

Etude socio-économique de la production et de la commercialisation de l'oignon dans l'Alibori

M. N. BACO⁶, S. BELLO⁷ et F. ASSOGBA-KOMLAN⁸

Résumé

L'oignon (*Allium cepa*) est un légume apprécié par la plupart des peuples à travers le monde. Au Bénin, sa production est surtout développée dans le département de l'Alibori. Cette étude a été initiée afin d'évaluer la rentabilité et les facteurs qui affectent la production de l'oignon et son circuit de commercialisation. L'étude a été conduite dans les villages de Tomboutou et de Kargui. Vingt (20) producteurs ont été suivis par village soit un échantillon de 40 de producteurs d'oignon pour les deux villages. Les intermédiaires commerciaux dont les agents du Comité de Réception et de Vente d'Oignon (CORVO) ont été aussi impliqués dans ce travail, pour comprendre le mécanisme de fonctionnement et de réglementation de la commercialisation dans les marchés de la région. La taille moyenne des exploitations impliquées dans la culture d'oignon est de 14 personnes. Les cultures maraîchères occupent près de 20% des superficies emblavées. La superficie moyenne de l'oignon est de 1 ha, ce qui représente 57% des superficies totales consacrées aux cultures maraîchères. Sur la base des superficies cultivées en oignon, une typologie des exploitations a été constituée avec 3 groupes. Il n'existe pas de corrélation entre la superficie emblavée et la taille des exploitations. Comme toutes les cultures maraîchères, les charges liées aux intrants de production de l'oignon sont les plus importantes du total des coûts de production et représentent 57%. Une fois produit, l'oignon est vendu principalement sur le marché de Malanville où le CORVO organise la commercialisation. Le prix de l'oignon varie au cours de l'année de 5.000 à 30.000 F CFA le sac de 90 à 110 kg. La marge bénéficiaire des paysans est fonction de la période de vente. L'analyse économique de la production et de la commercialisation révèle que l'oignon est une culture rentable pour le paysan et que cette rentabilité peut être améliorée par des stratégies de conservation ou de vente par déstockage progressif et qui tiennent compte de la demande du marché.

Mots-clés : production, commercialisation, oignon, Alibori, Bénin.

Socio-economic study of onion production and marketing in the department of Alibori in Northern Bénin

Abstract

The onion (*Allium cepa*) is a vegetable consumed by many people in the world. Its production is developed in Benin mainly in Alibori department. This study aims to estimate its profitability and to determine factors that affect its production and its marketing channel. The inquiry has been carried out in Tomboutou and Kargui, two villages located in the North-Eastern Bénin. Forty producers have been investigated. The commercial middlemen including the comity of onion receipt and sale's brokers were involved in that task, so to understand the mechanism of working and regulation of the sole in the Malanville regional market. The medium size of the farmers involved in the onion cultivation is 14 persons per household. Vegetable crops occupy nearly 20% of the total area cultivated medium area of onion is 1 hectare, representing 57% of the total area intending in trucks farming. On the basis of the onion growing area, a typology of the farming is made up of three groups. There're no correlation between the size of area cultivated and the size of the household. Like every trucks farming, the charges related to onion growing inputs are the most important as for as the general cost of production and represents 57%. When onion is produced, it is mainly sold in Malanville market where the sale comity organises the marketing. Its price varies in the year from 5,000 to 30,000 F CFA per sack of 90 to 110 kg. The dropouts of producers depend on the period of

⁶ Institut National des recherches Agricoles du Bénin (INRAB), CRAN/ Ina. BP : 27 Parakou. e.mail : nasserbaco@yahoo.fr

⁷ Institut National des recherches Agricoles du Bénin (INRAB), CRAN /programme oignon, B.P. 160/168 Kandi, @ : bello_saliou@yahoo.fr/rdalibori@borgou.net

⁸ Institut National des recherches Agricoles du Bénin (INRAB), CRA-Agonkanmey. Cotonou e.mail : fakvine60@yahoo.fr

sale. The production and marketing economic analysis shows that onion is a vegetable which is profitable for producers and such a profitability can be improved through some conserving strategies or progressive sale by unstocking and which also will take into account the demand of the market.

Keywords : production, marketing, onion, Alibori, Bénin.

Problématique

L'oignon (*Allium cepa*) est un légume apprécié par la plupart des peuples du Globe (Currah et Proctor, 1996). Recherché pour sa saveur plus ou moins prononcée, il entre dans les préparations culinaires de nombreux pays. De plus, l'oignon est fort prisé comme remède traditionnel. Pour ces multiples usages, l'oignon est produit en grandes quantités dans de nombreux pays (Currah et Proctor, 1996). D'après les rapports de la FAO, (1987) environ 26 millions de tonnes sont produits par an à travers le monde dont 11 millions dans les pays développés et 15 millions dans les pays en développement. On constate qu'une grande partie de la production mondiale d'oignon vient des pays tropicaux. Cependant nombreux sont ceux qui importent des quantités importantes de bulbes d'oignon. Au Bénin, la production nationale d'oignon est estimée à 14.500 tonnes pour un millier d'hectares emblavé (MDR, 1998). Néanmoins celle-ci reste largement, insuffisante pour couvrir les besoins de consommation. Le déficit est comblé en période de pénurie par les importations en provenance surtout du Niger (FAO, 1996). Les producteurs et négociants souhaiteraient y développer la production, de façon à satisfaire la demande locale durant une plus grande partie de l'année. L'enjeu serait donc d'étudier les aspects socio-économiques sur l'oignon au niveau des exploitations qui peuvent servir de levier. En effet, les recherches menées pendant longtemps au Bénin sur ce légume ont concerné les aspects agronomiques et génétiques (variétés, techniques culturales, etc.) et la conservation.

L'objectif principal est de cette étude est d'analyser les facteurs socio-

économiques qui affectent la production et la commercialisation de l'oignon dans l'Alibori. De façon spécifique, elle vise à :

- ✓ analyser les caractéristiques des exploitations impliquées dans la culture de l'oignon ;
- ✓ apprécier les mécanismes de fixation des prix de l'oignon sur le marché;
- ✓ évaluer la rentabilité du système de production et de commercialisation de l'oignon.

Méthodologie

Lieu et choix des participants

Cette étude s'est réalisée dans les villages de Tomboutou et de Kargui. Ils sont tous deux des villages maraîchers qui approvisionnent régulièrement le marché de Malanville. Vingt (20) producteurs ont été suivis dans chacun de ces villages soit au total quarante (40) pour les deux villages. Pour avoir la diversité des exploitations agricoles, le choix de celles-ci n'a pas été raisonné.

L'étude a été aussi dirigée vers les intermédiaires commerciaux dont les agents du Comité de Réception et de Vente d'Oignon (CORVO), pour comprendre le mécanisme et la réglementation de la commercialisation dans les marchés de la région.

Dispositif de recherche

Le dispositif de recherche est une enquête qui s'est déroulé suivant les principes méthodologiques ci-après :

- l'élaboration de questionnaires
- la réalisation des Interviews semi-structurées;
- l'observation des opérations culturales en plein champ pour collecter des données qualitatives;
- la collecte de données quantitatives liées au temps de travaux et au rendement ;
- l'analyse de contenu pour le traitement des données qualitatives ;
- l'analyse des données quantitatives pour le calcul des moyennes ;
- la revue de littérature ;
- la restitution des résultats aux producteurs élargie aux non participants pour amendement et prise en compte des commentaires.

Résultats et discussion

Caractéristiques socio-économiques des exploitations

L'âge des producteurs impliqués dans la production de l'oignon

Toutes les catégories d'âge s'adonnent à la production de l'oignon dans les villages de Tomboutou et de Kargui. L'âge des paysans enquêtés varie entre 24 à 65 ans. L'âge moyen des producteurs d'oignon est de 41 ans. Contrairement aux autres cultures de rente (coton, arachide) où les jeunes de moins de 24 ans s'adonnent à leur production, l'oignon se présente comme une culture spéciale destinée aux aînés. En effet, il requiert un investissement (semences, motopompe, carburant, etc.) qui n'est pas à la portée des plus jeunes.

Taille des exploitations et effectifs des actifs

La taille moyenne des exploitations impliquées dans la culture d'oignon est de 14 personnes. Dans cet effectif, seules 8 personnes en moyenne sont des actifs agricoles. Le coefficient de corrélation entre le nombre d'actif et la superficie d'oignon est égal à 0,40. Il n'existe donc pas de lien entre ces deux variables. Parmi les 8 actifs que compte en moyenne chaque exploitation, près de la moitié sont des femmes. Alors que ces dernières n'interviennent pas activement dans la production d'oignon. Dans tout le processus de production, c'est seulement à la récolte que leurs activités se font sentir. Elles coupent les feuilles pour les transformer en « Gabou » utilisé comme épice. La deuxième raison qui pourrait expliquer le manque de lien entre les actifs et la superficie emblavée en oignon est la main d'œuvre salariée à laquelle les exploitations à faible nombre d'actifs ont recouru pour emblaver de grandes superficies.

Importance relative des principales cultures

Les exploitations enquêtées s'adonnent aux cultures suivantes : coton, maïs, sorgho/ mil et les cultures maraîchères (tomate, piment, oignon). Sur la base des superficies que chacune de ces cultures occupe (figure 1), on remarque que les villages de Tomboutou et de Kargui sont de véritables zones maraîchères. Les cultures maraîchères occupent près de 20% des superficies emblavées.

Tomboutou est plus maraîcher que Kargui, les superficies consacrées aux cultures maraîchères en générale et à l'oignon en particulier sont plus élevées à Tomboutou qu'à Kargui. La superficie moyenne de l'oignon est de 1,25 ha à Tomboutou contre moins d'un hectare à Kargui. La superficie moyenne réservée aux cultures maraîchères est de 1,75 ha. L'oignon, le piment et la tomate sont les principales cultures

rencontrées dans les jardins maraîchers (tableau 1).



araîchère

Figure 1 : Importance relative des principales cultures

Tableau 1 : Superficies des principales cultures maraîchères

Cultures	Tomate	Piment	Oignon	Autres	Total
Superficies (ha)	0,375	0,25	1	0,125	1,75
Pourcentage	22	14	57	7	100

La superficie moyenne de l'oignon est de 1 ha ce qui représente 57% des superficies totale consacrées aux cultures maraîchères. Ce résultat est conforme à celui obtenu par Affomasse (2001). L'oignon est suivi respectivement de la tomate et du piment. Toutefois, les producteurs déclarent tirer plus de revenus du piment que de la tomate et l'oignon. En effet, la récolte de l'oignon est échelonnée dans le temps et peut durer des mois. Aussi les prix de cession de cette culture sont-ils meilleurs pour les producteurs. Il existe un lien entre la superficie emblavée en coton et la superficie emblavée en oignon. Le coefficient de corrélation entre ces deux paramètres est égal à 0,60. Les superficies emblavées pour le coton et l'oignon varient dans le même sens. Les producteurs à la recherche d'argent s'appuient aussi bien sur le coton que sur l'oignon. Par contre, il n'existe pas de corrélation entre les cultures céréalières (destinée à la

consommation) et l'oignon. Le coefficient de corrélation est égal à 0,33. Les paysans qui consacrent plus de superficies aux cultures vivrières optent pour de petites superficies d'oignon.

Typologies des exploitations productrices d'oignon

Deux (2) principaux critères distinguent les exploitations productrices d'oignon. Il s'agit de la superficie d'oignon et l'importance accordée à la production de l'oignon de primeur.

Les superficies d'oignon varient de 0,25 ha à 3 ha. Dans cette fourchette, trois (5) classes ont été constituées :

- « Les petits producteurs » : superficie variant entre 0,25 à 0,5 ha.
- « Les producteurs moyens » : superficie variant entre 0,5 à 1,5 ha.
- « Les gros producteurs » : superficie supérieure à 1,75 ha.

Ces trois (3) classes représentent respectivement 27%, 58% et 21% des exploitations enquêtées. Certains producteurs se spécialisent en production d'oignon de primeur. Plus des 75% de leur superficie en oignon est consacrée à l'oignon de primeur, ce qui les différencie de la grande majorité des producteurs. C'est surtout à Tomboutou que les producteurs sont les plus nombreux à se donner à la production des primeurs. En effet dans ce village, l'oignon est surtout produit sur les terres exondées. Les paysans n'ont pas besoin d'attendre le retrait de l'eau pour installer l'oignon. Par contre à Kargui où l'oignon se cultive chez la plupart des producteurs proche des berges du fleuve Alibori, les paysans sont contraints d'attendre les périodes de décrues.

L'installation des oignons « primeurs » impose le plus souvent d'engager la main d'œuvre salariée pour la récolte des vivriers (maïs, sorgho) et du coton. Ces deux opérations coïncident et se font entre fin octobre et début novembre.

Evaluation économique de la production de l'oignon

Le processus de production de l'oignon se fait en plusieurs étapes et nécessite des charges variables et fixes qui ne sont pas toujours pris en compte par les paysans dans leur analyse de rentabilité (tableau 2). Il commence par la pépinière et peut durer environ 3 mois.

La pépinière d'oignon

La main d'œuvre sollicitée à cette étape est destinée à la préparation des lits de semis, au semis, au paillage, à l'arrosage, au désherbage. Il faut environ 6 homme jour pour mener ces activités jusqu'au repiquage. L'intrant à apporter à ce niveau est la semence d'oignon. Les producteurs utilisent deux variétés d'oignon : la variété locale et le Violet de Galmi (Gotoéchan-Hodonou et Savi, 2001). Le Violet de Galmi coûte

plus cher et est vendu à 50 000 F CFA/kg, alors que la variété locale généralement détenue par les producteurs revient à 9.000 F CFA/kg. Il faut semer 6 kg d'oignon en pépinière pour pouvoir repiquer un hectare ce qui correspond à 300.000 F CFA d'investissement pour le Violet de Galmi et à 54.000 F CFA pour la variété locale. Après 2 à 3 semaines à la pépinière, les plantules d'oignon sont déterrées pour être repiquées sur les casiers confectionnés.

Conduite de la culture

Les plantules d'oignon à partir de leur repiquage en culture ont besoin d'être irriguées jusqu'à la récolte. Il faut au moins 15 apports d'eau pendant toute la durée de la phase végétative. Chaque irrigation nécessite une main d'œuvre de 10 hommes jour à l'hectare. La source d'eau exploitée dépend du paysan et de la position géographique de son champ. Pour les paysans ayant leur champ situé non loin du fleuve Alibori, les tuyaux de la motopompe prennent l'eau du fleuve. Par contre dans les champs situés sur les plateaux, l'eau est pompée des puits forés pour l'irrigation.

Outre l'irrigation les casiers bénéficient du désherbage et de l'application de la fumure minérale. La fumure habituellement appliquée est 800 kg de NPK coton et 100 kg d'urée. Contrairement aux paysans nigériens, les producteurs béninois n'appliquent pas l'engrais organique. C'est la raison pour laquelle, il surdose l'engrais minéral soit plus de 10 sacs parfois (8 sacs de NPK coton et 2 sacs d'urée).

Trois mois après le repiquage, les oignons arrivent à maturité et peuvent alors être récoltés. A la récolte, c'est toute la main d'œuvre de l'exploitation qui est présente. Les femmes ramassent les oignons déterrés et coupent les feuilles qu'elles transforment en « Gabou ».

Tableau 2 : Compte d'exploitation de la production d'oignon sur un hectare

Rubriques		Quantité	Prix unitaire (F CFA)	Valeur (F CFA)
1	Investissement			
1.1	Semences (variété locale) (kg)	6	9.000	54.000
1.2	Engrais (Sacs)	10	10.250	102.500
1.3	Produits phytosanitaires			73.500
1.4	Carburant	30 l x 15	300	135.000
1.5	Lubrifiant motopompe	1 l x 10	1.000	10.000
1.6	Entretien motopompe			10.000
1.7	Entretien puits			5.000
	Sous Total investissement			390.000
2	Main d'œuvre			
2.1	Labour	4		10.000
2.2	Confection casier	20	1.000	20.000
2.3	Traitement + tri semences	2h j	1.000	2.000
2.4	Semis	2 h j	1.000	2.000
2.5	Repiquage	20 h j	1.000	20.000
2.6	Epannage d'engrais	2 h j	1.000	2.000
2.7	Entretien pépinière	5 h j	1.000	5.000
2.8	Irrigation	10 h j x 15=	1.000	150.000
2.9	Entretiens	24 h j	1.000	24.000
2.10	Traitement Phytosanitaire	2 h j	1.000	2.000
2.11	Récolte	30 h j	1.000	30.000
	Sous total main d'œuvre	261 h j		267.000
	Total Coût variable			657.000
3	Coûts fixes (Amortissement 5ans)			
3.1	Appareil de traitement ¹			2.000
3.2	Motopompe ²			20.000
3.3	Puits ³			3.500
	Sous total coûts fixes			25.500
	Total des charges			682.500

¹: L'amortissement de l'appareil de traitement est réparti sur le coton, l'oignon et l'ensemble des autres cultures maraîchères (tomate, piment, etc.). Coût acquisition : 35.000 F CFA

²: L'amortissement de la motopompe est réparti sur les principales cultures maraîchères : piment, tomate, oignon. Coût d'acquisition : 300.000 F CFA

³: L'amortissement du puits est réparti sur les principales cultures maraîchères : piment, tomate, oignon. Coût d'acquisition : 55.000 F CFA

Trois (3) grandes rubriques (figure 2) composent les coûts liés à la production d'oignon : les intrants, la main d'œuvre et les charges fixes liées à l'amortissement du matériel. Les

coûts d'intrants varient en fonction de la variété considérée. Le prix d'achat de l'oignon sur le marché est fonction de la variété.

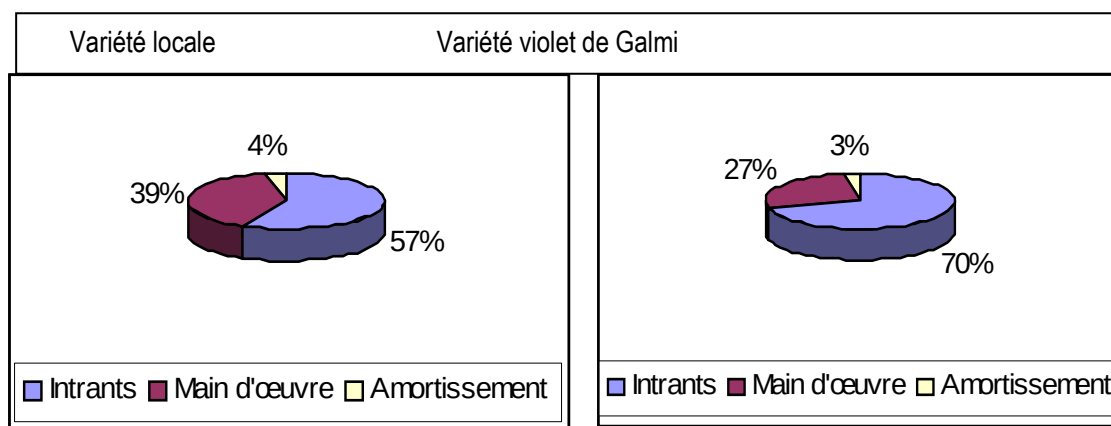


Figure 2 : Proportion relative des charges de production des 2 variétés d'oignon (la variété locale et le Violet de Galmi)

Les charges liées aux intrants constituent au moins 57% du total des charges de production de l'oignon. Ce résultat est conforme à ceux obtenus sur les cultures maraîchères en général. En effet, ces cultures sont très exigeantes en fumure minérale et les coûts d'acquisition des semences sont très élevés surtout lorsqu'il s'agit des semences importées.

Commercialisation des oignons produits

Les marchés de commercialisation de l'oignon

L'oignon produit dans les villages de Tomboutou est commercialisé sur le marché de Malanville, à Kargui, à Bodjécali ou bord champ.

Le marché de Malanville : c'est un marché international qui s'anime pendant 3 jours consécutifs par semaine, du vendredi au dimanche. Il est fréquenté par des hommes de toutes catégories (commerçants, transporteurs, visiteurs, etc.) venus de divers pays de la sous région (Togo, Nigéria, Niger, Burkina Faso). Dans ce marché, les commerçants d'oignon se répartissent dans leur grande majorité à la partie Nord du marché, identifiable grâce aux nombreux sacs d'oignon exposés. Chaque village a son aire géographique qui lui est délimité et sur lequel il vend ses oignons. Le marché de Malanville reçoit aussi bien les oignons produits localement que les

oignons importés. Les importations informelles proviennent principalement du Niger (Lares, 2001).

Le marché de Bodjécali : C'est un marché secondaire où ne se vend que des produits agricoles surtout maraîchers. Il est situé sur la route inter Etat et reçoit la production des paysans qui ne peuvent plus pénétrer le marché de Malanville où qui sont interceptés par les femmes grossistes venus de Cotonou où par les intermédiaires du CORVO. Le marché s'anime tous les jours.

Le marché de Kargui : A l'image de Bodjécali, il n'est pas un marché à proprement parler. Situé au centre du village, il s'anime surtout pendant la récolte des cultures maraîchères. On y retrouve rarement des grossistes venus de Kandi et de Parakou.

En dehors de la commercialisation de l'oignon dans ces marchés, certains paysans optent pour la vente bord. Les producteurs de Tomboutou fréquentent plus le marché de Malanville que ceux de Kargui. Tomboutou est plus proche de Malanville et ne dispose pas de marché local. Par contre, les producteurs de Kargui écoulent facilement leur production à partir de leur marché à la faveur de la réfection de la voie d'accès au village.

Les agents de commercialisation

- Les intermédiaires commerciaux

Le CORVO : Comité de Réception et de Vente d'Oignon : C'est un comité de paysans d'oignon géré par les représentants par villages des producteurs (Gotoéchan-Hodonou et Savi 2001). Il a été créé en 1987 à l'image d'une association sœur du Nigéria « Yaouri ». Le CORVO vise à organiser le marché en régulant la commercialisation de la vente d'oignon. Il règle les conflits entre vendeurs (producteurs) et acheteurs (commerçants). A travers sa mission de régularisation, le CORVO réglemente la récolte et l'approvisionnement du marché par un système de tour pour toutes les localités productrices de la vallée du Niger (LARES, 2001). L'entrée sur le marché se fait avant le vendredi matin. Passé ce délai les producteurs retardataires devront attendre le prochain marché. Dans sa mission d'observatoire de l'offre et de la demande, elle définit la quantité d'oignon nigérien à faire entrer dans le marché selon les périodes.

L'une de ses principales sources de financement est la perception par jour de marché de taxes sur la collecte, l'intermédiation et la vente de sacs d'oignon aux producteurs des différents groupements villageois d'oignon qui constituaient les organes à la base du CORVO. Sur chaque sac d'oignon vendu, il perçoit 100 francs dont 50 francs sont reversés aux services de recette et de perception pour le compte de la municipalité. Les 50 F CFA restants sont repartis à raison de 25 F CFA par Groupement Villageois coopérant et 25 F CFA pour le CORVO. Les 100 F CFA comprennent les coûts de couture, d'ensachage et d'intermédiation. En dehors de cette taxe, les chauffeurs de camion payent 35.000 F CFA par chargement.

Les grossistes : Ce sont des hommes et des femmes qui viennent de Parakou et de Cotonou pour acheter l'oignon et pour le convoier par des camions. Selon LARES (2001), environ 12.500 et

14.400 tonnes d'oignon viennent du bassin de Malanville et du Niger. D'autre part, la production totale d'oignon de la zone est estimée à 11.200 tonnes. Sur la base des informations collectées chez les producteurs enquêtés, il ressort que 75% de leur production sont vendus sur le marché de Malanville. Il se dégage donc que sur la quantité totale d'oignon produit 8.400 tonnes sont achetées par ces grossistes. La différence soit 6.000 tonnes proviendraient du marché nigérien.

- Les partenaires des intermédiaires

Les producteurs : Il s'agit de tous les producteurs d'oignon des villages de Tomboutou, Kargui, Garou I et II, Madécali, Dèguèdèguè, Cochi, Mola, Moncassa et Kanbouwotounga. Ils n'ont pas de contact direct avec les grossistes. C'est le CORVO qui joue l'intermédiation entre ces deux acteurs et qui retourne aux producteurs son argent après avoir défalqué toutes les taxes.

Les consommateurs : En aval de la chaîne commerciale les consommateurs sont les véritables utilisateurs de l'oignon. Ils l'achètent en détail. Sur le marché de Malanville, la quantité d'oignon qu'ils achètent est faible par rapport à la quantité commercialisée.

Analyse prix de commercialisation de l'oignon

Le prix de vente de l'oignon sur le marché est fonction de la variété et des périodes dans l'année. La variété locale coûte moins chère que le Violet de Galmi quelle que soit la période considérée. En effet, le Violet de Galmi a un bon rendement, une coloration violacée claire (bon aspect), une bonne saveur et une bonne aptitude à la conservation. Le prix moyen de vente du Violet de Galmi est 19.000 F CFA le sac de 110 kg et de 15.000 F CFA pour la variété locale (figure 3).

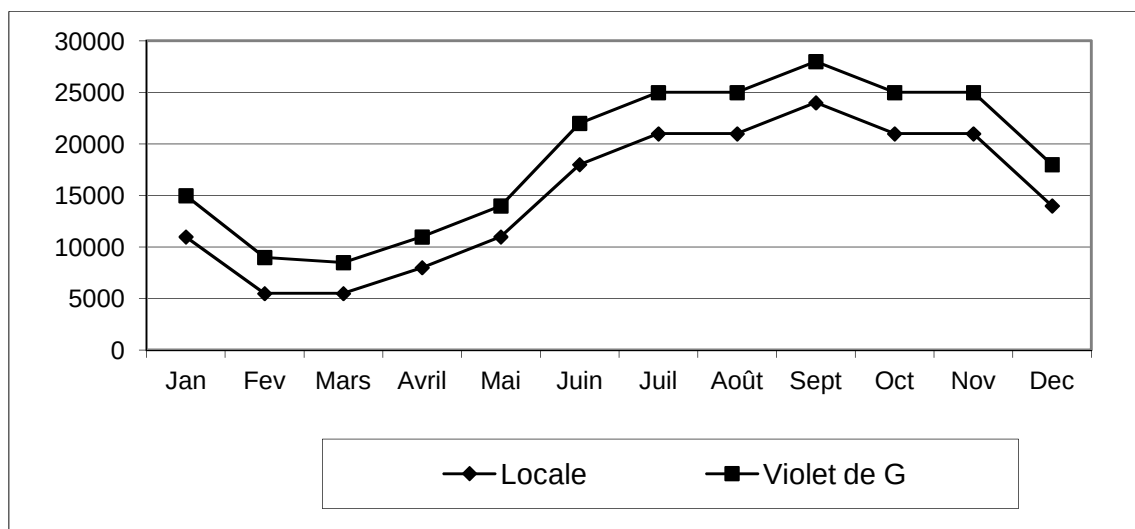


Figure 3 : Evolution du prix d'un sac d'oignon au cours de l'année

L'évolution du prix de commercialisation de l'oignon peut se subdiviser en trois (3) phases :

- Février à mai : Période de récolte des oignons chez presque tous les producteurs. L'offre est supérieure à la demande, ce qui entraîne à la chute des prix. La période couvrant mars et avril est la période où le prix est le plus bas 10.500 F pour le Violet et 7.500 F pour la locale. Pour sauvegarder la rente des producteurs, le CORVO veille surtout en cette période à minimiser les importations frauduleuses du Niger.
- Juin à novembre : les prix augmentent de 50% pour passer de 14.000 F à 28.000 F avec le Violet et pour la variété locale de 11.000 à 21.000 F. Durant cette période, l'on note une rupture de la production domestique. L'accès de l'oignon nigérien au marché de Malanville est plus facilité.
- Décembre à janvier : correspond à la période de récolte des primeurs. Avec cette nouvelle présence de l'oignon locale, les prix chutent. Néanmoins, ils demeurent encore élevés pour deux raisons. Dans un premier temps, à cette période, quelques rares producteurs

parviennent à apporter leurs oignons sur le marché. Dans un deuxième temps l'oignon nigérien n'est plus disponible en quantité n'entraîne pas la chute brutale des prix. Les prix moyens d'un sac sur le marché sont respectivement 14.000 F et 17.000 F pour les 2 variétés.

Mécanisme de fixation des prix de l'oignon sur le marché de Malanville

Sur un marché libre à concurrence parfaite, le prix d'un produit est le résultat de l'offre et de la demande qui de leurs côtés sont déterminées par les coûts de production, les revenus des consommateurs, mais surtout l'utilité du produit pour le consommateur. Le prix de vente de l'oignon à Malanville dépend de plusieurs facteurs : la période de l'année, la concurrence de l'oignon du Niger et le prix pratiqué à Cotonou. Le CORVO analyse ce prix de Cotonou et essaye de préserver au mieux l'intérêt des producteurs. Ce sont donc ces grossistes venus de Cotonou et le CORVO qui fixent les prix : ils sont les « price maker » alors que les producteurs appelés « price taker » sont obligés de s'aligner. Les prix bord champs et les prix des marchés locaux sont subordonnés au prix du marché de Malanville. Ces autres marchés sont donc intégrés à celui de Malanville.

En ce qui concerne la vente en détail, d'autres facteurs subjectifs entrent en ligne de compte lors de la détermination du prix de l'oignon. Il s'agit surtout de l'aptitude de chaque acteur à marchander, sa présentation physique, sa langue et son origine.

Analyse des frais et des marges de commercialisation

Les coûts de transaction sont liés au transport, à l'ensachage, au gardiennage, à la manutention, à l'intermédiation. En dehors de la première fonction (transport) les autres sont pris en compte dans les 100 F CFA de taxes que le CORVO perçoit par sac vendu. En moyenne le transport d'un sac d'oignon d'un des

villages producteurs au marché de Malanville coûte 500 F CFA. En plus des charges de production, les charges de transaction s'élèvent à 600 F CFA par sac.

L'analyse de la marge de commercialisation s'est limitée au calcul de la marge brute, le revenu net et le taux de rentabilité. Nous avons considéré les deux variétés produites dans la localité et les prix moyens obtenus pour les 3 périodes (tableaux 3 et 4). Rappelons que par hectare, le rendement moyen que les producteurs obtiennent est de 160 sacs de 100 kg et de 180 sacs respectivement avec la variété locale et le Violet de Galmi.

Tableau 3 : Rentabilité de la production de la variété locale d'oignon

Paramètres	Décembre- janvier	Février- mai	Juin- novembre
Revenu	11.000	7.500	14.000
Charges variables/ sac	4.100	4.100	4.100
Charges fixes/ sac	160	160	160
Total charges de production/sac	4.260	4.260	4.260
Charges de transaction/ sac	600	600	600
Total des charges/ sac	4.860	4.860	4.860
Revenu brut/ sac	6.140	2.640	8.140

Tableau 4 : Rentabilité de la production du Violet de Galmi

Paramètres	Décembre- janvier	Février- mai	Juin- novembre
Revenu	17.000	10.500	28.000
Charges variables/ sac	5.320	5.320	5.320
Charges fixes/ sac	140	140	140
Total charges de production/sac	5.460	5.460	5.460
Charges de transaction/ sac	600	600	600
Total des charges/ sac	6.060	6.060	6.060
Revenu brut/ sac	10.940	4.440	21.940

En vendant son oignon dans la période allant de février en mai, le bénéfice réalisé est le tiers de celui obtenu entre décembre- janvier et le quart du bénéfice qui sera obtenu entre juin en

novembre. Cette différence serait amoindrie si toutes les charges à la conservation et les taux de pourritures avaient été pris en fonction des périodes considérées. Somme toute, la

meilleure période de commercialisation de l'oignon pour le producteur serait les mois de décembre et de janvier. Durant cette période, les prix sont élevés, les charges de conservation sont négligeables et les pourritures infimes. Le violet de Galmi est plus rentable pour les paysans comparativement à la variété locale quelle que soit la période. Les revenus nets les plus élevés sont obtenus aux mois de juin à novembre. Le bénéfice est de 8.140 F CFA/sac pour la variété locale et de 21.940 F CFA/sac pour le Violet de Galmi.

Conclusion

La vallée du Niger est vraiment une zone de production des cultures maraîchères en général et de l'oignon en particulier. La superficie moyenne emblavée pour l'oignon est de un hectare/ exploitation. Tomboutou est plus maraîcher que Kargui. Aussi, les paysans de ce village se spécialisent-ils de plus en plus dans la production des oignons de primeurs.

Trois (3) principales charges interviennent dans la production de l'oignon : les charges d'intrants, de main d'œuvre et les charges fixes. Les coûts d'intrant font en moyenne 60% du total des charges de production. Au titre des investissements, c'est surtout l'acquisition de la motopompe qui est la principale contrainte des producteurs. Le coût des semences de Galmi et les charges liées à l'irrigation sont autant de handicaps que les « petits » producteurs ne parviennent pas à surmonter facilement. Dans le marché, le dispositif de réglementation et de régularisation de la commercialisation mise au point par le CORVO est salubre. Toutefois, son mode de fonctionnement n'est pas toujours au profit des producteurs.

Somme toute, l'analyse économique de la production et de la commercialisation révèle que l'oignon est une culture rentable pour le paysan. Selon la période, le bénéfice tiré peut passer du simple au quadruple. Cette rentabilité peut être d'avantage améliorée si certains goulots d'étranglement étaient

aplanis. Pour cela, nous recommandons :

- L'instauration des crédits intrants aux producteurs d'oignon. Des structures doivent être également mises en place pour guider et superviser les paysans dans leur utilisation des ressources car comme disait Edouard Saouma, ancien directeur général de la FAO, 1983 « tant que les petits paysans ne bénéficient pas de facilité de crédit pour utiliser les nouvelles techniques, les progrès de la recherche auront une influence marginale sur la production ».
- Rendre disponible sur place de nouvelles variétés rustiques et à bon rendement, les meilleures fumures minérales à combiner à la fumure organique qu'il revient aussi d'encourager et de promouvoir dans la production d'oignon.
- Promouvoir la vulgarisation privée à travers des ONG capables d'encadrer ces producteurs sur les cultures maraîchères et les itinéraires efficaces de production. L'intervention de ces ONG pourra s'étendre jusqu'à la commercialisation avec des appuis au CORVO sur le plan organisationnel, institutionnel et de gestion. Les actions du Fonds Africain pour le Développement (ADF) et de l'ATI sont un début de cet encadrement dont nous parlons et qui est nécessaire pour la dynamisation de la filière oignon dans l'Alibori.
- Encourager des actions visant à plus intégrer les femmes dans les cultures maraîchères pour faire de ces cultures une activité génératrice de revenu.
- Poursuivre les recherches sur les formules et doses de fumures minérales économiquement rentables, sur de nouvelles variétés adaptées à l'écologie du milieu et répondant aux attentes des producteurs et se conservant bien.

Toutes ces actions ne doivent pas être isolées. Elles doivent s'insérer dans un système cohérent et dynamique de développement de la filière oignon.

Références bibliographiques

AFFOMASSE D., 2001. Etude des contraintes et potentialités du système post-récolte de l'oignon. CRRD post-récolte 2001, 20 p.

CURRAH, L. et PROCTOR, F. 1993. La culture et la conservation des oignons, sous les tropiques, 161 p CTA / NRI.

FAO, 1988. Production de légumes dans les conditions arides et semi-arides d'Afrique tropicale. Etude FAO, Production végétale et Protection des plantes 89, 456 p.

FAO, 1996. Etats des lieux sur les productions maraîchères et fruitières au Bénin. Appui à l'intensification et à la promotion des cultures maraîchères et fruitières. Document de travail.

GOTOECHAN-HODONOU H. et SAVI, A. D. 2001. Etude diagnostique sur la production de l'oignon dans le département de l'Alibori. In Acte de l'Atelier Scientifique Nord. Edition 2001. Parakou. Bénin. pp. 109-119.

LARES (Laboratoire d'Analyse Régionale et d'Expertise Sociale), 2001. Le marché de l'oignon et de la pomme de terre à Cotonou. PADSE-SOFRECO.

MDR (Ministère du Développement Rural), 1998. Annuaire statistique, DPP. Cotonou, Bénin