimentation du Sénégalais, avec de fortes différences selon que l'on se trouve en milieu urbain ou en milieu rural.

Par ailleurs, elles sont chères et restent, dans une large mesure, réservées aux personnes disposant de revenus monétaires assez importants.

Pour tenir compte de ce fait, le Consultant a distingué trois types de consommateurs :

a) "Expatrié" : il s'agit des résidents étrangers ou d'origine non africaine, dont les moeurs alimentaires et les revenus élevés font de gros consommateurs de produits maraichers. A ce type sont assimilés les clients des hôtels.

b) "Urbain" : ce type regroupe les habitants des villes de plus de 10 000 habitants (en Basse Casamance, seuls les habitants de Ziguinchor et Bignona se trouvent classés dans ce type).

c) "Rural" : tout habitant du Sénégal non classé dans l'un des deux types précédents.

2.8 CONSOMMATIONS PAR TYPE DE CONSOMMATEUR

La répartition de la population par type de consommateur est fournie au Tableau 2.3 pour le Sénégal et la Basse Casamance.

Le Consultant a, par enquête directe, estimé la consommation annuelle moyenne par produit de l'expatrié (Tableau 2.4). Par ailleurs, d'après les quelques sondages qu'il a pu réaliser, il semble que l'on puisse admettre une consommation de l'"Urbain" égale en moyenne à 5 fois celle du "Rural".

Il est alors possible, en déduisant de la consommation totale la consommation des expatriés, d'évaluer la consommation moyenne annuelle et par produit du consommateur urbain et rural (Tableau 2.4).

TABLEAU 2.3
DONNEES DEMOGRAPHIQUES
(1000 habitants)

	Etranger	Urbain (1)	Rural	Total
CASAMANCE				
Dep ^t Ziguinchor	1	72	42	115
Bignona		15	135	150
Dussouye			29	29
TOTAL BASSE CASAM.	1	87	206	294
Dep ^t Sedhiou		9	206	215
Kolda		19	112	131
Velingara		9	87	96
TOTAL CASAMANCE	1	124	611	736
CAP VERT	39	793	153	985
DIOURBEL	1	135	707	843
FLEUVE	3	113	412	528
SENEGAL ORIENTAL		33	253	286
SINE SALOUM	4	150	853	1007
THIES	3	191	505	699
TOTAL SENEGAL	51	1539	3494	5084

(1) La population urbaine est définie comme celle des villes de plus de 10 000 habitants

Source : Enquête Démographique 1976 et Calculs du Consultant

TABLEAU 2.4

CONSOMMATIONS MOYENNES ANNUELLES
DE PRODUITS MARAICHERS AU SENEGAL
(Kg/An)

	Etranger	Urbain	Rural
Pommes de terre	52,9	5,8	1,2
Oignon	17,6	7,5	1,5
Tomate	17,6	9,2	1,8
Carotte	17,6	0,6	0,1
Melon	16,2	2,0	0,4
Salade	5,3	2,3	0,5
Aubergine	4,2	1,2	0,2
Chou	3,5	4,1	0,8
Navet	3,5	2,0	0,4
Poireau	2,8	2,3	0,4
Haricot	2,5	3,2	0,6
Divers	6,3	1,5	0,3
Total/personne (Kg/An)	150,0	41,7	8,2
Total Sénégal (Tonne/An)	7 700	64 200	28 700

L'"Expatrié" consommerait donc 150 kg de produits maraichers par an, l'"Urbain" environ 40 kg et le "Rural" 8 kg.

Le milieu expatrié, qui représente à peu près 1 % de la population représenterait en moyenne 8 % de la consommation avec d'assez fortes disparités selon les produits (17 % pour les pommes de terre, 5 % pour les oignons, 4 % pour les tomates).

Le principal marché est constitué par le milieu urbain sénégalais (65 % du marché total).

2.9 LE MARCHE EN BASSE CASAMANCE

Sur la base des consommations moyennes calculées ci-dessus, et en admettant que la demande potentielle en Casamance est voisine de celle de l'ensemble du pays, la Basse Casamance représenterait un marché d'environ 5 500 T de produits maraichers par an, dont 150 T pour le milieu expatrié, 3 600 pour le milieu urbain (essentiellement Ziguinchor) et 1 700 T pour le milieu rural (Tableau 2.5). Par ordre d'importance, la demande concerne les tomates (1 200 T), les oignons (1 000 T), les pommes de terre (800 T)

2.10 LA DEMANDE "SAISONNIERE" DE BASSE CASAMANCE

Par demande "saisonnier", le Consultant entend la demande qui peut être satisfaite par la production locale.

La période de production est plus courte en Basse Casamance que dans le reste du pays, ce du fait de la longueur de l'hivernage et de la nécessité, pour les femmes, de terminer les travaux de riziculture avant d'entreprendre le maraichage.

Le Consultant a admis que pour les pommes de terre et oignons, (dont la demande se répartit sur l'année entière comme expliqué précédemment) le coefficient de saisonnalité était de 4/12⁽¹⁾ et pour les autres produits (dont la demande est saisonnière à l'échelle nationale) de 6/8.

⁽¹⁾ C'est-à-dire que 4/12 de la demande annuelle peut être satisfaite par la production locale.

DEMANDE DE PRODUITS MARAICHERS EN BASSE CASAMANCE (TONNES)

2.9

	Milieu étranger	Milieu urbain sénégalais	Milieu rural sénégalais	Total demande annuelle	Demande saisonnière	Production saisonnière	Déficit/Surplus vis à vis production locale	
							-	+
Pomme de terre	53	508	241	802	267	71	196	
Oignon	18	650	307	975	325	225	100	
Tomate	18	801	379	1198	899	867	32	
Carotte	18	54	25	97	73	46	27	
Melon	16	176	82	274	205	144	61	
Salade	5	200	95	300	225	58	167	
Aubergine	4	204	49	157	118	491	-	373
Chou	4	356	164	529	397	338	59	
Navet	4	169	80	253	190	28	162	
Poireau	3	197	93	293	220	19	201	
Haricot	3	280	132	415	311	81	230	
Divers	6	126	10	192	144	387	-	243
TOTAL	152	3621	1712	5485	3374	2755	1235	616

Source : Calculs du Consultant

Dès lors la demande que l'on peut satisfaire localement tombe à 3 400 T dont 900 T de tomates, 270 T de pommes de terre 325 T d'oignons et 400 T de choux (Tableau 2.5).

2.11 PRODUCTIONS EN BASSE CASAMANCE

La production saisonnière de Casamance et Basse Casamance est indiquée au Tableau 2.6. sur la base de statistiques communiquées par les Services de l'Agriculture de Ziguinchor.

D'après ses enquêtes sur le terrain, ces chiffres paraissent élevés au Consultant. Il sont certainement imprécis, car calculés à partir des distributions de semences. Néanmoins, faute de meilleures données qui ne pourraient résulter que d'enquêtes agricoles de production, ils ont été retenus.

Ils font apparaître en 1976 une production totale de 2 750 tonnes, dont 870 T de tomates, 490 T d'aubergines, 340 T de choux, 225 T d'oignons.

2.12 SURPLUS - DEFICIT EN BASSE CASAMANCE

La comparaison de la demande "saisonnière" avec la production locale permet de dégager, pour chaque produit, les surplus - déficits, et, par suite, d'estimer le marché disponible pour une production supplémentaire (voir dernière colonne du Tableau 2.5).

La Basse Casamance serait donc en mesure d'absorber une production locale supplémentaire de 1 200 tonnes dont environ 200 tonnes de pommes de terre et 100 tonnes d'oignons. Il y aurait également un marché intéressant pour la salade, les navets, les poireaux et les haricots. Par contre, le marché apparaît relativement proche de la saturation pour les tomates et les melons-pastèques.

Des surplus assez importants apparaissent dans le domaine des aubergines et autres produits constitués principalement d'oseille et de gombos. Ces produits sont effectivement exportés vers le Nord (voir ci-après).

MARAICHAGE EN CASAMANCE
PRODUCTIONS EN TONNES (CAMPAGNE 1975-1976)

	DEPARTEMENT					TOTAL BASSE CASAMANCE	TOTAL CASAMANCE
	ZIGUINCHOR	BIGNONA	OUSSOUYE	KOLDA	VELINGARA		
Pomme de terre	42	26	3	12	-	71	83
Signon	120	71	34	7	22	225	254
Tomate	648	188	31	32	30	867	929
Laitue	58	-	-	-	-	58	58
Aubergine	426	61	4	6	26	491	523
Carotte	36	8	2	1	-	46	47
Poireau	18	1	-	-	3	19	22
Chou	306	28	4	1	-	338	339
Radis	28	7	1	-	5	36	41
Betterave	5	2	-	-	-	7	7
Navet	18	8	2	-	-	28	28
Haricot	66	14	1	-	-	81	81
Concombre	18	-	-	-	-	18	18
Poivron piment	18	-	1	-	-	19	19
Persil	24	5	1	-	-	30	30
Pastèque Melon	144	-	-	-	-	144	144
Bombo	173	-	-	-	-	173	173
Cseille	84	-	-	-	-	84	84
Diakhato	17	-	-	-	-	17	17
Cornichon	3	-	-	-	-	3	3
TOTAL	2252	419	84	59	86	2755	2900

Source : Calculs du Consultant à partir des statistiques du Service Régional de l'Agriculture de Casamance

2.13 LES IMPORTATIONS DE LEGUMES EN BASSE CASAMANCE

Actuellement, une part importante des produits maraichers commercialisés en Basse Casamance proviennent du Nord du Sénégal (et en particulier de la région du Cap Vert). Il est intéressant d'essayer d'évaluer ce courant d'importation qui est certainement substituable en partie par des productions locales.

Deux modes de transport sont utilisés :

a) la voie maritime

Le bateau Cap Skirring, qui dessert Ziguinchor une fois par semaine. Les légumes sont transportés en sacs et paniers sur le pont en tant que bagages des passagers (cf Tableau 2.7). Le Consultant estime les tonnages transportés à 450 tonnes/an.

b) la route

Il existe un transporteur régulier assurant, par camion lourd, la desserte de Ziguinchor : la S.A.C.I.C.A. Ses transports (cf Tableau 2. de pommes de terre et oignons s'élèvent à 45 tonnes/an.

Par ailleurs, un tonnage difficilement chiffrable parvient par petites quantités unitaires comme bagages accompagnés dans les cars rapides ou petits transports (camionnettes affrêtées par les banas-banas).

Une enquête origine-destination au niveau de Kaolack, effectuée par le Consultant pour un autre projet, a intercepté 5 tonnes de produits maraichers à destination de la Casamance en 2 jours.

En définitive, le Consultant estime à environ 1 200 tonnes/an les cultures maraichères importées en Basse Casamance (dont 450 tonnes par bateau et 750 tonnes par la route).

Les pommes de terre et oignons constituent la plus grosse part des produits importés.

TABLEAU 2.7
TRANSPORT DE PRODUITS MARAICHERS VERS LA CASAMANCE

I. BATEAU CAP SKIRRING

Recettes bagage pont
(sens Dakar-Ziguinchor)

Janvier	1977	84 100	F.CFA
Février		99 100	
Mars		127 450	
Avril		191 100	
Mai		223 300	
Juin		174 100	
Juillet		195 950	
Août		214 100	
Septembre		149 950	

Admettant que 2/3 des recettes correspondent à des transports maraichers au coût de 150 F.CFA/50 Kg, on obtient un tonnage annuel d'environ 450 tonnes.

II. TRANSPORT ROUTIER S.A.C.I.C.A.

Dakar-Ziguinchor

	Pomme de terre	Oignons
Pleine saison		
Janvier	1 575 Kg	5 265 Kg
Février	1 450 Kg	4 195 Kg
Mars	845 Kg	2 935 Kg
Basse saison		
Juillet	25 Kg	1 800 Kg
Août	250 Kg	700 Kg
Septembre	-	2 650 Kg
Moyenne annuelle	8,3 tonnes	35,1 tonnes

Principaux clients : Hôtels Aubert et Diola
Epicerie Sarah
Club Méditerranée

Source : Enquête du Consultant

2.14 LES EXPORTATIONS HORS BASSE CASAMANCE

Les aubergines, le gombo, l'oseille... semblent faire l'objet d'exportations vers le Nord qui se chiffrent à quelques centaines de tonnes. Les moyens de transport sont les mêmes et souvent les banas-banas "montent sur Dakar" avec des produits locaux.

2.15 LE COMMERCE INTERREGIONAL

Il est principalement le fait des bana-banas qui sont basés à Ziguinchor et revendent sur les marchés St Maur et Escale.

Le Consultant estime qu'il peut y avoir pour l'ensemble de la Basse Casamance une quarantaine de bana-banas impliqués régulièrement dans ce commerce. Admettant des ventes de l'ordre de 500 kg par semaine, on obtient une commercialisation de 1 000 T/an assurée par les bana-banas et constitué de produits importés du Nord du pays.

2.16 LES "GROS CONSOMMATEURS"

a) Le secteur du tourisme

La Basse Casamance possède un potentiel indéniable dans le domaine touristique, potentiel qui se traduit par la construction d'hôtels ou clubs de vacances.

Ces établissements constituent un débouché possible pour une production locale de légumes avec cependant les restrictions suivantes :

Il s'agit d'un marché qui est exigeant sur la qualité et la présentation des produits, qui requiert la régularité de l'approvisionnement et qui se détournera très facilement du marché local au profit de produits importés du Cap Vert en cas de difficultés.

Par ailleurs, il faut noter que la saison touristique se termine assez tôt en Casamance (vers fin Avril) et ne coïncide qu'en

partie avec la période de production.

Les principaux établissements recevant des touristes sont les suivants :

à Ziguinchor	Hôtel Diola 100 lits
	Hôtel Aubert 70 lits
	Hôtel Socitour (en voie d'achèvement) 150 lits
au dehors de Ziguinchor	Club Méditerranée au Cap Skirring 300 lits
	Annexe Aubert au Cap Skirring 40 lits
	Hôtel Socitour à Kabrousse 100 lits
	Hôtel Campement de la pointe St Georges (60 lits)

Le Consultant a obtenu les consommations de légumes du Club Méditerranée (voir Tableau 2.8). Elles s'élèvent à environ 40 tonnes pour une moyenne de 1 000 repas/jour pendant 6 mois.

Sur une base annuelle, cela correspond à 120 kg par lit.

Un établissement plus classique tel l'hôtel Diola sera ouvert 11 mois au lieu de 6, mais son taux de remplissage (voisin normalement de 65 %) sera plus faible que celui du Club (pratiquement 100 %) et la consommation annuelle par lit s'établira à 145 kg.

On peut donc retenir le chiffre moyen de 130 kg.an/lit, ce qui conduit à estimer la demande annuelle de ce secteur en Basse Casamance à 113 tonnes.

Les campements de brousse de Basse Casamance, orientés vers un tourisme de découverte, ne touchent que peu de personnes et fournissent une nourriture traditionnelle maigre consommatrice de produits maraichers.

b) Le Lycée de Ziguinchor (Tableau 2.9)

Il représente une consommation annuelle d'environ 15 tonnes. On peut admettre qu'au niveau de Ziguinchor les autres établissements d'enseignement portent la demande de ce secteur à 30 tonnes.

TABLEAU 2.8

CONSOMMATION DU CLUB MEDITERRANEE
DU CAP SKIRRING (300 lits)

PERIODE NOVEMBRE 1975-AVRIL 1976 (6 MOIS)
ENVIRON 1.000 REPAS/JOUR

<u>LEGUMES</u>		<u>FRUITS</u>	
Pomme de terre	15,0 tonnes	Ananas	7,0 tonnes
Oignon	5,0 "	Pomme	4,0 "
Tomate	5,0 "	Papaye	2,8 "
Carotte	5,0 "	Banane	2,7 "
Melon	4,6 "	Orange-ci- tron	2,5 "
Salade	1,5 "	Pamplemousse	1,3 "
Aubergine	1,2 "	Mangue	0,8 "
Chou	1,0 "	Fraises	0,5 "
Navet	1,0 "	Avocat	0,3 "
Poireau	0,8 "		
Haricot	0,7 "		
Celeri	0,6 "		
Concombre	0,5 "		
Courgette	0,4 "		
Radis	0,2 "		
TOTAL	<u>42,5 Tonnes</u> =====		<u>21,9 Tonnes</u> =====

Source : Enquête du Consultant

TABLEAU 2.9

I CONSOMMATION DU LYCEE DE ZIGWINCHOR

Par semaine et pour environ 300 repas/jour

Pomme de terre.....	280 Kg
Oignon.....	28 Kg
Salade.....	30 Kg
Tomate.....	33 Kg
Divers.....	20 Kg
TOTAL.....	391 Kg/semaine

Consommation annuelle : 13,5 Tonnes/an
(compte-tenu des vacances)

II CONSOMMATION DE L'HOPITAL DE ZIGWINCHOR

Par semaine et pour environ 140 repas/jour

Pomme de terre.....	35 Kg
Oignon.....	28 Kg
Chou.....	70 Kg
Carotte.....	7 Kg
Tomate.....	10 Kg
Divers.....	10 Kg
TOTAL.....	160 Kg/semaine

Consommation annuelle : 8,3 Tonnes

Source : Enquête du Consultant

c) L'Hôpital de Ziguinchor (Tableau 2.9)

Sa consommation annuelle est de l'ordre de 8 tonnes.

d) Le Camp Militaire

Le Consultant estime sa consommation à 30 tonnes environ (800 consommateurs "urbain").(1)

e) L'épicerie Sarah

Quoique n'étant pas à proprement parler un "consommateur", on peut également signaler cet établissement comme débouché possible à des ventes en gros sur Ziguinchor. Les ventes de détail annuelles sont de l'ordre de 100 tonnes avec approvisionnement actuel principalement sur Dakar et à partir de plantations privées.

En résumé, le groupe des "gros consommateurs" de légumes (hôtels, institutions...) représente en Basse Casamance un marché annuel (normalement plus facile d'accès pour des ventes en gros et semi-gros) de l'ordre de 300 tonnes (avec l'épicerie Sarah). Du fait de la saisonnalité de la production locale, celle-ci pourrait satisfaire environ 60 % de ce marché, soit 180 tonnes/an.

(1) confirmé par le Colonel dirigeant le camp qui situe sa consommation au double de celle de lycée, sans autre précision.

2.17 AUTRES DEBOUCHES POUR LES PRODUCTIONS DE BASSE CASAMANCE

a) La Casamance

Le reste de la Casamance, en particulier les zones urbaines de Sédhiou et de Kolda, aisément accessibles par la route, constituent certainement un débouché possible, encore qu'il soit difficile d'estimer la demande réelle dans ces zones aux revenus faibles. Même si l'on admet une demande unitaire égale en milieu urbain à 50 % de celle de Ziguinchor, on obtient un marché potentiel urbain de l'ordre de 350 tonnes/an avec des productions actuelles de l'ordre de 60 tonnes, donc un déficit de 290 tonnes dans cette zone.

b) La Guinée Bissao

La Guinée Bissao, et en particulier la capitale Bissao, est largement dépourvue de produits maraichers. Selon les renseignements disponibles, on pourrait y écouler une quarantaine de tonnes de pommes de terre/mois.

Les difficultés résident dans l'absence de liaisons commerciales établies entre les deux pays et la non convertibilité du pesos guinéen. Néanmoins, quelques courants d'échange s'établissent déjà.

c) La Gambie

La Gambie est déjà exploitée en tant que marché pour les fruits de Casamance. A noter en particulier des femmes bana-banas qui assurent le commerce des bananes qu'elles transportent et écoulent elles-mêmes dans la région de Banjul.

Les hôtels de tourisme de Gambie peuvent probablement absorber une partie des productions de la zone de Kafountine.

d) Les autres régions du Sénégal

Les autres régions du Sénégal, en dehors de la Casamance, sont elles-mêmes, soit grosses productrices, soit plus aisément desservies par la région du Cap Vert.

Il n'apparaît pas raisonnable de compter sur ce marché pour développer des productions maraichères en Casamance au-delà des possibilités d'absorption du marché local.

Pour ce qui est des légumes, les difficultés de productions et les distances de transports rendent inéconomiques d'envisager d'exporter, à une échelle notable, des légumes de la Basse Casamance vers les autres régions du Sénégal plutôt que de développer les productions dans ces mêmes régions.

En effet, à l'exception peut être de la culture de l'oignon, pour laquelle les sols casamançais sont souvent favorables, il semble bien exagéré de croire que la Casamance a une situation particulièrement favorable pour la production maraichère : la vocation particulière de la Casamance se situe plutôt dans le domaine fruitier où il existe de réelles possibilités de développement des productions de banaes, papayes, agrumes, ananas, avec desserte de l'ensemble du marché national.

2.18 EVOLUTION DE LA DEMANDE EN BASSE CASAMANCE

A titre indicatif, le Consultant donne ci-après quelques indications sur la tendance probable du marché en Basse Casamance de 1977 à 1982.

Milieu expatrié

La croissance de la consommation dépendra surtout du rythme d'extension du secteur touristique. Une augmentation de capacité du Club Méditerranée (200 lits) déjà acquise, et la mise en place d'ici 1982 d'un réceptif supplémentaire de 500 lits se traduiraient par une croissance moyenne annuelle d'environ 10 % de la consommation du milieu expatrié.

Milieu urbain

Admettant une stabilité des revenus urbains per capita, l'on retiendra un taux de croissance de la population urbaine de Ziguinchor de 7 % comme indicateur économique de l'évolution de la demande.

Milieu rural

Au taux de croissance moyen de 2 % de la population, on ajoutera 2 % pour tenir compte de l'augmentation probable des revenus monétaires ruraux résultant des assez nombreux projets de développement agricole prévus dans la zone.

Au total, la demande annuelle devrait se situer aux alentours de 8 000 T dont environ 4 800 T peuvent être satisfaites par la production locale -soit un taux de croissance moyen annuel de 6 % pour la période 1976-1982.

2.19 CONCLUSION DE L'ETUDE DE MARCHE

Il faut d'abord rappeler que ces résultats doivent être considérés avec prudence, étant donné l'incertitude affectant les rares statistiques disponibles.

Il serait, à ce sujet, souhaitable, pour mieux cerner le marché, d'effectuer des enquêtes de consommations à diverses périodes de l'année auprès des différents types de consommateurs, d'évaluer les productions actuelles à partir d'enquêtes sur le terrain plutôt qu'en se basant sur les quantités de semences distribuées, enfin de préciser les tonnages importés du Nord par la route en effectuant, par exemple, des sondages périodiques au bac de Ziguinchor.

Les résultats de l'étude de marché tendent à montrer que le programme actuellement mis en oeuvre, portant sur 14 villages à raison de 2 ha par village, et qui devrait donc contribuer à une production de 300 tonnes environ de cultures maraichères, doit trouver, sur le marché local de Basse Casamance, un débouché suffisant. Néanmoins, cette production supplémentaire représente une part importante du marché et il serait intéressant de ne pas

concentrer la production sur les pommes de terre et oignons, produits avec lesquels on risquerait de saturer le marché, étant donné la concentration des productions dans le temps. Les haricots, poireaux et navets semblent offrir des possibilités de diversification. Ce d'autant que, d'après les rares exemples de production de pomme de terre (plantation privée de Djibelor), celle-ci ne semble pas particulièrement adaptée au climat de Casamance (taux important de pourriture en sol dû à la chaleur).

Par ailleurs, le Consultant recommande, qu'étant donné l'étroitesse relative du marché et les grandes difficultés qu'il y aurait à devoir écouler des produits hors Casamance, aucun nouveau programme ne soit entrepris avant d'avoir pu évaluer les résultats du présent programme et, en particulier, résoudre, en pratique, les problèmes de commercialisation qui vont être évoqués maintenant.

CHAPITRE 3

LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION

3.1 GENERALITES

Dans ce Chapitre, le Consultant étudie le système de commercialisation des cultures maraîchères existant actuellement en Basse Casamance. Il est principalement orienté vers l'écoulement à Ziguinchor des légumes produits dans les environs de la ville ou importés du Nord. Il sera fait ensuite des recommandations sur les aménagements qui apparaissent souhaitables pour que le système puisse s'adapter à une production relativement importante disséminée dans différents villages de la région.

3.2 LES MARCHES

Le marché est, en dehors de la vente directe au consommateur, qui sera évoquée dans une section suivante, le lieu normal de vente des produits maraîchers.

Il existe naturellement des marchés dans toutes les localités de quelque importance (en Casamance, en particulier à Ziguinchor, Bignona et Kolda).

A Ziguinchor (cf. Tableau 3.1) l'on trouve en dehors des petits marchés de quartier d'intérêt très secondaire pour la vente des produits maraîchers, deux marchés importants :

a) le Marché ST. MAUR

C'est le marché principal de Ziguinchor. Il fonctionne toute la journée, est orienté vers la population locale et constitue aussi un marché de gros où l'on vient s'approvisionner pour la revente en détail. Ça n'est pas un marché spécialisé; on y vend pratiquement tout en dehors des légumes.

b) le Marché Escalé

C'est un marché plus petit mais aussi plus spécialisé en produits d'alimentation (légumes, fruits, viande, poisson). Il est plus spécialement fréquenté par

TABLEAU 3.1

STATISTIQUES DE COMMERCIALISATION

I MARCHES DE ZIGUINCHOR

Importants pour les ventes
de produits maraichers

Marché St Maur
Marché Escale

D'importance marginale

Marché Ngalao
Marché Boukotte Sud
Marché Santhiaba

II RECETTES MUNICIPALES CORRESPONDANT AUX VENTES DE PRODUITS
MARAICHERS

1 - Marché St Maur (droit 25 F.CFA/cuvette)

<u>Mois</u>	<u>Recette(F.CFA)</u>	
Août 1976	176 000	Estimation moyenne
Octobre 1976	174 250	annuelle : 2 250 000 F.C
Novembre 1976	220 000	

2 - Marché Escale (droit 25 F.CFA/cuvette)

<u>Mois</u>	<u>Recette(F.CFA)</u>	
Juillet 1976	67 250	
Août	80 250	
Septembre	45 750	Estimation moyenne
Octobre	72 625	annuelle : 950 000 F.CFA
Novembre	84 375	
Décembre	n.d.	
Janvier 1977	100 250	
Février	n.d.	
Mars	91 500	

Source : Enquête auprès du bureau du Trésor de Ziguinchor

la clientèle non-sénégalaise et l'on y trouve en conséquence l'éventail habituel des produits consommés par cette clientèle et moins de produits "locaux". Les prix y sont un peu plus chers qu'au Marché St. Maur.

Le Tableau 3.1 fournit des statistiques de recettes municipales sur ces deux marchés permettant de se faire une idée approximative des tonnages qui y sont commercialisés. En admettant que chaque droit correspond à une valeur marchande de 750 F et que, en 1976, le prix moyen du kg de légume était de 70 F, on obtient pour le marché St. Maur : 850 tonnes/an et pour le marché Escale : 380 tonnes/an, soit au total : 1200 tonnes/an.

En général, trois types de vendeurs de produits maraîchers sont rencontrés sur les marchés de Ziguinchor :

- a) la "vendeuse-productrice"
- b) la "vendeuse professionnelle"
- c) le "bana-bana"

a) la "vendeuse-productrice"

De façon typique à Ziguinchor, c'est une femme qui possède un petit jardin d'un ou deux ares, situé dans la banlieue ou un village proche de Ziguinchor et dont elle vient écouler la production (salade, tomates, choux, radis, navets) au jour le jour sur le marché. Elle s'est levée à 6h30 du matin, a arrosé son jardin, fait la récolte de la journée, chargé sa cuvette sur la tête, éventuellement s'est faite accompagner d'une gamine pour l'aider, et a marché jusqu'au lieu de vente, en amenant en moyenne une quinzaine de kilos de produits. Elle s'installera à son emplacement habituel entre 8 et 9 heures du matin, paiera une taxe de vente de 25 F CFA/cuvette et attendra les clients. Parfois, la vente sera rapide (une heure), parfois, surtout à la pleine saison, elle devra rester jusque vers midi pour écouler sa production. Il lui arrivera de devoir baisser

ses prix de 20 à 30% pour pouvoir "liquider" en fin de marché. Si ces invendus sont importants, elle les ramènera chez elle avec l'espoir de les vendre le lendemain. Elle aura alors des pertes du fait de la fragilité des produits maraîchers. En moyenne, elle estime les pertes à 10% de la production.

Son chiffre d'affaires par matinée de vente sera de l'ordre de 1500 F CFA. Pour l'ensemble de la saison, ses revenus totaux pourront osciller autour de 50 000 F CFA.

Ayant un accès relativement facile au client, elle est très individualiste et tiendra souvent à assurer elle-même la vente de ses productions, au mépris du temps investi, si elle estime y trouver un avantage financier.

b) la "vendeuse professionnelle"

C'est en fait une revendeuse qui achète auprès des producteurs ou des bana-bana des légumes au kilo et revend au détail, souvent par petit tas. La distinction avec la vendeuse-productrice est parfois arbitraire en ce sens qu'elle peut aussi avoir un jardin. Néanmoins, elle continuera à vendre - hors saison - des produits importés du reste du pays qu'elle se procurera auprès des bana-bana. Elle pourra s'approvisionner au marché St. Maur pour revendre sur un autre marché.

Un cas typique est l'achat de tomates locales à 80 F le kilo et leur revente à 25 F CFA les trois. Les marges sont de l'ordre de 20% à 30%. La vendeuse professionnelle pourra revenir l'après-midi (au marché St. Maur qui fonctionne toute la journée) et vendre jusqu'à vers 19 heures. Son chiffre d'affaires se situerait autour de 2000 F CFA par jour, ce qui lui laisserait une marge d'environ 500 F CFA. Il est évident que la marge prélevée par les vendeuses professionnelles apparaît trop élevée. à celles des productrices qui, une fois sur le marché, choisissent de vendre elles-même.

Il est important de noter que peu de vendeuses professionnelles s'approvisionnent directement chez les producteurs. De façon courante elles achètent les produits qu'elles comptent vendre dans la journée, le matin dans un marché (et principalement au Marché St. Maur.)

c) Les bana-bana

Les bana-bana impliqués dans la commercialisation des cultures maraîchères sont presque toujours des hommes. On en retrouve un certain nombre au marché Escale (trois ou quatre) et surtout au marché St. Maur (une bonne vingtaine). Ils sont installés de façon un peu moins sommaire que les femmes, ayant en général un petit étal où sont présentés les pommes de terre, oignons et choux, et possédant derrière un espace plus ou moins enclos où s'accumulent les sacs de 25 et 50 kg de légumes. Le bana-bana ne vend pas au détail, mais au kilo.

A l'heure actuelle, les bana-bana sont presque exclusivement intéressés par la commercialisation des produits importés en Casamance depuis le reste du Sénégal (produits Sénégalais durant la saison; produits importés d'Europe hors saison). Interrogé sur les raisons de cet état de choses, le bana-bana répond qu'il y a trop peu de production en Casamance, qu'elle est dispersée, de qualité variable et souvent trop chère. Il est évident que cet état de choses pourra changer le jour où il y aura sur place une production importante des produits qui les intéressent particulièrement (pommes de terre, oignons, choux, navets, entre autres).

Les bana-bana possèdent un certain fond de roulement qui leur permet de se rendre (ou d'envoyer un ami) périodiquement dans le Nord du pays où il va s'approvisionner (à Dakar ou Kaolack chez les commerçants grossistes tels que la Fruitière du Sénégal, ou directement chez le producteur).

Les marges réelles sont difficiles à évaluer car si le bana-bana possède toujours quelques factures officielles (qu'il montre au Contrôle Economique de Ziguinchor), une part importante de ses produits provient en fait d'un marché parallèle où les prix se négocient.

Théoriquement les marges sont fixées par décret. Ainsi une marge de 12 à 15% est tolérée sur le prix d'achat (avec pièce justificative) à Dakar auquel s'ajoute le coût de transport (7 F CFA/kg.).

Pour les légumes achetés aux producteurs Sénégalais les marges réelles semblent être de l'ordre de 30% à 35% y compris le transport.

Les bana-bana ne sont guère appréciés des services officiels du gouvernement qui leur reprochent de contrarier les essais de structuration du marché. Les bana-bana de leur côté ont une méfiance instinctive de toute organisation des producteurs (système coopératif ...) qui diminue évidemment leur liberté de manoeuvre.

En fait il faut du moins reconnaître au système des bana-bana son principal mérite, à savoir celui d'exister et d'assurer la circulation et la revente des produits. Il est certain que le bana-bana peut se trouver en position de force par rapport au producteur isolé, mais le fait que l'ONCAD ne parvient à commercialiser que le cinquième de la production sénégalaise, dont elle a théoriquement le monopole, montre que le producteur trouve parfois aussi son compte à sortir des systèmes officiels trop rigides mis en place pourtant pour son bénéfice. Il faut noter enfin que si la multiplicité des bana-bana nuit naturellement à une organisation plus rationnelle des circuits (augmentant en particulier les coûts de transport), elle concourt par ailleurs à maintenir un élément modérateur de concurrence sur le marché.

3.3 LA VENTE DIRECTE AU CONSOMMATEUR

Les femmes productrices peuvent, bien sûr, vendre une partie de leur récolte directement au consommateur, qu'il s'agisse de consommateurs privés ou des "gros consommateurs" mentionnés au Chapitre précédent.

A Ziguinchor, les plus gros consommateurs s'approvisionnent pour la plupart de leur consommation sur les marchés ou occasionnellement à l'épicerie Sarah. Ils réclament, en effet, des quantités qui dépassent les possibilités de la productrice individuelle. Il y a quelques exemples d'organisation de groupement de production au niveau d'un village pour fournir un consommateur (approvisionnement du camp militaire par une coopérative, approvisionnement d'un privé pour mise en bocal de cornichons). Ces tentatives se sont soldées par des échecs dûs apparemment à des désaccords sur la qualité des produits et les prix finalement payés après rejet des productions non satisfaisantes.

En dehors de Ziguinchor, le secteur du tourisme, en particulier dans la zone côtière du Cap Skirring, offrent d'autres possibilités. Les systèmes d'approvisionnement adoptés varient presque avec chaque hôtel.

- L'hôtel Aubert et son annexe du Cap Skirring font largement appel aux produits importés et aux productions d'un potager privé. Sur le plan local, les achats sont faits selon les besoins et de façon assez régulière. Ce système est quelque peu décourageant pour les productions locales. Les résultats obtenus par des expatriés bénéficiant des connaissances techniques, de l'eau à volonté, d'engrais, de semences appropriées et disponibles au bon moment, de produits phytosanitaires sont évidemment sans commune mesure avec ceux que peuvent espérer des femmes, pour l'instant mal encadrées du fait du manque de moyen des services de l'agriculture et de la promotion humaine et faisant face, avec leurs maigres moyens, aux difficultés techniques indéniables de la production.

- Le Club Méditerranée fait assez largement appel à la production locale. Il fournit occasionnellement des semences aux productrices. Celles-ci viennent, chaque matin, apporter leur production. Des bons payables à la fin du mois leur sont donnés. Le Club est exigeant sur la présentation des produits, mais le système apparaît assez satisfaisant. L'amélioration la plus évidente serait une meilleure adéquation de l'offre et de la demande journalière.

- Les hôtels Socitour se proposent d'aménager près de leur hôtel une parcelle clôturée, d'y amener l'eau, de fournir du petit outillage et de procurer les semences aux producteurs/trices qui voudront y cultiver des légumes dont ils leur garantissent l'achat. Ce système n'est pas encore testé. Il a l'inconvénient de singulariser un petit groupe de producteurs en leur donnant certes des facilités de productions, mais en en faisant, à la limite des employés indirects de l'hôtel.

Des trois systèmes décrits, le deuxième est celui qui s'intègre le mieux dans la politique de développement choisie par le gouvernement et matérialisée par le programme actuel.

3.4 LE PROBLEME DU TRANSPORT

Actuellement, les productrices de cultures maraichères de Basse Casamance ont à leur disposition les moyens suivants pour assurer le transport de leurs produits du lieu de culture au point de vente :

a) la marche à pied
C'est un moyen relativement adéquat pour des distances de transport inférieures à 5-6 km et dans le cas de productions et ventes morcelées assurées individuellement.

b) l'utilisation de taxi
Cela est pratiquement impossible -une course d'une dizaine de kilomètres coûte 300 F.CFA et mange environ 50 % de la marge que peut espérer retirer la productrice de ses ventes du jour.

c) le service de l'agriculture

Il peut mettre, et a mis dans le passé, à la disposition des producteurs une camionnette moyennant paiement du prix de l'essence. C'est actuellement une solution de dépannage plutôt qu'un système organisé.

d) le recours à l'O.N.C.A.D.

Cela constitue certainement une possibilité pour le cas d'un village ayant déjà une production conséquente, de quelques tonnes transportables par camion. Les tarifs pratiqués par l'O.N.C.A.D. (voir Tableau 3.2) sont inférieurs à ceux du secteur privé. Le problème reste de savoir si l'O.N.C.A.D. s'intéresserait vraiment au transport des produits maraichers. Ce n'est certainement pas sa vocation d'origine et il n'est pas évident que cet organisme très lourd et administratif puisse s'adapter à la flexibilité requise pour assurer à plus grande échelle, et de façon routinière, le transport de cultures maraichères. Néanmoins, à court terme, le recours au parc de l'O.N.C.A.D. apparaît comme une solution plausible.

c) le recours au transporteur privé

Cela s'est déjà pratiqué dans quelques cas. Par exemple : transport d'oignons de Diembering à Ziguinchor (85 km d'une assez mauvaise route en terre), coût de l'aller-retour d'un camion de 10 T : 30 000 F.CFA.

Le problème des transports en Casamance est naturellement rendu difficile par l'absence de routes revêtues en dehors des axes Dakar-Ziguinchor et Ziguinchor-Kolda. La construction de la route Ziguinchor-Cap Skirring est étudiée depuis plusieurs années déjà, mais des difficultés de financement en retardent la réalisation.

La contrainte du transport est une réalité dont il faut tenir compte car elle ne s'allègera que lentement dans le futur prévisible. Il faut, dans toute la mesure du possible, développer les productions à proximité des points de vente.

Le Consultant a calculé et présente, au Tableau 3.2 les coûts kilométriques de transport/kg, en supposant l'utilisation de différents types de véhicules. Etant donné l'état de l'infrastructure routière et les contraintes de transport d'une production fragile,

TABLEAU 3.2
COÛTS DE TRANSPORT

I VEHICULE TYPE CAMIONNETTE PEUGEOT 404 BACHEE

Hypothèse = chargé à 500 kg dans un sens

- vide dans l'autre sens
- y compris salaire conducteur

	Route revêtue	Route en terre	Mauvaise piste
Coût/km(F.CFA)	53,2	68,0	99,4
Coût/kg(F.CFA)	0,21	0,27	0,40

II VEHICULE TYPE : CAMION LEGER (SG2 - SG4)

Hypothèse - chargé à 2 500 kg dans un sens

- vide dans l'autre sens
- y compris salaire conducteur

	Route revêtue	Route en terre	Mauvaise piste
Coût/km(F.CFA)	71,3	86,5	130,2
Coût/kg(F.CFA)	0,06	0,07	0,10

III TARIFS O.N.C.A.D

Transport arachide

Route revêtue (F.CFA)	Moins de 37 km 700/T + 10/T.km	Plus de 37 km 400/T + 18/T.km
Route en terre (F.CFA)	Moins de 29 km 700/T + 13/T.km	Plus de 29 km 400/T + 23/T.km
Mauvaise piste (F.CFA)	Moins de 13 km 700/T + 30/T.km	Plus de 13 km 400/T + 52/T.km

probablement sommairement conditionnée et dispersée dans de nombreux villages, le coût réel de transport sur 100 km en Basse Casamance est à peu près égal au tarif commercial de transport par camion lourd, entre Dakar et Ziguinchor (7 F/kg).

3.5 LE STOCKAGE DES PRODUITS

Il n'y a pas actuellement d'infrastructure de stockage des produits maraichers, ni à Ziguinchor, ni dans les villages producteurs. C'est certainement une lacune grave à partir du moment où l'on envisage une production suffisamment importante pour être regroupée, triée et transportée par véhicule. Il serait souhaitable d'avoir, dans chaque village producteur un abri même rudimentaire où les légumes puissent être entreposés après avoir été récoltés et en attendant leur évacuation.

A titre indicatif, le Consultant fournit au Tableau 3.3 une estimation du coût de construction d'une unité de stockage rustique mais suffisante d'une vingtaine de m² qui ressort à environ 300 000 F.CFA. Admettant que 5 % de la valeur moyenne d'une production annuelle de 20 tonnes, soit environ 100 000 F.CFA, sont économisés (par suppression de pertes) grâce à cette unité, sa rentabilité économique semble assurée.

3.6 LA CONSERVATION DES PRODUITS

Il n'existe guère de possibilités techniques d'assurer une conservation artificielle des légumes. Il est évident que plus le produit est périssable, plus l'offre doit "coller" à la demande sous peine d'avoir des pertes importantes (tomates, salades). Pour les produits moins périssables, tels que les oignons, qui peuvent se conserver deux mois après leur récolte, il faut étaler la production dans le temps, éviter les récoltes tardives qui se conservent mal avec l'augmentation de l'humidité à l'approche de l'hivernage, respecter les normes techniques appropriées pour chaque spéculation

TABLEAU 3.3
 COUTS DE CONSTRUCTION D'UNE UNITE DE STOCKAGE
 (20 m2)

I	PREPARATION DU TERRAIN 40 m2 débroussage, etc.	10 000 F
II	MACONNERIE Murs : 50 m2 en agglomérés pleins de granulats lourds 10x20x40 Chape : 20 m2 en béton non armé épaisseur 10 cm	125 000 F 50 000 F
III	FERRONERIE Charpente en UPN 100 (100 kg)	30 000 F
IV	PEINTURE Peinture antirouille au minimum de plomb (2 kg)	2 500 F
V	COUVERTURE 20 m2 plaque ondulée en amiante-ciment	35 000 F
VI	MENUISERIE 0,5 m3 bois tropicaux charpente avivés 4 faces 2e choix tous sciages pour porte, étagères, etc.	32 500 F
	TOTAL T.T.C.	285 000 F
	DIVERS ET IMPREVUS (10%)	28 500 F
	<u>TOTAL</u>	<u>313 500 F</u>

(arrêt d'arrosage avant récolte, maturité du produit...).

Une expérience de conservation d'oignons par séchage est actuellement en cours à Ziguinchor. C'est un projet à suivre, mais il paraît douteux, étant donné les coûts impliqués, de pouvoir généraliser le procédé.

3.7 TRANSFORMATION DES PRODUITS AU NIVEAU DU VILLAGE

En dehors de quelques cas de fabrication de purée de tomates, il n'existe pas d'exemple de transformation des produits au niveau du village et l'on voit mal ce que l'on pourrait envisager dans ce domaine. La purée de tomates n'a pas elle-même une conservation très longue, elle implique une perte de valeur par rapport au produit frais et elle n'est pas d'utilisation courante en Basse Casamance.

Au niveau de Ziguinchor, on pourrait par contre envisager, pour certains produits, la mise en bocal (cornichons) ou la conserve (haricot). Le fait que l'unique expérience casamançaise ait été abandonnée et que le Cap Vert, pourtant mieux placé à bien des égards, ne possède pas de telles activités, incite certainement à la prudence.

3.8 CONCLUSIONS DE L'ETUDE DU SYSTEME DE COMMERCIALISATION ACTUEL

Le système actuel fonctionne de façon relativement satisfaisante. Il apparaît, par contre, peu préparé à absorber des productions importantes éloignées de Ziguinchor (transport difficile, absence de possibilité de stockage, marché inorganisé).

Il est fort possible qu'il s'adapte de lui-même, en particulier par l'intervention en brousse des bana-bana. Néanmoins, il est probable que les coûts de commercialisation seraient plus élevés que nécessaires, étant donné l'incapacité même des bana-bana de faire face de façon rationnelle et donc économique au problème de transport.

Le Gouvernement a déjà en fait choisi une solution au problème : l'organisation systématique des producteurs en coopératives de production et de vente. Il y a actuellement deux coopératives de production fonctionnant à Boukot Ouoloff et à Kartiack. Il n'y a pas encore de coopératives de vente. Il est prévu d'avoir une union régionale des coopératives de vente qui serait donc responsable de l'ensemble de la commercialisation sans que les modalités exactes de son intervention soient encore définies.

Le Consultant estime qu'il est effectivement indispensable d'organiser les producteurs de façon à avoir au niveau du village un interlocuteur unique pour la commercialisation. Pour ce qui est du problème global du transport et de l'écoulement des produits, le Consultant définit, dans la section suivante, les objectifs et les moyens dont devrait disposer une "cellule de commercialisation" (basée à Ziguinchor) sans préciser, pour l'instant, dans quelle structure elle devrait s'insérer.

3.9 ATTRIBUTIONS ET MOYENS D'UNE "CELLULE DE COMMERCIALISATION" DES PRODUITS MARAICHERS

Les objectifs seraient d'assurer au plus juste prix pour les producteurs/trices la collecte et l'écoulement de leur produit.

Les moyens matériels nécessaires seraient :

- un bureau 2 pièces
- un petit entrepôt -aire de stockage avec éventuellement une chambre froide
- un véhicule : camion léger 5 T de charge utile maximum, bien adapté au transport sur mauvaise route.

Les moyens humains comprendraient :

- un directeur/gérant/comptable -compétent; il devrait avoir un profil de commercial avec de bonnes notions de comptabilité. Il devrait avoir une expérience pratique (ou avoir suivi un stage de formation) des problèmes de commercialisations de légumes au Sénégal (chez un commerçant-grossiste par exemple). Durant la période de démarrage, il pourrait travailler comme homologue

d'un jeune assistant technique étranger (V.S.N français ou Corps de la Paix américain).

- une secrétaire
- un chauffeur
- quelques manoeuvres

Les tâches seraient :

- suivi de la demande (contact avec les gros consommateurs de Casamance, l'épicerie Sarah, les grossistes des marchés etc... et approche et évaluation des autres marchés identifiés au Chapitre 2),
- suivi de l'offre (contact avec les services de l'agriculture et visite occasionnelle des centres de production),
- élaboration du plan de vente et de transport,
- exécution du plan.

Le Consultant fournit au Tableau 3.4 une estimation du budget mensuel de fonctionnement d'une telle cellule.

D'un point de vue financier, l'objectif serait d'assurer les frais de fonctionnement et d'amortissement sans réalisation de profit.

Il serait souhaitable, sans que cela soit absolument nécessaire, que les producteurs soient payés comptant. Pour cela, il faudrait doter la cellule d'un fond de roulement adéquat.

Il apparaît que la commercialisation de 100 T par mois avec un prélèvement de 10 à 15 F par kilo, devrait permettre d'assurer l'équilibre du fonctionnement (y compris amortissement du véhicule) c'est-à-dire de dégager des recettes de l'ordre de 1,2 millions F.CFA/mois. L'utilisation de cette cellule de commercialisation ne devrait pas être obligatoire, mais dictée aux producteurs/trices par leur propre intérêt.

TABLEAU 3.4

BUDGET MENSUEL DE FONCTIONNEMENT
D'UNE CELLULE DE COMMERCIALISATION

SALAIRES

- Directeur/gérant	150 000
- Secrétaire	60 000
- Chauffeur (p.m., inclus dans frais véhicule)	
- 3 manoeuvres	120 000

LOCATION

Bureau + aire entrepôt	120 000
------------------------	---------

FRAIS FONCTIONNEMENT

Bureau	60 000
Entrepôt	60 000

VEHICULE (camion léger)

6 000 km/mois

dont 1 500 sur route revêtue

1 500 x 71,3 107 000

3 000 sur route en terre

3 000 x 86,5 260 000

1 500 sur mauvaise piste

1 500 x 130,2 195 000

TOTAL VEHICULE 562 000

TOTAL/MOIS 1 132 000 F.CFA

Une telle cellule de commercialisation peut-elle s'insérer dans le cadre d'une structure de coopératives de vente? Le Consultant en doute car l'on voit mal comment une coopérative ou union de coopératives pourrait supporter les frais annuels de fonctionnement alors que les activités de collecte et vente de légumes seront limitées à un maximum de six mois.

Il semble plus souhaitable d'insérer cette cellule dans une organisation permanente où elle pourrait opérer dans un domaine voisin pendant la période d'inactivité des productions locales, par exemple, commercialisation au nord du Sénégal des fruits produites en Casamance ou commercialisation en Casamance de produits importés du Nord.

La Société Nationale d'Horticulture serait toute désignée pour assurer ce rôle. Malheureusement, elle est encore à l'état de projet. Entre temps, la SOMIVAC peut, peut-être, avec une aide financière appropriée, intervenir dans ce domaine.



