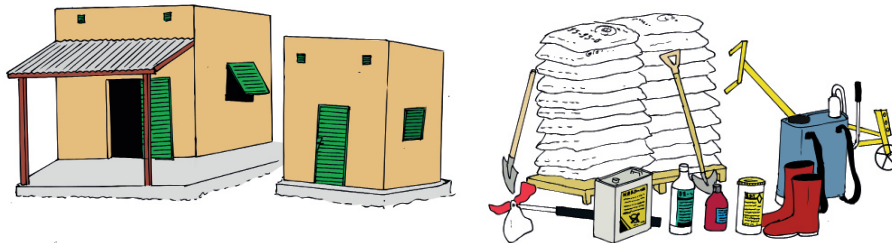




# Les boutiques d'intrants agricoles

Auteur : Grégory Herman



## Public cible

La présente fiche de bonne pratique s'adresse aux acteurs concernés par les boutiques d'intrants, notamment les organisations paysannes faîtières et de base, les producteurs et productrices, ainsi que les partenaires et autres acteurs du développement.

## Objectif

L'objectif de cette fiche est de décrire la boutique d'intrants en tant que bonne pratique au Niger et d'encourager les organisations paysannes et acteurs du développement à adopter ce mode de distribution d'intrants afin d'en garantir une meilleure disponibilité pour les producteurs et productrices.

## Couverture géographique

Cette fiche de bonne pratique se base sur l'expérience acquise par les structures partenaires du projet Capitalisation opérant au Niger dans les régions d'Agadez, Diffa, Dosso, Maradi, Niamey, Tahoua, Tillabéry et Zinder.

## Introduction

Au Niger, l'accès aux intrants agricoles de qualité constitue un maillon primordial de la filière agricole et de la sécurité alimentaire. En effet, si la production agricole du pays est fortement tributaire des aléas climatiques, elle est aussi fortement influencée par une faible fertilité des sols, caractérisée par une carence généralisée en phosphore, qui limite fortement la productivité, même en cas de bonne pluviométrie. L'utilisation efficiente d'engrais minéraux et de fumures organiques combinée à l'utilisation de bonnes techniques culturales comme les associations et rotations culturales, concourt à stopper la dégradation des sols, à restaurer leur fertilité et à augmenter la production agricole.

Cependant, au Niger, comme dans d'autres pays de la zone sahélienne, l'indisponibilité d'intrants de qualité au bon moment, au bon endroit et en petits conditionnements, est l'une des principales causes de leur faible utilisation. En effet, la demande en intrants de la plupart des petits producteurs et productrices porte sur de très faibles quantités du fait de leurs maigres ressources financières et du caractère irrégulier de la pluviométrie, qui augmente les risques de mauvaises récoltes. La demande est, en outre, dispersée dans l'espace ce qui complique l'approvisionnement vu le manque d'organisation et de coordination des producteurs et productrices. Par ailleurs, le mode de conditionnement des engrais, généralement en sac de 50 kg, n'est pas adapté à la faible demande des producteurs et productrices les plus pauvres qui n'achètent généralement que quelques kilogrammes à la fois.

Face à cette situation, à l'initiative d'intervenants extérieurs, des banques d'intrants avaient été mises en place au niveau des organisations paysannes (OP) pour assurer un approvisionnement de proximité. Cependant, le modèle d'exploitation de ces banques était fondé sur une gestion bénévole par un comité villageois de gestion, sur un système d'approvisionnement et de distribution saisonnier, et sur une vente à crédit. Celui-ci a vite montré ses limites en termes d'offre inadaptée pour les plus démunis et démunies qui ne sont pas souvent membres des OP, d'appropriation et de viabilité financière du fait des risques de non remboursement.

Avec l'appui du projet de la FAO « Promotion de l'utilisation des intrants agricoles par les organisations de producteurs » ou « Projet Intrants », des innovations ont été apportées pour adapter l'offre d'intrants aux besoins des plus pauvres à travers le modèle des boutiques d'intrants agricoles à caractère coopératif (BI). De 1999 à 2008, le projet Intrants et ses partenaires a ainsi contribué à la mise en place de nombreuses boutiques d'intrants au Niger. Depuis 2009 et encore à ce jour en 2012, le projet d'« intensification de l'agriculture par le renforcement des boutiques d'intrants coopératives » (IARBIC) et d'autres intervenants en milieu rural ont poursuivi la mise en place et la réhabilitation de boutiques d'intrants.

## Parties prenantes

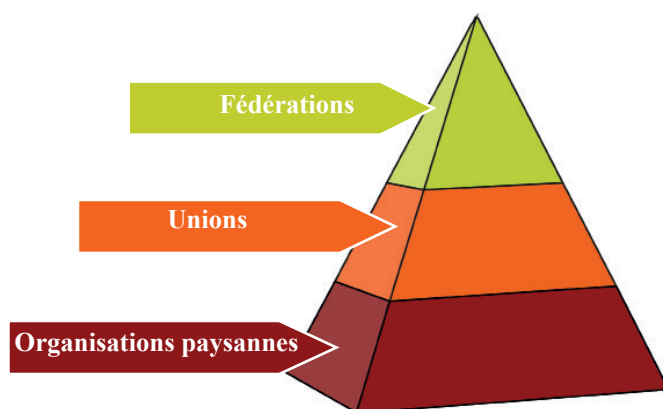
### Les producteurs et productrices

Ce sont les principaux bénéficiaires et utilisateurs de cette pratique. Ils peuvent être membres ou non-membres de la boutique d'intrants.



### Les organisations paysannes

Une organisation paysanne peut être de base (groupement féminin, masculin ou mixte), ou regrouper plusieurs OP de base à un niveau intermédiaire telle une union, ou à un niveau supérieur telle une fédération.



Une boutique d'intrants peut appartenir à une OP de base, à une union ou à une fédération d'OP. Parmi les OP principales propriétaires de nombreuses boutiques d'intrants, on peut citer les suivantes : Mooriben, Fédération des coopératives maraîchères du Niger (FCMN-NIYA), Dadin Karkara, Marhaba, Fédération des Unions de Boutiques d'Intrants de Zinder (FUBI), Fédération des producteurs de Tahoua (FUCAP), Fédération des Unions de producteurs de Maradi (FUMA), Fédération des producteurs de Souchet SA'A, Union des Coopératives Maraîchères de l'Air (UCMA).

### Les partenaires

Les partenaires suivants peuvent soutenir la mise en place ou le bon fonctionnement d'une boutique d'intrants d'une OP soit par un appui financier, technique ou méthodologique :

- les organisations non gouvernementales (ONG)
- les institutions internationales
- les organismes de coopérations
- les services techniques de l'Etat dont les structures déconcentrées du ministère de l'agriculture et de l'élevage comme les districts agricoles et les postes vétérinaires au niveau des cantons
- les instituts de recherche nationaux ou internationaux

### Autres

Les autres parties prenantes peuvent être soit des institutions financières, des fournisseurs privés d'intrants et la centrale d'approvisionnement en intrants et matériels agricoles (CAIMA) ou encore des radios communautaires.

## Approche méthodologique

De 1998 à 2000, le Projet Intrants a travaillé à l'intégration des organisations de producteurs et productrices dans la filière d'approvisionnement/distribution des intrants agricoles. Ceci, à travers, d'une part, leur renforcement technique et l'amélioration des conditions d'accès à ces intrants via notamment le crédit warranté, et d'autre part, l'amélioration de la structuration de la filière tant du point de vue de la demande que de l'offre. Le projet Intrants a ainsi favorisé l'accès aux intrants par un début de groupage de commandes et l'installation de boutiques d'intrants pour répondre à la demande diffuse des producteurs et productrices des zones rurales.

De 2000 à 2008, plusieurs phases du Projet Intrants se sont succédées tout en continuant à promouvoir la mise en place de boutiques d'intrants. L'approche de ce projet était basée sur les synergies et les partenariats à créer avec les acteurs impliqués dans ces thématiques (partenaires techniques et financiers, OP, ONG, services de l'état, etc.).

Les activités du projet ont été réalisées en grande partie par des opérateurs locaux publics et privés, sur la base de contrats de partenariat, de sous-traitance ou de prestation de service.

De leur côté, les populations ont significativement contribué pour la construction et pour la constitution des fonds de roulement des boutiques d'intrants, ainsi que pour la formation des membres des OP. Le Projet Intrants était fortement décentralisé au niveau des régions afin d'appuyer les organisations de producteurs et productrices qui étaient directement impliquées dans l'élaboration des plans d'action, sur la base de conventions de partenariat.

Le Projet Intrants a vulgarisé le concept de « boutique d'intrants » qui est maintenant largement adopté et relayé par plusieurs projets, ONG et par de nombreuses fédérations de producteurs et productrices. Le terme de « boutique d'intrants » a été délibérément choisi afin d'explicitier la différence radicale qui existe avec le concept de « banques d'intrants ». La Boutique d'Intrants est conçue comme une entreprise à caractère économique ayant pour but de faciliter l'accès des intrants aux petits producteurs et productrices et de fournir des services de proximité. Ainsi, de par ses caractéristiques, la boutique d'intrants offre de meilleures chances de durabilité que la banque d'intrants qui accepte notamment la vente à crédit.

Au total, le Projet Intrants a, au cours de ses trois phases, contribué à la création et/ou au renforcement d'un réseau de près de 350 boutiques d'intrants réparties dans les huit régions du pays, sur la base de convention de partenariat avec des fédérations, des unions, des projets et des ONG. Parallèlement, il a également largement participé à l'émergence d'OP dynamiques à partir de thèmes simples mais qui répondent bien aux attentes des producteurs et productrices. En les mettant en relation les unes avec les autres, il a favorisé la constitution de nouvelles unions et fédérations et consolidé celles qui existent. La mise en place d'infrastructures a été fortement liée au renforcement des capacités des OP via notamment des formations sur la vie associative, la comptabilité, la gestion des stocks et à travers les voyages d'échange organisés. De par les techniques développées et l'appui-conseil mis en place, le Projet Intrants a également contribué à doter les organisations paysannes de capacités à fournir des services de proximité à leurs adhérents.

En 2006, la FAO et le Projet Intrants ont, par ailleurs, participé à l'élaboration d'une stratégie décentralisée et partenariale d'approvisionnement en intrants pour une agriculture durable (SIAD) tout en formulant deux projets dont un national, IARBIC, et un autre international, « Capitalisation des bonnes pratiques en appui à la production agricole et à la sécurité alimentaire ». En effet, même si certaines boutiques d'intrants sur les 300 répertoriés fin 2007 ont rapidement montré des signes de faiblesse quant à leur gestion ou à leur pérennisation, le gouvernement nigérien à travers la Stratégie de développement rural (SDR), la FAO et de nombreux bailleurs de fonds ont poussé pour qu'il y ait un nouveau projet FAO visant la construction de nouvelles boutiques d'intrants afin de contribuer à un des objectifs de la SDR qui est de porter le nombre de boutique d'intrants à plus de 1000 au Niger. C'est ainsi que le projet IARBIC a vu le jour pour construire sur base d'appel à proposition ("faire faire") environ 200 nouvelles boutiques d'intrants et en réhabiliter une centaine.

Toutes les OP du Niger ont pu répondre aux trois appels à propositions lancées par le projet entre 2009 et 2011. De nombreuses ont ainsi été sélectionnées sur base de critères prédéfinis et un protocole d'accord a été signé entre elles et la FAO afin qu'elles puissent obtenir les fonds nécessaires à la construction et/ou réhabilitation de boutiques d'intrants, l'achat de petits équipements et la constitution d'un fond de roulement nécessaire au démarrage des activités des boutiques.

Le projet Capitalisation, partenaire privilégié de ce projet, fut quant à lui créer pour capitaliser tous les acquis du projet intrants et du projet IARBIC en matière de bonnes pratiques de gestion des intrants agricoles tout en veillant à analyser cette problématique dans une perspective de genre.

Les boutiques d'intrants, mises en place au Niger selon le modèle préconisé par les projets FAO sont des entités autonomes à caractère associatif ou de type coopératif vendant des intrants agricoles (engrais, semences, produits phytosanitaires, produits zootecniques et vétérinaires, etc.). Elles peuvent être groupées en réseau et sont la propriété d'organisations paysannes de base, d'unions ou de fédérations d'OP.

Les activités et services des boutiques d'intrants sont variés :

Vente au jour le jour et au comptant d'intrants agricoles (engrais, semences, pesticides, produits vétérinaires et zootecniques, petits matériels agricoles) ;



Groupage des commandes d'intrants ;



Traitement phytosanitaire en collaboration avec les brigadiers agréés ;



Location de petit matériel agricole et vétérinaire (appareils de traitement phytosanitaire, houe HATA, semoir, brouette, charrette, motopompe, etc.) ;



Appui-conseil aux producteurs et productrices en matière de technique agricole (fertilisation, sarclage, etc.) et de traitement zootecnique de proximité (déparasitage, vaccination du bétail) ;



Diffusion d'information sur les types d'intrants disponibles dans la boutique, les prix et leurs modes d'application et/ou d'utilisation ;



Organisation de formations sur le mode d'utilisation des intrants et du matériel agricole en location ;



Démonstration (en relation avec la recherche) pour l'application de l'engrais au poquet ou d'autres techniques innovantes et validées.



Afin d'être en mesure de démarrer ses activités, la boutique d'intrants doit disposer d'un fonds de roulement suffisant. Celui-ci est constitué en totalité ou en partie par des fonds propres de l'organisation paysanne. Ces fonds propres proviennent des cotisations des membres de l'OP (sous forme de parts sociales). Peuvent s'ajouter aux cotisations des appuis extérieurs (max 50%).

La vente se fait au comptant et le crédit est proscrit afin de garantir :

- ⊙ La sécurisation du fonds de roulement en évitant les risques de non remboursement qui empêchent la viabilité financière de la boutique d'intrants;
- ⊙ La disponibilité des intrants grâce à la régularité des réapprovisionnements ;
- ⊙ La couverture des frais de fonctionnement.

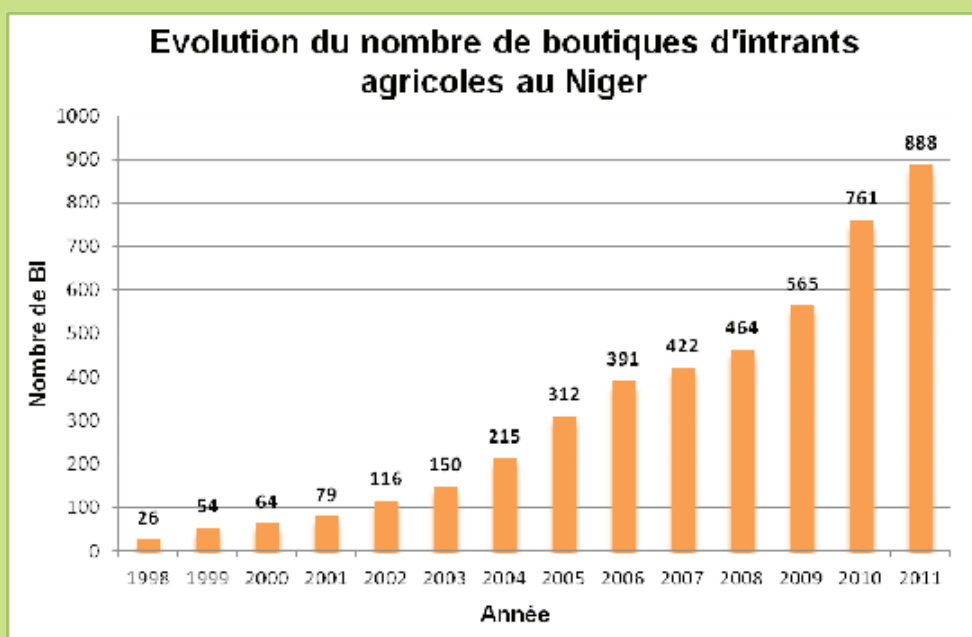
Les boutiques d'intrants n'ont pas pour objet la recherche de bénéfice comme c'est le cas chez les distributeurs privés, mais elles doivent tout de même dégager suffisamment de marge pour assurer leur auto financement et leurs investissements tout en assumant leur vocation sociale qui est d'étendre leurs services à toutes et tous, y compris aux plus vulnérables. Elles se démarquent aussi des banques d'intrants qui font du crédit et proposent leur service seulement à leurs adhérents. Ici, tous les producteurs et productrices ont accès au service de la boutique (les membres et les non membres de l'OP), même si le prix des produits peut parfois être différent entre un membre et un non-membre. Le prix correspond au prix de revient rendu à la boutique d'intrants, y compris une rémunération du gérant ou de la gérante.

Il est intéressant de noter que contrairement à la tendance dans les autres pays, ce sont les OP qui ont développé les boutiques d'intrants et non les distributeurs privés. Cela est dû au fait que le gouvernement nigérien continue à mettre sur le marché, de façon imprévisible, des lots d'engrais subventionnés, ce qui a pour effet de décourager toute initiative privée d'importer de l'engrais au prix du marché.

## Validation

Depuis les premières boutiques d'intrants mises en place début des années 90, de nombreuses études et enquêtes incluant les OP ont été effectuées par le Projet Intrants, IARBIC et Capitalisation. Celles-ci ont entre autre analysé les ventes des boutiques, leur impact sur la production agricole, la demande diffuse ou leur zone d'influence. Dès le démarrage, les boutiques d'intrants se sont clairement révélées être une bonne pratique agricole pour le Niger.

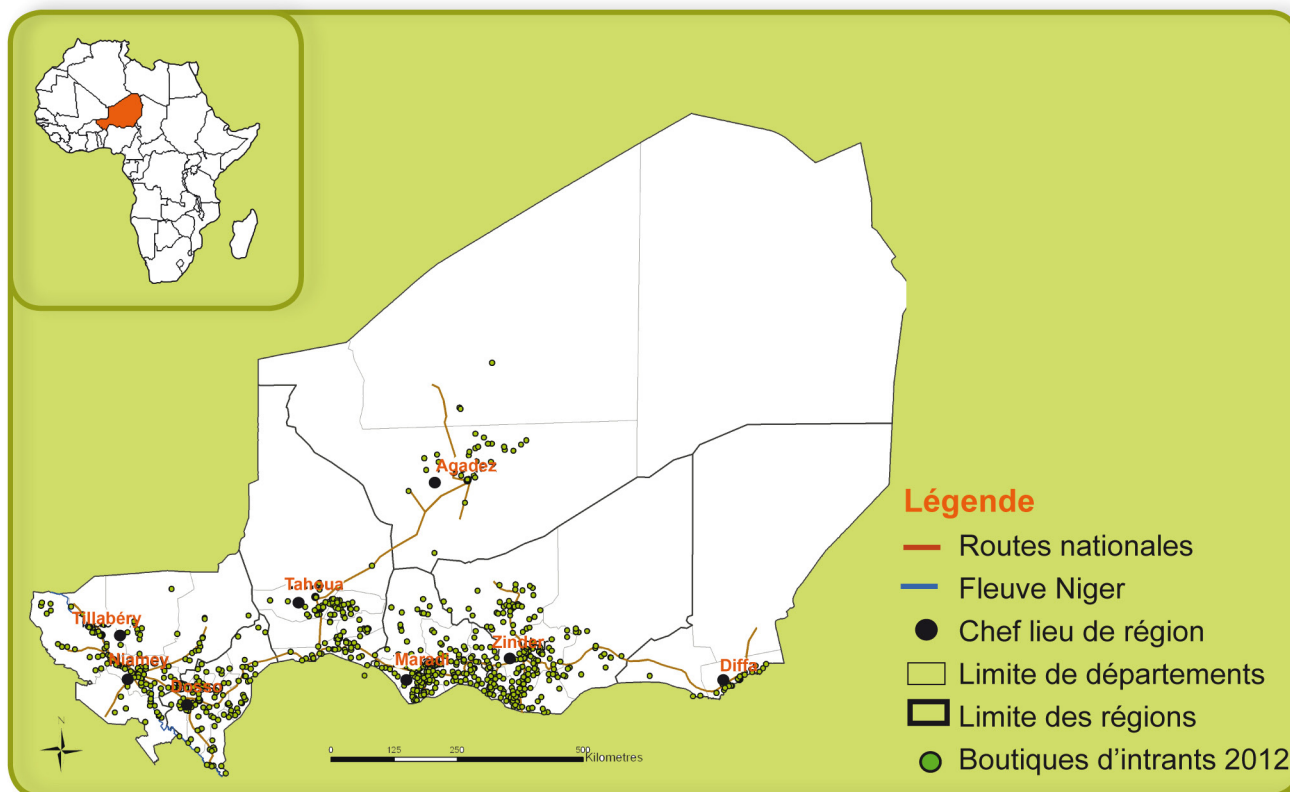
Le nombre de boutiques d'intrants a continuellement augmenté au Niger depuis 1999 (date de démarrage du projet intrants). 935 boutiques sont répertoriées à travers tout le pays fin 2012<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Ce chiffre est toutefois à relativiser car il a été remarqué que certaines boutiques d'intrants ne sont plus réellement fonctionnelles. Une nouvelle enquête nationale sur les BI serait donc utile afin de les recenser de manière précise et de récolter un certain nombre d'informations qualitatives et quantitatives utiles notamment dans le cadre du suivi et de l'évaluation de ces boutiques.

A travers différents projets, de nombreuses boutiques d'intrants ont en effet été construites dans les huit régions du pays de manière à mieux couvrir le territoire national. Les boutiques d'intrants se répartissent désormais sur les huit régions du pays, dans 34 départements et dans 235 communes sur les 265 que compte le Niger.

## Les boutiques d'intrants agricoles au Niger en 2012

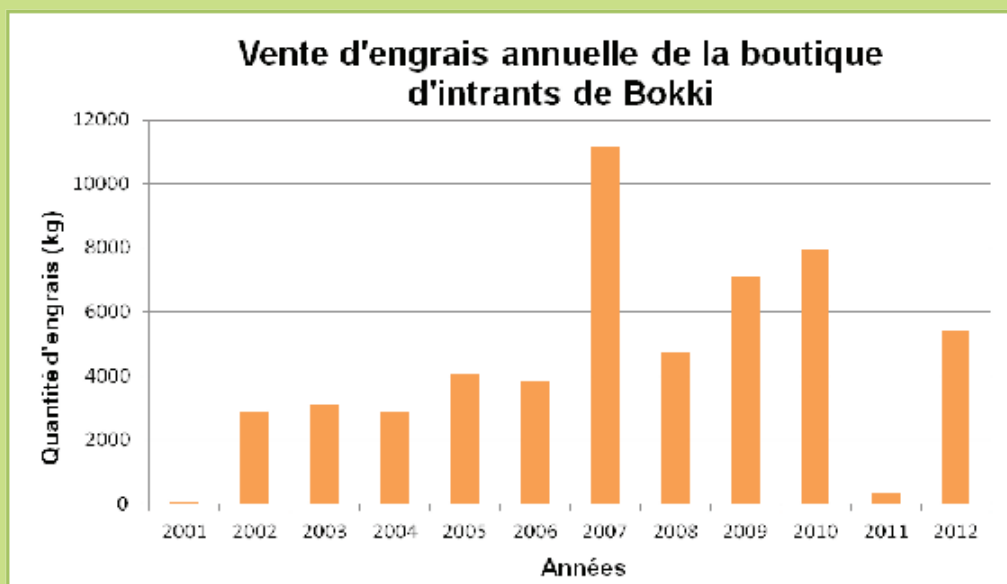


En outre, la promotion des boutiques d'intrants par un nombre croissant d'organisations paysannes (OP) et par les partenaires techniques et financiers du développement s'est accentuée.

## Impact

Les besoins des producteurs et productrices ont tendance à se centraliser autour des boutiques d'intrants qui, de par leur rôle de services de proximité, jouent un rôle croissant dans l'accès aux intrants et la diffusion des techniques d'utilisation des intrants. Différentes études menées par le projet Intrants et l'institut international de recherche sur les cultures des zones tropicales semi-arides (ICRISAT) ont montré que l'installation de boutiques d'intrants a eu des impacts immédiats sur la demande diffuse. En effet, la présence d'une boutique d'intrants permet de répondre à une forte demande d'engrais au détail correspondant aux faibles budgets des ménages, ce qui se traduit par une consommation plus importante de cet intrant, induisant une augmentation des rendements et de la production agricole. Par exemple, dans les villages de Karabedji et de Bokki, l'analyse de la contribution des boutiques d'intrants dans l'approvisionnement en intrants de la population de ces villages et alentours montre :

- ⊙ **Un accroissement substantiel de la consommation d'intrants** par les paysans de la zone d'influence des boutiques depuis leur installation. A Karabedji, des 500 kg d'engrais vendus en 1999, la vente est passée à 3000 kg l'année suivante dont 1000 kg en sachet de 1kg (100% des personnes enquêtées apprécient ce conditionnement qui permet aux populations les plus démunies d'en acheter) avant de se stabiliser autour des 2000 kg les années suivantes. La clientèle féminine représente sur ces deux boutiques en moyenne 5 % des ventes. A Bokki, comme le montre le graphique ci-dessous, la vente d'engrais a progressé pendant les années suivant la création de la boutique jusqu'à un pic en 2007 avant de retomber et se stabiliser par la suite, excepté en 2011 qui correspond à la vente d'engrais à crédit par un commerçant dans le village ;



- ⊙ **La diversification des types d'intrants** : les boutiques d'intrants ont, en effet, permis à beaucoup d'utilisateurs de découvrir de nouveaux intrants comme l'engrais phosphaté et azoté DAP ;
- ⊙ **L'amélioration de la santé des animaux** par la vente de produits zootechniques et vétérinaires ou par la mise à disposition de blocs multi nutritionnels dans certaines boutiques. Dans le village de Karabédji, il y a eu une initiative de vaccination des poules contre la maladie de Newcastle par la boutique d'intrants ;
- ⊙ **Une influence sur les rendements des cultures** : le mil a par exemple un rendement moyen de 486 kg/ha dans les villages non servis par une boutique d'intrants alors qu'il est de 541 kg/ha dans les villages disposant d'une boutique ;
- ⊙ **Le degré élevé de satisfaction des usagers** sur le mode de cession (conditionnement en petites quantités), la qualité et les prix des intrants vendus dans les boutiques. Les intrants vendus par la boutique d'intrants sont jugés, par les clients et clientes, de meilleure qualité et moins chers que ceux vendus sur les marchés ;
- ⊙ **L'approvisionnement des non membres** des unions propriétaires des boutiques. Les non-membres approvisionnés par la boutique d'intrants de Karabédji représentent en moyenne plus de 58% de la clientèle ;
- ⊙ **De nombreux villages sont touchés par les boutiques d'intrants**. Une boutique a un rayon d'action moyen d'environ 20 km.

Les caractéristiques reprises ci-dessous sont issues d'études spécifiques à certaines boutiques d'intrants, mais s'appliquent à la grande majorité de toutes les boutiques fonctionnelles du Niger. Les boutiques d'intrants ont également un impact positif sur les moyens d'existence des bénéficiaires en permettant à travers son offre et ses services :

- ⊙ **La disponibilité quasi permanente d'intrants** (plus spécifiquement d'engrais) dû à l'approvisionnement continu de la boutique d'intrants en engrais grâce à la constitution et à l'augmentation significative et progressive du fonds de roulement mais aussi par une meilleure prise en compte des besoins en intrants des OP et des producteurs et productrices afin de procéder au groupage des commandes ;
- ⊙ **L'appui-conseil** que la boutique d'intrants apporte en termes d'information et de formation sur les engrais et leur application ;
 

*« La boutique d'intrants nous a éveillé les esprits. En effet, avant son installation chez nous je partais acheter de l'engrais au marché sans faire de distinction entre le NPK 15-15-15, le DAP et l'urée. Aujourd'hui je sais faire la différence entre les types d'engrais. Il est d'ailleurs difficile de trouver un membre de notre union qui ne soit pas capable de différencier les types d'engrais »* raconte un client
- ⊙ **Les démonstrations pour la promotion de l'application de l'engrais au poquet** et notamment le fait que la boutique d'intrants soit souvent liée à la conduite des champs écoles paysans (CEP) car cela permet aux populations rurales de bien comprendre le rôle de chaque élément sur les cultures.
 

*« Aujourd'hui, l'application de l'engrais sur nos cultures nous a permis de découvrir concrètement le rôle important que joue l'engrais dans la production agricole. Ceci est du fait de l'existence de la boutique d'intrants et de la qualité de ces produits »* explique un autre membre de l'union Alhéri de Gobéri.

## Innovations et facteurs clés de succès

### Les principales innovations apportées par la mise en place des boutiques d'intrants sont :

- ⊙ Une réponse adéquate au besoin des producteurs et productrices les plus pauvres en proposant des **conditionnements de petites quantités d'intrants** (par exemple des sachets de 1kg d'engrais) qui leur permettent d'acheter la quantité souhaitée selon leurs maigres ressources financières. C'est d'ailleurs avec l'émergence des boutiques d'intrants qu'est apparue l'existence d'une demande qui ne s'exprime que s'il y a de l'engrais disponible : la demande « diffuse ». Les OP, via leur boutique d'intrants, ont donc fourni un service « social » en répondant à cette demande, ce qu'aucun commerçant n'aurait été tenté de faire ;
- ⊙ La **vente au comptant** dans les boutiques d'intrants et l'interdiction de crédit. Ceci a permis d'une part de responsabiliser d'avantages les producteurs et productrices qui ont dû faire part de davantage de sérieux au moment de l'achat, et d'autre part, d'améliorer la garantie de durabilité de la boutique. La proscription du crédit a également permis d'attirer le crédit « fournisseur ». En effet, un grossiste assuré du fait qu'une boutique a la réputation de toujours vendre au comptant, peut déposer des sacs d'engrais pour la vente et ne se faire payer qu'une fois les sacs vendus ;
- ⊙ Le **rapprochement des intrants** du producteur et de la productrice et l'amélioration de la disponibilité de ces intrants ;
- ⊙ L'**organisation de commandes groupées** par la boutique d'intrants ou l'OP propriétaire de celle-ci (OP de base, Union ou fédération) pour les producteurs et productrices membres ou non membres s'approvisionnant à la boutique, ainsi que les OP environnantes membres et non membres de la boutique ;
- ⊙ Les **services de proximité fournis aux producteurs et productrices** (appui-conseil sur l'utilisation des intrants, traitement phytosanitaire, location de petit matériel agricole et vétérinaire, etc.).

### Pour assurer le succès des boutiques d'intrants, un certain nombre de préalables s'avèrent indispensables :

- ⊙ Une **demande en intrants suffisante** pour assurer la viabilité économique de la boutique d'intrants ;
- ⊙ Une **offre de produits variés** (engrais, semences, produits phytosanitaire, produits vétérinaires, blocs multi nutritionnels, etc.), adaptés au terroir ou aux spéculations agricoles de celui-ci, de qualité et à prix compétitifs et abordables afin de remplir le rôle social et de répondre à la demande ;
- ⊙ Une **offre de services de proximité** variés et de qualité disponibles autant pour les producteurs et productrices membres ou non-membres que pour les OP masculines, féminines ou mixtes ;
- ⊙ Une **bonne situation géographique** garantissant une **accessibilité aisée** (proche d'un axe routier, zone non-inondable, etc.) ;
- ⊙ La présence à proximité de la boutique d'intrants d'un **pôle d'activités** de formation (CEP, démonstrations, etc.), d'information (radio rurale, affichage, échanges), d'activités génératrices revenus (marchés, warrantage, transformation de produits, embouche, multiplication de semences, etc.) et de finances (banques, systèmes financiers décentralisés, etc.) ;
- ⊙ La **dynamisation et la responsabilisation des organisations paysannes** en tant que maître d'ouvrage de leur développement ;
- ⊙ La **bonne gouvernance et la bonne organisation de la boutique d'intrants** via notamment l'existence et la mise en place d'un règlement intérieur. Tous les clients et membres des OP sont sensibilisés pour son application stricte ;
- ⊙ La mise en place d'un **comité de gestion** de la boutique d'intrant élu démocratiquement en assemblée générale de l'OP et renouvelable tous les 3 ans. La boutique doit en outre se doter d'un comité de contrôle indépendant qui constitue un regard extérieur impartial comprenant 2 ou 3 commissaires aux comptes ;
- ⊙ Une bonne **gestion professionnelle de la boutique d'intrant** par une personne (gérant ou gérante) alphabétisée, ayant un bon niveau d'instruction. Il ou elle sera rémunéré-e sur la base des résultats financiers et devra avoir reçu des formations en gestion de boutiques d'intrants. Elle tiendra à jour un cahier unique de gestion (CUG) et établira les rapports mensuels de gestion. La bonne gestion des stocks est également primordiale afin d'anticiper les commandes et éviter toute rupture ;
- ⊙ Un **renforcement des capacités** des responsables et membres des OP propriétaires de la boutique d'intrants (alphabétisation, gestion, commercialisation, leadership féminin, vie associative, fertilisation, etc.) ;
- ⊙ Un **système de suivi régulier** des boutiques d'intrants par leur OP, union ou fédérations. Idéalement, si



l'OP propriétaire de la boutique n'est pas une union ou une fédération, elle devrait être affiliée à une de ces structures afin que ce rôle de suivi soit une activité majeure de la faïtière;

- ⊙ Une **collaboration efficace avec les services de l'Etat locaux/régionaux** du génie rural (pour la construction et la réhabilitation), de l'élevage et de la protection des végétaux pour faciliter leurs prestations de services (traitement phytosanitaire, vaccination élevage) ;
- ⊙ L'existence de partenariats avec ou entre organisations et projets afin d'appuyer et notamment renforcer les capacités des OP ou diversifier les pôles d'activités autour de la boutique d'intrants ;
- ⊙ L'existence d'un compte au nom de la boutique d'intrants au sein d'une banque ou d'un système financier décentralisé ;
- ⊙ L'affichage des **horaires d'ouverture et de fermeture de la boutique d'intrants** délimitée de manière réfléchie ;
- ⊙ **L'égalité des hommes et des femmes au niveau des postes du comité de gestion**, de l'accès à la boutique et aux produits mis en vente.

## Contraintes

### Les contraintes qui peuvent empêcher le bon fonctionnement de la boutique d'intrants sont :

- ⊙ Le **manque de clients et difficulté d'écouler les produits** dû à certains préalables requis ci-dessus non respectés ou à des facteurs externes imprévisibles :
  - Mauvaise situation géographique, offre insuffisante ou inadaptée à la demande, concurrence des marchés locaux (surtout dans les régions proche du Nigéria), etc. ;
  - Manque d'intérêts ou de connaissances par les producteurs et productrices des avantages des intrants ;
  - Conditions météorologiques défavorables aux cultures ;
  - Initiatives locales ou de projets d'urgence (mise à disposition aux producteurs et productrices de semences ou d'engrais, une mairie qui met de l'engrais en vente à crédit, etc.)
- ⊙ Le **non-respect des engagements** des OP membres de la boutique d'intrants à payer les cotisations pourtant utiles dans la constitution et le renouvellement du fonds de roulement ;
- ⊙ La **mauvaise gestion** de la boutique d'intrants due aux manquements constatés dans le remplissage par le gérant ou la gérante des outils de gestion dont le cahier unique de gestion, et le non respect des principes de bonne gestion de la boutique ;
- ⊙ Le **faible niveau de capacités** des membres du comité de gestion et des responsables des OP membres de la boutique ;
- ⊙ L'**impunité face à d'éventuels détournements de fonds**, le non remboursement de crédit alors que celui-ci est en plus proscrit ;
- ⊙ La **disponibilité et la présence limitée du gérant ou de la gérante** à cause de la non-rémunération de sa fonction, d'autres tâches et activités à concilier en même temps ;
- ⊙ La **faible implication et participation des membres des OP féminines** aux activités de la boutique d'intrants alors que dans le cas de certaines OP, les femmes sont majoritaires et ont parfois contribué largement à la constitution du fonds de roulement ;
- ⊙ Le manque d'accès aux bonnes terres pour les productrices, ce qui a pour conséquences qu'elles ne bénéficient que très faiblement des produits et services de la boutique d'intrants ;
- ⊙ La **rupture d'engrais** au niveau de la centrale d'approvisionnement ou la défaillance de certains fournisseurs pour certains types d'intrants dont le DAP pourtant très prisé par les producteurs et productrices.

### Les contraintes rencontrées par les utilisateurs et utilisatrices de la boutique d'intrants peuvent être :

- ⊙ La faible connaissance par les producteurs et productrices des avantages et de l'application des intrants due à un manque de formation et de sensibilisation ;
- ⊙ Le taux élevé d'analphabétisme ;
- ⊙ Le manque d'information sur la boutique (activités, produits disponibles, heures d'ouverture, etc.).

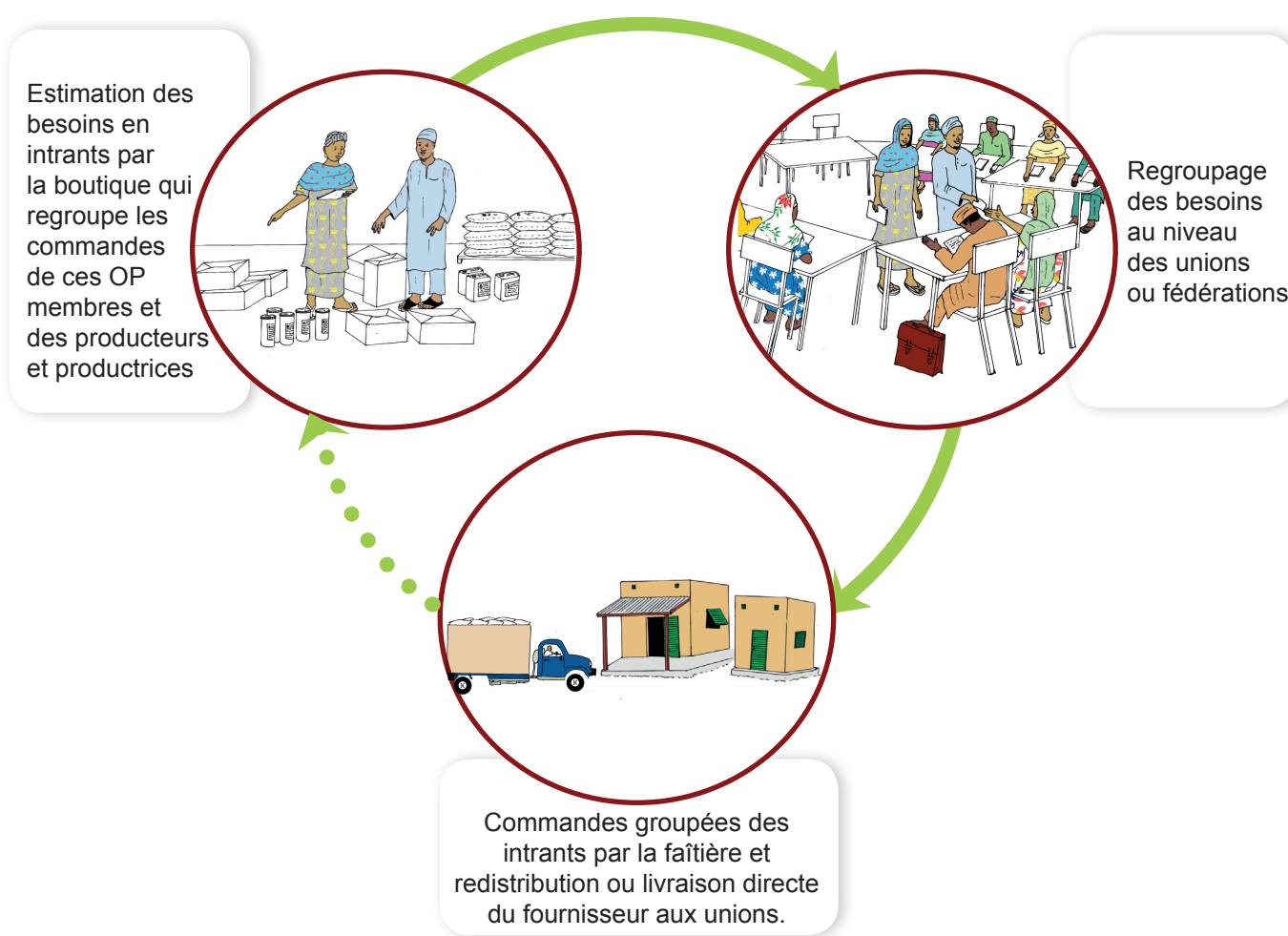
### Les contraintes rencontrées par les OP sont :

- ⊙ Les conflits qui peuvent surgir entre certains membres des OP à cause par exemple du non-respect du règlement intérieur par certains ou de problèmes fonciers ;
- ⊙ La faible participation des membres des OP de base, notamment des femmes, aux assemblées générales de l'union et de la fédération.

## Enseignements tirés

Les boutiques d'intrants, en proposant des produits adaptés et diversifiés, ont beaucoup contribué à l'amélioration de l'approvisionnement en intrants de qualité des petits producteurs et productrices les plus pauvres. L'expérience du Niger est d'ailleurs observée par de nombreuses organisations paysannes des pays voisins car elle se distingue par le fait que ce sont les OP qui ont lancé le réseau des boutiques d'intrants et non les distributeurs d'engrais privés.

Au Niger, au cours des premières années de mise en place des boutiques d'intrants, une attention particulière a été portée pour que ces boutiques soient liées à un réseau. En effet, le bon fonctionnement des boutiques d'intrants repose en partie sur le fait que celles qui sont en réseau font partie d'un ensemble que constituent les Systèmes d'Approvisionnement en Intrants (SAI) que les fédérations ou unions ont organisé petit à petit selon le schéma suivant :



Cependant, ce concept ne fonctionne pas toujours et de nombreuses boutiques ne bénéficient pas d'un SAI ou d'un groupage de commande garant pourtant d'un meilleur approvisionnement de leur boutique. Les raisons sont les suivantes :

- ⊙ De nombreuses boutiques d'intrants construites ces dernières années sont la propriété d'OP isolées non affiliées à une union ou une fédération ;
- ⊙ La mauvaise gestion de nombreuses boutiques ne rend pas possible le groupage des commandes ;
- ⊙ Le manque de communication entre les boutiques d'intrants.

D'une manière générale, les expériences liées aux boutiques d'intrants montrent également que pour qu'une boutique fonctionne bien et satisfasse les besoins des producteurs et productrices, il est important :

- ⊙ Que les OP apportent une contribution financière lors de la construction/réhabilitation de boutiques d'intrants par des projets ;
- ⊙ Qu'un système de suivi soit mis en place par les OP propriétaires des boutiques. Dans le cas d'OP affiliées à une fédération, c'est à celle-ci de suivre l'ensemble de ces boutiques d'intrants. Un système d'archivage est notamment à prévoir au niveau de chaque boutique afin d'éviter de perdre de l'information ;
- ⊙ Qu'un système d'auto-évaluation au niveau de chaque boutique et de l'OP soit mis en place. L'évaluation doit inclure celle des membres du comité de gestion en assemblée générale ;
- ⊙ Que le compte bancaire de la boutique soit séparé du compte global de l'OP pour éviter que des fonds de la boutique d'intrants soient utilisés pour d'autres activités de l'OP ;
- ⊙ Que les boutiques d'intrants soient davantage ouvertes aux OP féminines étant donné que les femmes dynamiques sont nombreuses et à même de jouer un rôle important ;
- ⊙ Que l'engagement général des membres des OP soit valorisé via notamment un renforcement de leur capacité par la mise en place de centres d'alphabétisation, de clubs d'écoute, etc.
- ⊙ Que les canaux de communication dont les radios rurales soient plus et mieux utilisés afin d'informer et sensibiliser sur les activités des boutiques d'intrants.

## **Durabilité**

Pour que cette pratique soit durable, il faut :

- ⊙ Instaurer une relation de confiance entre les clients et la boutique d'intrants en :
  - proposant véritablement des services utiles aux producteurs et productrices (informations sur les intrants, conseils techniques d'application, appui-conseils, etc.) ;
  - vendant des produits de qualité qui répondent à la demande tout en tenant compte des spéculations des productrices et des producteurs ;
- ⊙ Que la boutique d'intrants dégagne une marge bénéficiaire suffisante permettant d'au moins maintenir son fonds de roulement afin d'assurer au moins en partie l'autofinancement de ses activités dont l'approvisionnement régulier en intrants, l'entretien des infrastructures, etc ;
- ⊙ Que la boutique d'intrant fasse partie d'un réseau qui peut être celui d'une union d'OP. Dans ce cas, la boutique d'intrants est soit la propriété de l'union ou d'une OP de base affiliée à cette union qui elle-même peut être affiliée à une fédération via un acte formel. Cette fédération procurera, entre autres, suivi et appui technique afin de garantir le bon fonctionnement de la boutique d'intrant.

La durabilité d'une telle expérience dépendra de toute façon de la capacité des OP propriétaires à communiquer, gérer, encadrer et suivre les boutiques d'intrants dont elles sont propriétaires. Ces OP doivent veiller à la mise en œuvre des points suivants :

- ⊙ Encadrement, suivi et évaluation des comités de gestion ;
- ⊙ Application sensu stricto du règlement intérieur ;
- ⊙ Renforcement des capacités et recyclage des responsables et membres des OP en charge des décisions, des achats, de l'approvisionnement, de la gestion, de l'appui-conseil etc. ;
- ⊙ Communication interne performant afin que le transfert d'informations (produits disponibles à la boutique, diffusion du règlement intérieur, comptes rendu touche tous les membres, etc.) soit efficient ;
- ⊙ Savoir faire en matière de gestion de conflits ;

Certains autres facteurs peuvent également contribuer à la durabilité de cette pratique :

- ⊙ Existence de sites de cultures irriguées à proximité afin de rendre les activités de la boutique d'intrants continues sur toute l'année ;
- ⊙ Diversification des activités des boutiques d'intrants.

## **Reproductibilité**

Cette pratique existe déjà dans beaucoup d'autres pays africains. Des boutiques d'intrants agricoles à caractère coopératifs sont d'ailleurs en train d'être installées au Burkina Faso alors que la plupart des boutiques d'intrants déjà présentes sont plutôt des commerces privés.

Cette pratique peut facilement être reproduite à une plus grande échelle dans le pays ou ailleurs, c'est d'ailleurs ce qui s'est produit ces dernières années au Niger. Cependant, il est extrêmement important de respecter la majorité des conditions décrites préalablement dans ce document. Une analyse préalable du contexte dans lequel on souhaite implanter une boutique d'intrants ainsi que des besoins des populations rurales est également primordiale car cette pratique n'est évidemment pas applicable n'importe où.

## Conclusion

Les boutiques d'intrants sont inévitablement devenues une bonne pratique au Niger au regard notamment des innovations qu'elles ont apportées, des services qu'elles ont offerts ou encore des rôles importants qu'elles ont remplis auprès des producteurs et productrices les plus démunis.

Elles ont cependant été quelque peu victimes de leur succès. En effet, après avoir connu une période d'expansion sans précédent pendant ces dernières années pour porter leur nombre à plus de 900 au Niger, il est désormais important de prendre le temps de les inventorier, de les analyser plus en détail afin de déterminer lesquelles sont à considérer comme réellement fonctionnelles et surtout de mettre en place un système de suivi (chapeauté par les fédérations) absolument nécessaire à leur pérennisation et leur consolidation.

Ci-dessous les témoignages d'une productrice, d'un chargé d'approvisionnement et d'un responsable d'une fédération :

*« La boutique d'intrants joue un rôle important dans notre zone. Lorsqu'elle n'existait pas nous parcourions des distances importantes à la recherche d'engrais souvent de mauvaise qualité. Aujourd'hui qu'elle est implantée près de chez nous, les distances ont été considérablement réduites et la boutique nous fournit ainsi des services de proximité de très bonne qualité »* témoigne une productrice de l'union Alhéri de Gobéri.

*« Les boutiques d'intrants sont des services sociaux de proximité qui permettent l'accessibilité aux intrants pour les producteurs les plus pauvres, vu que c'est vendu au détail... Les boutiques d'intrants ont aussi permis de diffuser et vulgariser l'utilisation des intrants au niveau local auprès des producteurs avec pour effet d'améliorer le rendement de leur production et, de surcroît, lutter contre l'insécurité alimentaire. Mais il y a aussi des difficultés à cause du faible niveau de certains gérants et responsables des comités de gestion, et des problèmes de ruptures en approvisionnement d'intrants qui ne permettent pas aux producteurs d'accéder aux intrants au moment où ils en ont besoin... »,* Abdou Amadou, chargé d'approvisionnement de la fédération FCMN-Niya.

*« Le concept de boutique d'intrants est très utile en permettant aux producteurs d'avoir accès aux intrants plus efficacement... c'est également un outil important pour les OP car il permet de rendre des services à ses membres et de les diversifier... les boutiques, doivent permettre de solutionner les problèmes d'accessibilité aux intrants au niveau local et de fournir des services de proximité absents. C'est aussi un gain d'argent et de temps pour les producteurs. Les boutiques ont beaucoup d'avantages mais de nombreux facteurs limitent le bon fonctionnement de certaines, comme par exemple, le manque de moyen (fonds de roulement) pour acheter des intrants en quantité suffisante pour satisfaire leur demande. Pour améliorer cela, les fédérations ou OP doivent trouver des solutions pour renforcer les fonds de ces boutiques afin qu'elles puissent s'approvisionner en quantité suffisante d'intrants de qualité »* explique le directeur de la fédération FUMA.

## Références bibliographiques

- Projet de promotion de l'utilisation des intrants agricoles par les organisations de producteurs (Projet Intrants) : [www.fao.org/ag/agl/fieldpro/niger/default\\_fr.htm](http://www.fao.org/ag/agl/fieldpro/niger/default_fr.htm);
- Rapport final du projets Intrants, FAO, 2009
- Rapport/étude sur les boutiques d'intrants, impact sur la production agricole, Projet Intrants, FAO, 2007
- Boutiques d'intrants - les clés du succès en huit fiches, FAO, 2012
- Les fiches d'expériences sur les boutiques d'intrants, FAO, 2012



Projet Capitalisation (FAO Niger)  
BP 11246 Niamey  
Tel + 227 20 72 33 62  
km-gender@fao.org

[www.fao.org/knowledge/km-gender/capitalisation-bp/fr](http://www.fao.org/knowledge/km-gender/capitalisation-bp/fr)



Projet Intensification de l'Agriculture  
par le Renforcement des Boutiques  
d'Intrants Coopératives - FAO Niger  
BP 11 246 Niamey, NIGER  
Tel + 227 20 37 32 36  
contact@iarbic.net [www.iarbic.net](http://www.iarbic.net)