

# UNION DES GROUPEMENTS POUR LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES DE LA BOUCLE DU MOUHOUN (UGCPA/BM)

---

## Plan de présentation

- + Brève présentation de l'UGCPA/BM
- + L'approche collective et la mise en marché développée
- + L'impact recherché et les objectifs poursuivis
- + Les outils construits pour pérenniser la mise en marché
- + Les résultats obtenus
- + Les contraintes/obstacles
- + Deux commentaires sur l'étude
- + Conclusion

## **Brève présentation de l'union**

---

- L'Union des Groupements pour la Commercialisation des produits Agricoles de la Boucle du Mouhoun (UGCPA/BM) est une organisation démocratique créée en 1993;
- Elle compte **1500 producteurs et productrices dont 70 groupements de bases** repartis dans les six provinces de la Boucle du Mouhoun;
- Mission principale: la **commercialisation collective des excédents céréaliers** de ses membres et la fleur de bissap's biologique.

# L'approche collective de mise en marché de l'UGCPA/BM

---

L'approche collective de l'union repose sur :

- **Équité** : Les membres de l'union qu'ils soient gros ou petits sont soumis aux mêmes règles et bénéficient des mêmes avantages;
- **Équilibre des forces** : Les producteurs regroupent leurs excédents et constituent une seule force de négociation avec les autres intervenants de la filière;
- **Justice** : Connaissant mieux leurs coûts de production, cette approche permet aux producteurs d'aller chercher un prix juste sur le marché.

## **L'impact recherché**

---

- **améliorer le revenu du producteur à travers la mise en marché collective via l'union.**

# Les objectifs poursuivis

---

**Cinq objectifs majeurs sont poursuivis à savoir :**

- **Améliorer les revenus** des producteurs;
- **Promouvoir les normes** de poids et de qualité;
- Assurer aux consommateurs des **produits de qualité**;
- Établir un **rapport de force dans les négociations** avec les autres intervenants de la filière;
- Augmenter l'efficacité et **diminuer les frais de mise en marché**.

## Quelques outils mis en place pour pérenniser la mise en marché collective

---

- Une **réglementation** interne sur la commercialisation collective des produits agricoles
- Un **manuel de procédures** pour la mise en œuvre de la réglementation
- Un **outil financier** : le fond de garantie
- Un **contrat d'engagement** du producteur, légalisé auprès des autorités juridiques compétentes
- Des **outils de communication**: Site web, abonnement flotte CICB, journaux de la place

# Les résultats obtenus

---

- **Paiements anticipés aux producteurs** qui respectent à au moins 70 % le contrat d'engagement en début de campagne et à la récolte;
- **Forte implication des producteurs** dans la gestion de leur organisation (fixation des prix) = responsabilisation – respect de la discipline
- **Capacité de collecte et commercialisation** de 3 000 tonnes de céréales et 45 tonnes de bissap's biologique (exporté en Allemagne et France).

## Les résultats obtenus(suite)

---

- Existence de centres de paiements de proximités facilitant le **règlement rapide** des producteurs;
- Crédibilité auprès des **partenaires institutionnels** (1 155 tonnes de céréales livrées au PAM et 810 tonnes à la SONAGESS lors de la campagne de collecte 06/07);
- Mise en place de **stocks de soudure** dans les centres de collecte au profit des producteurs;
- Protocole de **ligne de crédit** avec l'URCPC à un taux de 9% et 30% de couverture du fond (garantie rémunérée = 4 %).



# Contraintes/obstacles

---

- **Marché céréalier informel** : beaucoup d'intervenants, flux céréaliers non maîtrisés, absence de norme de poids et de qualité;
- **Perturbation** du marché céréalier **par les décisions politiques** (restrictions au niveau des frontières);
- Analphabétisme et **faible niveau organisationnel** du monde paysan

# Commentaires sur l'étude

---

- Mieux clarifier les différents niveaux devant contribuer à **organiser progressivement le marché à l'échelle nationale et sous régionale :**
  - rôle respectif de chaque Etat (chef d'orchestre) et des organisations professionnelles (OP, commerçants, transformateurs, etc.) dans l'organisation du marché agricole au niveau national,
  - ensuite au niveau sous régional,
  - et enfin avec l'Union Européenne (dans le cas des APE par exemple).

## Commentaires (suite)

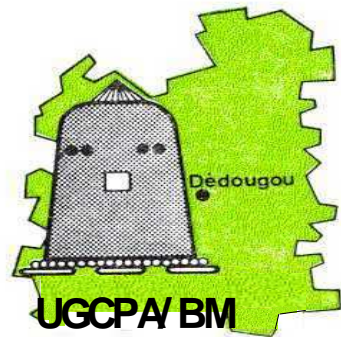
---

- Mieux préciser que l'effort devrait être porté sur l'organisation des producteurs pour regrouper et gérer l'offre:
  - Meilleur **accès aux informations** ;
  - Renforcement de leur **capacité de négociation**;
  - Renforcement des **capacités organisationnelles**;
  - **Clarification juridique** des responsabilités des acteurs, des outils interprofessionnels, etc.;

# Conclusion

---

- L'amélioration du fonctionnement des marchés agricoles en Afrique de l'ouest est une **condition nécessaire pour accroître la productivité et améliorer les revenus** des différents acteurs.
- une **bonne organisation des marchés céréaliers nationaux** a besoin:
  - De l'engagement des acteurs,
  - de stratégies et d'outils appropriés,
  - **Le tout impulsé par une forte volonté politique.**



---

**FIN**

*MERCI DE VOTRE AIMABLE  
ATTENTION*