

## Coup de projecteur

Depuis 1999, la production de noix d'anacarde n'a cessé de croître, stimulée par une forte demande du marché. Les anacardes du Bénin, réputées de bonne qualité, sont plus précoces (février) que celles des autres pays producteurs (Mozambique, Guinée, Tanzanie...). De 3000 à 5000 tonnes dans les années 1980, la production de noix au Bénin a atteint 55 000 tonnes en 2009. Aujourd'hui, l'anacarde constitue pour le pays une alternative intéressante face aux difficultés rencontrées par la filière coton : il s'agit ainsi du deuxième produit agricole d'exportation du pays.

Cela n'empêche nullement les prix de fluctuer du simple au double d'une année à l'autre (de 120 à 250 Fcfa/kg). Ces noix sont vendues dans des conditions qui ne rémunèrent pas suffisamment les efforts des producteurs (chaîne commerciale trop longue, fluctuation des prix chaque quinzaine, non maîtrise des tests de qualité, monopole des acheteurs indopakistanaïens...). La prise de conscience par les producteurs des avantages de la vente groupée a permis de négocier les prix de cession des noix. Aujourd'hui, au sein de l'Union régionale des producteurs d'anacarde de l'Atacora Donga (URPA) la mise en marché est plus aisée et les producteurs profitent d'un prix plus équitable.

### Des producteurs qui s'organisent pour peser dans la chaîne de commercialisation

Cette idée a émergé au sein des groupements de producteurs d'anacarde, las de méventes successives, au cours des débats organisés dans le cadre du programme de professionnalisation de l'agriculture. Grâce à un partenariat avec Afdi Lot-et-Garonne et la coopérative française Unicoque (noisettes), une dynamique de vente groupée a pu être initiée, avec une vente test en 2004.

Pour cette 1<sup>ère</sup> expérience, l'URPA avait souhaité gérer l'ensemble des fonctions (manutention, transport depuis le champ au Nord jusqu'au port de Cotonou au Sud). Les difficultés rencontrées ont eu pour effet de réduire fortement les marges escomptées. Leur analyse a permis aux producteurs de redéfinir plus clairement leurs choix stratégiques :

- Se cantonner aux ventes « bord champ » ;
- Eviter les pièges de la fluctuation des prix en négociant au préalable uniquement sur le volume livrable et s'accorder sur le prix seulement pendant la semaine de la vente ;
- Raisonner marge brute, travailler sur les gains de productivité et améliorer la qualité des noix ;
- Rencontrer davantage d'acheteurs. Cela crée une concurrence entre acheteurs et offre plus de marge de manœuvre aux producteurs lors des négociations.



Depuis, les performances de l'URPA se sont améliorées : production plus régulière, accroissement du volume vendu chaque année (estimé à 1/4 de la production des membres en 2009), prise de conscience des enjeux de la vente groupée, engagement et mobilisation des producteurs.



Opération de pesée

Ap-

### Ap- prentissage de nouveaux comportements

Néanmoins, les contrats signés sont insuffisamment honorés, dans un marché spéculatif où tous les coups sont permis. Au cours d'une campagne précédente, la rupture inopinée d'un contrat important a failli mettre en péril tout le dispositif et mettre à mal la crédibilité de l'URPA, qui a dû revoir sa stratégie. Depuis, la structure tente de se positionner aussi comme un acheteur avec l'objectif de tirer les prix vers le haut, ce qui permet à l'ensemble des producteurs de la zone de profiter de cette augmentation. C'est aussi un nouveau comportement qui oblige l'Union à raisonner le prix d'achat plutôt que de chercher le prix maximum. Lors d'une expérience pilote, le choix d'offrir des prix très élevés avait desservi les intérêts car le prix de revente par l'URPA s'était retrouvé nettement inférieur au prix payé aux producteurs.

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Tonnage	54	156	349	450	509	1169

Evolution des volumes collectés en ventes groupées

Source : URPA A/D

La campagne de commercialisation est régie par une date d'ouverture officielle qui autorise le transit des anacardes hors de la commune de production. Cette période correspond à la fin de la soudure et nombre de producteurs, financièrement vulnérables, acceptent les offres au rabais des acheteurs ambulants. Durant cette pré campagne, l'URPA doit décider avec ses adhérents d'un prix plancher et doit pouvoir acheter à ce prix la production de ses membres en manque de trésorerie.



Noix achetées et regroupées

### Un souci d'autonomie financière à terme

La recherche d'appui financier est donc cruciale pour l'URPA qui veut accroître sa capacité d'achat. Certains opérateurs sans réseau local de démarcheurs expriment un intérêt à travailler avec l'URPA. Ils préfinancent l'achat et confient à l'URPA, moyennant une commission versée, le regroupement des noix. Parallèlement, l'URPA tente d'augmenter sa capacité d'autofinancement pour accroître sa marge de manœuvre.

### Un dispositif d'information/communication qui se consolide

L'URPA, dans son rôle de médiation, recense les prévisions de récolte de ses producteurs. L'estimation des volumes de noix disponibles et un échange d'informations entre techniciens et producteurs de plusieurs régions permettent de débiter les négociations avec les acheteurs. La fixation d'un prix plancher suffisamment attractif suppose l'animation d'un tissu relationnel permettant une observation fine des évolutions du marché à tous les maillons de la filière. Les

négociations avec les acheteurs s'effectuent alors dans un contexte plus favorable.

### Perspectives du partenariat

L'organisation de la vente groupée au Nord-Ouest du Bénin peut être fière de ses acquis :

- Réduction de la mévente et offre d'un prix du kg de noix aux producteurs 25% supérieur au prix de marché habituel ;
- Prise de conscience par les producteurs de leur force lorsqu'ils sont en groupe et de la nécessité d'accroître leur connaissance des rouages du marché afin de mieux se positionner ;
- Développement d'alliances avec certains opérateurs depuis trois ans et certitude du prélèvement d'une marge bénéficiaire pour l'URPA ;
- Instauration de la livraison payée au comptant et développement des outils de gestion (fiche d'achat, bon de livraison...).

Le chemin parcouru illustre tout l'intérêt des échanges d'expériences Sud-Nord et Nord-Sud réalisés. L'URPA doit renforcer son dispositif d'information / communication qui repose encore en grande partie sur un réseau informel d'opérateurs privés, car il est gage de sécurité dans les opérations menées. La constitution du fonds de roulement reste un défi majeur qui devrait permettre à l'URPA de ne pas être tributaire d'opérateurs versatiles. Avec l'appui d'Afdi et de ses partenaires, l'Union a fixé un niveau de prélèvement sur les ventes pour financer la structure (15 Fcfa/kg avec une clé de répartition aux différents niveaux). Le paiement des cotisations a également évolué vers un prélèvement à la source au moment de la vente groupée. L'URPA cherche à constituer un fonds de garantie qu'elle pourrait démultiplier par un prêt court terme accordé par une banque.

Ce travail va de pair avec le renforcement de la structure et l'élargissement de l'assise de l'organisation visant la fidélisation des adhérents. L'idée est de tester des mécanismes d'intéressement des producteurs en fonction des volumes livrés et de leur prise de risque dans le processus. La réflexion s'élargit également à d'autres partenaires pour envisager la transformation locale de la noix et de la pomme d'anacarde qui permettrait d'accroître le potentiel de ressources propres de l'URPA et d'atteindre une dimension critique sur le marché.