

**PRODUIRE ET
COMMERCIALISER DES
PRODUITS DE QUALITE :
Etats des lieux**

CONTEXTE

- Madagascar est doté de ressources naturelles importantes et dispose d'une immense variété de microclimats qui favorisent la culture d'une vaste gamme de produits agricoles à valeur élevée et potentiellement exportables
- de nombreuses possibilités de produits ne demandent qu'à être identifiées et développées

CARACTERISTIQUES DE L'AGRICULTURE MALGACHE(1)

- une faiblesse de la productivité
- une production ne répondant pas encore suffisamment aux besoins du marché en termes de quantité et de qualité et régularité,
- une insuffisance des infrastructures et des canaux de transmission des informations relatives à la production agricole et à la commercialisation des produits

CARACTÉRISTIQUES DE L'AGRICULTURE MALGACHE (2)

- un système de production basé essentiellement sur la vente ou l'exportation de produits non transformés
- une faiblesse de la recherche et du développement

CARACTÉRISTIQUES DE L'AGRICULTURE MALGACHE

- Une existence d'intégrations verticales seulement pour un nombre limité de produits
- Un système d'approvisionnement insuffisamment développés et organisés



Une production ne répondant pas encore suffisamment aux besoins du marché en termes de quantité et de qualité et régularité

Au niveau de la production (1)

- La productivité faible et la qualité des produits insuffisante proviennent de :
 - L'utilisation des semences ou matériel végétal de mauvaise qualité (faible potentialité)
 - La persistance des techniques de production plus ou moins traditionnelles
 - La difficulté des agriculteurs à accéder aux divers intrants et matériels agricoles
 - Des activités de recherche limités et des résultats insuffisamment exploités

Au niveau de la production

(2)

- Les services aux agriculteurs sont insuffisants.
 - services de vulgarisation peu développés en raison du fait que le secteur public s'est désengagé de ces fonctions,
 - Appui en vulgarisation souvent fourni par des ONGs et/ou d'autres organismes subventionnés par des institutions donatrices dont la couverture géographique se limite à quelques communes, districts ou régions,
 - Les structures et infrastructures d'informations sont peu organisées et très limitées

Au niveau de la commercialisation (3)

- La plupart des infrastructures routières sont en mauvais état et entravent l'évacuation des produits
- La plupart des agriculteurs assurent la vente de leurs produits au niveau du marché local
- Aucune mesure n'est prise pour le maintien de la qualité des produits

Au niveau de la commercialisation (4)

- Les produits sont vendus sous diverses formes :
 - frais sans aucune transformation et conditionnement (fruits et légumes, tubercules) mis à part un simple tri, calibrage/classement et léger nettoyage.
 - Séchés (les graines)
 - Transformés en confiture et jus (fruits)

Atouts (1)

« Promouvoir les activités orientées vers le marché » : Défi 4 de l'engagement 4 du Madagascar Action Plan (MAP)

Le développement de la qualité bénéficie d'un cadrage politique favorable

Atouts (2)

- L'existence d'une multitude d'acteurs œuvrant dans le développement rural : services publics, projets, organismes privés, ONG, organisations paysannes, et travaillant au niveau des différentes régions
- L'appui de divers organismes nationaux et internationaux

Atouts (3)

- L'existence de divers résultats de Recherche en matière de technologies agricoles, nouvelles variétés, diversification,...qui ne sont pas encore exploités
- Les expériences déjà acquises par divers organismes de développement

LES ACTIONS ENTREPRISES

(1)

- L'identification et le développement des filières porteuses au niveau de chaque région
- Amélioration de la production agricole par :
 - La diffusion de matériel végétal de qualité
 - Le renforcement de capacités des différents acteurs
 - la conception, élaboration et diffusion de différents outils (fiches techniques, dépliants, brochures)
 - la conduite d'expérimentation , la mise en place de démonstration, champ école, sites vitrines



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DE L'ÉLEVAGE
ET DE LA PÊCHE

**PERSPECTIVE DE SPECULATION REGIONALE
ET D'OPPORTUNITE D'INVESTISSEMENT AGRICOLE**



LES ACTIONS ENTREPRISES

(2)

- Organisation des agriculteurs en associations, groupements de producteurs afin de faciliter
 - L'acquisition des nouvelles techniques de production
 - L'accès aux intrants et matériels agricoles
 - La commercialisation des produits
- Le développement des institutions financières pour faciliter l'accès au crédit et permettre aux agriculteurs d'améliorer leur production

LES ACTIONS ENTREPRISES

(3)

- La mise en place des Centres de Services Agricoles (CSA), espaces échanges au niveau desquels les agriculteurs peuvent s'informer sur :
 - Les nouvelles technologies de production
 - Les disponibilités en intrants et matériels agricoles
 - les signaux de marchés,...

LES ACTIONS ENTREPRISES

(4)

- La vulgarisation des techniques culturales améliorées telles que :
 - l'utilisation des semences améliorées
 - La pratique des techniques agro-écologiques ,
 - la lutte biologique,
 - la rotation des cultures,
 - l'utilisation de résidus d'origine végétale et animale pour la production de fumier et compost
 - La fertilisation raisonnée : engrais chimiques , produits phytosanitaires

LES ACTIONS ENTREPRISES

(5)

- L'appui des groupes d'agriculteurs à exprimer leur vision et à formuler des stratégies organisationnelles claires
- La mise en place des centres d'accès aux marchés
- L'exploitation de la filière biologique
- L'élaboration de normes pour certains produits



CAS DE L'OIGNON

CONTEXTE

- Les malgaches sont de grands consommateurs de légumes (brèdes, pomme de terre, ...), seulement leur consommation (quantité, mode de consommation) varie d'une catégorie sociale à une autre et d'une saison à une autre.
- Parmi les légumes, l'oignon avec les tomates constituent les achats permanents des ménages et même si leur prix est en hausse.

ZONES DE PRODUCTION

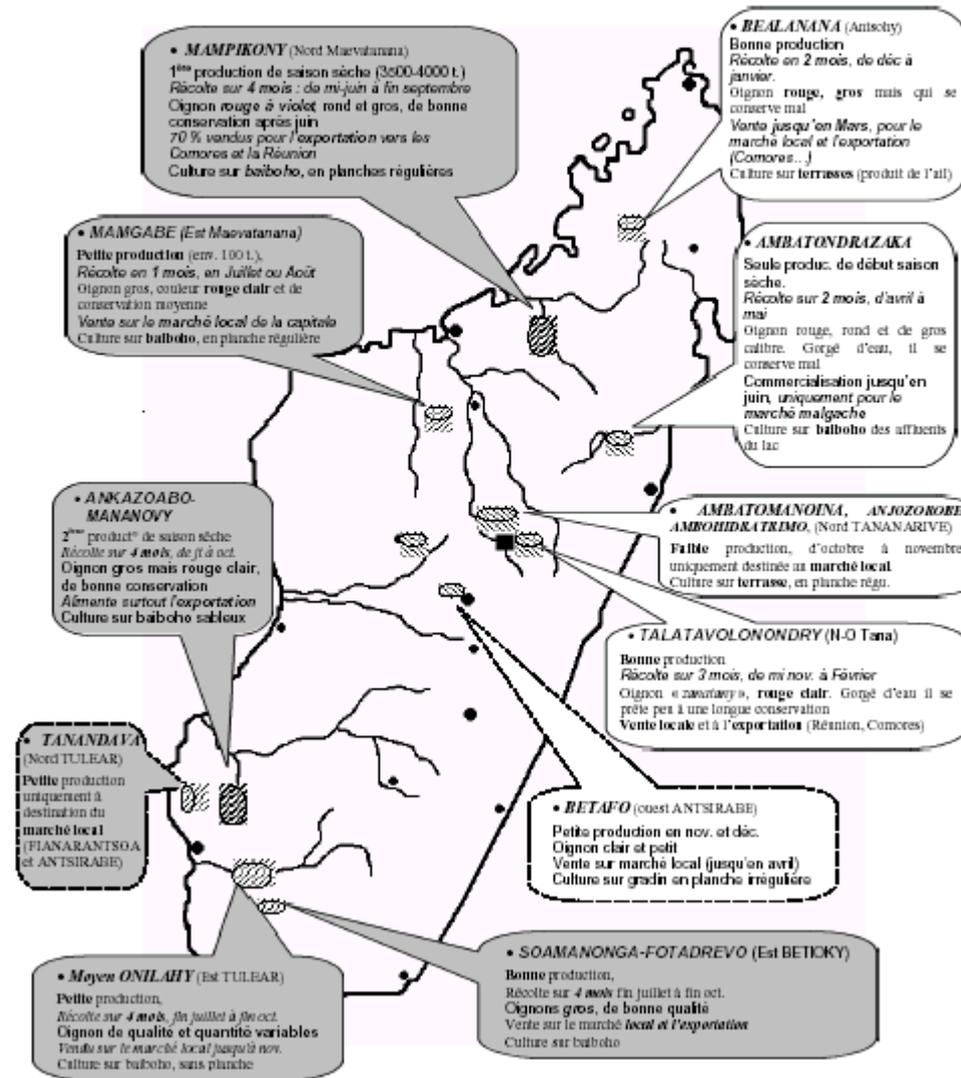
- Des bassins de production de saison sèche (mi-juin – novembre), dont Mampikony et Ankazoabo
- Des bassins de production de saison de pluies (décembre – février) localisés dans les environs d'Antananarivo (Talatavolonondry) et à l'ouest d'Antsirabe
- Le Lac Alaotra qui produit en début de saison sèche

(Source : Diagnostic rapide de la filière oignon à Madagascar. Schultz, 1999)

Principaux bassins de production et de collecte de l'oignon

Zones de saison sèche
(mi juin à novembre)

Zones de saison des pluies
(novembre à février)



LES ACTEURS(1)

Les structures d'appui

Le développement de la filière bénéficiait de l'appui de diverses structures telles que :

- Les services publics qui interviennent dans :
 - La mise en relation des différents acteurs
 - Le renforcement des compétences des producteurs

LES ACTEURS(2)

- le **Centre Technique Horticole d'Antananarivo** (CTHA) dont les activités en matière de production d'oignon consistent à :
 - améliorer la qualité des produits
 - Tester des espèces pour des firmes étrangères dans un but de production contractuelle
- **Inter coopération SAHA** dont les actions sont axées sur :
 - l'amélioration qualitative de la production
 - l'accroissement de la productivité

LES ACTEURS(3)

- **L'AFDI** qui intervient essentiellement sur :
 - La structuration de la filière,
 - La mise en place d'un observatoire de marchés
 - L'appui pour le développement du maraîchage
- **Le BAMEX** dont les actions sont axées :
 - sur l'appui à l'amélioration du système d'approvisionnement en intrants,
 - La formation des associations et exportateur sur la qualité

LES ACTEURS(3)

- *Les producteurs:*

- Des riziculteurs qui diversifient leur source de revenus entre deux cultures de riz
- Des planteurs collecteurs qui font de l'oignon leur métier
- Des agriculteurs sans grandes ambition commerciale

LES ACTEURS(4)

- *Les collecteurs/ exportateurs*
 - Face à l'irrégularité des prix, ils ne démarrent la collecte que sur commande.
 - Pour minimiser les risques liés à la collecte, ils sont présents dans les zones de collecte ou ne travaillent qu'avec des commerçants liés.

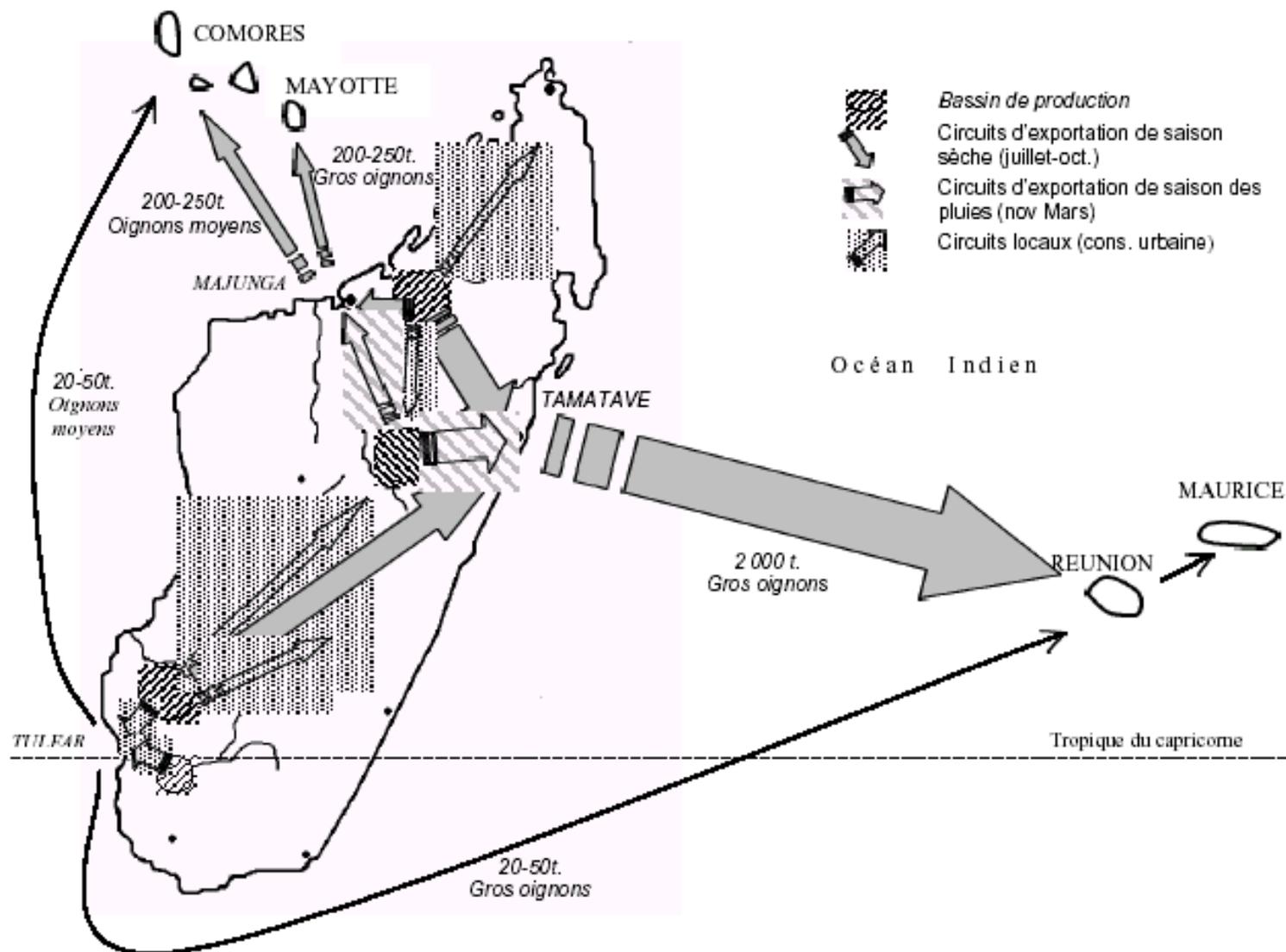
LA COMMERCIALISATION

- La production est destinée à ravitailler les marchés locaux et à l'exportation
- Les exportations s'effectuent essentiellement à partir de Mahajanga (pour Comores) et de Toamasina (pour la Réunion et Maurice).

Pays importateurs

- Maurice : le premier importateur parmi les îles voisines
- La Réunion
- Les Comores
- Les Seychelles

Principaux flux de commercialisation de l'oignon



LES CONTRAINTES (1)

- Insuffisance d'intrants agricoles (matériel végétal amélioré, système d'approvisionnement en intrants défaillant)
- Inexistence de mécanisme de financement pour les producteurs et les exportateurs
- Mauvaise qualité de la production après le séchage

LES CONTRAINTES (2)

- Insuffisance d'infrastructures de traitement et de stockage
- Mauvais état des routes des régions de productions

LES ATOUTS (1)

- Le calendrier cultural des différents bassins de production d'oignon permet d'avoir d'une manière continue de l'oignon sur le marché
- Les quantités exportées vers les îles voisines ne cessent d'augmenter

LES ATOUTS(2)

- La filière dispose d'une bonne organisation, du fait de l'existence d'un appui pour permettre aux paysans d'améliorer leur rendement.
- Etant un produit stockable à longue durée, son exportation est devenue encourageante pour les opérateurs

LES ACTIONS ENTREPRISES

(1)

- Diffusion de matériel végétal amélioré
- Encadrement technique des producteurs
 - Formation
 - Conduite d'expérimentation
 - Mise en place de tests en milieu paysan
- Mise en relation des producteurs et exportateurs

LES ACTIONS A ENTREPRENDRE (1)

- Appui à l'amélioration du système d'approvisionnement en intrants (semences améliorées et engrais)
- Faciliter l'accès des exportateurs au financement à l'exportation

LES ACTIONS A ENTREPRENDRE (2)

- Formations des coopératives, associations et exportateurs sur la qualité
- Appui à la mise en place des unités de traitement post récolte et de stockage

ATTENTES (1)

- Échange d'informations sur les résultats de recherche, le système de diffusion des informations
- Echanges d'expériences en matière d'application de la démarche qualité , des bonnes pratiques agricoles , des bonnes pratiques d'hygiène,.....

ATTENTES (2)

- Renforcement de capacités sur la démarche qualité, les bonnes pratiques agricoles ,les bonnes pratiques d'hygiène , le plan HACCP, ... indispensables pour obtenir des produits de qualité et compétitifs sur les marchés locaux et internationaux
- Appui à la sensibilisation des différents acteurs à adopter une culture de « la qualité »



**MERCI DE VOTRE
ATTENTION**